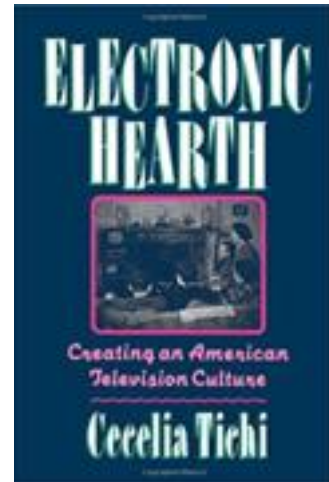




Hogar Electrónico, Creando una Cultura Televisiva Estadounidense.



Cecelia Tichi

Electronic Hearth. Creating an American Television Culture, New York, Oxford University Press, 1991.
Traducción para la Cátedra de Historia de los Medios (Titular Mirta Varela) , FCS-UBA de Mariana Marcaletti y Brenda Lynch

Capítulo 2 **Hogar electrónico**

El aparato de televisión dominó la sala de estar en la mayoría de los hogares... en muchos casos, los destellos que emanaban de la chimenea fueron reemplazados por el resplandor de la televisión electrónica.

Arthur J. Pulos, (*The American Design Adventure*) La aventura del diseño americano, 1988

Entonces se sentaron... mucho tiempo en el hogar. Con mucha comodidad... miraron las imágenes mudas de la televisión como si fueran los troncos del hogar.

Stanley Elkin, (*The Magic Kingdom*) El reino mágico, 1985



Nuestros videos navideños transmiten la cálida festividad de una chimenea brillante en cualquier aparato de televisión o video casettera... sesenta minutos de un fuego cálido y crujiente.

Bloomingle por mail, (Christmas Catalog) Catálogo de navidad, 1989

La televisión en cadena ofrece un nuevo hogar¹ electrónico a lo largo de todo el invierno de lunes a viernes, desde 1989 a 1991, cuando el estudio del programa del canal *ABC Good Morning America* (Buen Día América) fue construido para parecerse a un living rodeado por un fuego crujiente y una amplia pantalla de monitor.

Los televidentes percibieron tanto el hogar que abría fuego como la gran pantalla de televisión contigua, en la que los anfitriones Joan London y Charles Gibson (como algunos notaron, padres sucedáneos) organizaron entrevistas mediante un circuito electrónico.

La televisión no fue empujada hacia arriba contra la chimenea para ahorrar espacio en un estudio atestado de gente. El hogar y el monitor a color estaban estratégicamente colocados uno al lado del otro con el objeto de transmitir un mensaje claro. Se les pidió a los televidentes que comprendan y acepten la analogía del hogar con la televisión, y que asocien sus propios aparatos de televisión con un hogar encendido.

Cualquier niño puede diferenciar la televisión de una chimenea, por supuesto, pero la disposición que realizó ABC de los dos objetos, con intencionalidad, hace que sea imposible separar los significados implícitos de un término o el otro. Al contrario, es útil al interés de la cadena y sus publicistas borrar las líneas entre ambos y que la distinción de sus sentidos sea imposible. Por su diseño, los espectadores de *Good Morning America* son forzados a ver dos objetos (la televisión y el hogar) como no intercambiables. Los dos son presentados como análogos. Más que eso, son formas pasadas y presentes de cada uno, y todos los significados contenidos en el hogar intentan ser transferidos a la televisión. Todas las asociaciones acumuladas a lo largo

¹ Nota de las traductoras: La autora utiliza el término *hearth* para referirse a las dos acepciones del mismo: como hogar en el sentido de casa y como chimenea. Sin embargo, la palabra inglesa *hearth* también connota el espacio que rodea a la chimenea, donde la familia se reúne junto al fuego, pero no existe una palabra en castellano que signifique exactamente esta misma expresión. Por estas cuestiones, cada vez que en el texto aparezca *hearth* lo traduciremos como hogar. Tichi también utiliza los vocablos *chimney* y *fireplace* que significan chimenea, el primero teniendo en cuenta la parte que está ubicada al interior de la casa y el segundo considerando al conducto exterior. Si utiliza estos vocablos los reemplazaremos por hogar-chimenea, para hacer notar al lector que se hace alusión al hogar no como vivienda sino como chimenea. Luego, la autora realiza la analogía del hogar-chimenea con el hogar-televisión que ella denomina hogar electrónico.

de la historia sobre el hogar doméstico estadounidense² son reproducidas por la televisión.

El estudio de *Good Morning America* nos recuerda que las tecnologías pueden ser soportes de valores ideológicos transportados desde el pasado hacia el presente. Mientras que algunos sostienen que las nuevas tecnologías entrarían a la cultura en formas de ruptura, intervencionistas y que, por lo tanto, serían socio-culturalmente discontinuas, yo considero lo contrario: que estas mismas tecnologías son presentadas a los consumidores de manera literal a través de los términos del pasado, de lo que es familiar en función y significado. (El carruaje sin caballo precedió al automóvil y, aún después de un siglo, nosotros medimos la energía del motor en términos equinos). La tecnología puede ser diseminada con su sistema de valores intacto, transmitiendo la ideología, asegurando al público la continuidad cultural, y transmitiendo el mensaje de que no hay un cambio fundamental, que la historia en sí misma es una ficción.

El hogar-televisión es un excelente caso de estudio porque demuestra hasta

qué punto el ambiente de la televisión está repleto de valores y tradiciones que son trasladadas desde un período precedente. Igual de importante, con el objeto de darnos cuenta de los significados incrustados sobre el hogar desde la América colonial hasta la época de la televisión, es percibir que se atienden ciertos intereses a través de la presión de un programa ideológico centrado en el patriotismo y en la seguridad doméstica. El hogar parecería ser políticamente neutral, un sistema de calefacción primitivo suplantado por hornos cerrados y calderas y, en la época de la calefacción central, sostenido en las artes decorativas y arquitectónicas. Pero, de hecho, el hogar abierto estadounidense es transportado con significados inculcados de manera cuidadosa y adheridos mediante procesos históricos y estratégicamente desplegados por los intereses

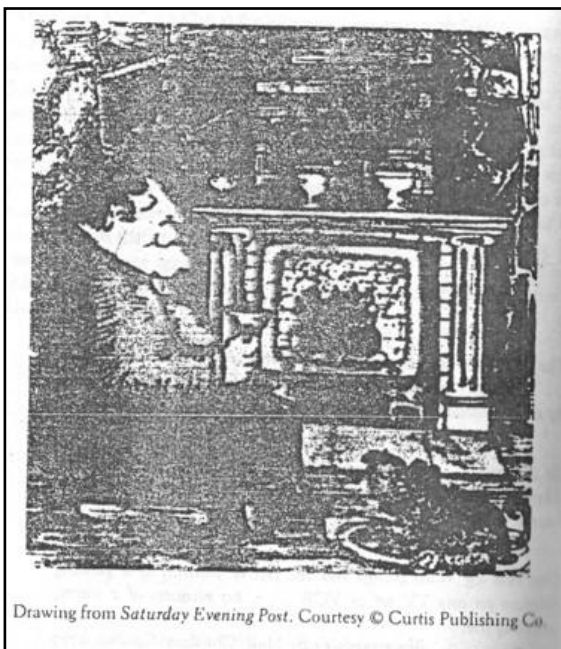


Saturday Evening Post cover, 1954. Courtesy © Curtis Publishing Co.

² Nota de las traductoras: Tichi utiliza *American* para nombrar a los habitantes de Estados Unidos. Ellos se denominan a sí mismos *American*, que traducido de un modo literal sería “americanos”. Pese a que a veces se traduce de este modo, nos pareció más conveniente “estadounidenses”, ya que “americanos” comprendería a todo el continente y “norteamericanos” incluiría a Canadá también. “Estadounidenses” nos pareció lo más adecuado.

corporativos y de los medios en el receptor de la televisión. Si no logramos revelar estos asuntos nos equivocáramos y es necesario considerar por qué es que los televidentes fueron animados a experimentar el tubo catódico como un hogar electrónico.

La conexión fue establecida en 1944, cuando la corporación Alan B. Dumont afirmó en su folleto que “la investigación científica permite a la televisión iluminar tu hogar”. (*Times, Tubes and Televisión- Tiempos, Tubos y Televisión*). El publicista de la corporación enfatizó con cautela que la mejora, la “iluminación” del hogar, no significa el reemplazo por una tecnología nueva, aunque cuatro años después, en 1948, un periodista con una mirada más desinteresada percibió a las dos entidades como si fueran una antítesis y como si estuvieran en competencia y preguntó: “¿Qué hará la televisión para entibiar la tradición antigua y rígida del hogar estadounidense?”. El periodista, colocando al hogar y a la televisión en una relación de mutua exclusión, se preocupó porque “no habrá lugar suficiente en la mayoría de las salas de estar pequeñas para un hogar y el aparato de televisión, y la chimenea probablemente tendrá que ceder su lugar”. Un año después, un periodista de negocios dijo que, de hecho, ya le había otorgado su sitio porque “las personas están acomodando sus aparatos en la chimenea para ahorrar espacio” y “el hogar-chimenea... ya no va más, está a punto de desaparecer.” En 1950, otro se lamentó: “los hogares-chimenea se están evaporando para brindar su posición privilegiada a los aparatos de televisión.”



Drawing from *Saturday Evening Post*. Courtesy © Curtis Publishing Co.

Estas afirmaciones son matizadas con ambivalencia sobre la pérdida y la reubicación del hogar por la televisión (*Hipnosis in your Living Room, Hipnosis en tu sala de estar, 71; Manchester, 43; TV: An Interim Summing-Up, TV: Una Recapitulación Interina, 7*).

De todos modos, escritores de años posteriores superaron la ambivalencia mediante el cambio de la oposición binaria por la confluencia de los dos objetos, exactamente la misma estrategia empleada por los diseñadores del aparato ABC. Aceptando que los programas culturales de los consumidores son de una obsolescencia planeada, ellos proclaman que la televisión será la nueva versión del antiguo hogar, un modelo más

reciente. Esta relación hogar-televisión permite la permanencia intacta del hogar dentro del receptor de televisión, en vez de “es esto o lo otro”, tenemos “a ambos juntos” y en 1989 un periodista de un diario escribió: “en la casa, la televisión se convirtió en un hogar electrónico, permitió que la familia estadounidense vuelva a



estar junta” (York). El historiador de televisión Eric Barnouw observó sobre la historia del medio que “por varias décadas, los esquemas realizados en un tubo por descargas de electrones representaron un papel importante en nuestras vidas. El mosaico resplandeciente, reemplazando el hogar, se convirtió en un punto focal de la casa. En colores vivos más reales que la vida misma, los agitados puntos representan el mundo, ellos nos dicen acerca de lo bueno, maravilloso, hermoso y deseable” (*Foreward*). En 1989, en el 50º aniversario de la televisión, el crítico de medios de la revista *Life*, William Henry III, observa de un modo similar que “la televisión es ahora el hogar alrededor del cual nos encontramos, el fuego frío de las tardes domésticas y el lugar tribal de reunión y encuentro para momentos de celebración ritual o de aflicción.”(66) En este sentido, la televisión es un reemplazo del hogar-chimenea ocupa un nuevo posicionamiento. El hogar no desaparece, como los críticos de 1940 temían, pero es re-materializado y renovado en el aparato de televisión.

Desde finales de 1940, el hogar-televisión también fue representado como dotando a la comunidad, ya que mirar televisión fue a menudo una actividad descrita como una experiencia cuasi-teatral en la casa, con amigos y vecinos invitados a ver ciertos programas, tal vez torneos de boxeo o *Texaco Star Theatre* con Milton Berle. Los dibujos animados mostraban la sala de estar re-acomodada y llena de sillas con telespectadores amontonados en una escalera, simulando ser las butacas de una sala de teatro. Estos dibujos causan gracia precisamente porque las convenciones del teatro o los deportes de arena ahora son presentados en el hogar con amigos y vecinos. Sobre todo, esta era de la posguerra fue declarada con la frase pegadiza “estar juntos.” El núcleo familiar está dispuesto a lograr, a aspirar consolidar los lazos estadounidenses y la unidad expresada en el “estar juntos,” una condición idealizada completamente compatible con la televisión-hogar. (*The New Yorker*, 25 [25] [Agosto. 13, 1949]: 18; [30] [Septiembre. 17, 1949]: 33.)

El novelista John Updike manifestó la analogía televisión-hogar de un modo explícito en su novela (*Roger's Version*, 1986), en la cual un chico, Richie, hace su tarea: “¿Por qué, con una sala de estar, una biblioteca, y su propia habitación espaciosa a su disposición, Richi insistía en hacer su tarea en la superficie donde su madre estaba tratando de ubicar los manteles y los platos de la cena, mientras una Sony de 10 pulgadas chisporroteaba y se escuchaba el parloteo que se producía a un paso de su cara, no me lo podría imaginar. O, entonces, dije... por supuesto, en secreto entendí: el atractivo primitivo del hogar. La televisión es- en su encanto irresistible- un fuego. Entrando a una habitación vacía, la prendemos y una cara que habla se convierte en vida.” (34-35)

Como hogar electrónico, la televisión de un modo acentuado se unió a la historia estadounidense. Los discursos de la publicidad corporativa, los intereses mediáticos y los consensos entre los periodistas evocan el mismo término “hogar” y con ello remiten al tradicionalismo del pasado. Por lo tanto, la televisión se pudo proclamar como el retrato nuevo de los valores que están sumergidos profundo en la cultura nacional como esta cultura es históricamente representada, es decir, como la



simbolizan los estudiantes de las escuelas y un público adulto asumido como clase media en concepto de medios materiales. Para analizar el ambiente televisivo es necesario perseguir estos significados precedentes, estas capas de valores y de sentimientos afirmados por la era televisiva.

