

HISTORIAS INCONCLUSAS. CRÍTICA Y MERCADO EN LAS HISTORIAS PERIODÍSTICAS DE LA TV ARGENTINA

Javier Esteban Benyo y Jimena Durán Prieto
Universidad de Buenos Aires (Argentina)
jeb_ar@yahoo.com; jimenaduran@yahoo.com.ar

Resumen

El presente trabajo es una aproximación a las transformaciones producidas en el campo periodístico argentino en las últimas cuatro décadas y el modo en que estas modificaciones han impactado en el discurso periodístico sobre la televisión. Nuestro recorrido histórico nos ha llevado a concluir que ha producido una pérdida de la capacidad crítica del periodismo respecto del contenido de las emisiones televisivas, pero que esa falencia no es algo que sea exclusivo del campo periodístico, sino que también ocurre al interior del campo de los estudios sobre comunicación y cultura. Consideramos que este proceso sirve para reflexionar sobre las relaciones entre la producción periodística y la académica en temas de comunicación, y el vínculo que ambas establecen con el mercado.

Palabras clave: historia de la TV; crítica cultural; mercado.

1. Introducción

No es casual que los estudios periodísticos más ambiciosos sobre la televisión argentina aparezcan en determinadas fechas. *TV Guía Negra* de Ulanovsky y Walger coincide con el fin de la hegemonía de los popes televisivos (García, Goar Mestre y Romay) en los albores del retorno del peronismo al poder; *Quién te ha visto y quién TV* de Sirvén aparece en el momento en que declina la primavera alfonsinista y comienza una fuerte presión desde sectores empresarios a favor de la reprivatización; y *Estamos en el aire* de Ulanovsky, Itkin y Sirvén sale a luz hacia finales de los 90, una época de consolidación de los grupos multimediáticos beneficiados con la política privatizadora. De manera explícita o implícita, cada uno de ellos funciona como un balance del período precedente y propone una política a seguir de acuerdo con el diagnóstico realizado (quizás esto último no sea tan cierto en relación con *Estamos en el aire*). En estos escritos es posible también leer ciertos desplazamientos al interior del campo periodístico, que vinieron acompañados por mutaciones en torno al sitio otorgado a la noción de crítica. Estos tres libros sirven también para exhibir las relaciones cambiantes entre el discurso académico y la producción periodística, en la que se pasa de una influencia de la teoría crítica sobre el discurso periodístico, a la adopción por parte del discurso académico y el periodístico de una asepsia valorativa, que más adelante cederá paso a las veleidades celebratorias de autores provenientes de ambos campos.

Si bien podría pensarse como hegemónica la posición crítico-valorativa, los cultores de la asepsia no estuvieron ausentes en los combates intelectuales que forjaron el campo de los estudios de la comunicación y la cultura en nuestro país. A diferencia del campo literario, que periódicamente se ve envuelto en disputas de un alto nivel de confrontación, los estudios sobre comunicación y la cultura no han sido pródigos en polémicas. Apenas una media docena de intervenciones críticas separan las

querellas iniciáticas de los padres fundadores a comienzos de la década de los 70 hasta los debates más recientes. Indudablemente, la institucionalización del campo y su escisión de la esfera política aportó su cuota de inhibición a la escasez predominante. Hay sin embargo un lazo subterráneo que conecta aquellas polémicas fundantes con las que nos son más próximas. En el centro de la discusión siempre se ubicó al intelectual, la crítica y su relación con el objeto de estudio.

En los comienzos del campo, el protagonismo estuvo a cargo de la discusión acerca de la forma que debían adquirir los dispositivos conceptuales mediante los cuales se podía estudiar al objeto mediático. Mientras unos acusaban a los otros de “querer estudiar la lluvia con paraguas”, éstos les contestaban que, por ir a estudiar la realidad desprovistos de todo andamiaje conceptual, podían terminar ahogándose sin acceder a la comprensión del fenómeno. La imputación de parte del grupo editor de la revista *Lenguajes* hacia *Comunicación y Cultura* señalaba que para éstos los conceptos científicos eran apenas una coartada para la legitimación de una elección política realizada de antemano. El pecado de Mattelart y Schmucler consistía en subordinar la ciencia a la política, en lugar de propiciar un desarrollo científico que –en tanto, como sostenía Gramsci, “decir la verdad es revolucionario” y la ciencia es la verdad en su máxima expresión– tuviera consecuencias políticas en su difusión. La respuesta a esta objeción expresó que la distinción tajante entre ciencia y política era un falso dilema al que se habían sometido los integrantes de *Lenguajes*, pero que no afectaba la producción de los miembros de *Comunicación y Cultura*. Esta elección que habían realizado los semiólogos en beneficio de la ciencia no era inocente en absoluto de acuerdo con los planteos de *Comunicación y Cultura*. Es posible advertir, a partir de ciertos textos, que esta supremacía momentánea obtenida por la posición crítica, tuvo repercusiones en campos adyacentes a la investigación en comunicación y cultura, como por ejemplo el periodismo gráfico.

