

RUTA (2012), Nº4

P. Pérez. Televisión y Estado: “historia...



Televisión y Estado: “historia de un amor inseparable”

Patricio Pérez González
Universidad Autónoma de Barcelona
patricio.perez.gonzalez@gmail.com

Resumen:

La televisión aparece como medio de comunicación de masas a mediados del siglo XX, y desde sus inicios logra posicionarse al alero de la institucionalidad estatal, por lo que muy rápidamente se convierte en el medio de comunicación de mayor importancia a la hora de establecer un lazo que conecte al gobernante con el gobernado.

Palabras Claves

Estado, Ideología, Televisión

Al momento de pensar en los medios de comunicación masiva que más han influenciado el quehacer y pensar humano del siglo XX, es necesario mencionar una serie de conceptos que permitirían encaminar esa meditación, entre los que figuran algunos como el Cine a principios de siglo, la Radio, la Televisión y las tecnologías de la Web 1.0 a fines del siglo mencionado.

Si bien es cierto, cualquiera de los medios nominados anteriormente podrían encausar este escrito, se ha optado por realizar una revisión del medio que a nuestro entender

ha generado una mayor y más cercana relación con el Estado, este último, como ente rector del pensar y actuar de los individuos y sociedades occidentales de la Época Moderna.

Además de lo anterior, y en honor a la verdad, la cercanía entre los conceptos claves descrito más arriba tales como; Estado, Ideología y Televisión, son parte de un proceso histórico social de basto interés para quien se dedica al análisis histórico y comunicacional del siglo XX. Este escenario es más ni menos que el periodo de Guerra Fría, ubicado en la segunda mitad del mismo siglo en el cual aparece este medio tan popular.

A decir verdad lo que impulsó el inicio de este artículo, fue el recuerdo de la última clase de la Cátedra de Teorías de la Comunicación en la que tuve el agrado de participar activamente, y precisamente rememoré el momento en el que intervine haciendo una relación histórica entre la aparición de la Televisión como Medio de Comunicación Masiva (desde ahora MCM) y el Estado.

De no haber sido por la intervención –en virtud del tiempo restante de dicha clase- de quien moderaba el debate en ese momento, me hubiera extendido demasiado en la explicación –poco rigurosa quizás- de la estrechísima relación amorosa, que han contraído desde la aparición cultural del segundo amante mencionado -la Televisión- en la vida del primero –el Estado¹-.

En virtud de no haber podido realizar una explicación más desarrollada y de un mayor rigor académico en dicha cátedra, es que se tomó como tema principal de este ensayo la intervención antes aludida.

En el presente escrito, se desarrollarán como objetivos principales, realizar una revisión de la historia de la Televisión desde su aparición en el mundo y en Chile como MCM y, analizar su relación con el Estado -en beneficio de este último- en lo que a legitimación y control social se refiere. Para ello, se revisará una serie de autores vinculados a la comunicación y específicamente a la Televisión que permitirán en este texto, tanto solidificar las bases argumentativas del mismo, como descansar en las valiosas aportaciones de autores ya connotados.

Debido a la formación histórica de quien firma el presente escrito, las intervenciones son marcadamente desde un prisma disciplinario, por lo que en aquella ocasión, (la

cátedra mencionada anteriormente) la alusión era en términos de que la Televisión aparece como MCM en un momento de la historia humana en que el mundo occidental se encuentra dividido en dos; por una parte, el “Socialismo” de inspiración marxista, representado por la imagen de un Estado centralizado como la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) y por otro, el “Capitalismo” de inspiración liberalⁱⁱ representado por La Unión de Estados Americanos (USA).