Desde mediados del siglo XIX, el hogar se representó de modo persistente en los textos más importantes de autores canónicos. El hogar-chimenea abierto emana un montón de sentidos asociados con la intimidad del hogar, con la esfera doméstica. En *Little Women* (Mujercitas), la autora Louisa May Alcott narra que el personaje de March inspecciona la casa del vecino para encontrar “con alegría, un hogar-chimenea con pintorescas baldosas alrededor.” (65) Un escritor anónimo de una revista describió al “amplio, abierto hogar-chimenea” en el cual “grandes leños dormidos... y pequeñas varillas rompieron y crujieron delante de ellos, y por encima de las llamas una línea de cacerolas y teteras tambaleaban.” Eran aquellos días “una gloria... sentarse cerca de la chimenea... y ver el brillo del grandioso fuego que juega sobre las cacerolas limpias”. (“Grandmother’s Houses”-“Las Casas de la Abuela,”116)

Harriet Beecher Stowe fue uno de los escritores que representaron el hogar como una parte central de la historia estadounidense y de los ideales nacionales de plenitud, entorno doméstico y coraje. En *Uncle’s Tom Cabin* (La cabaña del tío Tom), ella presenta a la cocina de la tía Chloe, la cocinera esclava de la familia Shelby, como la abundancia de un hogar abierto. “Es ella a quien ves junto al fuego”, presenta Stowe a los lectores, enfatizando que la tía Chloe es la representación de la “satisfacción... una cocinera de cuerpo y alma.” (24) Mientras Chloe cuida su sartén, Stowe la deja a ella para “completar el retrato” de la casa de granja del tío Tom, y muestra a los lectores el cuarto de estar, también con el hogar, esta chimenea en cuyas paredes cuelgan “impresiones, y un retrato del general Washington”. (24-25) Stowe les proporciona a los lectores dos hogares, dos santuarios, uno al entorno doméstico, el otro al patriotismo, los dos aspectos como fundantes de la nación. Ambos se presentan de modo complementario, cada uno es necesario para completar al otro.

Los valores domésticos del hogar abierto se extienden a los orígenes patriarcales de la nación, como Stowe se pregunta motivado por “nuestros padres fundantes” para ir “descalzos y sangrando sobre la nieve”:

Eran los recuerdos del grandioso fuego de la cocina, con sus leños y varillas de madera, sus rugidos, una voz alegre de invitación, sus lenguas bailarinas de fuego, que los llamaban a ellos a través de la nieve de ese invierno espantoso para mantener su coraje, y produjo que sus hogares sean cálidos y brillantes con mil recuerdos reflejados. (House and Home Papers, Escritos sobre el hogar, 7)

Aquí el hogar abierto es, por un lado, una festividad saludable y, por el otro y más importante, el motivo de la persistencia del patriotismo. Sin el hogar, los



estadounidenses no hubiesen luchado por su revolución y tampoco hubieran ganado. Y en la era de la *Revival Colonial*³, que empezó en 1865 y terminó cerca de 1920, el fuego abierto continuó siendo un icono central. “El fuego abierto brillará de nuevo,” un comentarista dijo. “Nadie quien haya vivido en los viejos tiempos, en el hogar espacioso... pudo haber evitado sentir una emoción ante esa experiencia. Porque, aquí Washington vivió. ¡Y éste es el tipo de fuego que nosotros tuvimos! ... La atmósfera de los viejos tiempos que vivimos, el mismo corazón de la república, incluso ahora.” (Huston, 53)

La historiadora de la cultura popular estadounidense, Kart Ann Mailing, nota que las ilustraciones de Betsy Ross cosiendo la bandera usualmente señala “un hogar amplio” y que “el hogar ideal colonial necesitaba un hombre en la casa,” familiarmente George Washington, “y una mujer con una exigencia activa por el respeto de la historia”. (18-19) Para ese asunto, el hogar podría convertirse en el santuario de héroes revolucionarios, el héroe de guerra Israel Puntam fue equipado con “un hogar con geniales manoplas y morillos” (Mailing, 35). En 1920, Wallance Nutting, el exponente popular de los muebles estadounidenses, ensalzó el “hogar” como un término que alcanza “las raíces de nuestro lenguaje,” denotando “calidez y protección,” “sentido doméstico” y lazos intergeneracionales mediante los cuales los niños aprendían “las tradiciones populares de la tribu,” mientras sus abuelos se sentaban “en la esquina de la chimenea, mimando a sus nietos sentados en su falda”. (Mailing, 175), Desde los diseños de metal en la arquitectura como el *Williamsburg Colonial* o la renovación de Henry Ford en la era revolucionaria, el albergue *Wayside* en Sudbury, Massachussets, la popularidad persistente del *Revival Colonial* significó la reverencia al hogar, enfática en su prominencia en el estado y en las exposiciones nacionales y el goce con el que la clase media estadounidense instaló un hogar abierto en las casas cálidas por efecto de los hornos y estufas.

En todos estos pasajes, los temas recurrentes del espacio doméstico con el centro focalizado en la familia y en el patriotismo (una virtud particularmente masculina en su asociación con Washington y con los padres revolucionarios) produjeron que el hogar sirva a los dos roles de género. El hogar abarca el reinado masculino y femenino, contribuyendo a la esfera de la mujer centrada en los valores domésticos así como también apuntando a las formas varoniles de patriotismo,

³ Nota de las traductoras: *Revival Colonial*, Tichi lo nombra como *Colonial Revival*, refiriéndose a la recuperación de un estilo, significados y tradiciones que se remontan a este estilo. Se podría traducir como Renacimiento colonial, pero al tratarse de un nombre propio preferimos dejarlo en su denominación en inglés. El *Revival Colonial* fue un estilo arquitectónico nacionalista y también un movimiento de diseño de interiores en los Estados Unidos. Hacia 1890, los estadounidenses comenzaron a valorar su propia herencia y arquitectura. El *Revival Colonial* persiguió seguir un estilo colonial del período cercano a la guerra revolucionaria, usualmente casas de dos pisos de altura con una fachada con una puerta de entrada acentuada y ventanas espaciosas colocadas de un modo simétrico a cada lado. Para consolidar este estilo, los propietarios a menudo decoraban sus casas con muebles antiguos que a veces eran reproducciones. Olas sucesivas de *revivals* de la arquitectura colonial británica sucedieron en Estados Unidos desde 1876 y se repitió en períodos históricos posteriores.



militarismo y nacionalismo. (Incluso en 1960-1970 produciría un eco de la forma masculina de nacionalismo como la elección post-presidencial de Richard Nixon que trajo al comandante jefe y a sus tenientes “con escritorios antiguos... y los hogares-chimenea que se quemaron en un año” [Hersh], 11). Pero ambos sexos pueden reclamar el hogar como propio. Y sería negligente de mi parte si no citara el texto literario más conocido en el mundo, el poema de John Greenleaf Whittier, en el cual la nueva familia inglesa se junta en la chimenea central del hogar cuando una tormenta de invierno los aísla del mundo exterior. El fuego, Whittier escribe:

Arde, como una flor, en un florecimiento rosado
Nuestro cálido hogar parece encenderse libremente.

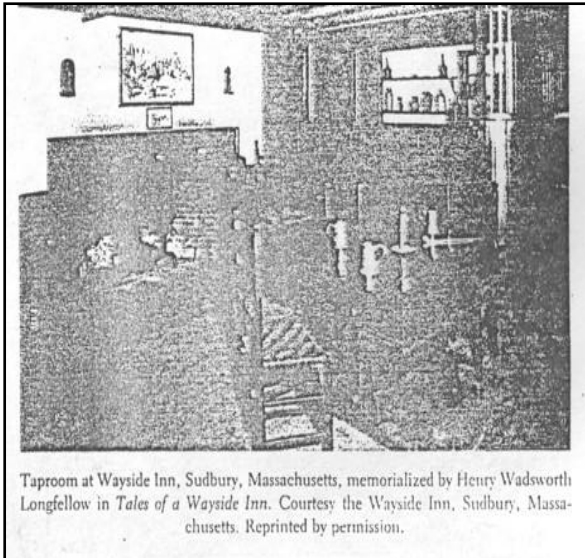
El poema sigue describiendo el gato y el perro que están acostados en una paz temporaria al lado del hogar (invocando al reino pacífico milenario), la taza de sidra entre los morillos, el bol lleno de nueces, el “hogar brillando enrojecido”. Y más tarde nos damos cuenta lo que significa este hogar: “comida y abrigo, calidez y salud, y la satisfacción de que el amor es más que el bienestar material”. Este poema popular, escrito en 1866 como una retrospectiva de la Norteamérica de 1820, y revisado justo antes de la muerte de Whittier en 1892, fue un texto que brindó una señal del *Revival Colonial*. Fue publicado al frente de ediciones y colaboró con una escuela de poetas estadounidenses, como Henry Wadsworth Longfellow y Oliver Wendell Colmes, llamados *The Fireside Poets* (los poetas junto al fuego).

Y Longfellow, como Whittier, explotaron el hogar abierto de la era colonial, “el fuego incendiado de la madera” que fue en ayuda de él en el encuadre de su *Tales of a Wayside Inn* (Cuentos de un albergue al borde del camino), y representó a un grupo de viajeros que se reunían alrededor del fuego en el cuarto de estar en Sudbury, Massachussets, una hostería de Estados Unidos pre-industrial:

Una noche de otoño, en la ciudad de Sudbury,
Cruzando las praderas desnudas y marrones,
Las ventanas de un albergue al borde de la carretera
Centellaban rojas con luces de fuego a través de las

hojas

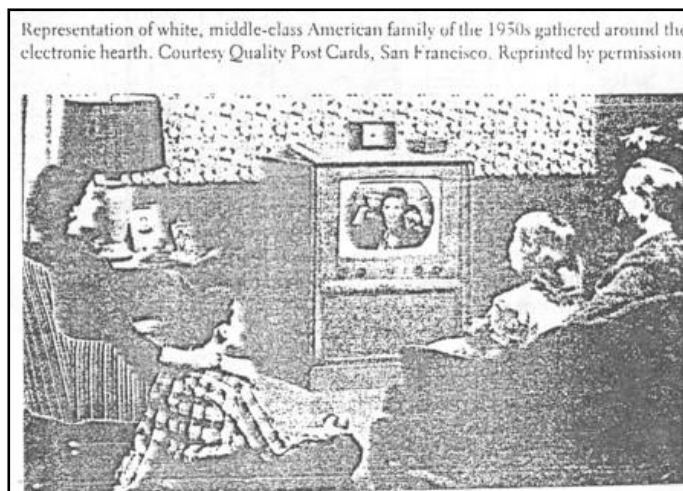
La luz del fuego, derramada sobre todo
El esplendor de su rojo encendido,
Llenaba toda la sala de estar amplia y baja. (232-33)



Longfellow luego lanza sus cuentos, mezclando sagas nórdicas con leyendas cuasi-medievales, aún incluyendo historias estadounidenses como la de *Wayside Inn Landlord* (El dueño del albergue al borde del camino) y los cuentos de *Paul Revere's Ride* (El viaje de Paul Revere), desde que fueron memorizados por generaciones de las escuelas de Estados Unidos y, en los cuentos, entrelaza el hogar abierto de *Wayside Inn* con los valores patrióticos de la revolución norteamericana.

Aunque los poetas *Fireside* fueron luego desestimados como meramente elegantes por los críticos de la era de la guerra fría, los románticos estadounidenses los valorizaron también mediante la incorporación del hogar en su propio *ethos* de la teoría literaria. Nathaniel Hawthorne escribió que “el elemento vívido... la luz de fuego” en un esbozo titulado “Fire Worship” (La adoración del fuego, 501) y en *The Scarlet Letter* (La Letra Escarlata), escribió que “el borroso fuego... la antracita a medio extinguirse.... lanza un disimulado matiz alrededor de la habitación... y nosotros consideramos... que uno se mueve más lejos de lo real, y más cerca de lo imaginativo.” (66). En términos románticos, el hogar es psicológicamente una transformación. El hogar posee un status privilegiado como un vehículo de la trascendencia incuestionable que es más aceptable para los lectores de las clases medias que los medios transformadores de espíritus cincelados y la pipa de opio.

Todo esto, entonces, puede ser tenido en cuenta a través de discursos televisivos que promueven ideas sobre la vida doméstica y el patriotismo en la posguerra en Estados Unidos. Y el hogar-televisión procede del recorrido efectuado por el hogar-radio también, con sus asociaciones de amistad y cohesión familiar que están vinculadas con todo lo emitido en Estados Unidos.



Un escritor reciente echa un vistazo a la vida suburbana en la posguerra en la cual uno podría “observar aparatos de televisión cada vez más grandes en la habitación de la



televisión, donde todos los muebles estaban acomodados de un modo acogedor alrededor de la caja boba.” (Rudnick, 181) Las imágenes populares de los principios de 1950 capturan al núcleo familiar reunido a mirar *Kuala, Fran and Ollie* en la sala de estar, formando un semicírculo de mamá y papá, hijo e hija, el chico haciendo travesuras en la alfombra, aunque toda la familia está bien arreglada y luce respetable, en términos prósperos de clase media. Arriba del mueble del aparato de televisión podemos ver que ellos colocaron un reloj, tal vez como un recordatorio de la hora en que un programa cambia, pero es más probable que indique el momento en que los niños deben irse a la cama y los adultos también, ya que el padre y la madre no deben permitir que la televisión los distraiga de sus compromisos. El reloj nos dice que la familia no va a ser llevada por el mal camino por su nuevo dispositivo televisivo, como las ropas nos indican que podrían, si lo eligieran, salir de su casa en cualquier momento, a hacer una visita en la tarde o ir a comer afuera. La televisión no los tentará en formas domésticas descuidadas. Sin embargo, ellos eligieron, apropiadamente, juntarse en este nuevo hogar. Sus perfiles nos comunican su atención y satisfacción, y el hecho de que este nuevo hogar-televisión perdería su significado si la familia estuviera ausente del retrato. Las figuras humanas nos dicen que este nuevo tubo catódico produce que la familia esté junta en una escena de armonía y afecto.

