

OCTAVIO PAZ NA TELEVISA: Uma análise sobre a inserção do intelectual na mídia

OCTAVIO PAZ EN TELEVISA: Un análisis de la inserción del intelectual en los media

Priscila Dorella¹

Resumo

O poeta e ensaísta mexicano Octavio Paz (1914-1998), entre as décadas de 1980 e 1990, produziu e apresentou programas culturais televisivos, como *Conversaciones con Octavio Paz* (1984) e *México en la obra de Octavio Paz* (1989), para a emissora de telecomunicações Televisa. Seus programas contribuíram para fomentar a cultura mexicana e certificaram, por meio da visibilidade alcançada em seu reconhecimento massivo. Este artigo tem como objetivo analisar, em específico, as relações controversas de Paz com a Televisa, bem como refletir sobre as relações de intelectuais latino-americanos com os meios de comunicação de massas.

Palavras-chave

Democracia; intelectuais; meios de comunicação de massas; Octavio Paz; Televisa.

Resumen

El poeta y ensayista mexicano Octavio Paz (1914-1998), entre los años 1980 y 1990, ha producido y presentado programas de televisión cultural como *Conversaciones con Octavio Paz* (1984) y *México en la obra de Octavio Paz* (1989), a la estación de telecomunicaciones Televisa. Sus programas ayudaron a alimentar la cultura mexicana y certificar a través de la visibilidad lograda en su reconocimiento masivo. Este artículo tiene como objetivo analizar, específicamente, las relaciones polémicas de Paz con Televisa, así como reflexionar sobre las relaciones de los intelectuales latinoamericanos a los medios de comunicación de masas.

Palabras clave

Democracia; intelectuales; medios de comunicación de massas; Octavio Paz; Televisa.

Submetido em 08/09/2013

Aceito em 24 /09 /2013

Este artigo é fruto da minha tese de doutoramento (Dorella, 2012) sobre o poeta e ensaísta mexicano Octavio Paz (1914-1998). É conhecido que Paz foi um poeta de vanguarda que contribuiu para a renovação das formas literárias e das percepções críticas da linguagem. Acrescente-se a isso, atuou como diplomata, diretor de revistas, apresentador de programas de

¹ Possui graduação, mestrado e doutorado em História (2012), pela UFMG. Tem experiência nas áreas de História Intelectual Latino-americana, e História e Mídia. Atualmente, é Professora Adjunta de História da América na Universidade Federal de Viçosa (UFV). E-mail: priscila.dorella@ufv.br.

televisão e como um dos mais proeminentes ensaístas da política e das sociedades latino-americanas.

O presente artigo objetiva apresentar aspectos importantes do debate acerca da inserção dos intelectuais latino-americanos nos meios de comunicação de massa, como também discutir algumas das polêmicas intelectuais, criadas em torno da inserção do poeta nessa mídia. Paz veiculou suas ideias políticas e literárias em jornais, rádios, revistas e canais de televisão, mas as suas mais expressivas aparições na mídia foram produzidas pela Emissora de Telecomunicações – Televisa, fundada por Emílio Azcárraga Vidaurreta.

1. Paz e a Televisa

Em 1976, Paz começou a colaborar com comentários semanais para *24 Horas* pela Televisa. A partir daí, com o diretor de projetos culturais da Televisa Héctor Tajonar, contribuiu com as entrevistas denominadas *Conversaciones con Octavio Paz* e com o documentário, *México en la obra de Octavio Paz*. Além disso, organizou um congresso, em 1990, intitulado *El siglo XX: la experiencia de la libertad*.

A sua postura diante dos meios de comunicação provocou no México uma grande polêmica intelectual em torno da sua imagem. Alguns intelectuais mexicanos como Enrique Krauze, Miguel León-Portilla, Ramón Xirau e José de la Colina louvaram a sua conduta e, inclusive, participaram de alguns programas de Paz. O escritor Álvaro Mutis considerou as apresentações do poeta um “espetáculo inesquecível”. Para o então diretor do *Fondo de Cultura Económica* - García Terrés, os programas do poeta converteram os meios de comunicação em uma “verdadeira tribuna civil da sociedade”, por permitir ao cidadão, com autoridade intelectual, a exposição crítica de suas ideias (Moraes & Campbell, 1984, p. 46).

Segundo Septién, a antiga amizade de Paz com um dos donos da Televisa, Emilio Azcárraga Milmo (García Hernandez & Espinosa, 1998, p. 11), e com o seu assessor, Jacobo Zabluras, possibilitou a sua aparição nos meios de comunicação. Como um poeta comprometido com a liberdade e a crítica, era capaz de fechar os olhos para as medidas conservadoras e inescrupulosas da Televisa? Essa foi uma das questões levantadas por parte da intelectualidade mexicana, mais especificamente por parte da esquerda mexicana, que logo o associou aos interesses imperialistas da direita. Veja a exemplo, a visão de Martínez Verdugo, um dos líderes do Partido Comunista Mexicano, em 1990: “Octavio Paz se esqueceu do ano de 1968 e outros períodos dos quais se falou de maneira crítica e justa. Agora há dado uma

Dossiê Mídia, Intelectuais e Política – www.pos.eco.ufrj.br – ISSN 2175-8689 – v. 16, n. 2, p. 28-45, mai./ago. 2013.

transformação na posição retrógrada de direita, de um dogmatismo muito primitivo” (Zamarra, 1990)².

No mesmo ano, o crítico Ignacio Taibo publicou um artigo denominado *Televisa ha comprado una figura mundial*, defendendo a ideia de que Paz tinha três personalidades diferentes: o admirado poeta, o ensaísta instigante e o líder da nova direita mexicana. Ligado aos interesses da emissora Televisa, segundo Taibo (1990, p. 43), o poeta estaria sujeito à sua manipulação e sua atitude, por isso, era merecedora de grande repúdio.