La contextualización del escenario histórico en que se sitúa la aparición de la Televisión es un dato muy relevante a la hora de determinar las prácticas comunicacionales de ambos polos ideológicos. La fijación de un determinado discurso ideológico se vale de una serie de elementos que van complementando este posicionamiento en las estructuras mentales de los individuos, debido a la lentitud del cambio en dichas estructuras, este proceso de inserción ideológica fue –y es– desarrollado en complemento con una serie de elementos componentes de otras estructuras, ya sea sociales, políticas, económicas y religiosas, que debido a su rapidez en cuanto a la generación de sus propias modificaciones hacen que se produzca una resistencia mayor al cambio de mentalidad, por ello, las estrategias comunicativas de las ideologías imperantes en la segunda mitad del siglo XX se sirvieron de todos aquellos factores que hicieron posible el impulso de dos distintos tipos de guerra discursiva, la primera de ellas fue la gran “Guerra Fría” en su cara internacionalizada y expansiva a escala mundial, la segunda, a pequeña escala o escala local, observándose como una guerra de guerrillas intestinas al interior de las comunidades ya sea socialistas o capitalistas, con el fin de generar el alojamiento de aquel germen ideológico que permitirá lograr el objetivo mayor.ⁱⁱⁱ

“La comunicación es una disciplina esencialmente multidimensional. Por una parte, a ella confluyen una serie de ciencias sociales como la sociología, economía, psicología, lingüística, semiología, antropología y las políticas públicas (...) Por otra parte, esta disciplina reconoce su multidimensionalidad en sus variadas áreas de trabajo. Entre ellas se destacan, la comunicación de la salud, la regulación medial, la comunicación de marketing, la economía de los medios y la comunicación política” (Carvajal, 2007: 12)

Desde sus orígenes como medio de comunicación de masas en Francia e Inglaterra a fines de la década de los 40, y en USA a principios de los 50, la Televisión ha estado asociada muy directamente a su utilización con fines ideológicos. Y como no, el alto costo operacional de la emisión televisiva hizo posible que desde sus orígenes

apareciera como una Televisión centralizada, es decir, una televisión gubernamental, pero no solamente era centralizada políticamente hablando.

“Centralizada geográficamente en las capitales de los países, relegando a las provincias al rol de receptor pasivo de las emisiones. Centralizada también creativa y culturalmente, pues pocos emisores y creativos podían acceder al medio. Centralizada políticamente, pues la TV era controlada por el Gobierno, en base al financiamiento público que demandaba esta industria de alto costo”.
(Fuenzalida, 1990: 23)

Por otra parte, a pesar de la existencia actual de innumerables canales de televisión ligados a pequeñas organizaciones comunitarias, ONG's, escuelas, juntas de vecinos, etc., es posible reconocer en dichas experiencias la innegable centralización ideológica de que dispone la televisión aún en nuestros días como MCM, ya que sólo basta considerar aspectos tales como, la escasa cobertura de la señal, la falta de recursos logísticos y operacionales de dichos medios, el poco tiempo de emisión de sus programas, etc., para darnos cuenta que el poder de las grandes cadenas noticiosas y gigantescos canales de televisión conservan para sí un nicho ideológico muy difícil de contrarrestar por estas artesanales iniciativas comunicativas mencionadas anteriormente.

En honor a la verdad, es necesario manifestar que hay un caso en el que la aparición de la televisión es de carácter privado, –la excepción confirma la regla- el mismo Fuenzalida, expresa un grado de independencia casi exclusivo de la televisora inglesa BBC, la cual muestra tal grado de autonomía frente al Gobierno y al Parlamento, que es imposible observarlo en países como Francia, cuya TV ha sido controlada políticamente por el poder ejecutivo, o en casos como Italia donde la propia RAI es más bien el desarrollo <<cuoteado>> por el Parlamento de dicho país. (Fuenzalida, Ob. Cit)

Lo anterior no pretende más que consolidar la idea de que grandes poderes políticos y/o económicos son y han sido los garantes de la recursividad discursiva ideología de un medio tan importante como lo es la televisión en la segunda mitad del siglo XX y lo que llevamos del XXI.