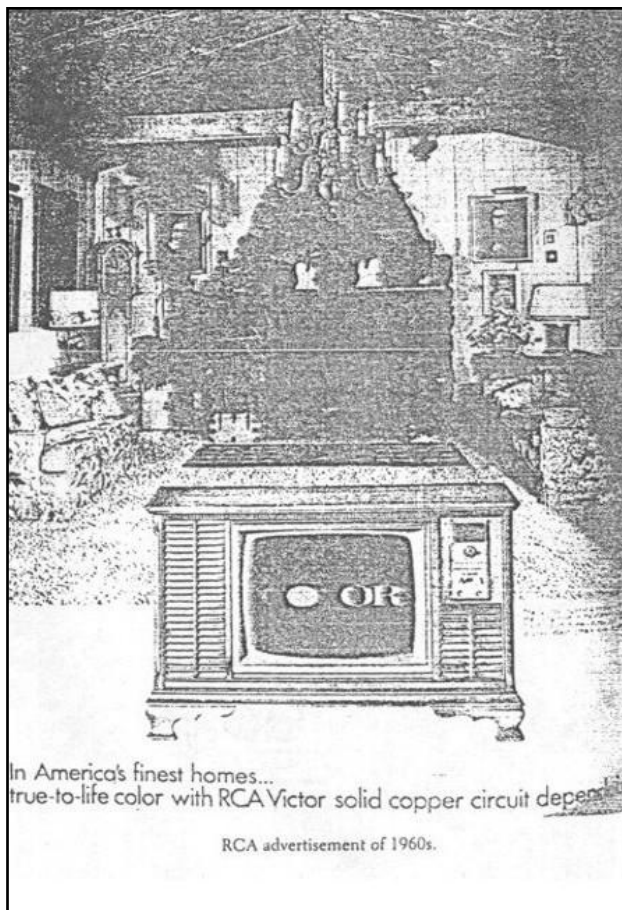
Estos significados funcionan como supuesto en la década del 60, cuando RCA publicitó sus aparatos a color en una sala de estar con destellos de madera sin figuras humanas. Aunque nadie está sentado en los sillones floreados, no nos sentimos inclinados a imaginar su abandono del hogar-televisión- pero en su lugar nos ofrecen la invitación de reunirnos allí, para reclamar nuestra paz. Las casas “más distinguidas” de Estados Unidos, la publicidad nos dice, son aquellas donde la televisión es identificada explícitamente como un hogar, una caja que modela al “estadounidense temprano” llamado *The Quince*, aludiendo a la familia presidencial y los orígenes en Massachussets de la Nueva Inglaterra colonial. En la publicidad, el reloj del abuelo y los retratos de los ancestros de la familia en el fondo indican tradición y cultura, una continuidad familiar en esta época de avances tecnológicos. Este hogar-televisión es femenino en el material del sofá y masculino en los destellos expuestos del techo y las duras piedras ubicadas en la chimenea. La copia de la publicidad informa al lector que su interior es una casa real de una familia prominente y, por lo tanto, certificada como auténtica. (Del epígrafe se desprende que es realmente la casa de la actriz Eve Arden, quién actuó en la comedia televisiva *Our Miss Brooks*- Nuestra Señorita Brooks- quien hizo un cambio exitoso de la radio a la televisión).

La imagen central es el hogar-chimenea oscuro que parece unido a una pantalla oscura. En una mirada más atenta, la televisión realmente parece que estuviera fuera de los límites de la alfombra de la sala de estar y, para el espectador, esto crea una tensión psicológica. Visualmente, deseamos unificar la habitación, y las guías del esquema publicitario nos conducen a un ángulo formado por la chimenea, el hogar, la alfombra, los costados del mueble de la televisión. De un modo gráfico, el espectador gira en torno a los costados del ángulo central, primero para colocar la escena entera al frente cerca del aparato de televisión hasta que la chimenea está tan cerca que el marco de la pantalla televisiva se integra con el hogar y la chimenea. O podemos visualmente empujar la televisión a lo profundo de la habitación, de nuevo hacia el lugar donde pertenece, en el mismo hogar-chimenea. De cualquier manera, esta

imagen publicitada nos dice que el aparato de televisión es el hogar-chimenea real.

Y si imagináramos llevar a la televisión a otro lado, enfrentándola a la habitación, la televisión y el hogar se espejarían el uno al otro. Las caras dibujadas en los retratos antiguos, imágenes en sí mismas, de hecho “observan” las imágenes de televisión y mediante esta acción legitiman el nuevo medio electrónico. Nosotros mismos, en cualquier ocasión, tomaremos nuestros propios lugares en el sofá, pero para ver el fuego televisivo de colores cálidos y vibrantes, no esa piedra negra cuyo ardor está muriendo en este mismo momento.

El color está todavía en la pantalla, inscripto en la palabra C-O-L-O-R, en cromáticos vibrantes. Nosotros leemos la palabra en los colores de la pantalla que



concuerdan bien con los de los muebles de la habitación. La nueva televisión a color RCA realmente nos dará, dice la publicidad, la habitación completa y nuestro merecido hogar en la pantalla a color.

Presentada al público como un hogar, entonces, la televisión asegura al consumidor que esta tecnología, incluyendo el color, no rompe con la tradición sino que, en cambio, actúa como un agente de continuidad en Estados Unidos cuyos valores permanecieron intactos durante siglos. El “circuito sólido de cobre” de la RCA

es “sólido” como la piedra y los destellos duros extraídos, todos los materiales durables del país nórdico apoyando una imagen durable de los valores nacionales.

E incluso el hogar conlleva otro bagaje ideológico que no es reconocido en estas imágenes que duraron por siglos y que ciertamente están reprimidos en los discursos de la era de la televisión sobre el patriotismo y la esfera doméstica. En verdad, el ícono del hogar representa valores que se extienden a la fundación de la nación y, desde ellos, se representaron como eternos e intocables. Estos sentidos asignados de patriotismo, abundancia, cohesión familiar, domesticidad- todos ellos, centrados en el hogar, trascienden el flujo histórico y toman precedentes. Pero cuando el hogar en sí mismo es examinado como un objeto con historia, como es, un objeto convertido en ícono en el proceso de interpretaciones recurrentes realizadas por poetas, polemistas, empresarios expositores, y otros, todas las cuestiones adicionales emergen. La misma historia del desarrollo del hogar desde la fuente del calor al ícono del *Revival Colonial*



Television in "Early American" cabinetry.

pasando a la era de la televisión revela una cantidad de ansiedades culturales profundas arraigadas en Estados Unidos. La historia del hogar, incluyendo al hogar-televisión, muestra las maneras en que un ícono nacional puede existir precisamente en respuesta a un cambio cultural, y puede ser reforzado exactamente en aquellos aspectos en los cuales la vulnerabilidad social parece mayor.

Es oportuno recordar que la recuperación colonial ocurrió en un periodo de cambios sociales rápidos, rupturistas en los Estados Unidos. Whittier escribió *Snow Bound* (Lazos de Nieve) en el período de las repercusiones de los levantamientos de la Guerra Civil, y varios historiadores del movimiento indicaron las maneras en que prosperaron con los propósitos cruzados de la urbanización, industrialización, e inmigración, los desarrollos socioculturales en la nación desde finales de 1870 hacia entrando el siglo 20. Como el historiador de arte Vincent Scully apuntó, el *Revival Colonial* significó un escape de “una civilización industrial que se convirtió en compleja y brutal, las ciudades de volvieron muy densas y difíciles” (*Rhoads, The Colonial Revival*, 395). Frank Lloyd Wright describió su ingreso como un hombre joven en Chicago como “un ruido torrencial”, “¡Alborotos!”, “corrientes de seres humanos en aparente confusión”. Esto fue “terrible...este trabajo en exceso y este amontonamiento de fuerzas ciegas. Si hubiese una lógica aquí. ¿quién pudiera comprenderla?” (*An Autobiography- Una autobiografía*, 87-88).



Mientras la vida metropolitana se consolidaba con el crecimiento de las ciudades, la forma de vida colonial se alió con ansiedades sobre “un presente urbano alienante e impersonal” (Betsky, 243). Cuando los hombres estadounidenses se ocuparon del trabajo industrial, el hogar (usualmente con un arma sobre el manto) significó la valentía masculina individual remontada a los días coloniales (248). Mientras hordas de inmigrantes descendieron con sus propios idiomas, políticas y tradiciones (la población nacida en el extranjero de Estados Unidos se duplicó entre 1880 y 1930, de 6.7 a 14.2 millones) la xenofobia emergió entre “los estadounidenses cuyos ancestros llegaron antes y a menudo temían la destrucción de sus propios valores y costumbres” (Rhoads, *The Colonial Revival*, 341)

Esta era una era de formación de las hijas de la revolución estadounidense, un estilo colonial de arquitectura- por lo menos de fachadas coloniales- de edificios construidos para las escuelas de inmigrantes, y de rituales como *Ford English School Melting Pot* (La escuela de inglés la olla derretida) de Henry Ford, “en la que inmigrantes con sus costumbres nativas descendieron en una gran olla, mientras los nuevos estadounidenses emergieron vistiendo trajes de negocios y cargando banderas estadounidenses”. (Rhoads, *The Colonial Revival*, 357)

Otro vistazo a los *Cuentos del albergue al borde de la carretera* de Longfellow se demuestra útil en este aspecto, porque Henry Ford inicialmente decidió construir un pueblo colonial estadounidense en el lugar donde en 1702 había un albergue-taberna que era frecuentado por los soldados de la guerra revolucionaria y recordado por el verso de Longfellow. Para construir el ambiente del pasado colonial estadounidense en base al albergue, localizado en la calle del correo de Boston, el fabricante de automóviles precipitó un cambio revolucionario en la industrialización, el transporte, y las costumbres sociales en Estados Unidos, Ford mismo dedicó un esfuerzo importante a adorar un pasado colonial idealizado en la construcción de un ambiente material.

A través del siglo 20, cuando los cambios sociales rápidos estimularon un himno al “retorno a las maneras simples de los antepasados de nuestro país,” uno podría citar los puntos de referencia de la turbulencia política familiar- Sacco-Vanzetti, los miedos bolcheviques, las agresiones Palmer Mitchell, el acto Smith, los paros laborales violentos y muy publicitados- todo promovió al *Revival Colonial* sin disminución. (Rhoads, *The Colonial Revival*, 399). También dentro de la casa de los estadounidenses el hogar fue un baluarte icónico en contra de la dispersión de los miembros familiares cuando la calefacción central y la electrificación permitió a los individuos buscar la privacidad en habitaciones separadas y el teléfono y el automóvil permitió el transporte psicológico y real del antiguo centro familiar de aquellos una vez conocidos como *snow-bounds*⁴ (ligazones de nieve) ahora convertidos en *no-bounds* (sin

⁴ Nota de las traductoras: La palabra *bound*, como la similar *bond*, se refiere a los lazos, vínculos entre personas producto de las relaciones afectivas. Por ejemplo, los lazos familiares que unen a los padres con los hijos o los vínculos entre amistades, etcétera. En este caso, Tichi menciona que mientras que la televisión colaboró-al igual que el hogar- en la consolidación de estos lazos, en un período posterior



vínculos). La ansiedad del siglo 20 acerca de perder al propio hijo en la ciudad u otro destino migratorio seguramente jugaron un papel en la promulgación del hogar electrónico.

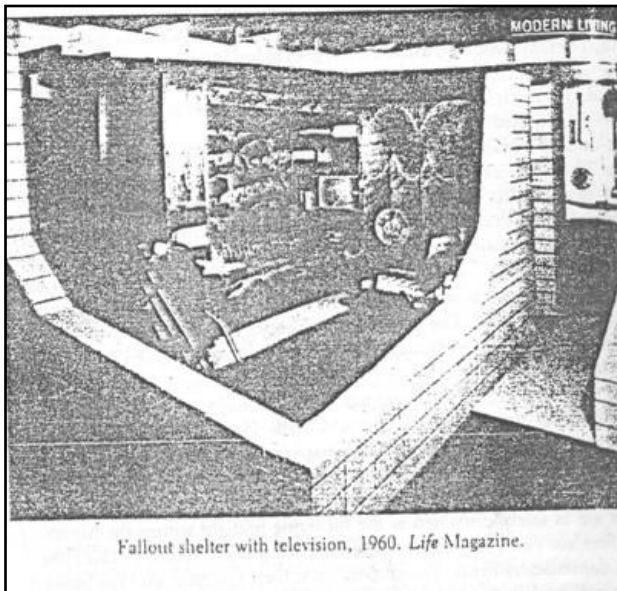
Hablando del uso de las artes decorativas en Estados Unidos en ese momento, un historiador recalca que “la tradición de lo antiguo condujo a un continuo conservadurismo en las artes en Estados Unidos que es incompatible con los logros tecnológicos del siglo 20” (Carpenter, 158). Como arquitecto, por ejemplo, Frank Lloyd Wright explotó la tecnología de los nuevos materiales de construcción, pero desde el final de siglo las casas de pradera que él diseñó para la familia Kaufman en 1930, Wright contó tres mil hogares-chimenea en sus diseños. “El hogar-chimenea integral se convirtió en una parte importante en la construcción misma de las casas... allí afuera en la pradera...me consolaba ver un fuego ardiendo en lo profundo de una mampostería sólida de la casa.” (*An Autobiography- Una Autobiografía*, 165, 523) Durante la década del 30, también, el presidente Franklin D. Roosevelt trató de aliviar y reasegurar el golpe de la Gran Depresión con sus “charlas al lado del fuego” transmitidas a lo largo de toda la nación por la radio, y fueron reanudadas con la crisis de energía nacional a fines de los 70, cuando el presidente Jimmy Carter, vestido de modo informal en un sweater, habló a la nación en charlas televisivas con el fondo de un fuego crujiente.

El chauvinismo del *Revival Colonial*, luego, disfrazó a la ansiedad histórica sólo por debajo de la superficie. Las ferias, copias de los muebles coloniales, la nostalgia eran la reverberación de un “hogar abierto” idealizado. El pasado estadounidense ocurrió en períodos de turbulencia social y malestar. Fue resaltado que aquellos estadounidenses que participaron del *Revival Colonial* deseaban profundamente ingresar a la historia de la nación. Lo opuesto, de todos modos, es realmente lo que sucedió. La inclusión del hogar fue realmente una forma de salir de lo discordante, de los procesos tumultuosos de la historia y una vía de ingreso al mito estadounidense. El mito dice que el cambio social no ocurre mientras que el hogar permanezca en su lugar. Las transformaciones políticas, la violencia, la anarquía social, los cambios en los modelos familiares y demográficos- todos ellos son negados por el simbolismo del hogar. Los procesos dinámicos de cualquier tipo son negados. De hecho, el significado del hogar es que la historia no existe.

