

Antes de que la exitosa campaña por el No en septiembre de 1988 sorprendiera y sacudiera los cimientos de lo que había sido la TV en dictadura, ese deseo libertario que andaba medio difuso por los aires en el país durante los años de uniforme era planteado con bastante sensibilidad por los artistas.

Pero, claro, no con la masividad que logró luego la campaña televisiva. “Y busco mi país donde los hombres/ se asignen el deber de la sonrisa”, cantaban desde Europa los Quilapayún, en una -para la época- difícil de entender “La revolución y las estrellas”.

“La verdad es que no quiero mantener mi nombre atado/ a los días y a los hombres que me vieron derrotado”, decían en Chile los Santiago del Nuevo Extremo, en una preclara “Simplemente”.

Lo que el arte hacía referencia era ese deseo de los chilenos por creer que las cosas podían ser mejor y que la estética del “No” supo recoger. Cosa nada fácil si se parte de una evidencia formal: la obvia denotación de la palabra. El desafío ético primero fue darle al concepto del “No” un carácter colectivo como instrumento para la “alegría”.

Para el psiquiatra Sergio Canals un elemento básico en la búsqueda de ese objetivo fue la creación de la “chapita” del No. Se trataba de una especie de insignia circular en la que venía impresa la palabra y que la gente se podía poner en la ropa.



“La posibilidad y la decisión de usar y exhibir esa señal por las calles adquiriría su sentido en la visión de futuro que encarnaba. Por un lado, encapsulaba la identidad de la propuesta democrática de futuro y, por otro, era la posibilidad del rechazo del desencanto, asociado a la posibilidad de la utopía”, explica el experto.

Chile vivía la última fase de los 80, que a estas alturas del partido bien puede verse como un verdadero Antes de Cristo, por las profundas diferencias existentes frente a lo que el país es hoy.

En medio de las reformas económicas impuestas por la dictadura, del año electoral que se vivía, del reciente fin de programas asistenciales deprimentes como el PEM y el POJH, el consumo de autos y televisores -por ejemplo- era uno de los más bajos de América Latina.

Estudios de la Cepal indican, sólo por citar ejemplos contextualizantes, que en Chile habían unos 113 televisores por cada mil habitantes, en circunstancias que en Argentina existían más de 200. En cuanto a automóviles, se contabilizaban casi 52 por cada mil habitantes. En Venezuela, en tanto, habían 113. Chile superaba en esos bienes de consumo sólo a países como Colombia y Perú.



En el año 2000 la cifra de aparatos de TV en el país ya era de casi 280, uno de los más altos de la región. Mientras que en automóviles, en el año 2007 se registraron 140 por cada mil habitantes.

Y no es que sólo la economía sea sinónimo de felicidad. Por cierto que se agradece esa evidente austeridad que dio la pobreza de los 80, frente a la soberbia que empezó a generar la riqueza de los 90.

Pero son datos que permiten formarse una imagen de cómo esa estética del malestar existente en 1988, fue capaz de superar el miedo y la sensación de que todo estaba ya amarrado, que no había mucho por hacer.

Todo eso fue lo que tomó la franja televisiva del No. Y, en especial, el clip de la canción oficial. Para Canals "la visualidad de la propuesta proponía un relato en torno a un futuro posible: era el color del futuro con la promesa que después de la tormenta vendría un arcoiris".

El impacto también debe entenderse si se considera que la televisión significaba que en Santiago existían sólo cinco canales y que a nivel nacional se podía sintonizar casi exclusivamente Canal 7, mientras que Canal 13 luchaba constantemente para aumentar su cobertura.

Era una televisión de estética opacada, con aparatos que en su gran mayoría eran en blanco y negro, aunque el color había llegado a comienzos de la década. Las malditas cajitas rectangulares, como cantaban los Emociones Clandestinas, eran de pocas pulgadas, aunque habían algunas grandes de algo más de 30, pero no eran las habituales.



Aún eran años de la TV en la cocina o en el living, como experiencia sociabilizadora de la familia. Ni pensar en plasmas ni en home theatre. Menos en tener una tele en cada pieza. La TV en el Chile de 1988 era en mono y no en estéreo.

Por eso es que en medio de esa estética de la precariedad, surgió algo lo más parecido a un destape. Por primera vez desde 1973 en la tele se habló lo mismo que en la calle.

Se generó así una estética de la esperanza, la gente -tal como para un partido de fútbol- se juntaba a ver la Franja del No. Y en medio de eso, como una tarea colectiva, el arcoris se tiñó también de ética.

El tiempo dirá que luego todos cambiamos y que los de ahora ya no son los de entonces. Pero la belleza que regalaron esos minutos de TV durante aquellas semanas en el mes de la Patria de 1988 y la moral sociabilizadora que logró generar la TV, forman parte de una experiencia que alguien debiera recoger nuevamente.

No sólo como una utopía, sino como una urgente necesidad...