A modo de ejemplo, es conveniente citar el caso del Premier italiano Berlusconi, quien a propósito de los escándalos de corrupción y prostitución de menores en los que se

ha visto envuelto en los últimos años, ha sido capaz de irrumpir en diferentes medios de comunicación con el fin de blanquear su imagen ante la opinión pública, a tal punto de que no hace más de dos meses el propio Berlusconi ha osado interrumpir con un llamado telefónico un programa de la televisión italiana, para decir con tono amenazante y soberbio que dejen de ensuciar su persona y que él es quien está sufriendo una campaña de desacreditación liderada por personeros de los partidos de la izquierda italiana y europea por sus viles intereses de poder.

Ante lo anterior, cabe realizar una serie de preguntas que sin necesidad de resolverlas en este escrito, podrían dejar aun más en tela de juicio no sólo el caso Berlusconi, sino que además el servilismo ideológico detentado por la televisión y al cual nos hemos referido extensamente en todo este texto.

Tales cuestionamientos como: ¿Quién autoriza a Berlusconi a interrumpir dicha emisión televisiva? ¿Cómo es posible que un personero de gobierno utilice un medio de comunicación masiva para irrumpir de esa forma con el fin de defender sus intereses personales? ¿Qué tipo de democracia es la italiana? ¿Qué tipo de poderes fácticos están detrás de todo esto? Etc. Insistiendo en el punto anterior, estas interrogantes no hacen más que tratar de manifestar el interés por esa intrincada y obsesiva relación entre los MCM, específicamente la TV y los poderes que controlan el devenir histórico de las comunidades, y hasta donde pueden llegar las prácticas coercitivas y coludidas entre los grandes colosos de medios de comunicación masiva y estos poderes que al amparo del discurso del Estado y la Nación, corrompen los valores humanos como fin último de la consecución de sus propios objetivos y/o intereses.

Demás está decir que finalizada la 2ª guerra mundial en 1945, e iniciada la “Guerra Fría” a partir de ese mismo año, este MCM se hizo un instrumento muy fuerte en función de la legitimación discursiva del Estado moderno en la segunda mitad del siglo XX. El propio Ricardo Lagos Weber, ministro secretario general de la presidencia para el momento de la publicación del texto que será citado en un instante, expone en el prologo del libro La función política de la Televisión lo siguiente: “En los tiempos actuales es imposible pensar en la relación entre comunicación y política sin poner a la Televisión en el centro del debate. Este medio de comunicación resulta de máxima importancia para identificar qué claves son relevantes a la hora de establecer vínculos informativos entre la ciudadanía y sus autoridades”^{iv} (Lagos en Carvajal, 2007: 7)

Desde el punto de vista del contenedor de imágenes como se pudiera entender la Televisión es posible decir que: “La información visual, en virtud de la potencia propiamente técnica de la que emana y de la precisión de las imágenes concretas que produce, se impone a los individuos con una fuerza que jamás poseyeron las formas de expresión del pasado”. (Cohen-Séat y Fougeyrollas, 1980: 13)

El poder comunicativo de la Televisión, radica en que a diferencia de otros MCM, como el cine, teatro o periódicos, la Televisión no necesita de alguna experticia como saber leer –público infantil- o algún esfuerzo mayor, como salir de casa. Por lo que este medio, no sólo se convierte en un medio que comunica, sino que también acompaña al televidente. Esto último, de vital importancia, ya que en nuestras propias prácticas televisivas, muchas veces tenemos encendido el receptor cuando estamos efectuando otras tareas, pero cuando a través del oído captamos algo de interés corremos al monitor para ver la imagen que “manifiesta más fielmente” lo que el sentido de la audición es capaz de percibir.

A nuestro juicio, el párrafo anterior explica la raíz de la eficiencia del encanto de la Televisión para el Estado, esta nueva novia, tiene características inigualables como para a través de ella encantar a los suegros –el televidente, el ciudadano- y así convencerlos de que el novio es el candidato perfecto para su hija. “La televisión, no el cine ni el teatro, es el lugar privilegiado donde se realiza la unión entre el Estado y la familia”^v (Vilches, 1995: 325) En otras palabras, la posibilidad que brinda la Televisión al Estado de introducirse en la casa de la familia, hace de ella una herramienta poderosísima en cuanto a lo que se refiere tanto al control social como al comportamiento casual del individuo.