El hogar-televisión continúa este mensaje, tanto en la época de la Guerra Fría como ahora en la Era Nuclear de amenazas, terrorismo, y de conflicto con Medio Oriente. En 1947, unos pocos años después de la finalización de la segunda guerra mundial, el secretario de estado Dean Archeson advirtió que “la nación debe estar en un estado de alerta permanente (*May 90*).” En un reciente estudio sobre las familias en la era de la guerra fría realizado por Elaine Tyler May un capítulo es titulado “Guerra fría, hogar cálido” ella escribe que “los estadounidenses estaban inclinados a acudir a la domesticidad en el medio de los terrores desatados por la era nuclear... un

condujo a la pérdida de estas relaciones, al individualismo (este aspecto es desarrollado en el capítulo 3).

hogar lleno de niños crearía un sentimiento de calidez y seguridad en contra de las fuerzas frías de ruptura y alienación.”(23). En 1959, los problemas más urgentes de la nación son resaltados por el sociólogo Todd Gitlin en 1950-1960: “el más sucio y menos reconocido en la influencia implícita era la bomba...una amenaza oscilante, no sólo abstracta pero también extrañamente impersonal” (The Sixties, 22, 318) Los



simulacros de defensa civil durante 1950 enfatizaron la preparación como un elemento clave para la supervivencia nuclear. El refugio anti-bomba en el hogar fue ampliamente publicitado como una forma de promover la seguridad familiar en un mundo hostil y peligroso, y proliferaron revistas de circulación masiva con artículos sobre el planeamiento y la compra de estos refugios en los sótanos.

El hogar emerge en esta formulación del aparato televisivo. En 1960, la revista *Life* caracterizó una habitación de descanso

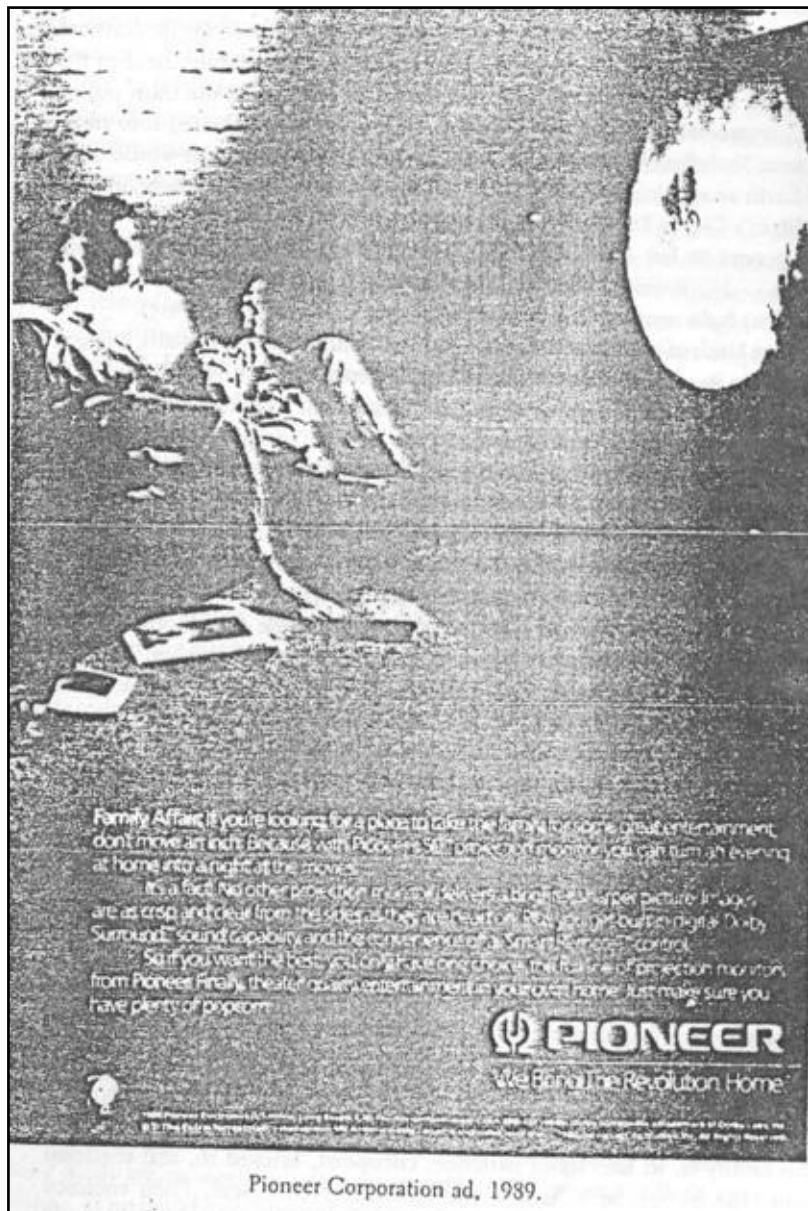
convertida en un refugio familiar para protegerse de la lluvia radiactiva⁵ que fue diseñado, bajo un requerimiento del gobierno federal, por el instituto estadounidense de decoradores y presentaron un modelo para los espectadores que miran a través de la pared el bloque de cenizas en una habitación que trata ser una casa de una familia estadounidense de cinco personas en el hecho de una guerra nuclear. El refugio es compuesto por objetos que intentan reasegurar a los espectadores la normalidad y estabilidad, por ejemplo, una muñeca de una niña y una taza de café, y la bicicleta de ejercicio que sugiere movilidad, aptitudes físicas, e incluso el descuido juvenil. El mapa global indica que el mundo exterior está geográficamente intacto y mantiene sus divisiones políticas, y los animales en el empapelado (búfalos, caballos) le dicen al público que la flora y fauna está creciendo y pastando en el mundo detrás del bloque de cenizas de su búnker (incluso si los animales se asemejan a los tan divulgados dibujos de las cavernas prehistóricas de Lascaux, Francia, e inconcientemente, en la parte de los diseñadores de interiores, indican que la familia son cavernícolas en un mundo bombardeado y vuelto a la era de piedra después de todo).

⁵ Nota de las traductoras: En este apartado, elegimos lluvia radiactiva para reemplazar a la palabra inglesa *fallout*. Este término, en realidad, significa una amenaza de destrucción, de aniquilación que amenazaría con destruir la raza humana. Por ello, otros términos como “destrucción masiva”, “holocausto nuclear”, “apocalipsis atómica”, entre otros, servirían para ilustrar el sentido de *fallout*, que no necesariamente se relaciona con aparatos nucleares sino de un modo más preciso con cualquier modo de aniquilamiento de la humanidad.

¿Y la televisión?- “cargada a batería”, dice un epígrafe, y en la fotografía de *Life* los ojos se mueven para localizar a la televisión como la parte principal de la escena. El programa ideológico de esta escena doméstica entera es radicalmente rupturista si uno se pregunta ¿quién, en una situación de guerra nuclear, estaría transmitiendo programas a una familia refugiada de cinco? Las respuestas gubernamentales de los expertos sobre la defensa civil suenan como paliativos en un momento posterior a la guerra fría. Pero en este lugar visual central de la fotografía, la televisión es más que un medio de comunicación con el supuesto mundo exterior. Además, su función como hogar, que conlleva todos los significados codificados desde los escritores como Store a través del *Revival Colonial*. Su patriotismo y la seguridad doméstica son combinados, y el lugar de encuentro inevitable para la familia estadounidense en un mundo hostil. Es el hogar-chimenea en la caverna.

El hogar-televisión permanece mientras la amenaza nuclear continúa, si no entre superpoderes, luego por una nación del tercer mundo o un grupo terrorista. En un cuento corto de 1980 *On for the Long Haul* (A bordo del largo trayecto) de T. Coranghessan Boyle, un hombre de Los Angeles estaba aterrizado porque

“la civilización estaba a punto de la catástrofe,” compra acres en Montana a una inmobiliaria que se especializa en refugios anti-bomba y casas de supervivencia. Él





instala a su familia en una cabina plateada de metal cuyas paredes del sótano tienen cuatro metros de ancho de cemento. En las tardes, “cuando la casa está calma como el lado lejano de la luna, él se deslizaría en el refugio, cerraría la puerta hermética... y a la noche allí estaría la televisión, las señales emitidas hacia la tierra desde el paraíso a través del plato satelital” (Biyle, *Greasy Lake and other stories*- El lago gris y otras historias, 63, 69-72). Y Walter Percy hace eco de la amenaza nuclear entre el cataclismo natural cuando, en su novela *Lancelot*, un huracán se manifiesta en la comunidad de Louisiana, y por último “los propietarios de los refugios anti-nucleares emergieron durante el miedo a la bomba A... y nunca lo usaron” y se convirtieron en “familias felices apiñadas en su refugio subterráneo alrededor de la televisión que les muestra (el huracán) Marie dando vueltas cada vez más cerca.” (207)

Las imágenes del hogar electrónico en la era de un apocalipsis nuclear inminente son tan explícitos en las ficciones recientes como en una fotografía de *Life* del refugio anti-bomba y el objeto de escudriñar las narrativas contemporáneas es para ver la omnipresencia de la conciencia nuclear y precisamente como esto se hace sentir en momentos incoherentes de diversos textos. En la obra *Love Always* (Siempre amor) de Ann Beattie una mujer joven que vive en Vermont en el verano se da cuenta de que las flores se sacudían “como pañuelos sostenidos en el aire” y los asocia con “las mujeres saludando a los soldados mientras el tren se iba,” inmediatamente dándose cuenta que aquellas escenas ya son un mito porque “los pañuelos eran una anacronía, y la próxima guerra haría estallar al planeta entero. Nadie iría a ningún lado en tren.” (15) De un modo similar, en *This is your life* (Esta es tu vida) de Meg Wolitzer una chica adolescente piensa en su novio quien le parece intangible: “pero no era sólo su novio el que estaba ausente... sino todo el mundo en el universo... como si hubiese sucedido un holocausto nuclear, y todos hubieses sido tragados.” (64-65)

Este tipo de momentos indican por qué el hogar-televisión está con nosotros aún, representado una vez más en un anuncio de televisión, que muestra una familia yuppy reducida de 1980, con un hijo viviendo una vida de gusto excelente en un estilo minimalista que rechaza un mero *bric-à-brac*, a favor de las piezas bien elegidas (un sillón de cuero suave, un teléfono de diseño, un bol de vidrio que contiene pochoclos de bajas calorías, una manteca para amenazar la salud o engrasar el vidrio). Y, por supuesto, una televisión con pantalla grande en la que la familia mira la película *E.T.*, representada en la publicidad en el momento final cuando el adorable extraterrestre se va a su casa. La familia, obvio, ya está en su casa, y sus ropas livianas y pies descalzos indican la comodidad física y nos dicen que ellos se miman en calidez, no sólo termal sino principalmente emocional. En la habitación, los mundos de la televisión y los domésticos son unificados con criterios de luz, la luminosidad de la pantalla se repite en los brillantes, la reunión oval (sin duda a tono con los rayos que iluminan el camino) en la pared de ladrillos expuesta. Aquí el material tradicional de hogar y chimenea- los ladrillos- está presente en la misma pared, la publicidad nos pide que contextualicemos a la televisión-hogar como una era en que las vitrinas disminuyeron su importancia, la televisión ya no es más una pieza importante del



mobiliario sino un estado del arte electrónico, un dispositivo manufacturado en el este asiático (así como el sofá de la familia y el teléfono también fueron probablemente importados desde Europa). En cuanto al fuego encendido, también está presente. Este aviso en blanco y negro presupone nuestra familiaridad con la película proyectada en la pantalla y nos pide mentalmente que coloreemos la imagen de E.T., quién literalmente brilla en los momentos felices a través de la película, su pecho y el radiante naranja-rojo de la luz del fuego en el hogar.

En una era signada por el terrorismo y la amenaza nuclear, la plaga del sida, los miedos por la contaminación de los alimentos, las hostilidades raciales crónicas, esta imagen funciona como un hogar-televisión en continuidad con el hogar de la guerra fría del refugio anti-bomba. Esta familia es, a finales de 1980, expresiva, protegida, encerrada aún en refugios para prevenir la caída, sea ésta nuclear, biológica, o sociológica. El espacio cerrado indica que no hay una fuente de luz natural, no hay un acceso inmediato a un mundo exterior. Los chicos en pijama y la madre descalza nos indican que ellos no están pensando en salir (las sugerencias son que, los padres mirarán otra película calificada como para adultos, *The Untouchables*- Los Intocables- cuando el chico se va a dormir, o así la campera en la alfombra lo indica). El brillo reflejado de las tres caras es enfáticamente etéreo, pero ninguna forma espiritual parece compensar su posición interna a las paredes, una seguridad subterránea implícita.

Ningún mundo exterior existe en este mundo de la imagen des-materializada. La publicidad revela ciertos valores en la historia estadounidense contemporánea, en que la nación que perdió su liderazgo en la manufactura de objetos la des-materializa como lo que es deseable, desde la delgada línea del teléfono y de la película, para proveer un fino pote de vidrio. Y aún los ladrillos y el brillo nos preservan de un mundo hostil. El slogan de una corporación pionera nos sirve aún para reforzar los valores del patriotismo y la domesticidad en el hogar: “pioneros, traemos la revolución a casa.”

Y el hogar-televisión está aún funcionando como un viaje en el tiempo fuera del tumulto de la historia al reinado plácido del mito estadounidense. No importa que las imágenes discordantes puedan aparecer en la pantalla- guerras, odios raciales, enfermedades, violencia familiar, pobreza, catástrofes naturales- ellas serán neutralizadas, de hecho negadas, por el hogar-televisión. El aparato receptor en sí mismo asegura a los telespectadores que todas las imágenes están seguras contenidas mientras la luz del fuego revolotea dentro del hogar. Chispas que no prenden, fuegos que nunca incendian, precisamente porque el hogar los domestica. Las corporaciones, los sponsors, y la industria de radiodifusión trabajaron, como los recuperadores de lo colonial han hecho, para explotar el hogar estadounidense con el objetivo de promover la tranquilidad doméstica.



Capítulo 3

Espectáculo Voyeur, Sector Privado

Al despertar, la nieve caía suave sobre la ventana y la televisión blanco y negro estaba encendida. Lucy y Ethel estaban tratando de robarse las huellas de John Wayne sobre el cemento afuera del Teatro Chino de Grauman en el viejo Hollywood.

Me quedé en la cama y miré programas repetidos, el tiempo transcurrió en segmentos de media hora. Después me levanté y busqué algo para comer.

Mona Simpson, *Anywhere but here* (Donde sea menos aquí), 1986

Pasé todo el fin de semana solo en mi departamento. No había mucho para hacer. Acomodé toda mi ropa en el armario y luego... me compré un pequeño televisor color, un Panasonic, el cual miré todo el sábado y la mayor parte del domingo. Cuando no estaba mirando televisión, estaba acostado en mi cama, totalmente vestido, pensando. Cuando eso parecía condescendiente, me levantaba a ver otro rato de televisión.