2. El imperio de la crítica

En el texto de Ulanovsky y Walger se recurre a tópicos de las teorías críticas sobre los medios, para apuntalar una argumentación que tenía por finalidad legitimar la propiedad estatal de emisoras televisivas. En su arqueo histórico, la experiencia de casi una década de emisión privada en manos de los popes de entonces, la mencionada troica García-Goar Mestre-Romay, aportaba un saldo netamente desfavorable. Echando mano a los conceptos althusserianos, los autores calificaban a la TV como un aparato ideológico del Estado que funciona a la manera de un “refuerzo del poder establecido en todos los órdenes ideológicos y a nivel homólogo de la educación” (Ulanovsky y Walger, 1974: 16). La prognosis sobre el medio era contundente: si bien carecía de la capacidad para “lavar cerebros”, no por ello la televisión dejaba de intentar inculcar valores que confirmaban la dominación social actual, fomentado la desmovilización política, los roles tradicionales al interior de la familia, y una moral burguesa individualista. El análisis de los programas no dejaba lugar a dudas al respecto, todos convergían en este horizonte común. Y cuando escapaban a él, se debía a una concesión necesaria a la posición política de las masas de aquellos años; una concesión que, en una típica estrategia gatopardista, iba a ser necesariamente recuperada mediante mecanismos de espectacularización, compensación simbólica, anecdotización, etcétera. La denuncia periodística

televisiva funcionaba como una válvula de escape que dejaba todas las piezas en su lugar original. La conclusión de los autores respecto del programa de almuerzos de Mirtha Legrand da la pauta de la postura general que recorría todo el libro: “la televisión cumple así una vez más su principal misión, que es la adormilar la mente de teleespectadores, en este caso a través de charlas insustanciales, las que, puestas en boca de distinguidos invitados que aparecen como garantes de todo un orden establecido, y a través de un anecdotario pequeño e individualista, reducen un orden que no es ni estático ni incuestionable a un orden basado en categorías naturales e inofensivas, para presentarlo de esta manera como el único posible” (Ulanovsky y Walger, 1974: 79). En la perspectiva de los autores, la TV suplantaba a la religión en sus funciones opiáceas.

Escrito bajo la sombra del golpe de Estado a Salvador Allende en el cual los medios masivos tuvieron un rol significativo en la movilización de la población contra el gobierno de la Unidad Popular, *TV Guía Negra* propone la crítica como antídoto. Esa crítica está compuesta con fragmentos de conceptos de Adorno y Morin, algunas formulaciones de Heriberto Muraro, y Althusser. Dentro de este esquema, el concepto de clase social tiene una centralidad que atraviesa todo el análisis. Los medios de comunicación son propiedad de sujetos que pertenecen a una clase dominante y los utilizan para perpetuar ese dominio. Si el mensaje emitido por los medios puede tener fisuras, se debe a que tiene que transigir con las expectativas políticas de un público que pertenece mayoritariamente a unas clases populares cuya voluntad política no ha sido del todo colonizada. Como más adelante sostuvo Muraro: “Hasta los emisores más ‘respetables’ ligados a intereses monopólicos no siempre logran librarse de la tentación de buscar el favor del público incorporando a sus producciones temas políticos o culturales que puedan tener un ‘contenido’ ideológico a menudo poco ortodoxo” (Muraro, 1987: 28). Este fenómeno no había pasado desapercibido para los autores de *TV Guía Negra* que destacaban la “mistificación que se expresa en la utilización de las formas fragmentaria y mutuamente contradictorias en que aparece el conflicto que vive el pueblo con el sistema, para construir un esquema que responda a las necesidades e intereses de los sectores dominantes” (Ulanovsky y Walger, 1974: 55).

Se pueden sacar algunas conclusiones provisionales de la puesta en discurso de una vulgata adorniana por parte de Ulanovsky y Walger. En primer lugar, el uso de conceptos de la teoría crítica habla a las claras de la predominancia de ese tipo de discurso de la academia, algo que le permitió “desbordar” hacia otros campos con los que mantiene, o mantenía al menos por aquella época, cierta proximidad. Por aquel entonces, no había lugar, ni desde la academia ni desde el periodismo más serio, para un discurso apologético del contenido “realmente existente” de los medios. En segundo término, *TV Guía Negra* expresa cierto estado de la concentración mediática. Gracias a que buena parte del periodismo gráfico había quedado al margen de la concentración multimedial, los autores pudieron recurrir a términos acuñados por la academia para elaborar una capacidad crítica no despreciable. Es cierto que la utilización de los conceptos provenientes de la academia es precaria – algo que merecerá algunas palabras más adelante en este texto–, pero también se debe admitir que aquello que el libro buscaba legitimar, la estatización de todos los canales de televisión, era una apuesta política que golpeaba fuertemente en los intereses de los principales grupos concentrados de

la industria cultural. En resumen, si Ulanovsky y Walger pudieron recurrir a la crítica de cuño marxista, aunque sea en su versión de vulgata, se debió a que la particular configuración política del momento, y la escasa institucionalización de los estudios en comunicación y cultura, facilitaron su trasvasamiento desde el campo académico al periodístico. En este libro, a diferencia de lo que sucedió luego tanto con textos académicos como periodísticos, “no había [...] ninguna ambición de analizar la televisión como producto de pioneros, vanguardistas o profesionales que le estaban realizando un aporte a la cultura nacional” (Mangone, 2007a: 109).

