

A televisão e o campo acadêmico

Television and the academic field

Yamila Heram

Doutora em Ciências Sociais pela Universidade de Buenos Aires (UBA) e mestre em Comunicação e Cultura (UBA). Foi professora visitante na Universidade Complutense de Madrid (Espanha), na Universidade de Playa Ancha (Chile) e na Universidade de Cádiz (Espanha). Leciona as disciplinas “Teoria e Prática da Comunicação II” e “Televisão e Crítica da Mídia” na Faculdade de Ciências Sociais da UBA. Publicou artigos em revistas científicas nacionais e internacionais. É também diretora de projetos de investigação relacionados com a televisão e a mídia.

E-mail: yaheram@yahoo.com.ar

SUBMETIDO EM: 01/07/2014

ACEITO EM: 03/03/2015

PERSPECTIVAS

RESUMO

Propomo-nos reconstruir as perspectivas teóricas da área de comunicação da Argentina, sobretudo na TV. Por meio de uma abordagem histórica, analisamos as transformações materiais desenvolvidas em termos de política cultural e tecnológica, como ditaduras, transição democrática, políticas neoliberais, mudanças tecnológicas e hegemonias videoculturais. Discutiremos as perspectivas do campo e mudanças da própria mídia. Trabalhamos especificamente no período de 1990. Optamos por focar em alguns eixos: a polêmica entre Sarlo e Landi, pois ilustra duas tendências do pensamento da TV, e a pesquisa sobre os consumos culturais. Trabalhamos também com uma das tendências argumentativas do período que se baseiam em legitimar posições entusiastas da TV a partir da construção de um fantasma controverso. Finalmente, damos conta das contratendências da época.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão; Consumo; Campo da comunicação.

ABSTRACT

Our purpose is to reconstruct the theoretical perspectives of the communication field in Argentina, especially on television. Through a historical approach, we analyze the material transformations developed in terms of cultural and technological policy, such as dictatorships, democratic transition, neoliberal policies, technological changes and videocultural hegemonies. We will discuss the perspectives of the field and the shifts in the media itself, specifically from the 1990 period. We choose to focus on some axes: the controversy between Sarlo and Landi – as it features two trends of thought on television – and research on cultural consumption. We also discuss one of the argumentative tendencies of the period that is based on legitimate enthusiasts positions of the TV from the construction of a controversial ghost. Finally, we discuss the counter-tendencies of the time.

KEYWORDS: Television; Consumption; Communication field.

A televisão como objeto de estudo tem suscitado um grande interesse pelo campo comunicacional. É por isso que propomos reconstruir as perspectivas teóricas e metodológicas que, a partir do campo acadêmico argentino da comunicação, desenvolveram-se sobre essa mídia. A abordagem que propomos é histórica e material. As transformações que se desenvolveram no plano político, cultural e tecnológico, como as ditaduras, a transição democrática, as políticas neoliberais, as mudanças tecnológicas e as hegemonias videoculturais, têm dialogado com as perspectivas do campo e com as próprias mudanças da mídia. Trabalharemos especificamente no período da década de 1990. Se a passagem do paradigma dos anos 1960 e 1970 aos 1980 foi uma forte mudança nas perspectivas teóricas e nos objetos de análise, nos anos 1990 aprofunda-se o deslocamento da década anterior¹. Ou seja, da crítica ideológica se passa pela crítica cultural para chegar a uma crítica da intertextualidade e dos conteúdos.

Em referência às temáticas pesquisadas no campo comunicacional argentino, priorizamos consumos culturais, identidades, audiências, juventudes e minorias. A perspectiva teórica preponderante está vinculada aos Estudos Culturais. Num contexto no qual se acentua o papel do mercado como regulador da cultura, acompanhado de um processo de predomínio da hegemonia videocultural, o mapa comunicacional se reconfigura. De um lado, uma indústria cultural cada vez mais concentrada a partir da privatização de canais e da conformação legal dos multimídias e, de outro, o auge dos cursos de ciências da comunicação e afins, o que provoca um aumento da quantidade de profissionais especializados na temática que intervêm na academia, no mercado e no Estado.

Neste texto, centramo-nos em alguns dos eixos de análise que caracterizam núcleos representativos e paradigmáticos do período. Inicialmente, detemo-nos na polêmica intelectual entre Beatriz Sarlo e Oscar Landi, pois ilustra duas formas contrapostas de pensar a televisão. Em seguida, ocupamo-nos das pesquisas acadêmicas que se interessam pelos consumos culturais. Trabalhamos com uma das fortes tendências argumentativas do período, baseada na legitimação das posições mais entusiastas com a televisão — a partir da construção de um fantasma polêmico de caráter apocalíptico. Finalmente, damos conta das contratendências da época, olhando para autores que propuseram outras perspectivas de análise.