Lorenzo Vilches en su libro “Manipulación de la información televisiva” lo manifiesta de esta manera:

“Y si la tarea del Estado es impedir que el espectador pueda organizarse su propia visión de la realidad, manteniendo la iniciativa de hacer ver el mundo de un modo homogéneo, la tarea de la familia será organizar la relación simbólica propuesta por el mensaje televisivo en forma de repuesta condicionada (comprar tal producto, votar tal candidato, pensar como en tal telefilm)” (Vilches, Ob. Cit.: 326)

Ahora bien, en este momento es necesario aclarar un elemento conceptual muy importante. Como una puesta de sol puede ser descrita en un poema, fotografiada o pintada y no ser una puesta de sol sino una representación de ella, la Televisión no es el Estado, sino una más de las representaciones que se tiene de él, como podría ser la educación, la religión, etc.

En la siguiente cita del propio Vilches podemos ver la relación casi intrínseca entre estos dos novios -como los hemos presentado hasta ahora- “Todo gobierno necesita de la televisión para dar credibilidad a su gestión, pero es la imagen del Estado la que viene representada en el mensaje televisivo” (Vilches, Ob. Cit.: 321) y como no, si la supremacía es del Estado, el gobierno es sólo servil a él. Como dicen por ahí, “los hombres pasan, las instituciones quedan”^{vi}

Está claro que para nosotros, como para Vilches, la relación entre Televisión y Estado es muy estrecha, sin embargo, hay una aseveración del autor mencionado que no compartimos en su totalidad, él dice, “La televisión es la imagen del Estado y del ciudadano al mismo tiempo” (Vilches, Ob. Cit. 320)

Si bien es cierto, es posible reconocer en la Televisión la imagen del Estado, -por lo menos una de ellas- la TV no es la imagen directa del ciudadano, sino la imagen que el Estado crea de él a través de ella. Es decir, la Televisión y el Ciudadano son constructos o productos del Estado, es él quien dirige el tipo de medios que lo representan, pero es el mismo – el Estado- quien crea también al tipo de ciudadano que no sólo lo representa si no que además, lo legitima. Es más, ambos terminan sustentando al propio Estado de una u otra forma. Carvajal, en defensa del Estado y confirmando lo anterior dice: “por eso se hace necesario repensar como hacer comunicación, como construir y reconstruir ciudadanía en la lógica de una televisión moderna, pero que entienda la información como un bien público” (Carvajal, Ob. Cit.: 16).

Volviendo sobre nuestros mismos pasos, hemos decidido tomar una idea que complementa cabalmente lo expuesto en el párrafo anterior. Para importantes exponente de la escuela de los Estudios Culturales y/o Cultural Studies como son el propio Raymond Williams, Benjamin o Gramsci -por nombrar algunos- o tal vez Martin Barbero, García Canclini por citar otros, la idea de redefinir lo popular y/o lo masivo es parte fundamental de su trabajo, llegando a coincidir en muchos de los casos, entender a lo popular como –como lo expresa Mendez Rubio- el nutriente necesario

(Silva y Browne, 2007) para la subsistencia de lo masivo, es decir en la estructura básica molecular de lo masivo se encuentra el elemento popular, considerando que la sobrevivencia de lo masivo está en directa relación con la desaparición de lo popular.