La utilización de conceptos producidos dentro de una teoría específica por parte de un texto periodístico no deja de tener un carácter problemático. Sin hacer referencia explícita al libro, en un texto contemporáneo a *TV Guía Negra*, Muraro señala las debilidades de este tipo de discurso: “En muchos casos los argumentos empleados son circunstanciales y, si bien sirven para aclarar las maniobras más burdas y directas de los dueños de los medios (y, por ende los menos eficaces), también suele dejar en la sombra las relaciones ideológicas profundas que realmente permiten considerar a los medios como instrumentos de dominación política del capital monopolista” (Muraro, 1974: 13). Para Muraro, estudiar hechos puntuales, a la manera de Ulanovsky y Walger, impide dar cuenta de los lazos más profundos que unen al contenido de los medios masivos con la ideología necesaria para la reproducción de lo que denomina “neocapitalismo”. La crítica no debe detenerse sólo en la denuncia de los contenidos mistificadores, deformantes y represivos, sino que, para ser una crítica efectiva, tiene además que afirmar que “hay ciertos hechos que *deben* difundirse porque la ignorancia de éstos condiciona objetivamente a las masas a soportar formas anacrónicas de dominio” (Muraro, 1974:115).

El ejercicio de la crítica, según Muraro, requiere de condiciones específicas de producción intelectual que le impidan incurrir, tal como sucede desde algunas esferas del poder, en objeciones que rechazan a los medios masivos debido a que su populismo socava la “vieja cultura represiva de las clases altas argentinas” (Muraro, 1974: 191). La crítica es un arte complejo que supone no dejarse llevar ni por esta diatriba aristocrática, ni caer en la tentación de populismo para el cual “todos los mensajes son válidos en tanto sean aceptados por la audiencia” (Muraro, 1974: 120).

3. La “transacción” democrática

Entre los balances políticos que se realizaron durante la denominada “transición democrática”, los medios de comunicación ocuparon un sitio de relevancia. La conclusión general sobre la televisión en el decenio 1973-83, afirmaba que el manejo por parte del Estado, tanto en su versión democrática como dictatorial, daba lugar a numerosas objeciones. Desde un sector de los investigadores en comunicación masiva, la recapitulación de los años previos al retorno a la democracia merecía una serie conclusiones en las que se planteaba un reacomodamiento de las posiciones frente a cuestiones como la propiedad privada de los medios y el carácter alienante de los mensajes que transmitían, el rol del receptor en el esquema comunicacional, y la promoción de valores democráticos. En primer lugar, se imponía una revisión de la concepción del Estado como herramienta del proceso de liberación nacional, y la consecuente necesidad de que, para asegurar

ese proceso, todos los medios fueran de su propiedad. Era evidente, para estos investigadores, que existía un nuevo “clima de época” caracterizado por “debilitamiento de ciertas utopías de transformación” a lo cual se le sumaba “el desgaste y las fallas de rendimiento de un ciclo político-cultural estatista” (Landi, 1989: 98). El defecto de la posición estatista había sido “su implícita confianza en que el sector público disponía no sólo de los recursos sino también de la idoneidad necesarias para llevara cabo una política cultural coherente” (Muraro, 1989: 18).

En segundo término, si en los 70 el objetivo de las organizaciones políticas de masas consistía en utilizar los medios para concientizar y organizar al pueblo contra los intereses imperialistas, en plena transición democrática esto se revelaba problemático. Por un lado, la “restauración de una cultura nacional y popular” que había sido una consigna por la que se había luchado antaño, ahora era cuestionada. La cultura nacional en Latinoamérica poseía ingredientes que merecían ser criticados, y por ello no podía ser aceptada en bloque. Estaba, por ejemplo, teñida de un machismo recalcitrante. Frente a esto, el contenido que difundían los medios de comunicación podía llegar a tener un carácter progresista. Mientras que, para no confrontar con los sectores más tradicionalistas, los movimientos populares silenciaban las temáticas del divorcio y la anticoncepción; la industria cultural proveía a las mujeres de una pedagogía versátil al respecto. Así, aunque siguieran persiguiendo el lucro como objetivo principal, los medios se habían convertido en “aliados ideológicos” de sectores como las mujeres y los pobres urbanos (Muraro, 1989: 36).

En tercer lugar, el concepto de “manipulación” del cual se había hecho uso y abuso durante los 70 también iba a ser puesto en la picota. No era posible demostrar que por el sólo hecho de estar expuesto a un mensaje mediático se terminaran adoptando los modelos de conducta que éste difundía. Bastaban los ejemplos de Cuba e Irán, en donde el imperialismo había hecho cuantiosas inversiones en la industria cultural, para evidenciar que el proceso de comunicación no era tan lineal como se lo había descrito en la década anterior. Antes que producir formas vicarias de la participación social, los medios causaban en las clases populares “un efecto indirectamente democratizante” (Muraro, 1987: 32). Entre las clases más bajas, eran aquellos que más consumían medios masivos los que accedían a mayores niveles de participación en las estructuras políticas. Los sectores más avanzados de estas clases eran los que adquirían más rápidamente el hábito de consumir los mensajes mediáticos, y a la par de está costumbre elaboraban sus “propios anticuerpos ideológicos” (Muraro, 1987: 40). Aun cuando fuera posible verificar una influencia del mensaje mediático, esto no se debía a que los medios fueran todopoderosos, sino a que el contenido que emitían empalmaba con las necesidades sociales de una población que iba ampliando sus pautas de consumo.

Toda esta reelaboración teórica, en la que se cuestionaba algunas férreas certezas de antaño, va a ubicar a estos investigadores en una “tercera posición” al interior del debate acerca del estatuto de la propiedad de los medios. El fracaso del Estado como promotor de la elevación del nivel cultural de la televisión, la crítica a la concepción de la efectividad del mensaje mediático y la afirmación de la autonomía del receptor, tuvieron por resultado la propuesta de un “modelo mixto” en el que convivirían armónicamente el Estado, las empresas privadas, y los “organismos de participación

social (cooperativas, universidades, sindicatos, etc.)” (Landi, 1989: 127). En este esquema al Estado le estaba reservado el rol de promotor de las formas populares de comunicación (Pasquini Durán, 1989: 156). El desafío para esta proposición estaba dado por la dificultad para encontrar el grado óptimo que permitiera compatibilizar al pluralismo democrático con la tendencia de la industria cultural hacia la concentración de la propiedad (Muraro, 1989: 19).