Frederick Barthelme, *Second Marriage* (Segundo Casamiento), 1984

La TV estaba encendida. Siempre, dondequiera que estuviera, una TV o una radio se encontraba encendida, una costumbre... de sus años en soledad.

Scott Turrow, *Presumed Innocent* (Se presume inocente), 1987

Un popurrí discursivo de textos periodísticos, comerciales y ficcionales promovieron a la televisión como un integrante del hogar moderno, pero las escenas citadas insinúan significados radicalmente distintos. Cada individuo se encuentra mirando televisión solo. El hogar, tan visual, tan concreto e inclusivo, parece ser el emblema cultural de la televisión – hasta que nos encontramos con el televidente solitario que trata de mitigar su aislamiento al prender la televisión. Ninguno de estos tres personajes ficticios que miran televisión en sus dormitorios se reúne alrededor del hogar electrónico para afirmar su vínculo familiar o nacional. Aún en la década de 1980



y de 1990, cuando parecía completamente natural tener un televisor en el dormitorio, en cada personaje se resalta el aislamiento, cada uno está desconectado de sus amigos y de su familia. Pueden recurrir a la televisión en busca de compañía (por ejemplo, por la familiaridad de *I Love Lucy*). Sin embargo, la soledad indica que el entorno de la televisión no puede ser representado únicamente a través de la imagen del hogar electrónico. Dicha soledad, anuncia que otra formulación, contraria y hasta contradictoria, se ha desarrollado a través del tiempo y pide ser revelada.

Frente a la experiencia de ver televisión existen claramente dos patrones contrapuestos: uno comunitario y otro personal o individual. Enfrentado a la idea de un hogar familiar, nos encontramos con el desafío de una televisión descentralizada, una experiencia solitaria en que la televisión se transforma en un acto privado e individual. No es sorprendente que la televisión exija ser parte de aquella tradición estadounidense del individualismo, que pone el énfasis en las elecciones y actos personales. El imaginario construido alrededor de la televisión, así como el del hogar, oculta ciertas preocupaciones relevantes a las mismas tradiciones que desea sostener. Las preferencias individuales a la hora de ver televisión se construyen para reforzar los valores tradicionales de este individualismo, que se extiende desde el Iluminismo del siglo XVIII y que constituye una parte significativa de la ideología de la democracia en los Estados Unidos.

El individualismo, no obstante, es tan problemático en la era de la televisión como solía ser en el pasado. El hecho de poder elegir qué programa ver de manera individual hace que el sujeto se distancie, e incluso llegue a pelearse, con su familia, pareja o grupo. De esta manera, queda socavado el simbolismo del hogar electrónico. Un fragmento ficticio extraído del libro *Anywhere but here* (Donde sea menos aquí) de Mona Simpson (1986), que abarca el período 1960 – 1979, muestra esto claramente. La protagonista, una adolescente llamada Ann, nos cuenta que, al salir de la escuela, ella disfruta ver programas repetidos en la televisión acostada boca abajo en el sótano. La tranquilidad se ve interrumpida cuando su madre baja a lavar la ropa. Al verla sola frente al televisor, ella comienza a sospechar y dispara una serie de acusaciones: “¿Qué haces aquí abajo?” “¿Por qué siempre vienes al sótano cuando puedes ver el gran televisor de arriba?” “¿Te avergüenzas de algo?” (99).

La cita sugiere que la privacidad es en sí misma una señal de culpabilidad. Revela la tensión entre la comunidad del hogar y la experiencia individual y privada de ver televisión. Es porque ambas ideas sobre la televisión, la social y la individual, abarcan a las mismas personas, a los mismos televidentes, que el concepto de hogar electrónico y el de televisión individualista compiten potencialmente entre sí. Al enfrentarlos, este último puede amenazar la ideología del hogar electrónico, al contradecirla, al traicionarla y, al mismo tiempo, se expone a sí mismo como egoísta, narcisista, dispersivo y, aunque parezca desconcertante, subversivo. Los primeros artículos sobre televisión habían “mostrado a una familia sentada cómodamente frente al televisor”, escribió un crítico en 1977 para luego agregar que “nadie se iba a imaginar que veinte años más tarde mamá iba a estar mirando una telenovela en la cocina, los chicos,



dibujitos en el dormitorio mientras papá se entretiene viendo el partido de fútbol” (Winn, 40). El humor de los dibujos animados, aun en los más inocentes, refleja la preocupación por esta dispersión social. En un episodio, el invitado a una fiesta, aburrido de ver películas caseras, se escabulle y enciende el televisor del anfitrión para ver algo que lo entretenga. En otro, el ama de casa, cansada de soportar la tiranía que su marido ejerce sobre el control de la tele, ordena telefónicamente un televisor para ella. El mismo es entregado a través de la puerta principal mientras su marido está en el living absorto en un partido de béisbol. Ambos personajes han tomado una iniciativa que desafía el protocolo y el orden doméstico (*The New Yorker*, 31 [32] [24 de Septiembre, 1955]: [44]; 33 [30] [17 de Septiembre, 1949]: 33).

Para entender lo que está en juego aquí debemos echar un vistazo al individualismo en sí mismo. Ralph Waldo Emerson, exponente de este distintivo sello de la identidad estadounidense, escribe en su ensayo *Self-Reliance* (Confianza en uno mismo), una exhortación al hombre blanco estadounidense: “confía en ti mismo y verás cómo esa profunda convicción hace vibrar el corazón humano”. Emerson alivió cualquier posible dilema del ser estadounidense o de sus actos al suponer que ese ser es blanco y masculino y asegurándole que todo lo que es “absolutamente digno de confianza” está “en su corazón” (501). En el mundo individualista de los Estados Unidos de Emerson, el centro es el corazón mismo, donde sea que uno se encuentre y en cualquier momento dado (Bercovitch, Jehlen). En la década del 50, el presidente Dwight D. Eisenhower reafirmó ese punto de vista al insistir en que “más que nunca, en nuestro país, ésta es la era del individuo” (Ward, 260).

Aun así, el individuo continuó siendo una figura controversial en la época de la televisión. Los intelectuales de la posguerra, por ejemplo, debatieron la naturaleza del individualismo estadounidense en términos de verdad o falsedad; lo que significa diferenciar entre el individualismo que ilustra verdaderamente los valores democráticos nacionales o, contrariamente, aquel que subvierte su estado mental a uno de alienación. La cuestión continuó siendo vigorosamente debatida en relación con la cohesión social. El crítico, John William Ward, descubrió que el concepto de individualismo había sido redefinido: ya no significa “ser libre de la sociedad” sino que pasó a definirse como “ser libre para cooperar” con la sociedad. Por otra parte, el sociólogo David Riesman probó la relación entre el ser individual y la sociedad en su libro *Individualism reconsidered* (El individualismo reconsiderado) (1953). Allí descubrió que mientras se hacía culto de la “rebelión” y de la “diferencia” de la boca para afuera, términos socialmente conformistas como “espíritu de equipo” y “popularidad” eran particularmente importantes. Estos últimos fueron ratificados por las escuelas y otras instituciones, el ámbito laboral y los medios de comunicación. La palabra “popularidad” junto con la expresión ser “uno de la banda” eran verdaderamente sinónimos de conformidad y convención, explicó Riesman. Eisenhower confirmó esta misma tesis al definir al individualismo estadounidense como la configuración “de individuos libres que forman un equipo con sus compañeros” (Ward, 260). Dichos términos consensuados tienen precisamente por



objeto aplacar las preocupaciones sobre la alienación antisocial de la singularidad del individuo. El *ethos* del “espíritu de equipo” oculta la preocupación de que surjan acciones de tipo subversivas, antisociales o que vayan en contra del ser estadounidense de los pensamientos privados masculinos.

Sin embargo, el oxímoron “trabajo en equipo individualista” no cubrió todas las posibles eventualidades. La naturaleza del individualismo fue vigorosamente debatida con relación a notables figuras de la cultura como, por ejemplo, el capitán Ahab en la novela de Herman Melville y el ensayo *Walden* de Henry David Thoreau (Mayo, 162-163). De manera consensuada, los críticos de la posguerra sostuvieron que la oscura y extensa novela de Melville, *Moby Dick*, es en realidad una importante épica estadounidense, un clásico nacional. Los lectores y los críticos se vieron forzados, entonces, a enfrentar el dilema que surge alrededor de este conspicuo individualista. El monomaniático capitán Ahab abandonó a su familia, su hogar, y encadenó a su tripulación a un estado de subordinación que los llevó a la ruina.

Aquellos mismos lectores se vieron, de manera simultánea, enfrentados al individualista Thoreau, quien a mediados del siglo XIX se ausentó de su hogar en Concord (Massachusetts) para llevar una vida solitaria en una cabaña en un bosque y reprodujo esa experiencia en *Walden*. Thoreau, en palabras de un crítico contemporáneo, “eleva la desconexión en tanto valor ideológico nacional” y “volatiliza el concepto de amistad hasta el punto de evanescencia mutua” encauzando el camino hacia la “separación de los individuos” (Pease, 262-63). Thoreau se retiró de la sociedad mientras que Ahab se la llevó consigo, la hizo ceder ante su voluntad y la destruyó. Ambos representan los extremos de las acciones individualistas estadounidenses. Durante la Guerra Fría, ambos fueron materiales de estudio para los estudiantes de literatura estadounidense, literatura que había cobrado legitimidad y prestigio en tanto asignatura adecuada para el campo intelectual incluso cuando la televisión proliferaba en los hogares de aquellos mismos estudiantes (Cain, 138).

¿Bajo qué condiciones ingresó la polémica cuestión sobre el individualismo estadounidense al debate televisivo? A pesar de lo que piensa el presidente Eisenhower junto con los intelectuales, puede ser argüido que la televisión comercial en realidad aceleró la degradación del individualismo desde la década de 1940 en adelante, ya que lo convirtió en mero consumismo mercantil. Los principios estéticos y filosóficos de Emerson pueden parecer degradados en la era de la televisión; Ralph Waldo fue complaciente con los aparatos receptores de la Corporación de Emerson. Tener a los dos Emerson yuxtapuestos, el filósofo y el fabricante de productos electrónicos, nos hace dar cuenta que, en la era del consumo, el individualismo estadounidense ha significado en gran parte la libertad de “proyectar nuestros deseos en productos manufacturados”, y “que cada uno, por su cuenta, se realice a través del consumo”. “Esta libertad, por lo tanto, ha tomado la forma de adquisición de bienes y servicios como lo son los aparatos receptores de televisión y sus programas” (Baudrillard, 13, 12).

Ciertamente este punto de vista es promovido por el discurso de los fabricantes y comerciantes. Ya en la década del 70 los anuncios publicitarios de televisores de pantalla chica y portátil fabricados por la Sony Corporation sacan partido de la elección individualista. Se representa al fanático del fútbol en una taberna donde todos los clientes están absortos con un juego de béisbol y al ama de casa que disfruta de un programa matutino mientras su marido lee el diario. Estos anuncios de Sony ponen de relieve el empuje comercial a favor de la televisión descentralizada: el ímpetu por aumentar las ventas al crear la demanda de televisores para los dormitorios, las cocinas, los garajes del suburbio y otros ambientes. Al igual que el hogar, la TV descentralizada se focaliza en el hábitat. En 1951, la Corporación Du Mont estableció el “set de dos televisores por hogar” (two-set home) con dos fotografías: una por encima de la otra para dar la idea de un hogar con dos plantas, los padres se encuentran viendo ballet en el dormitorio en tanto que, en el piso de abajo, lo(s) hijo(s) y sus amigos miran un partido de fútbol en la habitación de recreo. “Piense en las ventajas del set de dos televisores por hogar”, se lee en el aviso – “libertad para grandes y chicos de disfrutar de sus programas favoritos en cualquier momento”. Los modelos



para mesa o piso “decoran” el living mientras que los “modelos de mesa más compactos” pueden ser dispersados por el “estudio, la biblioteca o la sala de juegos”.

Los “modelos compactos de mesa” están un paso más cerca de ser portátiles, como el “Tummy Television” de Sony en la década del 60 o el “Sportsabout” de RCA publicitado a través de una fotografía de tres hombres, uno vestido de traje y los otros dos con ropa deportiva que sugiere

que van a dar un paseo en bote o, quizás, jugar a los bolos. Cada uno ha elegido su modelo de Sportsabout (“The Entertainer”, “The Wayfair”, “The Roommate”) y, de



esta manera, reafirman su individualidad. El énfasis está puesto en la elección individual (un televisor por persona, un modelo especial para cada individuo e, implícitamente, un programa para cada gusto particular).

Potencialmente, sin embargo, la proliferación de televisores portátiles

representa una amenaza ideológica para el hogar. La preferencia individualista de los programas podría conducir a la disolución del centro familiar. Si los miembros de la familia se dispersan en cuartos separados, cada uno conectado al mundo de la pantalla de manera solitaria, la misma idea de “unión” familiar se volvería una farsa.

The **Mount Version** by **DUMONT**
 17-inch rectangular picture tube;
 Litronox® picture circuit; stereo hook;
 17 1/2" depth; plug-in for second picture;
 Full set of spare components; complete
 designed by Herbert Kupferberg.

Everybody
 enjoys television in the two-set home
 ...and enjoys it more with *DuMont*

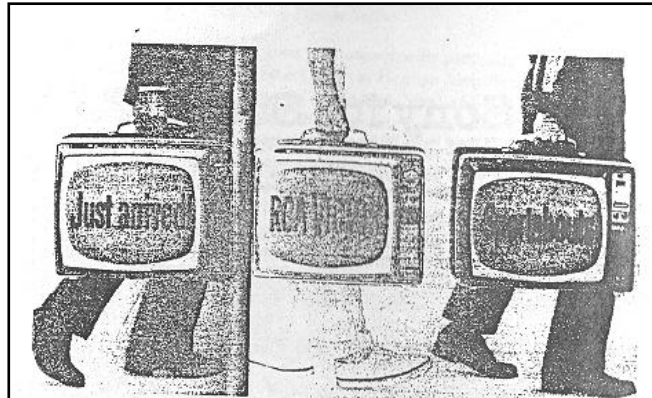
Think of the advantages enjoyed by the two-set TV home -- freedom for young and old to enjoy favorite programs at any time. And for your next set, look first to DuMont. Choose from magnificent consoles to grace your living room, or compact table models for den, library, or game room. Each is a masterpiece -- built with precise circuitry, oversize parts, extra parts -- to give you the finest possible performance.