O debate Sarlo / Landi

Na revista *Punto de Vista*, Beatriz Sarlo publica uma resenha crítica do livro *Debórame otra vez: qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión* (1992), de Oscar Landi. Essa polêmica exemplifica, por várias razões, as tendências do campo nos anos 1990. Na realidade, poder-se-ia falar de meia polêmica, pois Landi nunca respondeu. Essa é uma das marcas da época, em contraste com os debates nos inícios da formação do campo da comunicação, como os que se deram em torno do livro *Para leer al Pato Donald* (1972), de Dorfman e Mattelart, publicados nas revistas *Lenguajes e Comunicación y Cultura*.

A meia polêmica permite reconhecer duas tendências na maneira de pensar a televisão. Para Landi, a perspectiva dominante se baseia em conceber a televisão como

¹ Cf. Raúl Fuentes Navarro (1992).

“situação de fato” (1992, p.11, tradução nossa), ou seja, como algo dado que se deve aceitar. Para Sarlo, a crítica central também gira em torno desta perspectiva: “Devo supor que se refere a um tipo de acontecimento cuja existência é independente da vontade [...], uma situação frente à qual não se exerce a crítica, que se aceita porque ali está” (1992, p.13, tradução nossa)².

Alguns dos temas nos quais não concordam na análise são: a reflexão sobre os videoclipes, a homologação do papel democratizador que teve a imprensa com a televisão e a valoração em torno do comediante Alberto Olmedo.

No que diz respeito ao videoclipe, Landi recorre às vanguardas para justificar a continuidade de certa tradição que tem relação com o visual; as vanguardas se fragmentam e se justapõem, assim como no videoclipe. Sarlo contra-argumenta que Landi “menospreza os conflitos estéticos das vanguardas e também as diferenças entre operações que só parecem afins se olhadas de longe” (p. 14, tradução nossa)³. Sarlo focaliza o jogo duplo de Landi, que critica os intelectuais por analisar a televisão a partir de uma cultura erudita e ao mesmo tempo recorre aos acadêmicos e à história para legitimar seu discurso, mencionando Ulisses de Joyce em relação às técnicas do visual que adota na narrativa escrita. Igualmente, observa que a teoria de Landi sobre os videoclipes se encontra carente de objeto, pois não analisa nenhum deles.

Outro tema sobre o qual discordam é em torno da relação televisão/imprensa. Landi iguala a televisão, com o papel democratizador que teve no seu momento, à imprensa; já para Sarlo “ainda é preciso demonstrar se foi capaz [a televisão] de impulsionar mudanças cujos efeitos democratizadores sejam tão profundos como os que foram introduzidos pela revolução da imprensa. Que a cultura eletrônica seja transclassista (e isso também tem que ser demonstrado) não significa que seja democrática” (p. 14, tradução nossa)⁴.

Finalmente, outra questão sobre a qual polemizam diz respeito à figura de Alberto Olmedo. Landi o situa num lugar próximo ao cômico, resgatando sua capacidade de improvisação, enquanto Sarlo observa os limites de suas improvisações: “Olmedo improvisava, mas dificilmente no limite de um abismo; o formato de seu programa funcionou como uma grelha, forte e modificada só com extrema cautela, dentro da qual o talento repentista do cômico incrustava miniaturas de improvisação” (Sarlo, 1992, p.17, tradução nossa)⁵. Assim mesmo, observa criticamente que, em se tratando de um livro sobre a televisão, Landi não levou em consideração para a análise de Olmedo as condições estéticas e técnicas de produção.

A legitimidade do consumo

O interesse por indagar e refletir sobre o consumo é uma das características da época. *Públicos y consumos culturales de Buenos Aires* (1990) é uma investigação realizada por Oscar Landi, Ariana Vacchieri e Luis Alberto Quevedo, no marco do Grupo de Tra-

² Citação original: “Debo suponer que se refiere a un tipo de acontecimiento cuya existencia es independiente de la voluntad [...] una situación frente a la cual no se ejerce la crítica, una situación que se acepta porque allí está.”

³ Citação original: “Pasa por alto los conflictos estéticos de las vanguardias y también pasa por alto las diferencias entre operaciones que sólo parecen afines si se las mira desde lejos.”

⁴ Citação original: “Todavía queda por demostrar si ha sido capaz [la televisión] de impulsar cambios cuyos efectos democratizadores sean tan profundos como los que introdujo la revolución de la imprenta. Que la cultura electrónica sea transclassista (y esto también hay que demostrarlo) no significa que sea democrática.”

⁵ Citação original: “Olmedo improvisaba pero difícilmente al borde de ningún abismo: el formato de su programa funcionó como una grilla, fuerte y modificada sólo con extrema cautela, dentro de la cual el talento repentista del cómico incrustaba miniaturas de improvisación.”

