

Septiembre de 2009

Insubordinación Televisiva

Carlos Ossa Swears¹

"El hombre moderno vuelve a la noche a su casa extenuado por un farrago de acontecimientos –divertidos o tediosos, insólitos o comunes, atroces o placenteros- sin que ninguno de ellos se haya convertido en experiencia".

Giorgio Agamben

Infancia e Historia

La televisión es una institución comunicacional² más que un medio. Expresa un conjunto de relaciones que trascienden la tarea de la información o el pasatiempo, por lo mismo su carácter e historia no se explica únicamente por su impacto cultural, sino también por su vínculo político y económico con la modernización. Desde su nacimiento diversas concepciones han intentado atrapar en un conjunto sistemático de ideas el rol social, la función, la estructura, el régimen económico, la innovación tecnológica del proceso televisivo³, sin embargo pocas interpretaciones han intentado unirla con un régimen escópico donde confluyen vida cotidiana y visualidad.

¹ Carlos Ossa Swears es Licenciado en Teoría e Historia del Arte, U. de Chile. Licenciado en Comunicación Social, U. Arcis. Magíster en Comunicación Social, U. de Chile.

² Por institución comunicacional estamos entendiendo el sistema normativo, epistemológico y económico que conforma un conjunto de saberes, deberes y prácticas. En ese sentido, la televisión más bien habla desde un lugar social y éste se configura en un campo de comportamientos que generan no sólo programas, también explicaciones, mitos, sentidos comunes y políticas.

³ De todas formas este interés no siempre ha redundado en comprensiones afortunadas, el investigador francés Dominique Wolton indica: *"la televisión, o el deseo de no saber...Pocas actividades tan extensamente difundidas han sido objeto, durante tanto tiempo, de semejante pereza intelectual, de semejante conformismo crítico y, finalmente, de semejante sumisión a las modas del momento. Sin embargo, la televisión es uno de los símbolos más espectaculares de la democracia de masas y este carácter es sin duda una de las razones por las cuales se depositan en ella toda clase de esperanzas, siendo así que ella es incapaz de satisfacerlas"* en: *Elogio del Gran Público*, Editorial Gedisa, España, 1992. Pág. 13.

Septiembre de 2009

En las sociedades actuales la televisión construye un número creciente de pedagogías y normalidades de lo cotidiano, mitifica momentos y proyecta acontecimientos y así, introduce una jurisdicción visual donde los cuerpos y las imágenes generan un desanclaje, que en palabras de Anthony Giddens es: “...*el despegar las relaciones sociales de sus contextos de interacción y reestructurarlas en indefinidos intervalos espacio-temporales*”⁴, este hecho introduce un cambio en la percepción, pues las tecnologías comunicacionales son capaces de reunir en un mismo relato simbólico a múltiples públicos y generar diversas escrituras que contribuyen a la separación del lugar propio por uno virtual y expansivo. Esta ruptura es determinante para la lógica desarrollista del capital, pues uno de los recursos fundamentales para fijar espacios es la circulación, pues las imágenes viajan dispersándose. La televisión es una lengua y una técnica y a través de ella, el capital fluye proponiendo conexiones entre discurso y representación, acontecimiento y noticia, testimonio y comentario.

Lo que la televisión hace circular implosivamente es al capital convertido en relación social al interior de la vida cotidiana, pues ésta última se confecciona con la mezcla entre el tiempo público y privado, que terminan borrando sus fronteras en la dinámica temporal del discurso televisivo: el *flujo*. Hay un instante en que la televisión y la sociedad son una sola, expresan un mismo lenguaje y remiten a una misma racionalidad y significación. Pero cuando diversos autores la estudian perciben sólo una tendencia hegemónica unilateral y la explican como una emboscada óptica y maléfica que describe

⁴ En: Consecuencias de la Modernidad, Alianza Editorial, España 1999. Pág. 32.