Cabe destacar que la objeción hacia quienes mantenían una postura estatista a ultranza no es sólo algo que se vincula con factores locales, sino que tiene relación con un proceso global de concentración de la propiedad mediática y asedio capitalista a los medios estatales. A principios de la década de los 80, allí donde existían sistemas públicos monopólicos de radiodifusión (Italia, España y Francia, principalmente), los capitales de la industria cultural comenzaron a presionar para ser admitidos como propietarios de ondas televisivas. No faltaron los estudiosos que legitimaron desde la teoría el ingreso del capital al espectro televisivo; un desarrollo conceptual que fue acompañado por el abandono de posiciones críticas respecto del contenido de la emisión de la TV. Wolton resume en buena medida esta postura cuando deplora a la teoría frankfurtiana por su “conformismo crítico” incapaz de ir más allá de una “denuncia caricaturesca de la televisión privada”, al mismo tiempo que aboga por una “coexistencia” de los sistemas públicos y privados de comunicación (Wolton, 1992). La crítica habitual de la TV, y este es uno de sus principales defectos según Wolton, pierde de vista que “los espectadores no son pasivos sino además saben criticar y juzgar la televisión” (Wolton, 1992: 55).

Dentro de este “clima de época” —en el que se abandona la crítica ideológica, se admite la participación con restricciones del capital dentro de ámbito audiovisual, y se pondera la capacidad del receptor para resemantizar los mensajes— hace su aparición el libro de Sirvén, *Quién te ha visto y quién TV*. El texto se propone explícitamente retomar la historia de la televisión allí adonde la había dejado *TV Guía Negra*. Para Sirvén, la TV se encuentra en una situación terminal. Endeudada, deficitaria, desfasada tecnológicamente, sin haber podido elevar el nivel de la programación, los efectos de una década y media de monopolio estatal sobre la televisión estaban a la vista de todos. Las causas de esta situación eran varias: la corrupción imperante en el período militar, la falencia del Estado a la hora de formar personal propio en la materia, las disputas políticas al interior de los gobiernos que habían impedido que las administraciones se mantuvieran en el tiempo, los convenios colectivos de los sindicatos que imponían un régimen de trabajo reñido con la lógica televisiva, y el gusto del público que, formado a lo largo de cuatro décadas, no podía ser cambiado de la noche a la mañana. Ante las soluciones que se esbozaban por aquel entonces (estatismo o privatización), Sirvén planteaba una apertura moderada del espectro televisivo al capital privado, contemplando la posibilidad de experiencias comunitarias como las que empezaban a conformarse a partir de las radios alternativas, y la centralización de las decisiones de la TV del ámbito estatal, generando un cuerpo de administradores estables que permitiera tomar decisiones a largo plazo (Sirvén, 1988: 249). Una propuesta que no difería demasiado de la sostenida por Landi y Muraro.

En aquello en que también coincide Sirvén con Landi y Muraro, es en el abandono de un análisis ideológico del contenido de la televisión. *Quién te ha visto y quién TV* mantiene algunos postulados

que signan a la TV como agente de la alienación social. Hay en el libro un lugar para la crítica valorativa de los efectos del medio cuando se sostiene: “peor todavía es la situación, tantas veces vista, de mujeres que subliman su pésima forma de vivir, paseándose imaginariamente por historias y lugares que les son totalmente ajenos [...] mientras algunos de sus hijos están en peligro de muerte por la diarrea estival o cualquier otra enfermedad que la TV no le enseñó a combatir” (Sirvén, 1988: 140) o cuando se afirma que “vacían las cabezas de la gente a cambio de unos cuantos australes o una licuadora” (Sirvén, 1988: 226). Sin embargo, estos juicios que no valoran a la TV como “aliado ideológico” de la mujer, sino que cuestionan su carácter alienante, son una rémora de una posición crítica a la que el autor, según sus propias palabras, no puede acceder por encontrarse demasiado próximo cronológicamente a su objeto de análisis (Sirvén, 1988: 248).

El abandono de la perspectiva de un análisis ideológico va a ser criticada por Ulanovsky en el propio prólogo del libro. La acusación contra Sirvén se basa en que ha sido un “perdonavidas” contra algunos personajes y programas de la TV. Para Ulanovsky, el libro había sido indulgente frente a la propuesta estética de Héctor Ricardo García, y demasiado contemplativo a la hora de valorar algunas figuras. Plagado de juicios contrarios a los estándares que gobiernan la producción televisiva, *Quién te ha visto y quién TV* está lejos del discurso celebratorio que se volvería hegemónico en la década siguiente a su publicación, pero en él se exhiben las primeras fisuras en dirección a una condescendencia. Así como el “clima de época” había hecho que algunos investigadores dejaran de lado la crítica ideológica de los medios, algo similar ocurrió en el campo periodístico. Aunque como evidencia el prólogo de Ulanovsky, este desplazamiento no dejaba de ser problemático, suscitando una incipiente polémica al interior del campo periodístico.