A Televisa é um grupo de mídia mexicano que, apesar de atuar com capital privado, desenvolveu-se estreitamente vinculado aos interesses do governo unipartidário – do PRI. O jornalista Ignacio Ramírez, em 1984, denunciou as ambições da emissora e a conivência do Estado a respeito de suas atuações ilícitas. Os membros da Televisa, segundo assinalou,

Deixam de cumprir acordos e recorrem a anomalias administrativas e técnicas, impugnam tarifas, incursionam na clandestinidade e pretendem, inclusive, violar acordos internacionais assinados pelo México. Para tudo isso, a Televisa conta com um aliado incomparável: o Governo Federal, que, de uma administração a outra, mantém o apoio irrestrito na margem de manobra para o monopólio da televisão comercial, ou seja, cada vez mais em uso, a seu critério, do espaço aéreo nacional. O governo não só reconhece as irregularidades da Televisa, mas admite que o própria administração federal as tem promovido e fomentado. Mas nada mais. Não parece disposto a erradicá-las, nem, muito menos, a recuperar o controle sobre o funcionamento da televisão comercial. (Ramírez, 1984, p 20).³

É importante mencionar que, desde os anos 30, com Cárdenas, o governo apoia os sistemas de radiodifusão e televisão de empresas privadas mexicanas. O nome Televisa (*Televisión Via Satélite*) surgiu, em 1973, da união, no ano anterior, entre o *Telesistema Mexicano* e a *Televisión Independiente de México*. A origem da empresa remonta aos anos 30, quando seu fundador, Azcárraga Vidaurreta, realizou as primeiras transmissões da estação de rádio XEW e, em 1949, quando conquistou a primeira concessão de canal de televisão na América Latina em conjunto com outras empresas associadas do mesmo ramo, iniciando, em

² Livre tradução para: “A Octavio Paz ya se le olvidó el 68 y otros períodos de los que habló de manera crítica y justa. Ahora ha dado un viraje a una posición retrógrada de derecha, ‘de dogmatismo muy primitivo”.

³ Livre tradução para: “dejan de cumplir convenios, incurren en anomalías administrativas y técnicas, impugnan tarifas, incursionan en la clandestinidad y pretenden, inclusive, violar acuerdos internacionales firmados por México. Para todo ello Televisa cuenta con un aliado sin par: el gobierno federal, que de una administración a otra mantiene apoyo irrestricto y manga ancha para que el monopolio de la televisión comercial lo sea cada vez más en el uso, a su arbitrio, del espacio aéreo nacional. El gobierno no sólo reconoce las irregularidades de Televisa, sino que admite que la propia administración federal las ha propiciado y fomentado. Pero nada más. No parece dispuesto erradicarlas ni, mucho menos, a recuperar el control sobre el funcionamiento de la televisión mercantil”.

1951, suas transmissões regulares.⁴ O monopólio criado logo nos inícios dos projetos de experimentação da televisão mexicana já anunciava as facilidades dadas pelo Estado para o desenvolvimento lucrativo da indústria do entretenimento (Martinez Medellin, 1989, p. 29).

A partir dessa época, a televisão passou a ser bastante difundida no México. Apesar do preço alto e da baixa qualidade sonora e visual, ela conseguiu alcançar um lugar privilegiado nos lares do país por meio de propagandas diárias em rádios, jornais e revistas, como também em escolas, mercados e hospitais onde eram destinados os primeiros aparelhos, para que o público massivo apreciase e adquirisse os benefícios do progresso na sociedade mexicana.⁵ O apoio concedido pelo Estado às empresas privadas realçava no discurso as potencialidades educativas e culturais da tecnologia televisiva, mas a prática foi a institucionalização da televisão espetáculo.

No *site* oficial da emissora, os seus diretores apresentam a intenção que tornou a Televisa um dos grupos mais poderosos de comunicação do mundo: “Desde seu início, a estratégia da Televisa foi criar um consórcio multimídia muito preocupado com os gostos de todas as suas audiências, o qual o colocou na liderança da oferta do entretenimento 360º a nível mundial”.⁶

Segundo o jornalista Raul Trejo (1989, p. 14),

Televisa se converteu no protótipo de um empresariado moderno, que apoia o governo quando é conveniente, que estabelece acordos com quem possa, mas sempre com a condição de não perder. Contudo, é paradoxal, um empresariado escassamente empreendedor, que não seja para especular ou para negociar com critérios exclusivamente rentáveis.⁷

⁴ “[...] 1935 – o presidente Cárdenas apoia os experimentos de González Camarena e possibilita que facilitem os estudos da radiodifusora XEFO do Partido Nacional Revolucionário. Esta emissora tras para o México, em junho desse ano, uma equipe equipo de televisão.

1949: Se outorga a primeira concessão para operar comercialmente um canal de televisão. O titular da outra concessão é a empresa Televisión de México S.A., propriedade do senhor Rómulo O’Farril, dono também do diário Novedades da Cidade do México. Esta estação adota as siglas XHGTe assina o Canal 4.

1951 – Em 21 de maio, a estação XEWTV inicia suas transmissões regulares no Canal 2, concessão a empresa Televimex, S.A. propriedade de Azcárraga Vidaurreta.

1972 – En dezembro inicia a fusão do Telesistema Mexicano e a Televisión Independiente do México. No início do ano seguinte se cria a Televisa” (Ramírez, 1984, p. 22).

⁵ Segundo Francisco Martínez, o jornal *Novedades* (propriedade de O’Farril), no dia 1 de setembro de 1950 noticiou: “a televisão tem a novidade, já funciona no México [...] data histórica para o processo do México foi ontem [...] a estação de televisão XHTV Canal 4 começou a operar de forma definitiva para levar mensagem educativas e culturais para as famílias mexicanas (depois de citar o nome da empresa, o jornal disse que esta) deixou o proporcional pelo novíssimo meio de difusão e entretenimento ligado à educação” (Martinez Medellin, 1989, p. 35).

⁶ Livre tradução para: “Desde sus inicios, la estrategia de Televisa fue crear un consorcio multimedia muy preocupado con los gustos de todas sus audiencias, lo cual lo ha colocado en el liderazgo de la oferta de entretenimiento 360º a nivel mundial”. Disponível em: <http://www.televisa.com/quienes/> Acesso em: 28/03/2011.

⁷ Livre tradução para: “Televisa se ha convertido no prototipo de un empresariado moderno, realista, que apoia al gobierno cuando le conviene, que establece acuerdos con quien se pueda, pero siempre a condición de no perder. Sin embargo, es, paradójicamente, un empresariado escasamente emprendedor, como no sea para especular o para negociar con criterios exclusivamente rentistas.

Dossiê Mídia, Intelectuais e Política – www.pos.eco.ufrj.br – ISSN 2175-8689 – v. 16, n. 2, p. 28-45, mai./ago. 2013.

Certamente, a aproximação da empresa Televisa com a indústria de comunicações nos Estados Unidos foi um elemento marcante no tratamento dado à cultura, não só pelos constantes investimentos tecnológicos, como também pela abordagem empresarial pragmática e mercadológica. É conhecido que o desenvolvimento da televisão norte-americana teve predominantemente uma preocupação expressiva em associar a informação ao entretenimento e ao lucro, e colocar a questão cultural em segundo plano. Isto é perceptível, principalmente, segundo Francisco R. Pastoriza (2003, p. 73), quando comparado às experiências midiáticas europeias.⁸ Serge Gruzinski (2006, p. 299) corrobora essa ideia, ao afirmar que a Televisa, inspirada no modelo norte-americano, desde 1950, difunde uma imagem “triumfalista” e “hábil em criar uma imagem niveladora, destinada a provocar consenso”.