balho de Políticas Culturais de CLACSO dirigido por Néstor García Canclini. O objetivo é analisar pesquisas sobre os consumos culturais nas grandes cidades da América Latina. Eles se dedicam a Buenos Aires e a Conurbano, onde o consumo televisivo é um dos mais destacados por parte dos pesquisados, 95%. Um dos livros que melhor condensam a perspectiva do período é *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización* (1995), de García Canclini. Do título podemos deduzir qual é a hipótese a que recorre a obra, plasmada efetivamente no capítulo “O consumo serve para pensar”⁶. O autor parece igualar os sujeitos consumidores com os sujeitos cidadãos, ou seja, aqueles que conformam sua identidade em relação com a interpelação do mercado mediante uma ação individual e, o conceito de cidadania, que provoca a intervenção do Estado. Então, se consumidores são iguais a cidadãos, qualquer um poderia construir sua cidadania no mercado. Inclusive se desenvolve uma expectativa a respeito da organização das audiências e a construção do gosto seletivo a partir das próprias práticas do consumo midiático. A hipótese do livro não é um dado menor num contexto no qual as instituições estão sofrendo uma forte crise de orçamento e de representatividade, como é o caso da escola pública, espaço por excelência onde se constrói cidadania. Um dos deslocamentos em torno da análise do consumo se exemplifica na seguinte afirmação de García Canclini:

Agora olhamos os processos de consumo como algo mais complexo que a relação entre meios manipuladores e audiências dóceis. Sabe-se que um elevado número de estudos sobre comunicação massiva tem mostrado que a hegemonia cultural não se realiza mediante ações verticais nas quais os dominadores apresariam os receptores. (p. 41, tradução nossa)⁷

É assim que propõe sua definição de consumo:

O conjunto dos processos socioculturais nos quais se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Essa caracterização ajuda a ver os atos por meio dos quais consumimos como algo além de uma série de exercícios de gostos, caprichos ou compras irreflexivas, segundo supõem os julgamentos moralistas ou atitudes individuais (p. 43, tradução nossa)⁸

Na revisão que realiza do consumo, o autor se aproxima a Mary Douglas e Baron Isherwood no papel duplo das mercadorias “como proporcionadoras de substâncias e estabelecedoras das linhas das relações sociais” (Sunkel, 2002, p.289, tradução nossa)⁹. Dessa forma, García Canclini afirma: “Consumir é fazer mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora.” Por isso, além de ser úteis para expandir o mercado e reproduzir a força de trabalho, para nos distinguirmos dos outros e comunicarmos com eles, como afirma Douglas e Isherwood, “as mercadorias servem para pensar”¹⁰ (p. 48, tradução nossa). Num período caracterizado pelo declínio dos grandes relatos, pela crise dos partidos políticos e da educação, pelo forte desemprego e pelo aumento da flexibilidade laboral, o mercado se realoca na cena a partir de uma visão mais “humana”. Precisamente García Canclini propõe um mercado democratizador:

⁶ Título original: *El consumo sirve para pensar*.

⁷ Citação original: “Ahora miramos los procesos de consumo como algo más complejo que la relación entre medios manipuladores y audiencias dóciles. Se sabe que buen número de estudios sobre comunicación masiva han mostrado que la hegemonia cultural no se realiza mediante acciones verticales en las que los dominadores apresarían a los receptores.”

⁸ Citação original: “El conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos. Esta caracterización ayuda a ver los actos a través de los cuales consumimos como algo más que ejercicios de gustos, antojos o compras irreflexivas, según suponen los juicios moralistas o actitudes individuales.”

⁹ Citação original: “Como proporcionadoras de substancias y establecedores de las líneas de las relaciones sociales.”

¹⁰ Citação original: “Las mercancías sirven para pensar.”

Para que o consumo possa se articular com um exercício reflexivo da cidadania devem ser reunidos, no mínimo, estes requisitos: a) uma vasta e diversificada oferta de bens e mensagens [...]; b) informação multidirecional e confiável sobre os produtos [...]; c) participação democrática dos principais setores da sociedade civil nas decisões de ordem material, simbólica, jurídica e política nas quais se organizam os consumos. (p. 53, tradução nossa).¹¹

Se esses itens fossem efetivados estaríamos diante da presença de uma mudança no sistema produtivo, mas, como sempre os donos dos meios de produção têm como objetivo a obtenção de lucro, seria estranho esperar o mercado decidir oferecer produtos ou serviços diversos (a diversidade tática estratégica está contemplada dentro do próprio sistema). A respeito do ponto b, é difícil se concretizar um tipo de discurso publicitário que deixe de vender estilos de vida etc., para, ao contrário, brindar-nos com informação confiável sobre os produtos (Gándara, 2006). Dessa forma, no final do capítulo o autor parecia reconhecer a impossibilidade de sintetizar cidadania como consumo:

Os Estados cederam grande parte do controle das sociedades às empresas privadas e está claro aonde conduz a privatização desenfreada: descapitalização nacional, subconsumo das maiorias, desemprego, empobrecimento da oferta cultural. Vincular o consumo com a cidadania requer ensaiar uma realocação do mercado na sociedade (p. 55, tradução nossa).¹²