Como bien queda de manifiesto en la siguiente frase: “O nosotros devoramos las imágenes o son las imágenes que nos devoran” (Silva y Browne, 2007: 102)

Otro estudioso que se aventura en la exposición de esta idea en el primer tercio del siglo XX, mucho antes que los estudiosos mencionados, es el propio Ortega y Gasset cuando manifiesta que: “todo el mundo” ya no es todo el mundo. Todo el mundo era la complejísima unidad interactiva de la masa y minorías discursivamente distintas, particulares. “ahora todo el mundo es sólo la masa”. (Ortega, 2004)

En términos de la discusión que hemos venido manteniendo, la televisión se transforma más que en MCM, en mediador entre el Estado y el Televidente o Ciudadano, y su función mediadora está determinada por la consecución de la más cómoda gobernabilidad para el propio Estado y sus dirigentes o “auspiciadores”.

Es más, la propia iglesia católica ya para fines de los años 70, hacía una fuerte crítica a la televisión de América Latina, en el “Documento de Puebla a la comunicación y a la Televisión” del año 1979 (Fuenzalida, Ob. Cit.) exponiendo ideas como la “manipulación ideológica y política” en función de la mantención del statu quo, “monopolio y manipulación de la información”, “transculturación no participativa – por la programación extranjera- y destructora de las identidades locales”, etc.

A continuación se realizará una revisión del estrecho contacto entre el Estado chileno y la televisión y como ambos han construido un statu quo que permite definir como la intencionalidad de desinformar termina construyendo modelos de comportamiento que impiden un análisis crítico de la información expuesta en la televisión chilena y como dicha información construye el tipo de ciudadano que se predispone a una gobernabilidad mas sumisa y asumida.

En Chile particularmente, la aparición de la Televisión como medio de comunicación de masas, nace desde una experiencia experimental estatal a fines de los años 50, donde los principales actores dentro de la difusión televisiva son precisamente el Estado y las universidades, muchas de ellas estatales.

A nuestro entender, el gran debut –como medio de comunicación de masas- de la televisión chilena es el mundial de fútbol del año 1962, sin embargo, por muy interesante que podía haber resultado la organización y transmisión de un mundial de fútbol en Chile, el efecto televisivo de esa transmisión tenía un tinte marcadamente ideológico, o si se quiere, de una gran intencionalidad en función de la manipulación de la información, y no tan sólo de esta última, sino que también del comportamiento del individuo.

No hay que olvidar que dos años antes, había azotado al sur de Chile el terremoto más grande registrado en la historia de la humanidad, donde se encontraba gran parte de la industria del país, que había sido derribada casi por completo. Pues bien, no sólo es la transmisión de una fiesta del “deporte del balón”^{vii} sino que además, es la reconstrucción de la imagen de un país en vías de desarrollo que había perdido mucho de su estructura económica y social. Y, que era necesario mostrar hacia el extranjero y el interior del país, el levantamiento de esa estructura vital, para no seguir cayendo en desgracia ni en la postergación por los mercados internacionales que sustentaban gran parte de la economía del país, que mejor canal que el proporcionado por la Televisión para ello. Pero no sólo es eso, sino que también era necesario reconstruir la moral del pueblo, sentando las bases en un icono valiosísimo de la reconstrucción de la sociedad, tal como lo fue el Estadio Nacional de Chile, uno de las primeras edificaciones que se realizaron con normas de construcción antisísmicas, y que darán pie a las normativas internacionales en vigencia actual debido a lo destructivo del evento de 1960.

Sin ir más lejos, es posible estudiar la letra de la canción aludida más arriba, en donde dos de sus estrofas discursivamente más potentes dice:

“Nos invade la alegría y de todo corazón
Agradecemos a quienes nos brindaron la ocasión
Y dispuestos a la lucha entraremos en acción (...)

A los equipos extranjeros demostraremos buen humor
Y como buenos chilenos, hidalguía y corrección
Y aunque sea en la derrota bailaremos rock and roll”

Importante es apreciar el agradecimiento de un pueblo venido a menos por la catástrofe, a quien dan la oportunidad de mostrarse con vida y motivado a seguir

luchando y gozando de la vida aunque sea en el rigor. Ahora bien, este espíritu que quizás pueda caracterizar a una sociedad determinada, como la chilena, en este caso particular, es el impulso que da origen a la conformación de un equipo organizador del mundial de fútbol y que será utilizado como ejemplo para toda la sociedad civil, permitirá que ésta se levante e intente lograr “su lugar bajo el sol”, este impulso al que nos hemos venido refiriendo, lo da nadie más que el propio Estado chileno.