The **SUMMER** by **DUMONT**
 17-inch rectangular picture tube;
 Litronox® picture circuit;
 Stereo for second picture;
 Cabinet in mahogany finish,
 designed by Herbert Kupferberg.

Copyright, 1951, Atlas & DuMont Laboratories, Inc.
 Patent pending. Sold in England, No. 1, 1951 and
 DuMont Laboratories, Newark, N.J. Model No. 1951-11-1

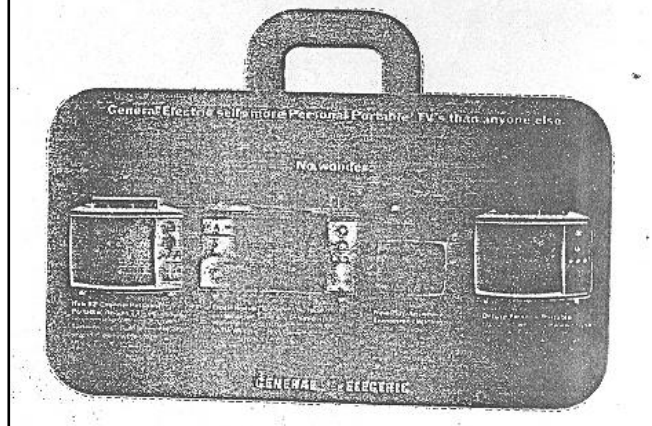
DuMont Corporation ad for the "Two-Set Home," 1951.

El marketing, no obstante, desdibujó esta amenaza al rediseñar los comerciales y representar al televidente como un turista o un veraneante. En 1960, a la caja contenedora para televisores portátiles se le dio forma de valija con una manija en la parte superior para dar la idea de unas vacaciones o una corta estadía. Los mismos nombres de los aparatos resultaron ser anodinos a un público comprador estimulado a pensar en la televisión personal sólo usada en privado temporalmente. El sufijo "about" (por todas partes) en el modelo "Sportabout" de RCA y "Tote-about" enfatizan la posibilidad de crear un circuito alrededor de un centro y recorrerlo. El televidente se transforma en un veraneante que puede acarrear su nueva televisión como si fuera una valija. Los televisores son percibidos desde un estado de portabilidad, los hombres son fotografiados con ellos al caminar por las calles.



RCA ad for portable television, 1960.

General Electric ad for portable TV "luggage," 1965.



Pero se presume que el centro, el hogar, se mantendría firme en su lugar. De hecho, el hogar electrónico es lo que hace posible la idea de un televisor portátil con forma de valija. Los anuncios señalan que los consumidores de este tipo de televisores, pese a sus elecciones individuales, se ausentan de sus hogares por poco tiempo, la duración de un partido o de un programa preciado (en el caso del modelo "Roommate" -compañero de habitación- es hasta conseguir un hogar propio). En cada caso, el aparato individual y el portátil despoja al televidente de su familia y amigos sólo por un período breve de tiempo. De la misma manera, el modelo "Tummy Television" creado por Sony en los '60 funcionó lingüísticamente para reafirmarle al espectador (y a los que se encuentran por fuera de lo que se ve en la pantalla) el concepto de que el aparato está puesto al servicio exclusivo de un individuo *sólo por un pequeño rato*. Después de todo, "the tummy" (la barriga) sólo puede sostener un televisor cuando uno está acostado boca arriba. Aún si el aparato pasara a formar parte del mobiliario en las antípodas del hábitat, atrayendo a un individuo hacia él a la



vez que lo aleja de los demás, su nombre y la semiótica detrás de su diseño continuamente aplacan las preocupaciones que surgen sobre la privacidad y la posible deserción - o desafección - de los demás. Es *solamente un aparato portátil*. El individuo que hace uso de él está simplemente tomándose un tiempo alejado de su casa-hogar.

El marketing detrás del concepto “múltiples televisores para cada ambiente” muestra que los fabricantes y publicistas caminaron sobre una cuerda floja ideológica entre la centralidad y la dispersión humana. Fueron cuidadosos al valorizar el hogar electrónico estadounidense al tiempo que promovían la multiplicidad de televisores en cada rincón de la vivienda. Con la noción de una televisión descentralizada, que promueve la dispersión, siempre se corrió el riesgo de traicionar el concepto mismo del hogar y exponer tensiones y divisiones entre las generaciones o los sexos. En el humor de los dibujos animados, como es lógico, es a raíz de la televisión descentralizada que se ponen de relieve problemas maritales y tensiones familiares. En una caricatura del año 1956 se insinúa esta misma tensión al parodiar sus propósitos. Se representa a una familia compuesta de tres personas, madre, padre e hijo, mirando felizmente distintos programas de televisión mientras que el audio correspondiente a cada programa llega a sus oídos a través de un par de auriculares que cada miembro usa. Reunidos como una familiar nuclear, cada uno vive en una pantalla distinta. La felicidad de la familia proviene de *no tener que ver lo mismo*. La tecnología les permite escapar de la tiranía del hogar (*The New Yorker*, 32 [30] [15 de Septiembre 1956]: 38; ver también 24 [39] [20 de Noviembre 1948]: 48).

Sin embargo, la evidencia sugiere que la aculturación de la televisión individualista implicó la supresión de otras preocupaciones directamente relevantes para el individualismo durante la extensa época de la Guerra Fría. Es posible adentrarse en estas enmascaradas áreas de la angustia cultural a través de un ensayo inusualmente confesional titulado *What we do in the dark* (Lo que hacemos en la oscuridad) (publicado originalmente en 1976) de Michel J. Arlen. En él, el ex crítico de *New York TV* hace de su propio hogar un caso de estudio de la televisión descentralizada. “Pasé por el pequeño cuarto donde tenemos el televisor”, cuenta Arlen, “y lo vi a mi hijo tirado y con los ojos vidriosos... cubierto de la lúgubre y parpadeante oscuridad”. Arlen admite que había algo en él (su hijo) que estaba en ese cuarto oscuro que lo enfurecía enormemente”, y agrega que su mujer, también al pasar, vio su cara y le preguntó qué estaba pasando en la habitación del televisor. Dijo “parece como si acabaras de descubrir a alguien *in fraganti*”. Arlen lo niega pero se pregunta a sí mismo por qué él vigila esa habitación sin darse cuenta de que lo está haciendo para luego describir la electricidad que rodea a una actividad tan aparentemente ordinaria y doméstica como es ver la televisión” (202-203).

En el análisis que Arlen realiza de este típico domicilio de clase media estadounidense, lo que sucede en ese pequeño cuarto es excitación sexual. Él identifica la no reconocida y culposa connotación sexual de ver televisión. Afirma que si bien mirar televisión es considerada una actividad grupal, “la mayoría de nosotros lo hace principalmente en soledad” (201). Habitualmente, dice, “preparamos una

habitación especial para ver televisión pues la consideramos, en primer lugar, como algo privado; una actividad llevada a cabo por nosotros para nosotros". Otras veces, "hablamos de lo que hacemos en aquella parpadeante sala de luces débiles", dice Arlen, "y decimos que... estuvimos viendo un programa de entretenimiento, un partido de fútbol, una telenovela". En cambio, según Arlen, "lo más parecido a ver televisión es la masturbación" (204, 201).

Masturbación. Aquí Arlen identifica lo que él cree que es el secreto televisivo de la clase media estadounidense, que no hay una intimidad común en el hogar, que mirar televisión es algo privado y auto-erótico que está rodeado de una culpa y sospecha no reconocidas. El acto privado, desde su punto de vista, se convierte en un acto auto-erótico. La televisión descentralizada es la única televisión que existe y su privacidad deviene masturbatoria.

Las estadísticas sobre la práctica televisiva descentralizada apoyan la posición de Arlen. Son de un modo manifiesto de un solo género (y flagrantemente sexistas y sexuales). Las caricaturas, por ejemplo, ridiculizan a la ama de casa por desatender las tareas domésticas mientras miran las novelas televisivas de la tarde – pero también se asegura que esa misma ama de casa no abandonará la esfera doméstica. Distraída por una pareja que se besa



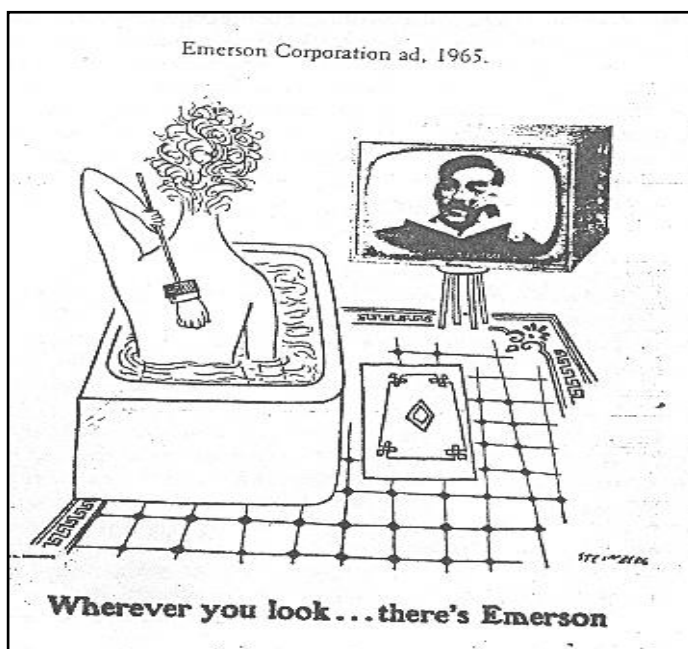
en la pantalla (presumiblemente, en una telenovela), una ama de casa se olvida la plancha y quema los pantalones de su marido sin notar la columna de humo que se erige desde la tabla de planchar. En otra oportunidad, ella se sienta desganada en frente del televisor, rodeada de suciedad doméstica, y en la pantalla se ve a Mr. Clean (Señor Limpieza) mostrando sus bíceps con un jingle comercial de fondo. O, en una historieta, ella se pasa todo el día haciendo sociales, leyendo, mirando televisión (una vez más, telenovelas en donde la pareja protagonista está a punto de besarse en pantalla) y solamente se pone el delantal y agarra la aspiradora para sustentar la

teatralizada labor penosa a la hora en que su marido debe llegar de la oficina. (*The New Yorker*, 36 [40] [19 de Noviembre 1960]: 55; 26 [15] [3 de Junio 1950]: [22]).

En las publicidades continúa el énfasis puesto en lo sexual. La mujer de un aviso de Emerson Corporation (dibujada con un solo trazo por el artista Saul Steinberg) parece mirar televisión desde la bañera, pero en realidad ella es observada por el hombre tridimensional de la pantalla, quien ajusta sus lentes para verla mejor. La escena no peca de lascivia sólo porque el hombre es un intelectual estereotipado que tiene un libro de tapa dura abierto en sus manos y posee una mirada de concedor. Imágenes como las descritas, en caricaturas y comerciales, resaltan el mensaje de romance erótico, pero de manera aun más poderosa remarcan la idea de la contención doméstica. En el baño, esta mujer de la era televisiva es monitoreada, vigilada; aun cuando la televisión la distrae de sus tareas hogareñas con sus romances virtuales ella se mantiene en el hábitat al que pertenece. La televisión, que ella mira en soledad, puede distraerla con fantasías eróticas, pero también la contiene. Ella mira la televisión y la televisión la mira a ella, atándola así al hogar. Las imágenes sexistas esencialmente muestran la contención de las acciones individuales.

La versión masculina de la televisión individualista es aun más enfáticamente sexual, configurada según la fantasía erótica heterosexual pero, una vez más, amoldado al mundo de la domesticidad. En un día cualquiera en el suburbio, el marido de un comercial de Norman Rockwell (similar a Motorola) disfruta ver en pantalla a una mujer trapeicista de voluminosas proporciones mostrando su escote, entre tanto, su esposa detiene el correr de la escoba y mira con sospecha. Otro marido (en un aviso

de Emerson dibujado por William Steig) se halla acostado junto a su mujer -una cama de dos plazas- y coquetea con la cantante en pantalla. La cantante lo mira y él le devuelve la mirada. Su mujer, enterada del flirteo, mueve su dedo hacia el botón del control remoto dispuesta a desconectar a su marido de su fantasía. Otras versiones de esta fantasía erótica heterosexual persisten en las sensuales imágenes de mujeres seductoras, como por ejemplo la Eva con su manzana de *Sylvania/GTE*, las "conejitas"



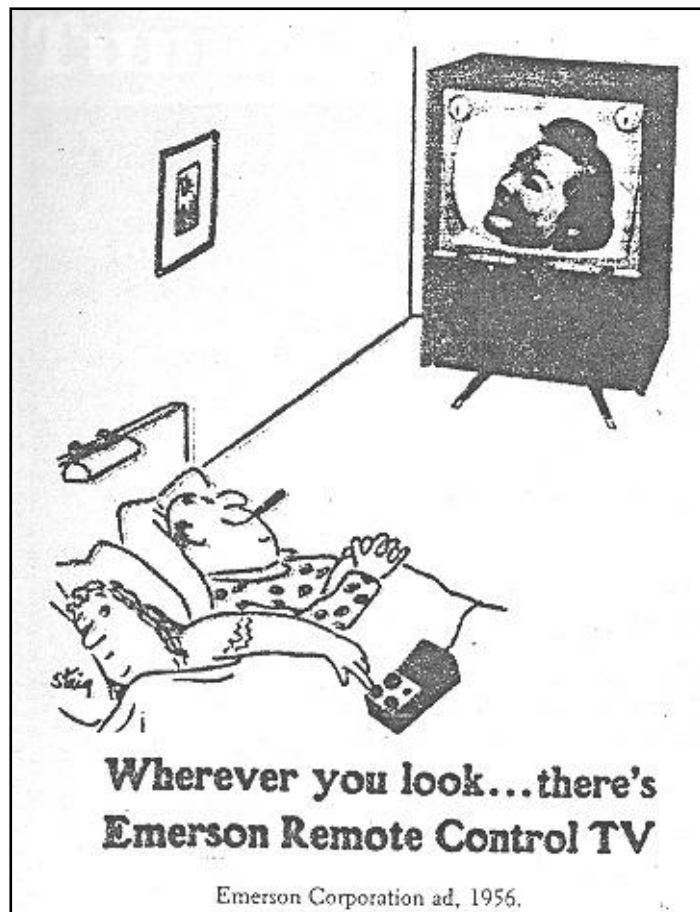
de *Admiral Corporation* en la época de los clubes *Playboy* de Hugh Hefner o los numerosos dibujos y fotos de publicidades e historietas que muestran a los hombres

de mediana edad en la cama deseando vivamente aquellas conejitas. La iconografía indica que el hombre estadounidense que mira televisión solo está mirando mujeres, está disfrutando de sus fantasías sexuales. Cualquier potencial amenaza proferida por estas fantasías es diluida por el abarcador contexto de la domesticidad. En avisos y caricaturas se suele personificar al hombre como de mediana edad, “seguro” en su propia fisonomía, de pelo fino y barriga. Su descripción nos asegura que no importa cuan urgente sea la fantasía, él no abandonará su hogar. Los gráficos sobre el erotismo televisivo reafirman la conclusión de que la televisión descentralizada es socialmente convencional, natural y, por consiguiente, socialmente segura.