Septiembre de 2009

dos posiciones encontradas: la democratización simbólica y la manipulación ideológica, pero siguiendo un impulso a ver en ello un problema de influencias y efectos todavía apegado a visiones instrumentales. En este sentido, las advertencias que ha realizado Eliseo Veron respecto al paso de una sociedad mediática a una mediatizada son relevantes, pues la comunicación ha dejado de ser un instrumento para convertirse en un régimen de significación, en un modo estructural de dar al mundo una referencia y un vocabulario. Si el tiempo histórico de lo mediático está asociado con la invención de lo comunicacional y de su utilidad fáctica, es decir la capacidad de mostrar la “realidad” como el despliegue irredento de una modernización industrial, la mediatización⁵ viene a ser el punto donde el funcionamiento de lo social está unido a una matriz simbólico-discursiva que legitima al capitalismo en términos de un orden y consenso de la vida. Sin duda, que este segundo momento –fuertemente- marcado por estrategias rituales de un capitalismo global –según Fredric Jameson- tienen a la televisión de agente determinante, ella puede producir lo mismo y su diferencia, la proximidad del nosotros y la extrañeza del ellos. Nunca la televisión cierra o clausura el mundo, más bien lo repite laboriosamente en la variedad y en la disimilitud que permite, hoy, la cultura global.

La televisión fabrica leyendas efímeras de lo visual que cumplen el trabajo de apropiación del sentido y la elasticidad de la vida privada, así configura un saber práctico para descifrar

⁵ Verón expresa: “Una sociedad en vías de mediatización (que hay que distinguir de la sociedad mediática del período precedente, es decir, una sociedad donde las tecnologías de comunicación se implantan progresivamente en el tejido social) no es, sin embargo, una sociedad dominada por una sola forma estructurante que explicaría todos los aspectos de su funcionamiento. La mediatización opera a través de mecanismos diferentes según los sectores de la práctica social que afecta, y produce en cada sector efectos diferentes. Dicho de otro modo: una sociedad mediatizada es más compleja que aquellas que la han precedido. Dígase lo que se diga, la publicidad, el discurso político, el discurso de la información, el

Septiembre de 2009

códigos y volver familiar la programación como un modelo figurativo que unifica tiempos dispares y lejanos. En este plano la televisión expresa el momento en que la modernización se funde con lo habitual y lo diario proponiendo una regularidad, un paradigma y un tipo de “conocimiento social” destinados a proveer de contextos explicativos, valóricos y disciplinarios. El cruce de momentos produce un resultado no jerárquico, sino de mixtura, fragmentación y simultaneidad: *“Mirar televisión conduce al televidente al interior de un mundo de sentidos ordenados, ordenados por –y dentro de- una red, que poco a poco se va haciendo global, de sistemas institucionales y culturales: sistemas que incluyen tecnologías cada vez más elaboradas y convergentes de información y comunicación: las pantallas, los satélites, las fibras ópticas, las computadoras de la emergente era de la información; son sistemas que incluyen las instituciones multinacionales que controlan cada vez más la producción y distribución de programas y el software en una escala global, y aún sistemas que incluyen la internacionalización del contenido de los programas, sistemas en los que se fabrican productos culturales híbridos mediante arreglos de coproducción y se distribuyen por todo el mundo (...) Pero los sistemas incluyen también lo doméstico, lo suburbano y lo local, donde la certeza de la dominación se transforma en la incertidumbre de la resistencia, a medida que las audiencias y los consumidores superponen sus propias definiciones y sentidos al hardware y al software de la tecnología de la televisión en una lucha por el control, siempre desigual pero permanentemente sostenida”*⁶.

discurso de las ciencias, etc., resultan de condiciones de producción y de reconocimiento diferentes, en cada caso específicas”.El Cuerpo de las Imágenes, editorial Norma, Colombia 2000. Pág. 42.

⁶ Roger Silverstone: Televisión y Vida Cotidiana, Amorrortu Editores, Argentina 1996. Pág. 130.

Septiembre de 2009

La lucha, a la que se refiere Roger Silverstone, es por el poder interpretativo y supone la movilización de múltiples dispositivos, alianzas, posiciones y contingencias para llevarse a cabo. La televisión entonces se despliega en lo social fragmentando su tiempo en diversidad de programas que deberían corresponderse con lo público y su accidente, y con lo privado y su contemplación. Mirada desde una perspectiva estructural, la televisión no se reduce a un aparato, ni menos a impactos sicosociales, más bien convoca en su discurso una multitud de operaciones semióticas que maniobran con muchos esquemas y tienen la ductilidad suficiente para hacer coincidir, en su interior, momentos estables de banalidad y reconstrucción arbitraria de la historia; con creación de lenguajes y reconversión de identidades.