Luego de “superada” la experiencia de la devastación económica causada por el terremoto de 1960, la TV chilena comienza a desarrollarse siempre de la mano del Estado, en virtud de una creciente actividad política, sobre todo a fines de la década de los 60, los debates llenaron las pantallas de las dos o tres estaciones televisivas del momento, de muy alto valor si lo tomamos por el lado de la participación política de la ciudadanía, pero quizás la audiencia no estaba preparada para recibir tales dimensiones de información.

En la década de los 70 en Chile se produce un fenómeno un tanto contradictorio, ya que por un lado la televisión de la época informa muchas cosas, realmente comunica muy pocas, es más, existe una gran desinformación por parte de la dictadura militar de Pinochet, de una serie de sucesos que se están llevando a cabo en Chile pero que no son comunicados en la audiencia televisiva ni en ningún otro medio, ya que resulta poco beneficioso que la ciudadanía se entere de lo que acontecía con los detenidos desaparecidos, ejecutados políticos, asesinatos, etc.

Por lo tanto, la Televisión chilena se convierte en un “volador de luces” que ofrece “pan y circo” al ciudadano común, por lo que la no información del medio televisivo juega un rol muy importante en lo que se refiere al control social y la gobernabilidad del país. Estos serían los últimos pasos que darían de la mano como pareja oficialmente reconocida por la opinión pública la Televisión y el Estado. De ahí en más, se relacionarán a escondidas como furtivos amantes, ya que su relación será mal vista o por lo menos cuestionada.

“La ley de TV dictada en 1970 reserva la TV al Estado y las Universidades chilenas, sustrayéndola de la operación por parte de empresas privadas de comunicación” (Fuenzalida, Ob. Cit.: 43) recién después de diez años de dictada esa ley, el gobierno militar crea otra en la que se autoriza a las empresas privadas de televisión por cable a tomar un rol activo en la comunicación televisiva chilena.

En los años 80 por primera vez se entrega parte del control de la información televisiva a la empresa privada, sin embargo, a pesar de lo que se pudiera creer en función de que el Estado “quita la manos de la masa del pan” no es tan así, ya que es el mismo, el encargado de regular lo que entra y sale del medio televisivo, y es el momento en el que más interviene las líneas editoriales y los conductos a seguir por la TV, manipulando la información de una forma nunca antes vista en la joven televisión chilena.

Lo dice Bourdieu en “Sobre la televisión” titulado el apartado de un Capítulo con la sencilla frase de “Ocultar mostrando” la frase que utiliza posee una fuerza enorme, la televisión “lo hace cuando muestra algo distinto de lo que tendría que mostrar si hiciera lo que se supone que se ha de hacer, es decir, informar, y también cuando muestra lo que debe, pero de tal forma que hace que pase inadvertido o que parezca insignificante, o lo elabora de tal modo que toma un sentido que no corresponde en lo absoluto a la realidad”. (Bourdieu, 1997: 24)

Que mejor ejemplo de lo anterior, que las imágenes de preciosas mujeres o artistas afamados, animando los programas estelares de la televisión chilena de los años 80, o las imágenes nocturnas de la primera Guerra del golfo pérsico (a inicios de los años 90) donde las cadenas norteamericanas como CNN muestran la “belleza pirotécnica de los bombardeos”.