La ficción también marca este punto al representar el momento de fantasía televisiva como una narración lineal. *Second Marriage* (Segundo Matrimonio) (1984), una novela escrita por Frederick Barthelme, relata la historia de un marido de los suburbios (narrador) mirando televisión en el departamento donde vive temporalmente después del divorcio:

La televisión todavía estaba encendida [cuando desperté], pero la pantalla estaba borrosa... Crucé la habitación y cambié los canales... La incansable gente de la Christian Broadcasting Network (Red Cristiana de Radiodifusión) aún estaba allí. Una tímida

niña de cara ancha y pecas salió por detrás de una cortina y se sentó sobre una banqueta en el centro del despojado escenario, sus piernas estaban cruzadas... Cuando empezó a cambiar yo vi su mano izquierda deslizarse sobre las cuerdas. Sus uñas... brillaban bajo las luces... Todo lo que hacía parecía sensual... La imaginé en [mi] fantasía, sentada en la playa... su vestido levantado, la piel blanca de sus muslos... su clítoris era... algo muy



pequeño y delicado y húmedo... agradable al gusto. La imaginé quedándose allí.

Luego su canción terminó y el presentador... entró en escena y comenzó a hablarle... Apagué la televisión. (188-89)

Éste es uno de los dos extensos momentos en la novela en que la televisión es una ocasión para la fantasía sexual y el ámbito doméstico es su lugar. Aquí el novelista puede narrar el curso de una fantasía relatada y sugerir que es la televisión misma la que estructura dicha fantasía, que el cambio de escena rompe el momento erótico y, además, que es el televidente masculino el que mantiene el control por el ritmo que tienen los segmentos cortos de la televisión. Si la Christian Network (Cadena Cristiana) puede incitar fantasías sexuales, la televisión las controla, y el hábitat (en este caso, el suburbio pastoral) las contiene.

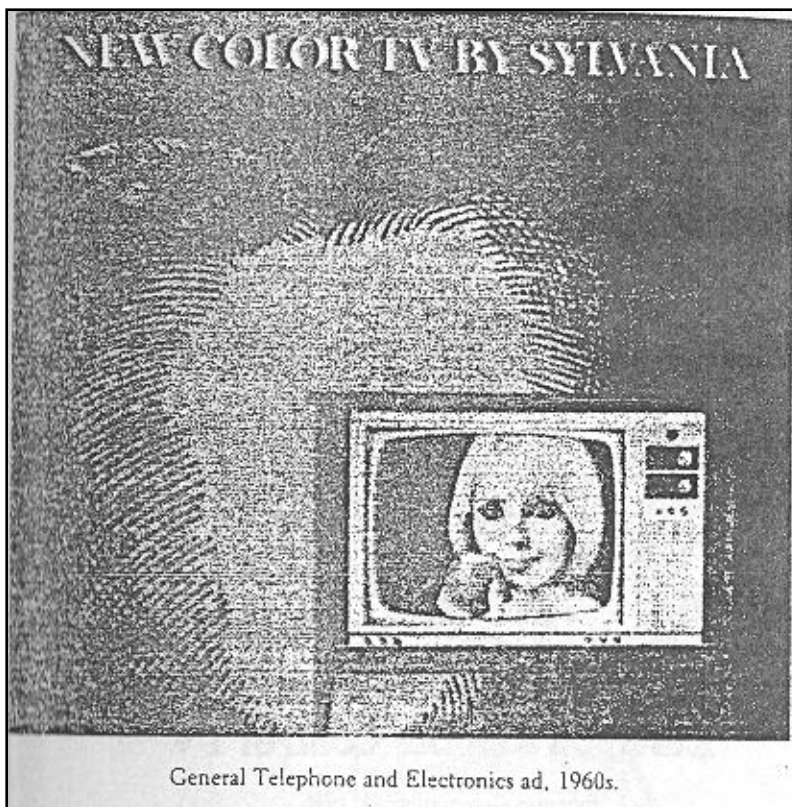
Los estereotipos sexuales de hombres y mujeres en estas imágenes proclaman que la televisión es un ambiente erótico para ambos sexos. Pero también asegura que el sólido contexto de la domesticidad va a contener la energía sexual individualista, confinándola a intermitentes momentos de placer indirecto. Así, la televisión individualista parece dividir la cuestión en líneas previsibles y de fácil interpretación. La política sexista de estos textos es exactamente aquello que el feminismo ha señalado



como inaceptable desde fines de la década del 60 hasta nuestros días. La contención de hombres y mujeres en estas poses de fantasía estereotipadas son sorprendentemente similares a la contención implícita en el libro de Arlen *What we do in the dark* (Lo que hacemos en la oscuridad). En el libro, padres e hijos cohabitan en un contexto de familia restringida; el padre patrulla los pasillos del departamento, la madre monitorea la escena, el hijo-televidente es observado minuciosamente allí en el oscuro cuarto de TV.

Pero por debajo de las cuestiones de sexualidad y televisión yacen otras preocupaciones respecto de la experiencia descentralizada e individual en sí misma, y

Arlen da cuenta de ello de manera elocuente. Su análisis revela implicaciones ocultas por las políticas sexuales de los comerciales y las caricaturas y, en realidad, por su propio ensayo ya que nos dice que la privacidad es esencial al autoerotismo en el ambiente televisivo. La vinculación hecha por Arlen, similar a los diseños de caricaturas y avisos comerciales, es reveladora en sí misma. La privacidad televisiva indica sexo. Los dos, sexo y privacidad, están enlazados, con la sospecha y la culpa como efectos o productos derivados. *What we do in the dark* deja que los lectores vean la manera en que Arlen, como los personajes de las historietas y publicidades, reafirma la

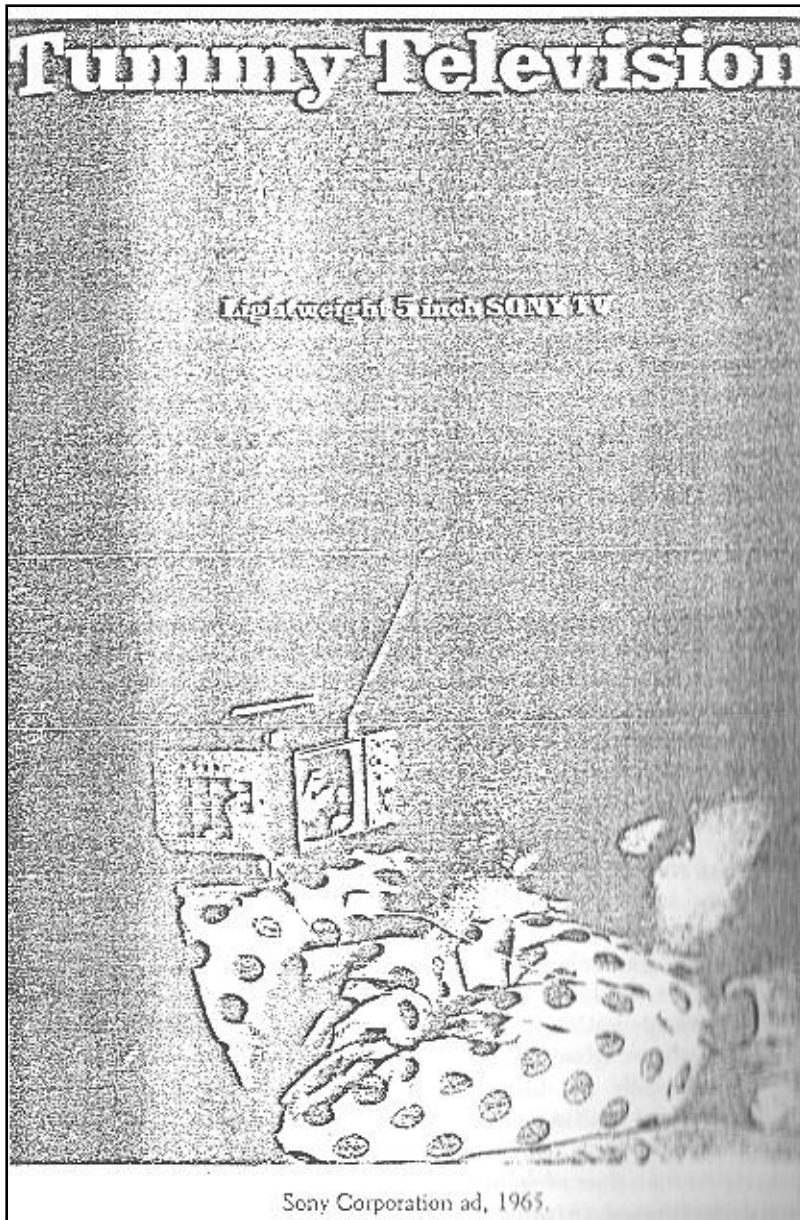


vinculación entre sexo y privacidad. El sexo es lo que explica la privacidad, de hecho normalizándola, configurando la culpa y la sospecha como parte tradicional de las costumbres de la clase media. Puede parecer disonante oír que la televisión es descrita como masturbación, sin embargo no es del todo perturbador. Es, por el contrario, después de todo tranquilizador. “¿Es esto lo que la gente hace en la oscuridad? ¿Es esto lo que nosotros hacemos también?”, Arlen

concluye así su ensayo (204). Una vez superada la indignación inicial, el lector podría agregar aliviado, “¿Es esto *solamente* lo que hacemos en la oscuridad?”

Esto no pretende encaminar el ensayo de Arlen en otra dirección sino dar cuenta de cómo la conjunción entre sexo y actos privados cumple la función de desplazar la misma idea de lo privado. En el libro, así como en los gráficos, la privacidad televisiva es por definición auto-erótica; comprometerse con el ambiente televisivo es auto-erótico *per se*. Todas las otras áreas del pensamiento y sentimiento son excluidas. Este es, por supuesto, el mensaje transmitido por el humor de las caricaturas y las publicidades sobre televisión descentralizada – romance para las damas, fantasías sexuales para los hombres, ambas tan tradicionales y naturales que no hay necesidad de suscitar preocupaciones en otros ámbitos.

Este mensaje, entonces, trabaja para contener, para controlar la experiencia de la televisión individualista al descartar otros pensamientos o emociones.



¿Cuáles serán? El novelista Don DeLillo esboza dos posibilidades. En su novela, *Libra* (1988), el pequeño Lee Harvey Oswald a veces pasa sus noches mirando programas sobre crímenes en la televisión (*Racket squad*, *Dragnet*) o deja de prestarle atención a su madre para ver en pantalla una prueba de DuMont (*Libra*, 5-6). Lejos de la fantasía erótica, la experiencia de ver televisión en privado aparece aquí como una incubadora de asesinos de presidentes. Asimismo, el libro *White Noise* (Ruido Blanco) (1985) de DeLillo refuerza la patología de la televisión individualista cuando nos cuenta que un francotirador había escuchado voces en la TV, “insistentes voces...

que le decían que entrara en la historia” (44-45). Es la televisión, argumenta DeLillo, la que instigó a Jack Ruby a matar a Lee Harvey Oswald – “la TV dio la clave y Lee fue asesinado... A este muchacho le dispararon estando esposado por un oficial de la policía... La TV dio las instrucciones y él las cumplió” (*Libra*, 450-52). El novelista ratifica el acto de violencia cometido por el individuo aislado como respuesta a las directivas de la televisión. DeLillo describe el patrón encontrado en películas e historia contemporánea, en el cual William Hinckley, influenciado por *Taxi*, el film de Martin Scorsese y atraído hacia Jodie Foster (actriz de la película), intentó en 1980 asesinar al



presidente Ronald Reagan. El novelista o director, por supuesto, da libertad de acción al publicista, quien no puede promover seriamente a la televisión (o las películas) como un campo de entrenamiento para asesinos. Tampoco Michael Arlen se atreve a insinuar que la televisión descentralizada fomenta tendencias psicópatas. Estos ejemplos de la ficción contemporánea, no obstante, destapan el mundo hasta ahora sellado de la televisión privada y erótica. Muestran hasta dónde las imágenes sexistas del humor de publicidades e historietas pudieron controlar y dominar la preocupación mayor sobre la práctica de ver televisión en privado – especialmente en los hombres – que es ver a la televisión como un incentivo para cometer peligrosos actos de renegado individualismo.

El inconveniente aquí es el hombre aislado, que puede actuar solo potencialmente en formas que representen una amenaza a la misma cultura de la época de la televisión que ensalzó el “estar juntos” y el “trabajo en equipo” como virtudes cardinales, en la senda marcada por el *ethos* de Emerson del individualismo centrado en la auto-confianza. El televidente puede observar en el mismo acto que éste es privado, oculto, y es de un modo evidente más amenazante que, por decir, leer, una actividad que fue santificada como si fuera una acción valiosa intrínsecamente a la que se iguala con la educación y la mejora de uno mismo. Incluso si alguien no lee “gran” literatura sino “basura,” el acto de lectura por sí mismo significa cultura,⁶ capacidad de comprensión, una formación preparada y auto-disciplina, junto con la capacidad provisional de que el lector, una vez que se harta de leer textos banales podría comenzar a frecuentar libros más grandiosos.