Não se pode deixar de levar em conta também que os Estados Unidos tiveram, durante a Guerra Fria, um grande interesse em difundir seus valores na América Latina, através da indústria das comunicações, incentivando as empresas a lutarem, segundo Francisco Martínez (1989, p. 28), pela “liberdade de informação e livre circulação de informações” sem a intervenção estatal. Tamanho era o impacto desses incentivos que, no México, em 1960, cerca de 70% dos investimentos das indústrias das comunicações eram feitos pelos Estados Unidos.

Por outro lado, é importante considerar que, a partir dos anos 60, ocorreu no México a ampliação das universidades, o aumento do número de leitores e o acirramento de críticas de esquerda ao governo do Partido Revolucionário Institucional (PRI). Desse modo, a partir da década seguinte, a Televisa, empresa privada, com funções públicas e fins lucrativos, teve que criar, de acordo com o jornalista mexicano Humberto Musacchio, alternativas elaboradas de entretenimento cultural para conquistar o novo público. O “Canal 8”, que mais tarde se tornaria o “Canal 9” era destinado a essa temática cultural – *Una visión analítica del quehacer cultural* -, porém, com o tempo, passou a desenvolver um formato comercial, muito mais atento às demandas do mercado e da propaganda (Missaka, 2006).

⁸ Segundo Alzimar Ramalho, no artigo “Consumo cultural que permita reinventar o caráter público da televisão”: “No Reino Unido, o rádio já se configurava como monopólio público desde 1927, quando o Estado assumiu a direção e as transmissões da BBC (British Broadcasting Corporation). Em 1936, iniciou os serviços televisivos, sendo considerado “serviço público”, serviço, no sentido da existência de uma necessidade básica da população que precisa ser atendida; e público por considerar este uma obrigação do Estado, sendo por ele mantido total ou parcialmente. Como destaca Leal Filho, especialmente no período da Guerra Fria (1945-1991), seu objetivo era contrapor a soberania do produto cultural midiático que surgia a reboque da dependência política, econômica e tecnológica dos Estados Unidos: “[...] na prática, o rádio e depois a televisão vinham somar-se aos empreendimentos culturais responsáveis por gerar e disseminar a riqueza linguística, espiritual, estética e ética dos povos e nações. Eles se colocavam [como] as universidades, as bibliotecas e os museus, e a população os reconhecia dessa forma, distantes da esfera dos negócios ou da política de partidos e grupos” (Gobbi & Melo, 2011, p. 264).

Dossiê Mídia, Intelectuais e Política – www.pos.eco.ufrj.br – ISSN 2175-8689 – v. 16, n. 2, p. 28-45, mai./ago. 2013.

Diversos escritores, como Juan José Arreola, Salvador Novo e Paz, foram, assim, chamados pela emissora com a promessa de poderem criar uma ponte com os telespectadores e garantirem, assim, a sobrevivência (Trejo Delarbe, 1989). Suas aparições foram principalmente transmitidas pelo “Canal 9 – *El Canal Cultural de Televisa*” - Certamente, o reconhecimento de Paz pelo grande público esteve relacionado às suas participações na Televisa, entre os anos 70 e 90, movidas por afinidades comunicativas e, em certa medida, afinidades ideológicas, uma vez que possuía uma grande habilidade comunicativa, exaltava os valores democráticos, expressava, cada vez mais, suas simpatias em relação ao liberalismo e realizava severas críticas aos regimes de esquerda (Cuba, Nicarágua, Europa do Leste etc.).

Paz, ao se inserir nesses meios, tornou-se uma celebridade, cujas atividades públicas e privadas eram relatadas e discutidas com frequência, desse modo, seus desentendimentos familiares passaram a ser de interesse público. Veja, por exemplo, a chamada da entrevista na revista *Proceso*, concedida por Paz ao jornalista Felipe Gálvez (1984, p. 48), no ano de 1984: “A falha de meu pai foi que não se deu conta de meu afeto: Octavio Paz”⁹. E a de sua filha Helena Garro, concedida ao jornalista Julio Aranda, logo após a morte, nos dias 20 e 26 de abril de 1998, respectivamente: “tenho boas recordações suas, apesar de seu mal comportamento”¹⁰; “Helena Paz diz que seus pais nunca se divorciaram e exige parte da herança para ela e sua mãe”; “Carta inédita de Octavio Paz para sua filha Helena, em 1983: “Não te desampararei” (Aranda, 1998, p. 60)¹¹. É notável observar como a sociedade contemporânea encontrou na publicização de questões íntimas, inclusive de intelectuais, um modo para o entretenimento.

Segundo o jornalista Septién (1998), o poeta inaugurou no México “uma modalidade hoje em voga do grande artista que se expõe aos meios eletrônicos e que se fala sem muitas desculpas a um público acostumado ao palavreado gutural, ao parâmetro verbal das telenovelas”¹².

A diferença de Paz com outros artistas é que Paz era um intelectual e nunca um intelectual no México tinha adquirido tanto poder político (Aviles Fabila, 1998). O estatuto de celebridade contribuiu para dar maior visibilidade, fama, notoriedade a Paz, mas não

⁹ Livre tradução para: “La falla de mi padre fue que no se dio cuenta de mi afecto: Octavio Paz”.

¹⁰ Livre tradução para: “Tengo buenos recuerdos suyos, pese a que se portó muy mal”.

¹¹ Livre tradução para: “Helena Paz dice que sus padres nunca se divorciaron, y exige parte de la herencia para ella y su madre”; “Carta inédita de Octavio Paz a su hija Helena em 1983: ‘No te desampararé’”.

¹² Livre tradução para: “un modalidad hoy en voga del gran artista que se expone a los medios electrónicos y que habla sin demasiadas complacencias a un público acostumbrado al chisporroteo gutural, al páramo verbal de las telenovelas”.

necessariamente propiciou uma maior e melhor leitura de sua obra. Como afirmou Monsiváis (2000, p. 105): “os leitores são forçosamente uma minoria no país já subjulgado pelo analfabetismo funcional que a cada três minutos muda de canal”.¹³ Aguilar Camín assegurou, em entrevista ao Canal 22, em 1998, que o poeta era mais debatido no México do que realmente lido.

Muito já se discutiu, inspirado na obra de Guy Debord, que esse aspecto está relacionado às sociedades massificadas do mundo contemporâneo, que tornaram a cultura objeto de mercadoria e entretenimento. A leitura e a reflexão foram colocadas em segundo plano, uma vez que os acontecimentos são considerados efêmeros e se “acumulam como espetáculos”. Para Vargas Llosa (2009, p. 14-21), a sociedade do espetáculo possui uma dimensão problemática quando banaliza a cultura, generaliza a frivolidade e conduz a informação de maneira irresponsável. Paz teve, como notado, uma profunda consciência desse fenômeno, o que não o impediu de se inserir em mídias como a Televisa. Um velho amigo do poeta, o diretor e produtor de teatro Rafael Solana, afirmou certa vez que:

Não faltará quem se queixe de que Octavio, pela televisão e em videocassetes não amigável. Há aqueles que o têm por pedante só porque é bem acima do nível médio, tão baixo no México e mesmo em outras partes do mundo. Creio que Paz também é, todavia, um grande escritor, caudaloso e fervoroso, uma figura moral de primeira ordem, com sua coragem de defender ideias que não são somente suas, mas que abriram seu caminho no mundo (Poniatowska, 1998, p. 183)¹⁴.