“Los peligros políticos inherentes a la utilización cotidiana de la televisión resultan de que la imagen posee la particularidad de producir lo que los críticos literarios llaman el efecto de realidad, puede mostrar y hacer creer en lo que muestra” (Bourdieu, 1997: 27)

Para ser justos, y ya que hemos aludido al caso Berlusconi en párrafos anteriores. En este punto tocaremos el caso del actual Presidente de Chile, quien se ha convertido en un ícono de la utilización de medios como la televisión para el logro de sus objetivos políticos. Demás está decir que la compra del canal de televisión “Chilevisión” fue uno de sus factores estratégicos más importantes a la hora de canalizar el flujo de opinión pública en términos de consolidar la campaña política que lo llevaría a conseguir su objetivo de ser presidente de Chile. Lo anterior mas la compra de acciones en el club Colo-Colo, uno de los productos televisivos más importantes de la sociedad chilena hicieron posible una mezcla de discursos populistas de una eficiencia probada en estas lides.

Por último, y no menos importante, el manejo comunicacional de los organismos del gobierno de Sebastián Piñera, en su soporte televisivo, hicieron de la tragedia de los 33 Mineros atrapados en la mina San José y su operación de rescate en uno de los programas de tele-realidad más exitosos de los últimos tiempos, la exposición de la vida y de las intimidades de cada uno de esos hombres y sus familias, tendrá un mayor costo para unos y un gran beneficio para otros, ya sea en el ámbito económico, político, social y cultural de muchos de los afectados por tan desgraciado evento.

No obstante lo anterior, uno de los mayores beneficiados de la televisación de la mentada operación no solo el gobierno de turno quien subió sus bonos estratosféricamente, sino que también se ve a la Estado chileno como uno de los gestores de tan magna proeza humana, “construyendo o solidificando” la imagen de un país digno de ser mirado y respetado como uno de las organizaciones estatales mas poderosas de entre los más débiles –en vías de Desarrollo- digno de ser considerado y estudiado en la eventualidad de ser aceptado como uno de los escogidos para entrar al grupo de selecto de países Desarrollados.

En esta revisión y análisis del nexo entre el Estado y la Televisión se pudo observar el recorrido en que la segunda ha ido marchando de la mano del primero, y como después de los años de estrecha relación, la Televisión termina siendo alejada pero no desechada por la mano del Estado, utilizándola cual amante cuando este necesita el soporte técnico e informativo que brinda el medio televisivo, esta vez, como nexo entre las autoridades de gobierno y el ciudadano.

Además, se pudo observar como los inicios y el desarrollo de la televisión como MCM, tanto en la historia occidental como en la historia de Chile, ha tenido ribetes de similitud que hacen imposible distanciar las prácticas de las que se ha valido el Estado como institución a lo largo y ancho del orbe para imponer sus intereses al alero de un sistema capitalista que subvenciona todas esas acciones, so pretexto del bien común.

Bibliografía

- Bourdieu, Pierre. (1997). “Sobre la televisión”. Ed. Anagrama S.A. Barcelona, España.

- Carvajal, Peña, Uribe y otros. (2007). “La función política de la Televisión”. Editado por la Secretaría de Comunicaciones del gobierno de Chile. Santiago. Chile.
- Cohen-Séat Gilbert y Fougeyrollas Pierre. (1980). “La influencia del cine y la televisión”. Ed. Fondo de cultura económica. México.
- Fuenzalida, Valerio. (1990). “La Televisión en los 90”. Ed. Corporación de Promoción Universitaria. Santiago. Chile.
- Herman, Arthur. (1997). “La idea de decadencia en la historia occidental”. Ed. Andrés Bello. Santiago. Chile.
- Ortega y Gasset, José. (2004). “La rebelión de las masas”. Ed. La editorial Virtual. Buenos Aires. Argentina.
- Silva Echeto, Victor y Browne Sartori, Rodrigo. (2007) “Antropofagias. Las indisciplinas de la comunicación”. Ed. Biblioteca Nueva. Madrid. España.
- Vilches, Lorenzo. (1995). “Manipulación de la información televisiva.” Ed. Paidós. Barcelona. España.