Si *TV Guía Negra* había sido parte de una operación de legitimación de la recuperación de la propiedad televisiva por parte del Estado, *Quién te ha visto...* era el producto de un generalizado balance negativo sobre esta gestión estatal. Ese balance iba acompañado de una tendencia incipiente a valorar positivamente los contenidos que antes habían sido denostados. Sin embargo, el motivo que hace relevante el texto de Sirvén no es haber inaugurado la fisura complaciente en el discurso del periodismo crítico. Su valor mayor es haber puesto de manifiesto conscientemente los límites de la vulgata crítica encarnada en el periodismo, al sostener que este tipo de discurso carece de la distancia necesaria respecto de su objeto para poder acceder a una postura crítica auténtica.

4. La era de los integrados

La década de los 90 comienza con un hito fundamental en la política de radiodifusión en la Argentina: la adjudicación de las frecuencias de dos canales capitalinos a Editorial Atlántida y el grupo Clarín. En esos años, se consolidan fuertes corporaciones multimediáticas, un hecho que tendrá profundas repercusiones dentro de los campos en los que se producen los discursos que hemos venido analizando. Durante la década del '80 ciertos discursos académicos habían dejado de lado la crítica ideológica en beneficio de una consideración más matizada del funcionamiento de los medios masivos que consideraba una autonomía de receptor, cuya capacidad de resignificación variaba de autor en autor; que desligaba la estructura de la propiedad de los contenidos emitidos por los medios;

y reemplazaba la liberación nacional como objetivo político por la consolidación de la pluralidad democrática de voces en el espacio público. La crítica, ejercida sobre conceptos como “manipulación”, sirvió para recalibrar el discurso respecto a lo que se consideraban “errores del pasado”.

Sin embargo, esto no significaba una aceptación absoluta de las reglas del juego tal como eran planteadas por los propietarios de medios de comunicación. A este grupo de investigadores, todavía les era posible expedirse de esta manera respecto de quienes detentaban la propiedad de los medios: “su pretensión es nada menos que lograr una plena identificación de la democracia con un ‘liberalismo comunicacional’ –idéntico al ‘libre flujo’, sustentada por los EE. UU. en los foros internacionales– condenando por adelantado toda formulación de una política cultural pública y, en especial, la imposición de restricciones legales a la fusión [...] de las empresas” (Muraro, 1989: 16). Indudablemente, al no haberse consolidado los nuevos grupos multimédios existía un margen mayor para expresar el rechazo a la vocación monopólica existente en cada uno de ellos. A medida que los grupos concentrados de la información y la comunicación se fueron expandiendo en la década de los 90, ese margen se volvió cada vez más exiguo, hasta encontrarse actualmente casi en vías de extinción. Este debilitamiento de la capacidad crítica de los discursos sobre los medios afectó no sólo al campo periodístico, algo que es lógico dado que las fusiones empresarias tienen consecuencias directas sobre él, sino también al campo académico, lo que revela las relaciones estrechas que se tejieron entre mercado y universidad a lo largo de esos años.

El caso paradigmático de celebración académica del discurso televisivo es *Devórame otra vez*. En este libro, Landi equipara los resquemores que la televisión despierta en sus críticos al rechazo que pudo haber provocado la aparición de la escritura en la sociedad ágrafa, o la producción del libro en serie en el Medioevo. De esta manera, los géneros tradicionalmente maltratados como la telenovela, el humor televisivo, o el video clip son revalorizados gracias a que “la cultura es cosa de los medios de comunicación [...], la cultura siempre fue eso [...], las antiguas formas y géneros, o incluso los antiguos ejercicios, meditaciones, pensamientos y expresiones de carácter espiritual, eran también, cada uno a su manera, productos de los medios de comunicación” (Landi, 1992: 150). Contra los agoreros apocalípticos al estilo de Adorno que sostiene que la imagen televisiva es un cúmulo de clichés (Adorno, 2002), Landi argumenta que, lejos de propagar un discurso uniforme, la televisión es un territorio mediático en el que impera una enunciación barroca, fragmentaria, irregular, laberíntica y mutante que el televidente puede recomponer a *piacere*.

Poco tiempo después de la salida del libro de Landi, Beatriz Sarlo publicó una crítica de un tono furibundo, inédito para los estándares que se manejan normalmente en las revistas culturales. Allí, Sarlo centraba su argumentación en el hecho de que si la televisión era un discurso válido en sí mismo, no se entendía porque Landi recurría a un aparato teórico para legitimarlo. Así como la TV, según Landi, convertía a toda la cultura acumulada hasta el momento en una “chatarra” de la que se servía sin preconcepciones, una operación similar realizaba *Devórame otra vez* con la teoría estética y los estudios culturales (Sarlo, 1993). Sarlo reivindicaba para sí el lugar de la crítica legítima sostenida en un andamiaje conceptual y acuñaba, para referirse a quienes poseen un discurso elogioso hacia

los medios masivos, el concepto de “intelectual neopopulista de mercado”. Este tipo de intelectual se caracteriza por pensar que “los pobres tienen tantos recursos culturales espontáneos que pueden hacer literalmente cualquier cosa con el *fast-food* televisivo” (Sarlo, 1994: 8). Recuperando cierta impronta adorniana, contra la pretensión de Landi respecto de la popularización de expresiones de la cultura alta como la ópera por parte de los medios masivos –lo cual permitía que Pavarotti cantase ante una multitud al aire libre (Landi, 1993: 130)– Sarlo reivindicaba para cada disciplina estética su espacio de expresión específico fuera del cual se encuentra degradada: “los medios audiovisuales dan una versión paródica de las humanidades y el arte: cuando Pavarotti se desgañita en una avenida de cien metros de ancho, no está pasando literalmente nada” (Sarlo, 1994: 196).