El presente unido a la velocidad de los ritmos comunicacionales se disuelve en la retórica publicitaria de la modernización que recurre al lenguaje televisivo para celebrar su visibilidad directa y total, y entonces, los acontecimientos quedan bajo la tutela de las formas más que de los contenidos, pues las imágenes prosperan en el regazo de unas estéticas audiovisuales que pueden combinar repetición y diferencia incansablemente sin tener que pasar por la información. La separación gradual de símbolos y referentes acrecienta la idea de que lo televisivo sólo opera con significantes y economías de la mirada y una fuerte estetización del poder consuma el desmantelamiento de lo social. Sin embargo, los formatos, los géneros y las estrategias de la televisión hablan de la imposibilidad de pensar sólo a la cultura de masas tecnologizada como un cuerpo muerto que alimenta su desdicha con el simulacro y la ficción, pues el discurso televisivo encarna los mundos físicos de forma ambigua, por una parte nos propone la unidad de las cosas

Septiembre de 2009

atadas a la ganancia o la violencia sin final; y por otra, intensifica las fragmentaciones interpretativas anulando figuras de autoridad.

La televisión no es la escolta simbólica de la modernización, sino el fundamento político de la misma. Impide la interrupción del mito, evita la pausa opaca que puede liberar a la palabra de su transparencia, ofrece aquello necesario al vivir: la miticidad. Pero ¿gracias a qué mecanismo las personas quedan inscritas en una trama mítica, sin tener que recurrir a la respuesta de las masas manipuladas? La televisión no es un objeto ni se reduce a deseo y representación, lo que ocurre en ella no está en ella, sino en un espacio complejo y virtual donde el mundo retorna idéntico/desigual a cubrir con excesos técnicos los dramas del tiempo y hacer estallar la rutina de la imagen con juegos culturales y sumisiones políticas. Mientras las críticas racionalistas han buscado inútilmente *desmitificar* lo social acusando a la televisión de propedéutico de la obediencia, la vida cotidiana narrada por la institución televisiva discurre serena y clara en los materiales tecnovisuales, sin interrupción ni crisis de sentido. La modernización, convertida en mito, no sólo es acceso y consumo, también una promesa costosa y esquizofrénica de triunfo sobre la muerte. Las lágrimas de eros envuelven el material visual y lo entregan a variados sacrificios narrativos donde lo social se convierte en castigo, promesa o catástrofe.

Uno de los lugares donde mejor se percibe este detalle se encuentra en la contigüidad de lo televisivo y lo político, conocida como estetización política⁷, allí el

⁷ Desde los años ochenta hay un creciente interés entre los investigadores por la videopolítica y las consecuencias que se pueden discernir de los modos que confecciona para el comportamiento de una política mediatizada. Para mayor referencia ver: Oscar Landi: *Devórame Otra Vez* (1984); Eliseo Verón: *El Cuerpo*

Septiembre de 2009

capital logra que las comunicaciones escolten la hiperfuncionalidad del mercado y elaboren complejos dialectos de justificación, novedad y justicia. La política liberada del compromiso con el futuro esquivada las declaraciones proyectivas (el modelo de sociedad) por una recurrencia a lo normativo. El carácter formalista de lo político inunda las zonas de lectura colectiva con una serie de signos vacíos donde se potencian figuras y se oscurecen fines; se delatan querellas y se invisibilizan pactos, que luego, traducidos a información se presentan como operaciones lógicas, finitas y necesarias del orden. La tarea política se cierra sobre sí misma y sólo tolera una abundancia autorreferente que encuentra amparo en las comunicaciones y, sobre todo, en el periodismo escrito y visual.

Esta cultura mediática, difundida mayoritariamente por la televisión, propone una imagen del desarrollo que ayuda a saber dónde está la gente –consumo y marketing⁸- y a reducir temblores de malestar o confusión –desorden y crítica. De esta manera una trama estallada viaja por la televisión y la faculta para presentar en sus léxicos visuales los sucesos de la vida cotidiana. El relato periodístico se aboca a lo confesional haciendo genérica la presencia de la víctima; el reportaje científico consuela con la explicación especializada que libera del monstruo o lo anormal; el estelar nocturno compensa con la biografía y la conversación informal, la falta de información sobre las decisiones del poder

de las Imágenes (2001); Varios Autores: El Nuevo Espacio Público (1998); Carlos Mangone y Jorge Warley: El Discurso Político. Del Foro a la Televisión (1994); Murray Edelman: La Construcción del Espectáculo Político (1994); Pierre Bourdieu: Sobre la Televisión (1998); Heriberto Muraro: Políticos, Periodistas y Ciudadanos (1998).