À parte as resistências à inserção do poeta na Televisa, as suas manifestações públicas contra os regimes autoritários de esquerda e a favor da democracia política e cultural foram manifestações influentes. Para Sánchez Susarrey,¹⁵ colaborador da revista *Vuelta* fundada por Paz, as críticas do poeta ao PRI, na mídia, foram observações fundamentais para as reformas políticas democráticas do Estado burocrático mexicano. A historiadora Alicia Correa Pérez (1998, p. 59) apontou também que a transmissão dos encontros culturais de Paz, na Televisa, deu a volta ao mundo, sendo, em parte, o meio pelo qual o México tornou-se conhecido por outros países.

¹³ Livre tradução para: “Los lectores son forzosamente una minoría en el país ya sojuzgado por el analfabetismo funcional que cada tres minutos cambia de canal.”

¹⁴ Livre tradução para: “No faltará quien se queje de que Octavio, por televisión, en videocassetes, no es simpático. Hay quienes le tienen por pedante sólo porque está muy por encima del nivel medio, tan bajo en México y sin duda en otras partes del orbe. Creo que Paz es, además de un gran escritor, caudaloso y ferviente, una figura moral de primer orden, con su valentía por defender ideas que ya no son sólo suyas, sino se han abierto paso en el mundo.”

¹⁵ Entrevista concedida pelo escritor e jornalista mexicano Jaime Sánchez Susarrey a emissora *Televisa* para o programa *Octavio Paz: el hechicero de la palabra*, realizado em comemoração aos dez anos de morte do poeta Octavio Paz – 05/08. Disponível no site da Televisa – www.televisa.mx. Acessado em: 16/02/2009.

Dossiê Mídia, Intelectuais e Política – www.pos.eco.ufrj.br – ISSN 2175-8689 – v. 16, n. 2, p. 28-45, mai./ago. 2013.

Em um artigo publicado, em 2009, por Vargas Llosa - *La civilización del espectáculo*, o escritor avaliou que a civilização ocidental tinha produzido o fim de um personagem político que tinha desempenhado um papel importante na vida das nações, o intelectual. Desde a Grécia, segundo o escritor peruano, esse personagem tinha contribuído com uma ativa participação e criação da vida pública, tanto em debates religiosos como políticos. Hoje em dia, o intelectual sumiu dos debates públicos. É certo que alguns ainda firmam manifestos, enviam cartas aos jornais e se envolvem em polêmicas, mas nada disso produz uma profunda repercussão na marcha da sociedade, cujos assuntos econômicos, institucionais e, inclusive culturais, são decididos pelo poder político, administrativo e econômico. Os intelectuais “só brilham por sua ausência” e só interessam em seguir o jogo da moda: “Os mandarins de antes são os anônimos de hoje”. Uma das hipóteses do autor para entender essa transformação é o fato de haver um culto às imagens e, ao mesmo tempo, um empobrecimento das ideias como força motora da vida cultural. Somado a isso, as simpatias de muitos intelectuais por regimes totalitários (fascismo, nazismo, stalinismo, maoísmo) e seus silêncios diante das arbitrariedades dessas experiências, tinham sido fatores que contribuíram, segundo ele, para a volatilização de sua importância em nosso tempo (Vargas Llosa, 2009, p. 14-22).

É um pouco discutível a interpretação de Vargas Llosa sobre o papel do intelectual no mundo contemporâneo, principalmente quando pensamos nos impactos produzidos, nos últimos tempos, por intelectuais como Edward Said, Noam Chomsky ou até mesmo o próprio Vargas Llosa, que recentemente ganhou o *Nobel* de literatura. No entanto, se há realmente um empobrecimento das ideias na vida cultural contemporânea, a recepção aos discursos intelectuais pode soar não só desinteressante e desnecessária como também pedante. Paz foi nomeado com esse adjetivo, mas foi, ao mesmo tempo, um dos mais importantes intelectuais de seu tempo a se inserir nos meios de comunicação, logrando o estatuto, segundo García Canclini (1998, p. 99), de “protagonista da comunicação massiva” durante o processo de redemocratização na América Latina.

Não obstante, apesar de o poeta defender a independência crítica em relação ao Estado e à mídia, foi irresistível a tentação de usufruir do imenso poder que essas instituições conferiram a ele e que a sociedade também reconheceu. Como apontou o cientista político Jorge Castañeda (1994, p. 168):

Octavio Paz foi membro do serviço diplomático durante muitos anos, até pedir demissão, em 1968, como protesto pelo massacre de Tlatelolco. Em 1986, ao completar aniversário, aceitou uma homenagem oficial feita pelo governo De La Madrid; mais

tarde, Carlos Salinas de Gortari cortejou-o astutamente, e Paz tornou-se um defensor tão incondicional do novo regime autoritário do PRI como havia sido crítico do regime antigo.

A dificuldade latente do poeta em manter um distanciamento do poder político é também consequência do seu próprio poder intelectual ampliado com sua inserção nos meios de comunicação de massa. Foi nesse período que o processo de democratização política e cultural na América Latina iniciou o enfrentamento de indivíduos especialmente preparados, como foi o caso de Paz, o único *Nobel* de literatura mexicano, com outros que, independente de seus saberes, são “iguais” por definição. É essa contradição da modernidade democrática, segundo Beatriz Sarlo, a de uma igualdade política e comunicativa que contradiz as hierarquias, também modernas, do prestígio, do saber, do mérito, transformando o cenário onde se julgava o conflito (Tono Martinez, 2002, p. 27).

2. Os intelectuais e os meios de comunicação de massa

Muito já se falou que, ao longo do século XX, a cultura foi completamente reestruturada na esfera visual, ao ponto da sociedade moderna acreditar, segundo Susan Sontag, na necessidade de imagens para que algo se torne perceptivelmente “real”. O conhecimento ou o reconhecimento de qualquer coisa é validado, então, pelo fragmentado e incompleto olhar para a representação imagética (Sontag, 2008)¹⁶. Ulpiano Bezerra de Menezes, ao problematizar as questões relativas à imagem, chama a atenção para a necessidade de o pesquisador compreender que o lugar e a importância do visual são historicamente relativos, e cita a obra de Maurice Dumas: *Images et sociétés dans L'Europe moderne*.