La pretendida posesión de un discurso crítico por parte de Sarlo, iba a ser cuestionada desde posiciones marxistas. Para Horacio Tarcus, en la agenda de preocupaciones político-culturales de Sarlo, las referencias a la desigualdad y la opresión se habían visto desplazadas en beneficio de propuestas de índole democratistas. Esto le impedía a la ensayista ir más allá de un “ejercicio de la crítica restringido al interior del sistema, apuntando a consolidar la democracia contra sus tendencias más agresivas e injustas” (Tarcus, 1994: 10). Mientras que para algunos investigadores de la cultura, Landi y Sarlo actúan intentado modelar un discurso alternativo al denominado “pensamiento único” (Wortman, 2002), si se retoman los presupuestos que rigen la crítica de Tarcus, se puede afirmar que ambos –en tanto en sus trabajos han perdido centralidad las cuestiones del imperialismo, la explotación, y la revolución– son el producto de un reacomodamiento intelectual cuyo objetivo es la racionalización de la derrota política sufrida en los 70. La polémica entre Sarlo y Landi se produce en el espacio abierto por lo que comenzó como una revisión de los postulados de la crítica a los medios masivos vigente en los 70, y continuó, en su versión extrema, con la negativa a juzgar a la televisión desde un discurso ajeno a su lógica de funcionamiento. Se puede sostener, entonces, que esta racionalización de la derrota se encuentra en el origen de la reformulación teórica sobre medios masivos que irrumpió en la transición democrática. Esto hizo que la operación por la que se revisaron los conceptos utilizados antaño, para proveerles la capacidad de advertir matices y escapar del maniqueísmo, derivara tanto en la clausura de la dimensión crítica del pensamiento en beneficio de una aceptación del sistema de medios realmente existente (Landi), como en la crítica de este sistema en pos del fortalecimiento de un régimen político realmente existente, al que se le ha extirpado toda calificación (Sarlo, como señala Tarcus, omite toda adjetivación de la democracia, capitalista, representativa, etc.). En el peor de los casos la crítica es repudiada porque no es más que otro nombre bajo el que se camufla un prejuicio intelectualista; en el mejor, es la herramienta para la consolidación de instituciones que con anterioridad habían sido fuertemente cuestionadas por su incapacidad para solucionar las contradicciones fundamentales de la sociedad capitalista.

La idea de la crítica como prejuicio tuvo un eco favorable en especial entre los trabajadores de prensa del medio televisivo. Una periodista reconocida relata de esta manera la transformación de su percepción de la TV: “pertenezco a la generación que repudió la televisión y creció intelectualmente con prejuicios a la ‘caja boba’” (Morandini, 2000: 25). Para esta misma autora, los efectos nocivos que se le adjudicaban a la TV desde la academia no se verifican en la realidad gracias a que la crítica de

aquello que se recepta es una “condición inherente al televidente” (Morandini, 2000: 25). El recurso a la autonomía del receptor, con particular énfasis en la disciplina del *zapping*, ha sido un argumento neopopulista reiterado por los profesionales del medio ante las críticas provenientes sobre todo del periodismo gráfico. La puesta en primer plano de la capacidad de resemantizar los mensajes por parte del público ha aumentado a la par de la profundización del proceso de concentración multimediática. Se opone así a los grandes grupos corporativos el contralor ejercido por la soberanía del receptor, de quien dependería en última instancia la supervivencia de tales grupos. Ante el debate reciente sobre la ley de radiodifusión, un periodista perteneciente al multimedia Clarín adujo, durante una entrevista a un funcionario nacional, que el grupo empresario se sometía cotidianamente a elecciones puesto que debía conquistar a su público a diario. El corolario de este razonamiento es que si los multimedios existen es porque el público así lo desea. El ejercicio de la crítica por parte del público no sólo previene contra los probables abusos de poder por parte de los multimedios; sino que además exime al periodista de ponerla en práctica contra sus actuales o potenciales empleadores.

La difusión de estos argumentos entre los profesionales televisivos da cuenta de la permanencia de vasos comunicantes entre el campo periodístico y el campo académico de la investigación en comunicación y cultura; así como también viene a demostrar la colonización de ambos por la lógica de la economía concentrada. La definición populista de la recepción mediática, según la cual se le da lo que quiere a un público que es libre para elegir, nació como discurso justificatorio de la industria cultural y fue retomado por la academia que le dio entidad teórica. Ahora, son los voceros de la propia industria cultural los que se reapropian de las elaboraciones académicas acerca de la soberanía del público, para disolver la preocupación acerca de la concentración de poder que supone la existencia de grupos multimedios.

5. Conclusión: despojos de una batalla perdida

Estamos en el aire es uno de los casos más emblemáticos, en especial por la trayectoria de varios de sus autores, de la modalidad que ha adoptado el discurso periodístico sobre medios a partir de la formación de grandes grupos concentrados de la información y la comunicación. Siendo que el texto se encuentra también al final del recorrido histórico que hemos planteado, servirá para elaborar nuestras conclusiones acerca del vínculo entre la crítica, el mercado, el discurso periodístico y el campo académico.