⁸ Cabe destacar que la televisión busca identificar a su audiencia, pero nunca logra construir una historia plausible sobre ella. Mediante técnicas de medición aspira a formatearla en unas tablas y cifras que puedan organizar su lugar y descubrir sus demandas. Sin embargo, la lectura audiovisual siempre es polisignificante y no hay manera de reducirla a una sola interpretación, gusto o disfrute. Así, el público es una especie de fantasma conceptual que se imagina –constantemente- en el raiting o el people meter como un modo de situarlo o tenerlo preso de un lugar quimérico que articula la economía de la televisión.

Septiembre de 2009

y las oscuridades de las influencias; los matinales imitan el tiempo de la vida y lo codifican; la transmisión en directo denuncia la infracción, organiza a los testigos, juzga y sentencia. La opinión se antropologiza en búsqueda de un etnografía blanda de barrio y caída capaz de sostener una tragedia personal unos cuantos minutos y, sin embargo esto no reduce sólo a talk-show la función informativa: también describe un proceso de transformación del lenguaje hacia zonas pasajeras, míticas, descriptivas y culturales.

La televisión sometida al péndulo de su lengua se mueve dispar por la sociedad y aunque a veces, intenta disciplinar al otro y hacer de su diferencia un un coto de negociaciones y mercancías, no detiene los bruscos giros que dan los sujetos y sus prácticas. Asimismo, exagera una memoria oficial reducible a monumento y a documental funcionario, y no impide la usurpación de códigos y las travesuras de imágenes que gatillan nuevas sensibilidades culturales dispuestas a reorientar los sentidos y los deseos: *“el estallido ha producido también unas mezclas muy interesantes entre lo global, lo nacional y lo local. Si hay un lugar social donde se confirma la circulación mundializada de la cultura (Ortiz) pero a la vez el crecimiento de las afirmaciones es la televisión. En ella se combinan los textos creados por la industria transnacional – especialmente estadounidense- con los melodramas nacionales y las transmisiones locales en unos efectos de hibridación en que confluyen diferentes tipos de relatos, se conectan deseos, aspiraciones e intereses muy diferentes, circulan conocimientos que antes eran inaccesibles y se producen procesos de socialización más abiertos que hace unos años”*⁹. Estas estrategias de mutabilidad financian su capacidad de adaptación permanente y

Septiembre de 2009

ayudan a identificar esa manera pulsional y plástica que tiene de unir, fundir e indiferenciar su discurso con la vida cotidiana¹⁰.

La pantalla sin margen

La tradición desarrollista latinoamericana estuvo marcada por el difusionismo tecnológico que se expresó en las comunicaciones en forma de multiplicación de medios. El factor modernizante se validaba, en la medida, que crecía el número de canales de difusión, sobre todo se asignaba a la radio y a la televisión “per se” la capacidad de incentivar el cambio social, a través de sus discursos axiológicos-tecnicistas tendientes a impulsar la adquisición de conocimientos prácticos de rápida aplicación. El objeto era motivar la adopción de las fuerzas modernizadoras como racionalidad y progreso y hacer triunfar un modelo de innovación centrípeta. En ese sentido, la televisión de las décadas de los '50 a los '70, trabajó varias opciones y logró las mismas incogruencias: un desfase entre los modos de producción y los de uso. Al llegar los años ochenta, la televisión se bifurcó en dos líneas capitales: información y entretenimiento, dejando de fondo residual al área servicios y educación con esporádicos instantes de aparición mediática. Pero la idea de desarrollo cobró un nuevo impulso de la mano de un mercado que negaba participación social a cambio de acceso económico y requirió de la televisión para empadronar las legitimidades. Los procesos modernizadores se asociaron con la apertura de mercados,

⁹ Jesús Martín-Barbero y Germán Rey: Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Editorial Gedisa, Barcelona 1999. Pps. 54-55.

¹⁰ El fenómeno descrito favorece la hipersegmentación de mensajes y públicos junto con la concentración de cadenas y discursos, pero sería un error considerar que estamos en presencia de una nivelación hacia abajo de la cultura mediática, pues la competencia entre multinacionales ha generado en más de una ocasión la

Septiembre de 2009

desterritorialización cultural, globalización telemática y uniformación publicitaria de la política, entonces, la visión sobre el desarrollo fue dirigida a afianzar un naciente concepto y relación: la calidad de vida y el protagonismo individual¹¹.

Los géneros televisivos se desplazan desde una programación centralizada y notoriamente institucional hacia la escenificación dramática del sujeto, la reivindicación de lo gestual, la exaltación de lo biográfico y exótico. Así se da una tendencia a vincular desarrollo con individualismo que encuentra oportunidad y dirección en el flujo televisivo donde se vuelven uno solo los textos sociales: la modernización.