Por exemplo, os lugares de concentração das imagens, no século XV, eram bastante diferentes do que ocorrerá no século XVIII; respectivamente Igreja, prefeitura, festas e procissões em tempos determinados; mais tarde, com a difusão assegurada pela litografia espalham-se, inclusive no campo, as gravuras, almanaques, calendários, tornando-se a imagem um bem de consumo acessível a todos e em tempos variados e dilatados (Dumas, 2000, p. 97).

¹⁶ Jean-Louis Missika exemplifica, em seu livro *La fin de la télévision*, como o acontecimento adquire um estatuto de realidade na medida em que é veiculado pela mídia através do depoimento de uma jornalista da CBS. “A cena se passa em meados dos anos 1960 nos Estados Unidos. Um produtor demanda a uma jornalista da CBS, Mayra McLaughlin, aquilo que ela acaba de fazer, e ela responde: ‘Eu decido se eu cubro ou não uma manifestação que não terá lugar se eu não a cobrir’”. (Missika, 2006, p. 87).

Na modernidade, a imagem foi convertida em tema fundamental, com implicações específicas que são impossíveis de minimizar, uma vez que o espaço público foi ligado a inúmeras produções visuais e à circulação de ideias e opiniões complexas, que têm feito repensar as costuras da inteligência tradicional, e com elas suas formas de apreciação e de valores (Missika, 1983, p. 231). Com efeito, o desenvolvimento dos meios de comunicação no século XX (fotografia, cinema, televisão etc.) foi fundamental, tanto para a imensa importância social concedida às imagens quanto para a transformação substantiva da formação e da atuação dos intelectuais. Entre outras coisas, o conhecimento produzido pelos intelectuais, que, em grande parte, era direcionado a um público específico, fosse ele acadêmico, político ou escolarizado, passou a ser difundido, cada vez mais, para um público mais amplo.

Nesse sentido, houve uma inegável democratização do conhecimento produzida pelos meios de comunicação de massa, acompanhada de uma perda de prestígio em relação ao papel dos intelectuais. De acordo com Beatriz Sarlo, se antes os intelectuais expressavam suas ideias e competiam entre si, sobretudo, dentro dos meios escritos, nas últimas décadas os intelectuais estabeleceram também as suas ideias nos meios de comunicação de massa, que é um espaço aonde essas ideias não são as únicas e nem sequer as mais prestigiosas (Sarlo, 2002).

As reações dos intelectuais a essas mudanças tecnológicas sinalizaram, para o jornalista francês Jean-Louis Missika, desconfiança ao adquirir formas múltiplas que vão desde a hostilidade declarada, como a de Theodor Adorno (1990, p. 162)¹⁷ à simpatia benevolente ou à participação seletiva diante dos meios de comunicação de massa (Missika & Wolton, 1983), como as de Raymond Williams, Umberto Eco, Jacques Le Goff, François Furet e Octavio Paz. A hostilidade de muitos intelectuais diante da televisão durou décadas, a ponto de considerarem sinal de distinção manifestar publicamente não vê-la ou não ter o aparelho em suas residências. Suas decepções acerca do desenvolvimento da televisão e do comportamento do público, bem como suas dificuldades em encontrar um lugar e saber a quem conceder a palavra explicam a distância que diversos deles tomaram, há muitos anos a esse respeito. Com o tempo, isto mudou, em parte, por meio de participações seletivas dos mesmos, que relativizaram tanto a ideia de que a televisão não produz cultura como, ao mesmo tempo, compreenderam o enorme poder do meio para a divulgação de suas obras e opiniões. Segundo Vargas Llosa, “a tela conseguiu realizar aquela desmedida ambição que ardeu sempre no coração da literatura e que esta nunca alcançou: chegar a todo o mundo, fazer comungar a sociedade inteira com suas

¹⁷ Segundo Adorno: “A televisão tende a uma síntese do rádio e do cinema [...], mas cujas possibilidades ilimitadas prometem intensificar a tal ponto o empobrecimento dos materiais estéticos que a identidade apenas ligeiramente mascarada de todos os produtos da indústria cultural já amanhã poderá triunfar abertamente” (Adorno, 1990, p. 162).

Dossiê Mídia, Intelectuais e Política – www.pos.eco.ufrj.br – ISSN 2175-8689 – v. 16, n. 2, p. 28-45, mai./ago. 2013.

criações”(Pastoriza, 2003, p. 32)¹⁸. Vale observar a emblemática trajetória midiática do historiador Georges Duby:

Como tantos intelectuais da minha idade, por muito tempo eu esnobei a televisão. Considerava-a uma intrusa. Ela ameaçava invadir, em minha intimidade, o vasto campo que eu pretendia reservar à leitura, à música, às trocas de amizade. Parece-me que cheguei a trabalhar para ela antes mesmo de abrir-lhe espaço em minha casa. Fui solicitado pela primeira vez em 1972, por Pierre Dumayet. [...] Acompanhado de um diretor, Roland Darbois, ele veio propor-me no Collège de France: “Li O tempo das catedrais e gostaria de traduzir o livro em imagens, em imagens em movimento” (Duby, 1993, p. 129).

Embora, nas sociedades modernas, a televisão alcance o maior número de pessoas, de todas as camadas sociais e de forma regular e generalizada (Pastoriza, 2003, p. 27), a ponto de a UNESCO reconhecê-la, nos anos 80, como o principal meio de acesso à cultura e às formas criativas, o espectador de elite tende ainda a manifestar que não tem necessidade da televisão para adquirir cultura, já que para isso existem os livros, as exposições nos museus, as revistas e os cinemas. Para Missika, o discurso das elites que define a “boa televisão” para todos dissimula uma má consciência e uma dificuldade de aceitar ter as mesmas distrações que o mundo (Missika, 1983, p. 228).

Em todo caso, muitos intelectuais, em diversos países, principalmente na França, passaram a participar do desenvolvimento da televisão, fundamentalmente da televisão estatal. Movidos frequentemente por um projeto de “cultura para todos”, eles desejaram fazer da televisão um objeto diversificado e qualificado. Como apontou Peter Burke, em seu livro *História social da mídia*: “Educar, não entreter, esse permanecia o objetivo prioritário para alguns dos primeiros defensores da televisão contra as acusações de que ela exercia uma influência inevitavelmente corruptora da sociedade e da cultura, e de que levava os espectadores a gastar mais tempo com ela do que com outras atividades” (Briggs & Burke, 2004, p. 258).