Por outra parte, Grimson e Varela, em *Audiencias, cultura y poder: estudios sobre la televisión* (1999), estruturam um deslocamento em direção ao consumo e à recepção que começa nos anos 1980. Fazem referência à utilização dos estudos de recepção para realizar análises de mercado, ou seja, instrumentalizar as teorias e as metodologias. Nesse mesmo livro, escrevem, junto com Carlos Masotta, um trabalho sobre a percepção televisiva nos espaços públicos (metrô e bares); se interrogam sobre que função cumpre o meio no dito entorno e que tipo de consumo realiza-se. Se metodologicamente não se explicitam se a participação que realizam é aberta ou encoberta, a quantidade de vezes que fazem o trabalho de campo nem de qual forma obtêm as testemunhas, interessa-nos parar em algumas das conclusões às quais chegam. Os autores afirmam que a televisão nos espaços públicos pode servir para reconstituir os laços sociais e a ideia de pertença; contudo, procuram não se posicionar a partir uma perspectiva total de reivindicação das audiências, mantendo um olhar mais abrangente e advertindo que “para que os novos atores coletivos possam se constituir terão, necessariamente, que transcender sua própria constituição social como audiências ou receptores, privados ou públicos, da televisão” (1999, p.226, tradução nossa).¹³

A construção de um fantasma polêmico

Na literatura que analisa a televisão sob uma perspectiva otimista, no que diz respeito a possibilidades e alcances do meio, normalmente predomina a construção de um fantasma polêmico com aquilo que se discute. Mangone (2007) faz referência à ausência de nomes e pesquisas na construção do branco polêmico, ou à estratégia de tomar um caso marginal e individual como central no debate, questão exemplificada

¹¹ Citação original: “Para que el consumo pueda articularse con un ejercicio reflexivo de la ciudadanía debe reunirse al menos estos requisitos: a) una oferta vasta y diversificada de bienes y mensajes [...]; b) información multidireccional y confiable acerca de los productos [...]; c) participación democrática de los principales sectores de la sociedad civil en las decisiones del orden material, simbólico, jurídico y político donde se organizan los consumos.”

¹² Citação original: “Los Estados cedieron gran parte del control de las sociedades a las empresas privadas, está claro a dónde conduce la privatización a ultranza: descapitalización nacional, subconsumo de las mayorías, desempleo, empobrecimiento de la oferta cultural. Vincular el consumo con la ciudadanía requiere ensayar una reubicación del mercado en la sociedad.”

¹³ Citação original: “Para que nuevos actores colectivos puedan constituirse tendrán, necesariamente, que transcender su propia constitución social como audiencias o receptores, privados o públicos, de la televisión.”

com base nas intervenções de Martín-Barbero em *Los ejercicios del ver* (1999) e *La educación desde la comunicación* (2003). Igualmente, poderíamos caracterizar esse fantasma polêmico como apocalíptico, pois muitas vezes se recorre a perspectivas teóricas predominantes em outros períodos, abordadas como se fossem a posição hegemônica.

Vacchieri, organizadora de *El medio es la TV* (1992), propõe complexificar o âmbito da crítica e modificar a pergunta de investigação para priorizar o que fazemos com a televisão. No prólogo também questiona as visões apocalípticas:

Ao longo do tempo, surgiram muitas respostas às versões apocalípticas da TV: a perspectiva de inverter a pergunta sobre o que faz a televisão à gente para se questionar o que faz a gente com a televisão [...]. Claro que essas vozes são relativamente fracas e desarticuladas para debater em pé de igualdade com os tijolos teóricos — algumas vezes brilhantes — que predominaram durante décadas e que filtraram a conformação de um sentido comum preconceituoso (p.6, tradução nossa).¹⁴

Quem seriam esses tijolos teóricos brilhantes? Quais vozes são fracas e desarticuladas para debater com os tijolos teóricos? Seguindo essa linha argumentativa de *confrontação* com o fantasma dos apocalípticos é interessante, como exemplo, o seminário sobre televisão e políticas que se realizou na cidade de Córdoba em 1991¹⁵, ocasião em que participaram um conjunto de acadêmicos, entre eles María Cristina Mata, Héctor Schmucler, Ricardo Forster, Luis Alberto Quevedo, Nicolás Casullo, Christian Ferrer, Oscar Landi y Beatriz Sarlo. A preocupação do encontro girava em torno da “questão da substância política” (Schmucler, 1992, p.158). Perguntavam-se se a característica principal e histórica da lógica argumentativa do político foi substituída por novas retóricas publicitárias de curto prazo e de forte impacto da primazia mercantil. Das intervenções publicadas no livro se reconhecem três perspectivas: por um lado, Ferrer, Casullo e Forster se situam questionando o discurso político dos *mass media*, que empobrece a linguagem política; por outro, Quevedo e Landi explicam que as mudanças no discurso político são inevitáveis e, por conseguinte, não devem ser pensadas em termos de retrocesso; e, finalmente, Sarlo questiona o aparente papel democratizador que poderia ter a televisão em relação à política (tanto que uma parte ajuda a sua dessacralização e outra a coloca nas mãos dos especialistas de marketing). Diante da relação política/cultura midiática, Quevedo recorre a certo imaginário apocalíptico como interlocutor da sua intervenção:

O papel distrativo e de manipulação que Umberto Eco atribui aos noticiários acompanham um sentido comum bastante generalizado sobre a função que teria a televisão no espaço público moderno. Essa perspectiva setentista sobre os meios nos priva de um aspecto que considero mais relevante e de maior interesse para a política [...]. A presença arrasadora que hoje tem a televisão na vida das pessoas — é o principal consumo no tempo livre — obriga-nos a prestar atenção especial em termos positivos (1992, p.15, tradução nossa).¹⁶

¹⁴ Citação original: “A lo largo del tiempo, han surgido muchas respuestas a las versiones apocalípticas de la TV: la perspectiva de invertir el interrogante sobre qué le hace la televisión a la gente, para preguntarse qué hace la gente con la televisión [...] Claro que estas voces son relativamente débiles y desarticuladas para debatir en pie de igualdad con los ladrillos teóricos — algunas veces brillantes — que rigieron durante décadas y que filtraron en la conformación de un sentido común prejuicioso.”