La televisión se mueve en un doble margen: institucionaliza lo público para detener su exceso e individualiza el mérito para teatralizar lo privado, con ello el testimonio, el reportaje de lo diario asumen una relevancia y un verosímil sin fisuras capaz de ordenar la vida y mitificar su recorrido con máquinas visuales de la aprobación corporal; el glamour económico; la fascinación tecnológica; la obviedad política: *“los medios de comunicación transmiten mucho más que un mensaje único respecto a quién hay que votar o qué marca o producto hay que comprar. Los mensajes están situados en el interior de supuestos políticos y culturales respecto a lo que es normal y aceptable en sociedad. En la*

búsqueda de nichos emergentes, localismos potenciales y coproducciones abiertas que muestran alternativas a lo existente.

¹¹ Según Valerio Fuenzalida: *“la atención hacia las percepciones culturales y hacia las necesidades subjetivas de la gente ha impulsado este importante cambio conceptual, según el cual el objetivo final del desarrollo es procurar calidad de vida a la población. Esta nueva conceptualización no sólo toma en cuenta los indicadores objetivos tradicionales como la salud, nutrición, vivienda, trabajo, educación, seguridad social, sino que integra indicadores subjetivos, afectivos y estéticos como vida de pareja, hijos, creatividad y desarrollo personal, autoestima, realización profesional, pertenencia, vida social y cívica, placer y recreación, vida artística, espiritual, etc.”*, en *La Televisión Pública en América Latina*. Fondo de Cultura Económica, Santiago, 2000. Pág. 259.

Septiembre de 2009

*producción de noticias, por ejemplo, éstas incluyen creencias acerca de jerarquías de acceso, de quién tiene el derecho a hablar, de cuál es la clave de las instituciones políticas y de cuál es el comportamiento 'aceptable'. A un nivel común, la televisión, la prensa y radio también proporcionan información sobre acontecimientos específicos que tácitamente remiten a estos supuestos no formulados*¹², creando imágenes totalitarias de una democracia que esconde la usura y la obediencia al capital con paisajes digitales que ficcionan una comunidad –ahí– donde administran sólo una población económica.

La televisión no intercepta o separa lo social de lo cotidiano, sino los mezcla e hibrida en montajes, formatos e identidades que borran los límites específicos y unifican escenas, pero éstas son fragmentarias y asimétricas y no interrumpen los significados, más bien los dejan en suspenso y dispuestos a resignificarse continuamente. Por lo mismo, la modernización no aparece como mera vitalidad económica, logro en infraestructura, ampliación del consumo, entretención o encuesta, también se configura en un discurso simbólico que por medio de su cotidianeidad audiovisual, ingresa plural y diversificado en la vida común, generando afirmaciones y resistencias¹³.

¹² Greg Philo: *Seeing and Believing*, E. Routledge, Londres 1990. Pág. 5.

¹³ En esa línea la recepción que los televidentes hacen no puede compararse con un acto pasivo y conformista, a pesar de lo declarado por Brunner y Catalán: “*El drama, leve y envolvente, de la televisión reside precisamente en eso: en que forma parte, reproduce y prolonga la cotidianeidad ordinaria: allí está representado el 'hombre sin atributos'; la sociedad en su movimientos de superficie; ese pequeño 'sucio infierno' donde el hombre masivo consigue, a pesar de todo, desarrollar su libre individualidad al costo de todas las alienaciones que le impone su medio. La televisión es show, amusement, en el mismo sentido que lo es el mundo de los objetos reencantados por el mercado. Incluso en los momentos culturales de mayor profundidad de la televisión –reportajes, informativos– su lenguaje es meramente presentacional, expresivo, envolvente, cotidiano. Explota lo pintoresco, lo sensacionalmente deformado, lo catastrófico, lo desviado de la regla, pero siempre sobre el trasfondo del sentido común*”, en *Televisión. Libertad, mercado y moral*. Editorial Los Andes, Santiago 1995. Pág. 33.