Los actos privados que involucran una práctica visual y que no se relacionan con mirar televisión, al mismo tiempo, tienden a ser culturalmente circunscriptos y son autorizados oficialmente. En las ciudades de Estados Unidos los distritos de zona roja-con sus espectáculos voyeur y las tiendas de libros con pornografía- fueron localizados geográficamente por los políticos y los diarios, y también fueron patrullados por la policía cuyos operativos periódicos refuerzan la idea de vigilancia y de contención sociopolítica. En cuanto a la experiencia de lo visual en la cultura alta, las exposiciones y exhibiciones fueron establecidas por los árbitros del gusto y la autoridad (Por ejemplo, museos, corporaciones), como las actuaciones de teatro, danza, y las manifestaciones similares. La presunción incuestionada es que la actividad visual está personalmente edificada para el espectador. El individuo se beneficia de un modo

⁶ Nota de las traductoras: La autora aquí utiliza la palabra *literacy*, que en inglés significa las capacidades y conocimientos adquiridos mediante las cuales se puede ejecutar determinada práctica. Se puede decir que alguien es *computer-literate* si conoce y utiliza herramientas informáticas, y también se puede afirmar que alguien es *media-literate* si maneja el uso cotidiano de los medios de comunicación. En un sentido más general, ser *literate* significa saber leer y escribir, es decir, estar alfabetizado. Consideramos que Tichi está utilizando esta palabra con ambos sentidos: se refiere a las capacidades de los lectores de saber leer y también como poseedores de capacidades de interpretación, conocimientos, cultura, entre otras aptitudes que posibilitan el acceso a la práctica de la lectura.



educativo, cultural (en los términos de la cultura alta de edificación y mejoría) intelectual y estético.

Pero la televisión, como las películas, conforma una experiencia visual libre, controlada por los publicistas, las cadenas de televisión y la FCC⁷ (y, en el caso de los largometrajes, los *ratings* tomados por la *Motion Picture Association*⁸) pero sin un ámbito, por lo que la misma amenaza de actos autónomos y privados, fomentados por la visualización a solas, subyace debajo de la superficie. Esa amenaza es importante en la época de la televisión porque existe una conjunción inconfesada entre dos conceptos sobre “uno mismo”⁹- el primero vinculado con el individualismo y el segundo con la alienación. Las viñetas de Lee Harvey Oswald, Jack Ruby, y el francotirador localizado en los techos juegan un papel relevante en la imagen del televidente soltero porque ellos discuten que el individuo que compra un televisor portátil en soledad es potencialmente mucho más que un *Emersionano* renegado conducido por el consumismo moderno. Las viñetas transmiten implícitamente que la tradición del individualismo no puede ser relegada de una forma desestimada a la esfera comercial. El individualismo es necesario para la imagen de uno mismo, del hombre estadounidense que se auto-demuestra que puede valer por sí mismo antes de que exista la pantalla de televisión, porque es el concepto ideológico el que explica y permite la soledad masculina en el reinado secular, que incluye al imperio de la televisión.

El individualismo, de hecho, es la coloración que protege de *DeLillo's Lee Harvey Oswald* o cualquier otro televidente homicida. Como el novelista sugiere, el telespectador que ya está aislado profundamente de la sociedad es una figura cuyo individualismo se transforma en alienación. Históricamente, como un intelectual escribe, “se dice que millones de personas sufren... de alienación social y lo expresan mediante la indiferencia u hostilidad hacia la mayoría de sus compañeros o hacia toda

⁷ FCC es a sigla para *Federal Communications Comisión*, comisión para la comunicación federal, una agencia del gobierno estadounidense establecida en 1934 que regula el flujo de la comunicación de televisión, radio, cable y satélite. El presidente de la comisión es directamente asignado por el presidente de Estados Unidos y se mantiene en su cargo por cinco años. Entre una amplia variedad de funciones, el organismo se encarga de otorgar licencias, implementar regulaciones y de conducir investigaciones.

⁸ La *Motion Picture Association* Asociación de Películas en Movimiento, es una cámara empresarial que nuclea a las productoras y distribuidoras de películas. Fue fundada en 1922 como una asociación de comercio y luego se comenzó a expandir a medida que el mercado de creación de películas se diversificaba, por lo que también incluye a las producciones televisivas. Entre sus tareas, además de proveer los ratings y otras informaciones sobre estrenos y datos sobre películas, se encarga de proteger los intereses del sector, lucha contra la piratería y la defensa de la legislación sobre este ámbito.

⁹ Nota de las traductoras: Cada vez que la autora se refiera al “*self*” lo traduciremos como “uno mismo”, ya que en inglés este término se utiliza para referirse al yo, al individuo y lo que se relacione con características de la persona. Por ejemplo, Tichi conceptualiza el *self-reliance*, como la confianza en uno mismo, o el *self-enclosed* como encerrado en sí mismo, siempre en conexión con la personalidad individual.



la organización social, su trabajo y metas.” (Feuerlicht, 76). Descontentos, los individuos alienados se convierten potencialmente en una amenaza. La soledad individualista se transforma en la soledad del hombre alienado. Las voces que se escuchan de la televisión mientras la miramos solos puede volverse un incentivo a la hostilidad y a los actos peligrosos. ¿Y cómo se puede distinguir el individualismo benigno de la alienación peligrosa? La mayoría de las discusiones sobre el individualismo estadounidense evitan esta pregunta difícil eludiendo la conexión. Los estudios sobre el individualismo y la alienación se encuentran en su mayoría en estantes separados en las librerías como para preservar un tabú que no implique a ambos conceptos (Por ejemplo, Gans y Ward, Feuerlicht y Kaplan).

Sin embargo, necesitamos relacionarlos aquí. La época de la televisión *Ermesionana* e individualista benévola centra el universo de una forma en un “doble” (*doppelgänger*) que es el individuo alienado quien no visualiza una conexión significativa entre si mismo y sus relaciones sociales, su status, su trabajo, su estilo de vida, o cualquiera de sus identificaciones. (Kaplan, 118). El yo-mismo alienado, el *Oswald* de Hinckley, puede percibir a las reglas sociales y el gobierno como barreras para su autonomía y las viola con el objeto de alcanzar la verdadera “libertad”. Como Morton Kaplan expresa, el hombre alienado “está continuamente conducido a extremos lejanos porque el mundo que él persigue para unirse lo elude.”(139). Y un estudio reciente sobre el individualismo en Estados Unidos, *Habits of the Heart* (Hábitos del corazón) admite brevemente que “a veces el vuelo de la sociedad es simplemente loco y concluye en un desastre general,” y cita al capitán Ahab de *Moby Dick* como un ejemplo del “individualismo asocial” en Estados Unidos (Bellah et al.,144-145).

De hecho, a través de la extensa era de la guerra fría de “estar juntos,” una época de comedias domésticas como *Father Knows Best* (Papá sabe mejor), *Ozzie and Harriet*, *Leave it to Beaver* (Déjasele al castor), *The Patridge Family* (La familia Patridge), *The Brady Bunch* (El grupo Brady), *All in the Family* (Todo en la familia) y *The Cosby Show* (El programa de Cosby) la figura de Ahab fue un referente¹⁰ del individualismo estadounidense para atacar a ciegas. En una era cuando los individuos con televisiones portátiles eran imaginados como visitantes temporarios del hogar o como los hombres domesticados que son indulgentes con la fantasía heterosexual animada por la imagen televisiva, la figura de Ahab fue una constante monstruosa de Estados Unidos en la crítica cultural. Más recientemente, un crítico lo citó como un exponente del imperialismo estadounidense empeñado en arrasar el mundo natural con la asistencia de un equipo proveniente de un país del tercer mundo colonizado

¹⁰ Nota de las traductoras: Tichi usa “touchstone”, que de un modo literal significa “piedra de toque”. De un modo más coloquial se puede traducir como referente. Según Maria Moliner “piedra de toque” es una “cosa o situación que sirve para probar o confirmar cierta cualidad, sentimiento, etc., de alguien”.



(Dimock). Pero los críticos de la guerra fría percibieron esto de un modo diferente, no es sorprendente que haya sido pensado como un ejemplo del individualismo socialmente destructivo, la “representación más profunda de este autor responde al problema de la libertad individual en extremo... él no puede ver nada más que sus propios pensamientos incendiarios porque ya no comparte ninguna relación normal... (y) se niega a ser desviado de su búsqueda por la arrebatadora comprensión de otros.” (Matthiesen, 447-51). El Ahab de la guerra fría es, por lo tanto, un “ejemplo asustadizo del individualismo cerrado en sí mismo que... conduce al desastre tanto para uno mismo como para el grupo del cual uno forma parte.” (459). Él es “un falso héroe cultural, que persigue el reclamo privado (más que el mandato divino) a costa de la humanidad y de su equipo... un demonio, un mago, un anticristo.” (Hoffman, 234). En estos términos, *Moby Dick* se convierte en “un libro sobre la alienación de la vida que resulta en una dependencia de uno mismo neurótica y excesiva,” en el que Ahab “es culpable o victimizado por una confianza en sí mismo distorsionada.” (Lewis, 105). El portavoz que celebra *Moby Dick* por representar “la gran herencia cultural” de los Estados Unidos, sin embargo, nos advierte que Melvill, su autor, parece no aprobar la “intensidad de Ahab, su poder y su espíritu desafiante” porque él representa la deformación del individualismo y la auto-confianza.

No es una coincidencia que el público de las películas estadounidenses posea una versión multicolor de este mismo Ahab en 1956 en el film de *Warner Brothers* en el que Gregory Peck actúa como Ahab. La película, que es presentada regularmente en televisión y está disponible para alquilar en video, mantiene los valores del orden doméstico y de los negocios capitalistas, con varias tomas de las mujeres (esposas, hermanas, madres, viudas del presente y del futuro) que son dejadas atrás cuando sus hombres se embarcan, condenadas al destino sediento de venganza de Ahab. En el océano, el tripulante valiente Starbuck interpretado por Leo Genn expresa los valores de la domesticidad (“Si Ahab lo hace a su manera, ni él ni yo veremos casa de nuevo”), y valida el contraer riesgos en el nombre de los emprendimientos con el sistema económico capitalista y sus leyes. Pescando ballenas, Starbuck dice “es un servicio a la humanidad que satisface a Dios todopoderoso,” y en vano ruega a sus compañeros de la tripulación que “se unan a mí y obedezcan la ley,” rechazando la blasfemia ilegal de Ahab, su misión de odio que mueve al capitán a actuar, como él mismo admite “contra todos los amores y deseos humanos,” incluyendo una negación a unirse a una búsqueda vecina para hablar por un niño de doce años, el hijo de un compañero suyo, un capitán de Bedford, que se perdió a bordo en las mismas aguas en las que navega Ahab. Todos estos eventos de la película ocurren en la novela, y el guión escrito por Ray Bradbury y John Houston incluye un pastiche de la prosa de Melvill. Pero es conveniente notar que la versión de la película refleja en Ahab la ideología del discurso educativo del público contemporáneo. Él constituye la peor pesadilla estadounidense sobre el individualismo renegado, el cual en realidad es alienación.

Y si la versión estadounidense de la guerra fría del capitán Ahab reproduce los horrores de Hitler y el totalitarismo (y retrospectivamente en la historia



estadounidense denuncia la violencia no probada de los varones que roban, como por ejemplo recalcó Mattiessen), él también se manifiesta de un modo firme en contra de la amenaza extrema del individuo descentrado. Ahab, el individuo renegado, no sólo repudia al hogar sino que además destruye a aquellos que están comprometidos con él. Él debe ser condenado sobre las bases socio-familiares. Él es el individuo alienado que, sin contención y sin vínculos, debe ser desterrado.

Y así como Ahab era el espectro de la alienación estadounidense, otra figura cultural emerge como su opuesto y se transforma en un individualismo ejemplar. Henry David Thoreau, quien se retiró de la sociedad para vivir solo en una casilla cerca de estanque *Walden* fue presentado en la guerra fría, la época televisiva, no como el abogado de una ideología de la desconexión humana, sino como el ejemplo del hombre común democrático, quien se vuelve a comprometer con las tradiciones estadounidenses de trabajo duro y destrezas, su *Walden* también expresa “la seguridad comunal y la permanencia” para “el orden y el equilibrio” (Matthiessen, 172-73). Él es un “héroe visionario” que “demuestra su libertad en la liberación de otros,” de modo que trabaja en representación de sus compañeros humanos para buscar la causa más grandiosa de libertad” (Lewis, 21). La “agresividad” de Thoreau a pesar que es desafortunadamente “excesiva” para su época está justificada cuando su “símbolo (democrático) de celda,” es exportado a la India para la batalla por la democracia del siglo veinte realizada por Mahatma Gandhi. (Howard, 158-60)

Thoreau, entonces, se convierte en un héroe democrático e individualista precisamente porque representa al estadounidense responsable y trabajador que está comprometido con la seguridad comunal y su estabilidad, y también con el orden: en otras palabras, él es una versión de la misma imagen del hombre blanco y de clase media repetida por los dibujos animados y las publicidades de la televisión individualista, que disfruta brevemente sus fantasías televisivas privadas pero que de otro modo está comprometido con la esfera doméstica, con el orden de la comunidad y con la ética del trabajo. El individualismo de la época de la televisión, entonces, debe ser recordado dentro del pliegue democrático, como fue Thoreau, o, si eso falla, entregados al reinado que subyace por detrás, lo no-estadounidense, esto es al imperio de la alienación insana, anormal y deforme.

Esto sucedió al televidente masculino que observa la televisión solo. Él no debe confesar en los discursos públicos que mira programas violentos, incluso si los noticieros muestran en la pantalla a víctimas de la guerra o del terrorismo. El hombre solo no está representado como un espectador que observa la mutilación o el morbo, porque el espectador que mira sobre su hombro puede inferir que su secreto es pensado como activamente violento. Él no debe ser mostrado como un potencial asesino serial o un *Lee Harvey Oswald* sino como un ciudadano constante en su cumplimiento de las leyes y un hombre de familia. Las imágenes de la era de la televisión del acto privado masculino de observar la televisión fue, por lo tanto, circunscrito al contexto doméstico, comunal y social. Y los aparatos de televisión proyectados para el uso individual fueron comercializados como *Tummy Televisión*



(Televisión-barriga) que eran vendidos en una envoltura que parecía un equipaje. El tratamiento que los voceros de la Estados Unidos intelectual nos sugiere por qué es que las imágenes de los hombres mirando la televisión solos, que disfrutan sus fantasías intermitentes, heterosexuales y masturbatorias, se sostiene como un reaseguro y como ejemplos de comportamiento de un sí mismo encerrado, un telespectador descentrado que no es una figura alienada de una violencia latente precipitada por la televisión. Él no se convertirá en un asesino renegado e individualista. Él es un hombre estadounidense domesticado. De lo que tratan realmente estas imágenes es sobre la seguridad pública en el sector privado.



Red de Historia de los Medios

<http://www.rehime.com.ar>

<http://www.youtube.com/rehimeargentina>