¹⁵ Em 1992, publicam-se, em livro, as intervenções do seminário.

¹⁶ Citação original: “El papel distractivo y de manipulación que Umberto Eco le atribuye a las telenoticias acompañan un sentido común bastante generalizado sobre el rol que jugaría la TV en el espacio público moderno. Esta perspectiva setentista sobre los medios nos priva de un aspecto que considero más relevante y de mayor interés para la política [...] La presencia arrasadora que tiene hoy la televisión en la vida cotidiana de la gente — es el principal consumo en su tiempo libre — nos obliga a prestarle una especial atención en términos positivos.”

Ao se referir a um *sentido comum bastante generalizado* sobre a teoria da manipulação e o papel distrativo da televisão, outorga um estatuto de primazia a essas perspectivas teóricas já quase em desuso nos anos 1990. Aliás, seguindo sua linha de raciocínio, seria necessário avaliar positivamente qualquer produto da indústria cultural que tenha uma grande presença na vida cotidiana.

Encontramos outro exemplo no livro de Tomás Abraham, *La Aldea Local* (1998); trata-se de uma compilação de suas críticas da televisão publicadas na revista *El Amante* entre 1995 e 1998. Com base numa espécie de diário íntimo sobre a televisão, Abraham a referencia como “meu amigo o Quadrado”, quer dizer, explicitamente não toma distância para analisá-la. Na introdução, menciona Pierre Bordieu (a partir da dicotomia de pensadores lentos / pensadores rápidos sobre a qual trabalha o autor francês) e o livro *Escenas de la vida posmoderna de Sarlo*. Em ambos os casos, e como estratégia argumentativa, se adianta a desautorizar as análises acadêmicas por olhar de fora da televisão:

É terrível a professora Beatriz Sarlo. Deixa-me sem alternativas. Se saio para me distrair e dar uma volta no shopping me diz que entro num refúgio atômico de uma cidade fragmentada, de um âmbito que anula a história e o sentido, um labirinto no qual me escravizo ao desejo infinito dos objetos infinitos, um espectador que adora marcas [...] Meu Deus, que simplicidade a daqueles marxistas quando analisavam a vida cotidiana com a única palavra alienação (p. 24-25, tradução nossa).¹⁷

Caberia destacar que Abraham é um dos poucos a explicar com nome próprio com quem está polemizando.

No caso de “El ‘mal ojo’ de los intelectuales” (1999), Martín-Barbero e Rey debatem com um jovem escritor colombiano que caracteriza a televisão como aquela que tem “capacidade de nos absorver, quase de nos hipnotizar, nos evitando a pena, a dificuldade de ter que pensar” (1999, p.15, tradução nossa). Barbero e Rey se baseiam na opinião do escritor Héctor Abad Faciolmce e promovem-no como caso geral e hegemônico das intervenções intelectuais. Enfatizam: “Levo anos me perguntando por que os intelectuais e as ciências sociais na América Latina seguem majoritariamente padecendo de um pertinaz ‘mau-olhado’ que os faz insensíveis aos restos culturais que estruturam os meios, insensibilidade que intensifica-se para a televisão” (1999, p.17). Segundo Martín-Barbero e Rey, esses intelectuais apocalípticos continuam pedindo para desligar a televisão ou falando dela com *asco estético*:

Os críticos olham a televisão a partir do paradigma da arte — que para eles seria o único que vale a pena chamar de cultura — e demandam dia após dia com os mesmos argumentos cansativos a *decadência cultural* que representa e envolve a televisão. Os poucos entre eles que se animam a sair da denúncia e entrar na ação propõem uma elevação cultural da televisão que materializa-se quase sempre em um didatismo insuportável (p. 237, tradução nossa).¹⁸

17 Citação original: “Es terrible la profesora Beatriz Sarlo. No me deja alternativas. Si salgo para distraerme a dar una vuelta al shopping me dice que me meto en un refugio atómico de una ciudad fracturada, de un ámbito que anula la historia y el sentido, un laberinto en el que me esclavizo al deseo infinito de objetos infinitos, me convierto en un cholulo adora marcas [...] Dios mío, qué simplicidad la de aquellos marxistas cuando analizaban la vida cotidiana con la sola palabra alienación.”