Septiembre de 2009

La televisión, según este contexto hace converger mundos y hablas dispares, ritualiza vidas y desmemoriza episodios, reemplaza interpretaciones con comentarios. A su vez, incrementa símbolos ajenos a los institucionales e incluso los amalgama a modo de acatamiento y denuncia. De esta forma no deja nunca de hacer contacto, integra a todos los sectores y los transversaliza en cuotas de diversión, presencia y distancia. La televisión no sólo imita el tiempo cotidiano, también lo produce y coloca en él las huellas de sociabilidades modificadas por las rutinas de las mercancías y los placeres; de las exclusiones y los triunfos deportivos; de los residuos nacionalistas y las instantáneas globales. A pesar de carecer de un sitio nacional, la televisión funde los tiempos locales y remodeliza (diariamente) la legitimidad de las imágenes y los vínculos sociales; reconoce, crea y selecciona sentimentalidades, de tal forma que tematiza los bordes y los centros. Logra identificar al “otro” sin libreto y además construir un “espacio público” donde lo vernáculo convive con lo vanguardista, lo ceremonial con lo disruptivo, lo moral con infamias blandas en un circuito donde todo tiene sentido mientras es contado. *“Ritual profano –escribe Gerard Imbert-, la televisión recoge fobias y anhelos dispersos, variopintos, inconexos e incluso contradictorios (deseo de ilusión, sueño de felicidad, pero también fascinación por la violencia, por el riesgo, atracción de la muerte); y los va integrando a su discurso sincrético, les da forma, los convierte en narraciones asequibles para todos, los vuelve figurativos desde todos los puntos de vista (representativo e intelectual), crea nuevos rituales comunicativos”*.¹⁴

¹⁴ Nuevos imaginarios / nuevos mitos y rituales comunicativos: La hipervisibilidad televisiva. En Vida Cotidiana y Televisión: www.uc3m.es/uc3m/Institut/MU/Indice

Septiembre de 2009

Lo contado es la forma doméstica que toma el saber moderno en la vida cotidiana, en busca de aprobación y aplauso recrea variadas fórmulas para lograr este incansable propósito, ya que los sujetos pesquistan parte de sus referencias en lo mediático, en aras de coser a un mismo acto la dimensión funcional y cultural de los medios. A partir de este eje la televisión no debería ser leída –exclusivamente- como una ideología deformante, pues lejos del estigma y cerca de la provocación se convierte en el texto político de lo modernizante, es decir ofrece una normalización, una práctica y un destino. Lo sustancial es cómo acomoda autonomía y centralidad en un malabarismo de citas y sentencias que permiten ver en la pantalla la constatación de un imaginario lleno de múltiples relatos dirigidos a un mismo fin: la unión de lo diverso circulando a altas velocidades por la superficie y el interior de las subjetividades, los discursos, las instituciones y los significados. Las imágenes televisivas crean un jardín heterotópico.

La televisión al unir lo individual y lo mediático, en una época donde el concepto de desarrollo rechaza las épicas colectivas de cambio, supone haber triunfado sobre lo ideológico y lo político, dando eco a una sociedad más clara y competitiva. En ella las personas obtienen regocijo y metas de forma privada y excluyen solidaridades inútiles o poco eficaces, sin embargo la programación televisiva y el carácter cultural de la misma, también indican la existencia de procesos y actores vadeando lo obvio y rearticulando identidades provisionales con entusiasmos políticos todavía en formación y, por lo tanto, pendientes. Aunque se busca la supuesta eficiencia del lenguaje visual y el imperio de unas metáforas cansadas pero técnicamente atractivas, la televisión no alcanza a sustraerse de la

Septiembre de 2009

precariedad y el desorden de lo real, por ello su texto y optimismo no es invulnerable. El futuro que indica también se mantiene en silencio y la televisión a veces lo inventa para poder salir al aire.

Bibliografía

- Silverstone, Roger: *Televisión y Vida Cotidiana*. Editorial Amorrortu, Argentina, 1996.
- Verón, Eliseo: *El cuerpo de las imágenes*. Editorial Norma, Argentina, 2001.
- Bourdieu, Pierre: *Sobre la televisión*. Editorial Anagrama, España, 1996.
- Langer, John: *La televisión sensacionalista*. Editorial Paidós, España, 2000.
- Martín-Barbero, Jesús; Rey, Germán: *Ejercicios del ver. Hegemonía y audiovisual y ficción televisiva*. Editorial Gedisa, Barcelona 1999.
- Fuenzalida, Valerio: *La televisión pública en América Latina*. Fondo Cultura Económica, Santiago, 2000.
- Brunner, José Joaquín; Catalán, Carlos: *Televisión. Libertad, mercado y moral*. Editorial Los Andes, Santiago, 1995.
- Philo, Greg: *Seeing and Believing*. Edt. Routledge, Londres 1990.
- Wolton, Dominique: *Elogio del gran público*. Editorial Gedisa, España, 1992.
- Postman, Neil: *Divertirse hasta morir*. Editorial La Marca, Argentina, 1992.