Ulanovsky, Sirvén e Itkin abjuran de la crítica en el comienzo mismo del libro: “este no es libro de crítica. Sí es, en cambio, libro con opinión y con una determinada mirada, aunque no califica o descalifica en sí mismo” (Ulanovsky *et al.*, 1999: 11). Lo primero es cierto. Es un texto que carece de aspiración crítica aunque no por ello deja de estar plagado de valoraciones positivas, al estilo de la que se suelen encontrar en las gacetillas de prensa. Así, tal actor “brilló” en tal ciclo, otro ciclo es “excelente”, un personaje es “maravilloso”, y las entrevistas de cierto periodista se caracterizaban por ser “memorables”. La reiteración de un género, que en los 70 era un índice de la pobreza de la propuesta estética de la TV, pasó también a ser justificada debido a que cierta clase de programas poseían un carácter “rendidor e inagotable” (Ulanovsky *et al.*, 1999: 111). El grado de abandono de la

crítica llega a tal punto que ni siquiera merece el menor comentario la confesión de parte de un guionista que sostiene “un buen guionista de tevé es alguien que tiene siempre golpes bajos para el *rating*. El golpe bajo es lícito, porque esto no es un juego de caballeros” (Ulanovsky *et al.*, 1999: 161). Los autores ceden el ejercicio del juicio crítico respecto a la calidad de la programación a la validación otorgada por el *rating*. A lo sumo alcanzan a esbozar un “merecía mejor suerte”, cuando mencionan el levantamiento de un programa que consideran valioso. No es tan real, entonces, que el libro carezca de una valoración sobre el contenido televisivo.

Sin embargo, porque señala el grado de repudio hacia cualquier enunciado crítico al que se ha llegado en la actualidad, la operación discursiva más notable del libro es la ridiculización de la crítica. En el texto aparecen de manera primordial dos clases de críticos de la TV. Tienen un lugar destacado aquellos que Muraro ubicaba dentro de la “crítica aristocrática” que repudiaba los efectos del populismo de la televisión sobre la cultura nacional. Así, las posiciones críticas aparecen en manos de asociaciones como las Ligas de Padres y Madres de Familia, que promueven la censura de todo aquello que atenta contra los valores occidentales y cristianos bajo la excusa de que es necesario “impedir que el espectador vea atropellado su derecho y se le presente la mentira como verdad o el mal como bien” (Ulanovsky *et al.*, 1999: 344). En la reconstrucción que hacen los autores de los discursos antagónicos a los mensajes preponderantes en la TV, no hay demasiada distancia entre las conservadoras Ligas de Madres de Familia y el progresismo de la Asociación de Psicólogos de Santa Fe, que se manifiesta en la casa de gobierno provincial para denunciar los efectos nocivos de la novela *Papá corazón* (Ulanovsky *et al.*, 1999: 343). Para Ulanovsky, Sirvén e Itkin, la crítica desde los sectores progresistas es proclive a caer en un alarmismo infundado que exagera las consecuencias del texto televisivo sobre el público. Sin hacerlo explícito, ronda en el libro el argumento neopopulista según el cual, tanto conservadores como progresistas pretenden ejercer sobre la masa de consumidores televisivos un poder paternalista que dictamina qué puede o no verse, y que por lo tanto reduce a esa masa a un estado de eterna minoridad intelectual.

La otra veta crítica que aparece en el libro está representada por periodistas que pertenecen también al costado derecho del espectro político. Es revelador que los autores hayan elegido a Mauro Viale como vocero de las posiciones que impugnan al contenido de la TV por su carácter violento (Ulanovsky *et al.*, 1999: 384). Al ser Viale una figura repudiada por los ámbitos progresistas que tienen también una posición disconforme sobre el contenido televisivo, Ulanovsky, Sirvén e Itkin realizan una comparación humillante para este sector político al asimilar su contenido ideológico con el de alguien que posee una trayectoria consolidada en el pensamiento político reaccionario. Los grandes ausentes en *Estamos en el aire* son los estudios académicos sobre la TV y el linaje del periodismo crítico que era tributario de estos estudios; un linaje al que, en su momento, Ulanovsky y Sirvén habían dicho pertenecer en menor o mayor medida. Si en los 70 cabía la posibilidad de mencionar las investigaciones que realizaba Armand Mattelart para reforzar los argumentos; en los 90, toda referencia a un discurso académico, ya sea o no de talante crítico, es abortada de raíz.

Las mutaciones en las perspectivas sobre el medio adoptada por estos autores revela que, en un contexto de una acentuada concentración mediática, la supervivencia dentro del ámbito periodístico

requiere no sólo evitar en el presente la reproducción del gesto crítico realizado anteriormente, sino lisa y llanamente su borramiento de la historia al mejor estilo orwelliano. Esta situación coyuntural viene a sumarse a las debilidades, como las señaladas por Sirvén en *Quién te ha visto...*, que son más bien de índole estructural dentro del discurso periodístico, y que le dificultan acceder a una concepción crítica del medio que vaya más allá del esquematismo político o la indignación moral. *Estamos en el aire* es el mejor ejemplo de cómo ambas falencias tienen por consecuencia en la actualidad, la desaparición de cualquier huella de un contenido crítico que pueda siquiera ofender a los intereses de los poseedores de la propiedad mediática.