A longa tradição de programas culturais da televisão francesa revela, por exemplo, segundo o célebre jornalista e apresentador de programas culturais Bernard Pivot, a verdadeira obsessão, tanto da esquerda quanto da direita francesa, pelo nível da transmissão. Para Pivot, o relativo sucesso da audiência de programas culturais na França ocorre pela admiração que os franceses possuem por seus escritores: “Desde os tempos de Voltaire e Victor Hugo, os franceses gostam mais de contemplar e escutar seus escritores que aos homens

¹⁸Livre tradução para: “la pantalla ha conseguido realizar aquella desmedida ambición que ardió siempre en el corazón de la literatura y que esta nunca alcanzó: llegar a todo el mundo, hacer comulgar a la sociedad entera con sus creaciones”

Dossiê Mídia, Intelectuais e Política – www.pos.eco.ufrj.br – ISSN 2175-8689 – v. 16, n. 2, p. 28-45, mai./ago. 2013.

políticos, desportistas ou cantores...” (Pastoriza, 2003, p. 57).¹⁹ Programas como *Droïte de Réponse*; *Club des poètes*; *Lectures pour tous*; *Apostrofhes etc.* apresentaram ao grande público referências intelectuais tradicionais e modernas, e séries culturais, como *O tempo das catedrais*, apoiadas por centros universitários como o *Collège de France*, levaram para as telas aspectos das identidades históricas francesas. Nomes como Jacques Le Goff, Michael Foucault, Pierre Bourdieu, Claude Levy-Strauss, François Furet etc., ganharam visibilidade, em programas como *Apostrofhes*, e colocaram em relevo a ideia de que a informação sobre o mundo do livro ou da “cultura de elite” não era incompatível com a ampla audiência.

Seguramente, as experiências dos programas culturais franceses não foram experimentadas da mesma forma na América Latina, até porque o público francês costuma ler e conhecer melhor os seus escritores que os latino-americanos que, ainda hoje, encontram sérios desafios na leitura, como uma prática social sistematizada. Por outro lado, é certo afirmar que o papel desses programas televisivos seria também o de tocar e atrair as pessoas simples para compreenderem e apreciarem um mundo cultural do qual elas desconhecem, além de revelar as diferenças de gostos e comportamentos que eram, até então, dissimuladas (Duby, 1993, p. 134). Escritores como Arturo Uslar Pietri na Venezuela; Jaime Bayly, Vargas Llosa no Peru; Eduardo Lizalde, Carlos Fuentes, Octavio Paz no México; Antonio Skármeta no Chile converteram-se, a partir dos anos 60, em uns dos principais protagonistas do espaço cultural da televisão latino-americana (Pastoriza, 2003, p. 57), apesar de suas audiências nunca terem sido tão expressivas como os programas de entretenimento (novelas, futebol, carnaval, jornais diários etc.), que se interessavam, inclusive, por tratar acerca da vida íntima de muitos deles.

Na América Latina, a partir das independências, os intelectuais contribuíram para a constituição das nações por meio de romances, poesias, obras históricas, contos, charges, etc., ao evidenciar desde uma visão idealizada a um olhar profundamente crítico e desencantado a respeito das mesmas. Na primeira metade do século XX, com o desenvolvimento do rádio, do cinema e da televisão, eles mantiveram uma participação significativa e vinculada, na maioria das vezes, segundo o historiador Bernardo Subercaseaux (Garretón, 1999), ao Estado, que nesse período, era ainda possuidor de uma ideia centralizadora da cultura, como é possível observar nas práticas educacionais dos regimes populistas. Certamente, é a geração do *boom* latino-americano, na segunda metade do século XX, que vai experimentar uma circulação

¹⁹Livre tradução para: “Desde los tiempos de Voltaire y Victor Hugo, a los franceses les gusta más contemplar y escuchar a sus escritores que a sus hombres políticos, deportistas o cantantes...”

Dossiê Mídia, Intelectuais e Política – www.pos.eco.ufrj.br – ISSN 2175-8689 – v. 16, n. 2, p. 28-45, mai./ago. 2013.

massiva e plural de suas obras em conjunto com uma viva participação nos meios de comunicação, fomentada pela chamada “indústria cultural”, que, como definiu Adorno, produz uma cultura característica do capitalismo realizada por poucos polos emissores e dirigida a milhares de pessoas (Williams, 2007, p. 431). A possibilidade da inserção desses escritores do “boom” na indústria cultural foi devido ao fato de serem, como afirmou Subercaseaux,

capazes de articular um discurso interessante e de comentar sobre os temas e utopias mais populares do momento, as revistas e, especialmente, a entrevista com os autores, tornaram-se um verdadeiro gênero de jornalismo, reforçando sistema de marketing que, para os editores tinha, praticamente, custo zero. Convertido o escritor em uma estrela, gerou-se, assim, uma pressão por parte do público leitor - pressão que foi mediado pelos editores. [...] Nesse contexto, garantiu a profissionalização do escritor e também houve casos - pela dependência dos royalties - em que estes foram forçados a sobrescrever ou a montar livros que não eram espiritualmente e profundamente livros, ou publicá-los quando ainda não estavam sedimentados como tal. Tudo isso foi resultado, é claro, um fenômeno novo na América Latina e na Espanha: a passagem de um mercado consumidor de elite literária a uma massa (Garretón, 1999, p. 180)^{20 21}.

Vale dizer também que as relações desses intelectuais latino-americanos com as mídias foram conflituosas, pois apesar de ganharem visibilidade, fama e reconhecimento do grande público ao se inserirem no rádio, na televisão ou no cinema, eles continuamente denunciavam, através, fundamentalmente, da imprensa escrita, a lógica mercantil desses meios e, no último quartel do século XX, o empobrecimento cultural dos mesmos (Missika, 2006, p. 87). Em 1995, Paz, como exemplo, participou de uma reunião de ganhadores do *Nobel*, na Itália, destinada a refletir sobre os meios de comunicação de massa, e marcou a sua posição ao denunciar a forma acrítica como eram transmitidas as mensagens e defendeu a necessidade da existência de regras claras por meio de reformas contundentes capazes de garantir que os meios de comunicação fossem efetivamente democráticos, ou seja, que traduzissem a pluralidade cultural das sociedades (Paz, 2001, p. 395-401).

²⁰Livre tradução para: “capaces de articular un discurso interesante y de opinar sobre los temas y utopías más candentes del momento. Las revistas y sobre todo la entrevista a los autores se convirtieron en un verdadero género periodístico, afianzando así un sistema de marketing que para las editoriales prácticamente tenía costo cero. Convertido el escritor en una estrella se generó así una presión por parte del público lector - presión que fue mediada por los editoriales. [...] En ese contexto, se afianzó la profesionalización del escritor y también se dieron casos - por la dependencia de los royalties - en que éstos se vieron obligados a sobrescribir o a armar libros que no eran espiritual y profundamente libros, o a publicarlos cuando todavía no estaban sedimentados como tales. Todo esto fue resultado, por supuesto, de un fenómeno nuevo en América Latina y en España: El paso de un mercado de consumo literario de elite a uno de masas (Garretón, 1999, p. 180).