18 Citação original: “Los críticos mirando la televisión desde el paradigma del arte — que para ellos sería lo único que merece la pena llamarse cultura — y denunciando día tras día con los mismos cansados argumentos la decadencia cultural que representa y entraña la televisión. Los pocos entre ellos que se animan a salir de la denuncia y pasar a la acción proponen una elevación cultural de la televisión que se materializa casi siempre en un didactismo insoportable.”

Finalmente, outra forma pela qual os apocalípticos entram em cena na década de 1990, especificamente referindo-se aos frankfurtianos, consiste em retomá-los em chave *aggiornada*, quer dizer, citá-los descontextualizando o marco no qual produziram suas perspectivas teóricas. Colocando um exemplo, os trabalhos de Palma (2009), Duquelsky (2008) e Gándara (2007) dão conta das leituras forçadas da teoria crítica, especialmente num dos livros paradigmáticos do campo comunicacional, *De los medios a las mediaciones* (1987) de Martín-Barbero, que, segundo Gándara, “constrói um cenário de um ringue no qual se debatem — como reza o subtítulo do apartado ‘Benjamim vs Adorno’. A densidade de Frankfurt deriva do *match* de boxe, no enfrentamento entre personalidades” (p. 11, tradução nossa).¹⁹

No mesmo momento em que se consolidam perspectivas reivindicadoras do consumidor, grande parte dos acadêmicos sobredimensionam como interlocutor de suas posições as tendências já não dominantes, especificamente referindo-se à Escola de Frankfurt. Constroem um fantasma polêmico de caráter apocalíptico, acusam-no de produzir “tijolos teóricos”, de só encontrar alienação quando o que está em jogo é a matriz simbólico-dramática do reconhecimento, de exigir da televisão valores provenientes da cultura erudita e questionar que o verdadeiro poder emancipatório se encontra no controle remoto.

No mesmo momento em que se consolidam perspectivas reivindicadoras do consumidor, grande parte dos acadêmicos sobredimensionam como interlocutor de suas posições as tendências já não dominantes, especificamente referindo-se à Escola de Frankfurt. Constroem um fantasma polêmico de caráter apocalíptico, acusam-no de produzir “tijolos teóricos”, de só encontrar alienação quando o que está em jogo é a matriz simbólico-dramática do reconhecimento, de exigir da televisão valores provenientes da cultura erudita e questionar que o verdadeiro poder emancipatório se encontra no controle remoto.

A contratendência

No funcionamento de todo campo existem posicionamentos hegemônicos e quem diverge desses. Vamos nos deter em alguns trabalhos que abordaram a temática da televisão a partir de uma visão crítica, distanciando-se das visões celebratórias que predominam nessa época. A revista cultural *Punto de Vista* (1978-2008) oferece análises sobre a televisão majoritariamente publicadas durante o período que vai de 1988 até 1995²⁰. Privilegiamos os artigos de Sarlo por ser uma das intelectuais mais críticas nas suas interpretações sobre a hegemonia massmediática, posicionando-se numa perspectiva *neofrankfurtiana* e de análise de conteúdo crítico.²¹

A preocupação de Sarlo gira em torno da centralidade que a cultura audiovisual adquire nos últimos tempos, num contexto de progressivo enfraquecimento do paradigma educativo que tinha cumprido um papel fundamental no processo de alfabetização e integração das classes populares. A autora problematiza a televisão com o motivo de falar das políticas culturais, da política, dos intelectuais e dos jornalistas. Em

¹⁹ Citação original: “[...] construye el escenario de un ring en el que se debaten —como reza el subtítulo del apartado— ‘Benjamín versus Adorno’. La densidad de Frankfurt devenida en match de box, en enfrentamiento entre personalidades”.

²⁰ Outros três artigos sobre a televisão, publicados em 2003, 2004 e 2006, pertencem a Silvia Schwarzbock, Leonor Arfuch, e Mirta Varela, respectivamente.

²¹ Um dos textos mais emblemáticos de Sarlo publicado em *Punto de Vista* é a crítica do livro de Landi ao qual já fizemos referência e, por conseguinte, não nos determos nesse apartado. É preciso aclarar que quiçá a maior diferença em perspectiva teórica seja o escrito por Hugo Vezzetti, que trabalha a partir da psicanálise.

alguns artigos dá-se conta de quem está por trás da sua crítica: Mauro Viale, Mariano Grondona, Oscar Landi, Néstor García Canclini, Alberto Fujimori, Carlos Menem, entre outros. Ou seja, a televisão opera como escusa de uma intervenção intelectual que sobrepassa o meio e pretende questionar certa ordem existente dentro da indústria cultural que tem como objetivo a reprodução de valores.

Num artigo publicado em abril de 1988, “Políticas culturales: democracia e innovación”, debate teoricamente com García Canclini, Brunner e Landi. A autora afirma que os meios de comunicação de massas devem ser a preocupação das políticas culturais democráticas. Aliás, questiona certo imaginário social acerca do qual o predomínio cultural da televisão seria o produto, fundamentalmente, de suas inovações tecnológicas. Para que uma política cultural democrática exista é necessária uma relação integrada entre políticas públicas e meios de comunicação, e não a deixar liberada, como sucede no espaço televisivo, às determinações meramente mercantis, que não auspiciam transformações formais ou sociais da comunicação.