ⁱ Cabe destacar que el Estado tiene una vida de más de dos mil años en la historia cultural del hombre, apareciendo incipientemente incluso antes que su versión clásica muy estudiada en las culturas Griega y Romana respectivamente, sin embargo, se hace referencia en este texto a la versión 2.0, el Estado moderno.

ⁱⁱ Smithsonian por la figura del teórico Británico Adam Smith, máximo exponente de la economía clásica del siglo XVIII.

ⁱⁱⁱ En este punto del desarrollo de presente escrito, es importante realizar una lectura secundaria al desarrollo de un discurso comunicacional y específicamente televisivo servil a los intereses de las ideologías Estatales Socialistas y Capitalistas que se disputan el control del planeta a través de sus carreras armamentistas, desarrollo tecnológico, carrera espacial, crisis de los misiles, guerra de Vietnam, invasión de Afganistán y una serie de prácticas –propias de la Guerra Fría- que fueron difundidas a través de la televisión.

Sin embargo, todos los esfuerzos por mostrar lo bueno de sí mismos y lo malo del otro a través de los MCM, principalmente de la televisión, a través de su lato contenido noticioso de violencia extrema, hizo posible que muchos de los actores histórico “poco relevantes” del periodo en cuestión, surgieran como vanguardias de oposición tanto a uno como otro gigante ideológico, apareciendo como los impulsores de una nueva visión de mundo que a partir de sus cuestionamientos y sueños motivarán las más increíbles reacciones ante todo lo que se generaba desde las dos grandes “fabricas de ideas” del siglo XX.

Hasta entonces una multitud de jóvenes desconocidos que no habían tenido la oportunidad de actuar ideológicamente -más que como carne de cañón al servicio del desarrollo de combates o batallas bélicas entregando su vida para ello-, fueron capaces de levantar sus voces y situarse en un sector ideológico distinto al de los dos gigantes.

Es aquí donde aparece una “tercera vía” un grupo de “no alineados” encabezados por otro tipo de gigantes de la ideología, que con una mirada pesimista como la de Michel Foucault, Deluze o Tournier -por citar algunos- otorgan una serie de recursos discursivos que dan cuenta del descontento social que decantará en movimientos populares y juveniles como el de Mayo del 68 o el propio Woodstock en 69.

Pues bien, todo el esfuerzo comunicativo soviético y estadounidense -a su pesar- proporciona el caldo de cultivo necesario para el surgimiento de estas voces disidentes, que pondrán en jaque a su propias baterías de armas discursivas provocando entre otras muchas cosas cumbres entre líderes mundiales y acuerdos entre las dos potencias aludidas tales como Salt I y Salt II (a propósito de los arsenales nucleares) y las percepciones pesimistas de aquellos “ahora existentes” jóvenes considerados desde entonces como una enorme y poderosa masa crítica.

^{iv} Interesante es en este punto realizar la distinción que existe entre información y comunicación, ya que en reiteradas ocasiones la televisión actual es más bien un emisor de datos con atributos demasiado modestos, lo que no indica que los “esfuerzos” por informar sean un real aporte a la comunicación que tendrá una intencionalidad mas vinculada al acuerdos social.

Por otra parte, se hace referencia a la forma en que se tiene de hacer televisión en tiempos de la dictadura militar de Pinochet (tema abordado en párrafos posteriores) en los peores años de las comunicaciones en el Chile del siglo XX. Muy similar a ese oscuro periodo histórico es lo que sucede en la actualidad con la televisión entendida en estos momentos como la portadora de un gran cumulo de información que finalmente lo que hace es desinformar.

^v Donde se produce una mixtura en que lo público se funde con lo privado, sin embargo, para bien o para mal, lo privado es más permeable.

^{vi} Como sacado de la entrevista televisiva de un dirigente de club de fútbol profesional, al hacer referencia a un jugador que decide irse a otro club o al club rival, como diciendo, ni el jugador ni el dirigente son el club.

^{vii} En alusión a la canción de Los Ramblers, “el mundial del 62”