²¹ Veja as observações de Paz sobre as exigências do mercado na publicização do conhecimento, em carta ao amigo Pere Gimferrer, em 1973: “Um conselho fraternal: não te deixes ganhar pelos compromissos editoriais e escreva somente sobre o que gosta ou te apaixone. Digo isso porque este ano e no anterior aceitei, às vezes por fraqueza, outras por amizade, escrever prólogos, apresentações e textos de trabalho. Tudo isso me distraiu muito e se colocou entre a minha poesia e eu. Nossos países são terríveis: te matam com sua indiferença, ou com sua solicitude exigente. O desdém ou o sangue” (Paz, 1999, p. 55).

Parte das críticas recorrentes a respeito dos programas culturais midiáticos, sem perceber, muitas vezes, esqueceu-se do fato inevitável de que a cultura contemporânea está condicionada aos meios de comunicação de massa, ou, como afirmou Raymond Williams, a tecnologia não está isolada da cultura. A televisão foi inventada e popularizada, cada vez mais, a partir dos anos 50 como um resultado de pesquisas científicas e técnicas e o seu poder foi capaz de alterar os procedimentos da informação, a percepção sobre a realidade, a vida social e a relação com o conhecimento (Williams, 2011, p. 27).²² Por mais questionáveis que sejam os resultados dos programas culturais televisivos, de acordo com Duby, os intelectuais trabalham, nesse caso, para o efêmero, o que os obriga a serem objetivos para que a informação seja apreendida. “Condensar a mensagem, esquematizá-la, torná-la em última instância caricatural é uma prática válida, pois o seu tempo de transmissão é extremamente curto. Além disso, o intelectual deve aceitar que o produto final nunca corresponde ao que ele esperava, e que, nesse caso, ele é um mau juiz” (Duby, 1993, p. 131). A televisão, assim, como não se destina exclusivamente aos intelectuais, muito pelo contrário, pode funcionar sem recorrer às suas normas e aos seus julgamentos.

O fato de toda a estrutura da comunicação, seja ela midiática ou não, impor contraste à difusão de ideias, e risco de certa deformação das mesmas, não é impedimento para a continuidade dos processos comunicativos ou para a reformulação deles nos moldes intelectuais. Nada prova, de certa maneira, como afirmou Missika (1983, p. 238), que a televisão seja uma vasta empresa de despolitização dos cidadãos, e de toda forma se isso ocorreu ou ocorre, os intelectuais teriam uma parcela de responsabilidade. Segundo o autor, amanhã eles serão julgados sobre a capacidade de se situarem efetivamente nas mídias e sobre o uso que delas fizeram.

Outro aspecto a ser considerado é que toda produção cultural e trabalho intelectual, nas sociedades ocidentais, sempre serviram mais aos poderes políticos, econômicos e religiosos do que ao conhecimento “puro”, possuindo, assim, um papel estratégico dentro das relações de força e dos conflitos sociais. Mas isto só se tornou um problema admissível de análise no mundo contemporâneo e democrático. Para tanto, os intelectuais tiveram o seu papel, como detentores da crítica social, questionado pela generalização das mídias, apesar de constituírem

²² Segundo Raymond Williams, é importante considerar a história do advento da televisão: “a invenção da televisão não foi um acontecimento individual, nem uma série de acontecimentos individuais. Dependeu de um conjunto de invenções e desenvolvimentos nos campos da eletricidade, da telegrafia, a fotografia, o cinema e o rádio. Poderia se dizer que se a isolou com um objetivo tecnológico específico no período compreendido entre 1875 e 1890 e, logo depois de um intervalo, foi desenvolvida a partir de 1920, como uma empresa tecnológica específica, até que na década de 1930 foram postos em funcionamento os primeiros sistemas de televisão pública. Com tudo isso, e cada uma destas fases, alguns partes da criação da televisão dependeram de outros inventos concebidos, a princípio com outros propósitos” (Williams, 2011, p. 27).

Dossiê Mídia, Intelectuais e Política – www.pos.eco.ufrj.br – ISSN 2175-8689 – v. 16, n. 2, p. 28-45, mai./ago. 2013.

um grupo de referência para todas as questões relativas à sociedade. Segundo Burke, o surgimento regular e massivo da televisão, na década de 1950, possibilitou de modo significativo um interesse acerca da comunicação visual e estimulou a emergência de uma teoria interdisciplinar da mídia. Mas as denúncias sobre a televisão, escreveu o historiador: “remetem a debates antigos sobre os efeitos prejudiciais dos romances sobre os leitores e de peças teatrais sobre o público, nos séculos XVIII ou mesmo XVI, ao alimentar o ímpeto das paixões” (Briggs & Burke, 2004, p. 14).

Se as pesquisas sobre essa matéria, durante anos, foram relativamente escassas e reticentes no que concerne à autocrítica de quem as produz, isto, sem dúvida, revela uma repugnância dos intelectuais se tornarem objeto de análise. Como assinalou Missika, eles estão dentro de uma dupla posição. Por sua função, os intelectuais refletem sobre o sentido da mídia massiva e, simultaneamente, estão engajados dentro de uma relação de forças, que colocam em evidência os seus interesses particulares e suas fragilidades (Missika, 1983, p. 224).

Mas o incômodo maior da imprensa, e de alguns intelectuais, não é a informação rápida e esquematizada dos programas culturais veiculados pela mídia, e sim o peso, cada vez mais excessivo, do mercado publicitário nas produções culturais televisivas, levando, em boa medida, à mediocridade e à dependência do intelectual com relação às empresas de telecomunicações. O contraponto existente a essa crítica é que os interesses econômicos se sobrepõem aos interesses culturais em vários âmbitos das sociedades capitalistas. Projetos editoriais, musicais, artísticos e educativos também sofrem, com frequência, do mesmo drama dos programas televisivos no mundo capitalista, porém com menos visibilidade. O problema acerca da televisão na América Latina, de acordo com Jesus Martín-Barbero, é que ela quase nunca é considerada nas políticas culturais estatais, o que compromete a diversificação de suas emissões. A oposição entre “cultura” e “massa” ainda perdura e, com isso, restringe o significado da “cultura” ao conteúdo e da “massa” ao entretenimento, comprometendo a representação da diversidade social na mídia, e a implementação de políticas públicas capazes de transformar essa realidade (Barbero, 1999, p. 180).

É importante pontuar que o conflito latente entre “cultura letrada” e “cultura imagética” advém do predomínio da primeira sobre a segunda, desde muitos séculos atrás. Certamente, a abertura democrática do espaço público foi responsável por transformar as regras sociais, diversificar as condições materiais, ampliar os meios de comunicação imagéticos, aumentar o número de informação circulante e de pessoas que exprimem suas opiniões, e julgam as alheias. Assim, a elite se tornou mais plural e o seu gosto, mais e mais,

estranho àquilo que chamávamos de “cultura de elite” ou “cultura letrada”. Raymond Williams, ao trabalhar acerca da mudança de sentido de algumas palavras diante das transformações econômicas, políticas e sociais do mundo moderno, industrializado e democrático notou como a palavra cultura dá testemunho dessas numerosas reações importantes e continuadas da sociedade, nos últimos séculos, ao ter o seu sentido significativamente ampliado.