Mas o que me parece um dado de maior importância é a oclusão sistemática da inovação formal tanto nas estações comerciais quanto nas estatais [...] Não por isso é menos necessário se interrogar sobre quais políticas podem reconectar a inovação estética e ideológica com o meio mais influente na sociedade contemporânea. A questão da qualidade não é alheia a uma política de democratização dos meios (1988, p.12, tradução nossa).²²

Também cabe nos perguntar, junto com a autora, se uma inovação estética não poderia obstruir, em parte, um maior acesso a uma televisão que sirva como instrumento de divulgação nos setores que carecem de alternativas de acesso aos bens simbólicos. Nesse sentido, Sarlo reconhece numa entrevista: “Uma das contradições mais fortes que me atravessam ideologicamente é meu gosto pela vanguarda e meu sentimento cidadão da necessidade de uma pedagogia de massas” (2005, s/p). Em outro artigo, “Una legislación para los mass media”, de dezembro de 1988, se pergunta: “Para quem e para que é necessário legislar sobre os meios de comunicação na Argentina? Como garantir a igualdade de oportunidades e a liberdade de eleição em situações em que o acesso à produção e distribuição dos bens materiais e simbólicos é profundamente desigual?” (1988, s/p). No mesmo texto, faz uma passagem pela situação de pressão e disputa pela privatização dos canais, o que aponta como a raiz dos interesses do mercado. Em “Basuras culturales, simulacros políticos” (7/90), “La guerra del golfo: representaciones pospolíticas y análisis cultural” (7/91), “El audiovisual político” (12/91) e “La democracia mediática y sus límites” (8/95), ocupa-se de como a estética da televisão impõe seu modelo na esfera pública, envolvendo diretamente a política. A tensão entre televisão, esfera pública e construção de cidadania é atravessada pela videopolítica, a primazia do clip, o look político, a sociedade do espetáculo, a anulação da narração e o dramático no conflitivo. Enuncia-o assim:

Hoje, final de 1991, a estética audiovisual coincide com o estilo do presidente: para ele, a política é “fundamentalmente”, e os meios são um espaço, pelo contrário, no qual há que se deixar ver não para convencer ou argumentar, mas para afirmar e ser mostrado como imagem. O show político resiste a uma concepção da política que incluía também o debate. (“El audiovisual político”. p 20, tradução nossa).²³

²² Citação original: “Pero lo que me parece un dato de mayor importancia es la oclusión sistemática de la innovación formal tanto en las estaciones comerciales como en las estatales [...] No por eso se hace menos necesario interrogarse a través de qué políticas puede recomunicarse la innovación estética e ideológica con el medio más influente en la sociedad contemporánea. La cuestión de la calidad no es ajena a una política de democratización de los medios.”

²³ Citação original: “Hoy, a fines de 1991, la estética audiovisual coincide con el estilo del presidente: para él, la política es fundamentalmente y los medios un espacio, en cambio, donde hay que dejarse ver no para convencer o argumentar, sino para afirmar y ser mostrado como imagen. El show político se resiste a una concepción de la política que incluía también el debate.”

Em “La guerra del golfo: representaciones pospolíticas” aborda a forma pela qual as novas tecnologias — não só bélicas, mas midiáticas — acentuam um tipo de representação. Questiona as representações da guerra e focaliza na penetração cultural proveniente dos Estados Unidos: “O que foi visto na guerra foi nada menos que o que decidiram os especialistas do comando norte-americano, e quando algumas imagens escapavam desse controle, os jornalistas que as produziam eram acusados de colaboracionistas” (1991, p.29). Problematiza como a guerra foi transformada num *videogame* com as consequências que isso implica na decodificação das mensagens: “Oferece os problemas de um *videogame* afetando, no nível discursivo, as possibilidades de processamento simbólico e naturalizando como simulacro o que possui referentes exteriores bem concretos” (p. 23, tradução nossa).

Em continuidade com os artigos, e aprofundando algumas questões ali trabalhadas, em 1994 publica *Escenas de la vida posmoderna: intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Questiona-se sobre o posicionamento dos meios massivos na reconfiguração das culturas tradicionais, quando a cultura letrada deixa de ser a organizadora. Aborda e questiona a cultura audiovisual atual (*videogames, zapping*). O predomínio dos meios na integração das culturas populares a preocupa, e em relação à situação material e simbolicamente precária da escola é visto como possível contrapeso. O cenário que Sarlo estabelece é o de um mercado audiovisual cada vez mais hegemônico e a decadência da escola como veículo modernizador. É dessa forma que propõe recuperar o papel do Estado, de uma televisão a serviço público e da função histórica da escola como possibilidade de integração das culturas populares. Embora não explicita contra quem polemiza, poderíamos situar duas tendências: de um lado, os chamados neopopulistas, ou seja, aqueles que pensam que a cultura popular e os meios expressariam alguma cota de verdade da existência; de outro, os neoliberais, aqueles que focalizam sua atenção no mercado. Pelo mencionado, Sarlo realiza um dos maiores balanços críticos sobre a lógica mercantil que predomina no audiovisual, nas culturas juvenis devindas no objeto de mercado e nas características publicitárias do discurso político, entre outras questões.