Las historias periodísticas sobre la TV han recorrido una senda sinuosa desde la crítica ideológica de los 70, a la hagiografía de las figuras decanas del medio que impera en la actualidad. Como un lastre molesto, las referencias críticas fueron dejadas progresivamente de lado en beneficio de una enunciación amable. Como un ejemplo de esto, vale la pena detenerse en el tratamiento que recibe el programa de Tato Bores en diferentes momentos históricos. En los 70 su ciclo era condenado porque caricaturizaba en forma apolítica a los políticos que representaban a los intereses de los sectores dominantes, mientras que “a los políticos o propuestas políticas que no responden al sistema, sí los caricaturizaba políticamente” (Ulanovsky y Walger, 1974: 21). Ese mismo ciclo de Bores en los 60 es rescatado en los 90 como “el más serio examinador del vértigo político argentino” (Ulanovsky *et al.*, 1999: 256). La operación discursiva de “rescate emotivo” que *Estamos en el aire* produce alrededor de la figura de Tato Bores se repite con otros “prohombres” de la televisión argentina. Este desplazamiento enunciativo por el cual queda abolida la crítica no es un hecho insignificante. Es el resultado en el plano cultural de una profunda derrota política que, a treinta años de producida, continúa reverberando con una potencia inusitada.

Bibliografía

- ABRAHAM, Tomás (1998), *La aldea local*, Buenos Aires, Eudeba.
- ADORNO, Theodor W. (2002), *Televisión y cultura de masas*, Buenos Aires, Lunaria.
- FOX, Elizabeth (1989), “Televisión y comunidad: cinco falacias”, en Landi, O. (comp.), *Medios, transformación cultural y política*, Buenos Aires, Legasa, 1989.
- JAY, Martín (2003), *Campos de fuerza*, Buenos Aires, Paidós.
- LANDI, Oscar (1989), “Medios, procesos culturales y sistema político”, en Landi, O. (comp.), *Medios, transformación cultural y política*, Buenos Aires, Legasa, 1989.
- ____ (1992), *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente, que hace la gente con la televisión*, Buenos Aires, Planeta.
- LENARDUZZI, Víctor (1999), *Revista Comunicación y Cultura*, Buenos Aires, Eudeba.
- MANGONE, Carlos (2007a), “A quince años. Las polémicas sobre la TV en los noventa, una excusa para discutir intervenciones intelectuales y políticas culturales”, en *Revista Cuadernos Críticos de Comunicación y Cultura*, N° 3, verano 2007/08.

_____ (2007b), "Foco y baja definición. La tradición del análisis televisivo", en Revista *Cuadernos Críticos de Comunicación y Cultura*, N° 2, Otoño de 2007.

MORANDINI, Norma (2000), *La gran pantalla*, Buenos Aires, Sudamericana.

MURARO, Heriberto (1974), *Neocapitalismo y comunicación de masa*, Buenos Aires, Eudeba.

_____ (1987), *Invasión cultural, economía y comunicación*, Buenos Aires, Legasa.

_____ (1989), "La comunicación masiva durante la dictadura militar y la transición democrática en la Argentina, 1973 – 1986", en Landi, O. (comp.), *Medios, transformación cultural y política*, Buenos Aires, Legasa, 1989.

PASQUINI DURÁN, José María (1989), "¿Cómo serán las relaciones del Estado y la comunicación?", en Landi, O. (comp.), *Medios, transformación cultural y política*, Buenos Aires, Legasa, 1989.

SARLO, Beatriz (1993), "La teoría como chatarra. Tesis de Oscar Landi sobre la televisión", en Revista *Punto de Vista*, N° 44, noviembre de 1993.

_____ (1994), *Escenas de la vida posmoderna*, Buenos Aires, Ariel.

SIRVÉN, Pablo (1988), *Quién te ha visto y quién TV*, Buenos Aires, Ediciones De la Flor.

TARCUS, Horacio (1994), "El progresismo y la 'disponibilidad' de los intelectuales", en Revista *El Rodaballo*, N° 1, noviembre de 1994.

ULANOVSKY, Carlos y Silvina Walger (1974), *TV Guía Negra*, Buenos Aires, Ediciones de La Flor.

ULANOVSKY, Carlos et al. (1999), *Estamos en el aire*, Buenos Aires, Emecé.

VARELA, Mirta (2005), *La televisión criolla*, Buenos Aires, Edhasa.

WOLTON, Dominique (1992), *Elogio del gran público*, Barcelona, Gedisa.

WORTMAN, Ana (2002), "Vaivenes del campo intelectual político cultural en la Argentina" en Mato, Daniel (coord.), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*, Caracas, Clacso y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela.

JAVIER ESTEBAN BENYO

Es Licenciado en Ciencias de la Comunicación, docente, investigador y estudiante de posgrado de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Entre sus últimas publicaciones se encuentran "Deleuze, Klossowski y la muerte de la transgresión" y "Apuntes sobre la recepción de Deleuze en Argentina" (en Tomás Abraham (comp.) *Máquina Deleuze*, Buenos Aires, Ed. Sudamericana, 2006); "Subjetividad e institucionalización" (en Actas de las Terceras Jornadas de Jóvenes Investigadores del Instituto de Investigaciones Gino Germani de la UBA); "Repeticiones y diferencias. Comentarios y polémicas en torno a Michel Foucault" (en *Sociedad, Revista de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA N° 23, 2004*). Ha publicado en *Question* n° 18, "La negatividad como ideología estética", en colaboración con Jimena Durán Prieto.

JIMENA DURÁN PRIETO

Es diseñadora Gráfica, docente de grado y posgrado, e investigadora de la FADU-UBA. Actualmente cursa el posgrado en la Maestría en Comunicación y Cultura de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Ha publicado recientemente "Producciones digitales anónimas" (junto con Esteban Javier Rico) y "Lo alternativo de lo alternativo. Diseño y performance", en Ledesma y Siganevich (comp.) *Piquete de ojo. Visualidades de la crisis: Argentina 2001-2003*, Buenos Aires, Ed. FADU-Nobuko, 2007.