[A cultura representa] todo um modo de vida que não é apenas maneira de encarar a totalidade, mas ainda, maneira de experimentar toda experiência comum e, à luz dessa interpretação, mudá-la. Cultura significa um estado ou um hábito mental ou, ainda, um corpo de atividades intelectuais e morais; agora, significa também todo um modo de vida. Essa evolução como dos significados originais e de suas relações, não é acidental, mas geral e profundamente importante (Williams, 2004, p. 251).

O pensamento de Paz e sua inserção nos meios de comunicação de massa são emblemáticos desse conjunto de questões e transformações sociais apontadas acima, uma vez que não apenas se inseriu nos meios de comunicação de massa com a convicção de que era uma das únicas formas de democratizar o conhecimento nas sociedades contemporâneas, como também refletiu sobre essa questão em ensaios como *Televisión: cultura y diversidad* (1979); *El pacto verbal* (1980); *Democracia: lo absoluto y lo relativo* (1992); *El pacto verbal III* (1995).

Referências bibliográficas:

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural. O iluminismo como mistificação de massas. In: LIMA, Luiz Costa (org.) *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz & Terra, 1990.

AVILES FABILA, René. Su reinado dividió a la cultura del país. *Excelsior*, México, domingo 26 de abril de 1998.

ARANDA, Julio. Helena Paz dice que sus padres nunca se divorciaron, y exige parte de la herencia para ella y su madre. *Revista Proceso*, México, n. 1121 / 26 de abril de 1998.

BRIGGS, Asa & BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2004.

CASTAÑEDA, Jorge. *Utopia desarmada: intrigas, dilemas e promessas da esquerda latino-americana*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

CORREA PÉREZ, Alicia. Acercamiento a la obra de Octavio Paz. *Cuadernos Americanos*, México, n. 70, julio-agosto de 1998.

DORELLA, Priscila R. *Octavio Paz: estratégias de reconhecimento, polêmicas políticas e debates midiáticos no México*. Tese de Doutorado – Departamento de História da UFMG, 2012.

DUMAS, Maurice. *Images et sociétés dans L'Europe moderne*. Paris: Armand Collin, 2000. Apud: MENEZES, Ulpiano T. Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, história visual. Balanço provisório, propostas cautelares. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 23, n. 45, ANPUH, 2003.

DUBY, Georges. *A história continua*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1993.

GÁLVEZ, Felipe. La falla de mi padre fue que no se dio cuenta de mi afecto: Octavio Paz. México: revista *Proceso* – 20 de agosto de 1984 n. 407, p.48.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Edusp, 1998.

GARCÍA HERNANDEZ & ESPINOSA, Pablo. La simbiosis Paz-Televisa, capítulo pendiente de reflexión. *La Jornada*, México, 21 de abril de 1998, p.11.

GOBBI, Maria Cristina & MELO, José Marques de (orgs.). Consumo cultural que permita reinventar o caráter público da televisão. *Televisão na América Latina: 1950-2010, pioneirismo, ousadia e inventividade*. São Bernardo do Campo, UNESP, 2011.

GRUZINSKI, Serge. *A guerra das imagens: de Cristovão Colombo a Blade Runner (1492-2019)*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. Las transformaciones del mapa: identidades, indústrias y culturas. In: GARRETÓN, Manuel Antonio (coord.). *América Latina: un espacio cultural en el mundo globalizado. Debates y perspectivas*. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 1999.

MARTINEZ MEDELLIN, Francisco J. *Televisa: siga la huella*. México: Instituto Politécnico Nacional: Claves Latinoamericanas, 1989.

MISSIKA, Jean-Louis. *La fin de la télévision*. Paris: La Republique des Idees, 2006.

MONSIVÁIS, Carlos. *Adónde yo soy tú somos nosotros. Octavio Paz: crónica de vida y obra*. México: RayaelAgua, 2000.

MORAES, Sonia & CAMPBELL, Federico. Paz en la TV, juzgado por intelectuales: muchos se abstienen. *Revista Proceso*, México, 26 de marzo de 1984.

PASTORIZA, Francisco R. *Cultura y televisión: una relación de conflicto*. Barcelona: Gedisa, 2003.

PAZ, Octavio. El Pacto Verbal III. In: *Octavio Paz Obras Completas – Miscelánea II*. Vol.14. México: FCE, 2001, pp. 395-401 (1ª ed. 2000).

_____. *Memorias y palabras: cartas a Pere Gimferrer (1966-1997)*. Barcelona: Seix Barral: Biblioteca Breve, 1999.

RAMÍREZ, Ignacio. “En el gobierno encontró la Televisa...”. *Revista Proceso*, México, 27 de agosto de 1984, p.22.

_____. Además de las empresas oficiales, Televisa va atrás las centrales obreras. *Revista Proceso*, México, 27 de agosto de 1984, p.20.

SONTAG, Susan. Fotografia: uma pequena suma. In: *Ao mesmo tempo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

SARLO, Beatriz. Sensibilidad, cultura y política: el cambio de fin de siglo. In: TONO MARTINEZ, José (comp.) *Observatorio siglo XXI: reflexiones sobre arte, cultura y tecnología*. México: Paidós, 2002.

SEPTIÉN, Jaime. Octavio Paz y la televisión. *¡Siempre!*, México, 30 de Abril de 1998.

SOLANA, Rafael *Apud* PONIATOWSKA, Elena. *Octavio Paz: Las palabras del árbol*. Barcelona: Editora: Lumen, 1998.

SUBERCASEAUX, Bernardo, Élite ilustrada, intelectuales y espacio cultural. In: GARRETÓN, Manuel Antonio (coord.). *América Latina: un espacio cultural en el mundo globalizado. Debates y perspectivas*. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 1999.

TAIBO, Ignacio. Televisa ha comprado una figura mundial. *El Financiero*, México, 12 de Octubre de 1990, p.43.

TREJO DELARBE, Raúl (org.). *Televisa: el quinto poder*. México: Claves Latinoamericanas, 1989, p.14.

VARGAS LLOSA, Mario. La civilización del espectáculo. Revista *Letras Libres*, México, 02/2009, Año XI, n. 122, pp. 14-22.

ZAMARRA, Roberto. Paz ejerce un dogmatismo primitivo. *Reforma*, México, jueves 30 de agosto de 1990.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura e Sociedade (1780-1950)*. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1969.

_____. *Palavras-Chave*. São Paulo: Boitempo, 2007.

_____. *Televisión: tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidós, 2011.