Outro livro representativo da contratendência do campo é *Tinelli: un blooper provocado* (1992), de Carlos Mangone. A publicação, de divulgação e denúncia, por meio da análise ideológica observa uma tendência, naquele tempo emergente, mas que depois transforma-se em hegemônica, à autorreferencialidade televisiva, à paródia do próprio meio, à recuperação do erro (o blooper provocado), à preponderância da palavra ante a produção de imagens e à tendência de transformar tudo em magazine, como estratégias de cotidianização e humanização do meio. Embora faça uma análise ideológica, também revisa a relação do texto televisivo com as próprias tradições com as quais dialogam. Por exemplo, explica o auge do horário de meia-noite a partir da tradição hop de Raúl Portal. Também se ocupa da dimensão cultural, relacionando códigos culturais externos aos meios que são recuperados nos programas (a cultura do rock, a banda de amigos).

No livro *El discurso político: del foro a la televisión* (1994), de Carlos Mangone e Jorge Warley, trabalha-se a partir da consolidação da videopolítica, tarefa para a qual revisam o acontecido na Argentina desde 1983 até a data de publicação. Realizam um apanhado de aspectos teóricos e metodológicos das linhas de investigação que abordam o assunto do discurso político, dando conta do deslocamento em direção à hegemonia dos meios massivos na sua tendência à videopolítica. Do mesmo modo,

compilam uma série de artigos sobre a temática.

Finalmente, *Vidas imaginarias: los jóvenes en la tele* (1997), de Carlos Mangone, Santiago Gándara e Jorge Warley, aborda a representação da juventude na televisão durante a década de 1990. A perspectiva é a das análises ideológicas; discutem com certos imaginários da época que revalorizam e resgatam figuras como Mario Pergolini, reconstruem a tradição na qual se inserem os programas e dão conta de como esses finalmente reproduzem calores estereotipados, colocando em discussão o caráter inovador desses produtos. Essas questões se opõem a certa tendência da crítica da televisão dos 1990 que situa a Pergolini como personagem “transgressor”.

Até aqui temos sistematizado e analisado as principais características dos estudos sobre a televisão na América Latina, especificamente na Argentina no período dos 1990, dando conta de suas tendências e contratendências em perspectivas teóricas e metodológicas que primaram e que devem ser colocadas em relação com os paradigmas das décadas anteriores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBORNOZ, L. A. (org.) **Poder, medios: cultura, una mirada crítica desde la economía política de la comunicación**. Buenos Aires: Paidós, 2011. pp. 157-176.

DORFMAN, A.; MATTELART, A. **Para leer al pato Donald: comunicación de masa y colonialismo**. Buenos Aires: Siglo XXI, 1972.

DUQUELSKY, M. **Latinoamérica y la Escuela de Frankfurt**. In: Revista Argentina de Comunicación. 2. 2007, pp. 161-181.

FUENTES NAVARRO, R. **Un campo cargado de futuro: el estudio de la comunicación en América Latina**. México: Felafacs, 1992.

GÁNDARA, S.; MANGONE, C.; WARLEY, J., **Vidas imaginarias: Los jóvenes en la tele**. Buenos Aires: Biblos, 1997.

LANDI, O. **Devórame otra vez: qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión**. Buenos Aires: Planeta, 1992.

_____, VACCHIERI, A.; QUEVEDO, L. A. **Públicos y consumos culturales de Buenos Aires**. Buenos Aires: Cedes, 1990.

MANGONE, C. **El discurso político: del foro a la televisión**. Buenos Aires: Biblos, 1994.

_____. **La burocratización de los análisis culturales**. In: Ziguat. 4, 2003.

_____; WARLEY, J. **Tinelli: un blooper provocado**. Buenos Aires: La Marca, 1992.

MARTÍN-BARBERO, J.; REY, G. **Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva**. Barcelona: Gedisa, 1999.

MATTELART, A. . **Estudiar comportamientos, consumos, hábitos y prácticas cul-**

turales. In: SARLO, Beatriz. Basuras culturales, simulacros y políticos. Punto de Vista. p.37, 1990.

_____ **El audiovisual político.** Punto de Vista. p.41, 1991.

_____ **Escenas de la vida posmoderna: intelectuales, arte y videocultura en la Argentina.** Buenos Aires: Ariel, 1994.

_____ **La guerra del golfo: representaciones pospolíticas y análisis cultural.** Punto de Vista. p.40, 1991.

_____ **La teoría como chatarra.** Tesis de Oscar Landi sobre la televisión. Punto de Vista. p.44, 1992, pp. 12-18.

_____ **Políticas culturales: democracia e innovación.** Punto de Vista. p.32, 1988.

_____ **Una legislación para los massmedia.** Punto de Vista. p.33, 1988.

SCHMUCLER, H.; MATA, M. C. (Eds). **Política y Comunicación ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?** Buenos Aires: Catálogos, 1992.