



More tubes than television: Domestic spaces and television in Cali between 1954 and 1970

Based on in-depth interviews following categories of class, generation and gender, the paper explores the arrival and diffusion of television in the city of Cali (Colombia) between 1954 and 1970. Memories about this slow and uneven process are interpreted within a framework that includes central features of modernization in the region such as the transformation of domestic areas, the acquisition of home appliances, and the revaluation of female labour, among others. Through a detailed description of the role of television in multiples areas of daily life, the study examines the process of incorporation of communication technologies into domestic spheres, understood as an area of convergence for public and private life.

Keywords: History of television, domestic space and technologies, History of Media, Social history of Cali.

Submission date: February 21th, 2008

Acceptance date: March 28th, 2008

A partir de entrevistas en profundidad se exploran las memorias de un grupo de habitantes de la ciudad de Cali (Colombia), caracterizados según su estrato social, generación y género, sobre la televisión en el periodo comprendido entre 1954 y 1970. Los recuerdos sobre el lento y dispar proceso de llegada del nuevo medio son interpretados a la luz de las transformaciones de los espacios domésticos urbanos, la adopción de diversas tecnologías en el hogar y la revaloración del trabajo femenino, entre otros, como rasgos de modernización. Al describir el papel de la televisión en los hogares, se examina el proceso de incorporación de una tecnología de la comunicación a lo doméstico, como espacio de convergencia de la vida pública y privada.

Palabras Clave: Historia de la televisión, espacio doméstico y tecnologías, historia de los medios, historia social de Cali.

Recibido: Febrero 21 de 2008

Aceptado: Marzo 28 de 2008

Origen del artículo

El artículo resulta de una investigación adelantada por el grupo de investigación Procesos y Medios de Comunicación (Javeriana Cali), acerca de la historia de la televisión en Cali durante el período de 1954-1970. El estudio forma parte de la línea de historia de procesos y medios de comunicación en la región del suroccidente colombiano, y en la actualidad continúa con la revisión del período 1970-1988.

Más televisores que televisión: espacios domésticos y televisión en Cali entre 1954 y 1970

Introducción

El presente texto analiza la paulatina entrada de la televisión —entendida como artefacto y como medio de comunicación— a los hogares de Cali (Colombia) durante las décadas de los cincuenta y los sesenta. La primera sección presenta algunos elementos teóricos comunes a los estudios sobre difusión y apropiación de las tecnologías en la vida doméstica.

Inicialmente se revisa el surgimiento del concepto de *lo doméstico* como un espacio donde confluyen las esferas pública y privada. Este espacio no es sólo simbólico (allí se reconfigura la idea del trabajo femenino y surge la noción de tiempo para libre consumo), sino físico pues se dieron ajustes e innovaciones en la disposición de la casa.

A continuación se comenta la articulación entre electrodomésticos y las nuevas rutinas dentro del hogar. En ese punto es importante considerar distintos aspectos que pudieron haber influido en la decisión de adquirir uno u otro electrodoméstico (como diferencias de género y capacidad económica de la unidad familiar) y las posibles tensiones entre las distintas tecnologías de comunicación disponibles (impresos, radios, televisores, etc.).

La segunda sección está conformada por la metodología seguida en este estudio; mientras que la tercera presenta sus resultados, que conforman el apartado más amplio del artículo. Al final se concluye acerca del limitado papel que desempeñó la televisión en la configuración del espacio doméstico en la Cali de esas dos décadas y de su importancia como símbolo diferenciador de clase, más que como vehículo de entretenimiento.

Aspectos teóricos

Lo doméstico y la televisión

Las tensiones y las articulaciones entre vida privada y vida pública son aspectos constitutivos de la modernidad contemporánea. Se trata de una relación que cambia con el tiempo, de una realidad histórica construida socialmente. Ahí donde el Estado, el mercado, las industrias culturales y, en general, las múltiples expresiones de lo público avanzan, pareciera retroceder la vida privada. La familia y el individuo, sin embargo, ven correr esas fronteras no de cualquier modo ni en cualquier

.....
* **Adriana Rodríguez Sánchez.** Colombiana. Profesora e investigadora del Departamento de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana Cali. Magister en Sociología (Universidad del Valle) y Comunicadora social - periodista (Universidad del Valle). **Correo electrónico:** adrianarodriguez@puj.edu.co

Ricardo Rodríguez Quintero. Colombiano. Profesor e investigador del Departamento de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana Cali. Magister en Comunicación y diseño cultural (Universidad del Valle) y Comunicador social - periodista (Universidad del Valle). **Correo electrónico:** ricardorq@puj.edu.co

Manuel Sevilla. Colombiano. Profesor del Departamento de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana Cali; Catedrático de la Escuela de Música de la Universidad del Valle. PhD y M.A. en Antropología (University of Toronto), Comunicador Social-Periodista (Universidad del Valle). Sus temas de investigación son: producción cultural de la música, economía de la cultura, e historia de los medios de comunicación. **Correo electrónico:** msevilla@puj.edu.co

dirección. Paradójicamente, bajo ciertas condiciones históricas, ese proceso termina posibilitando incluso el ensanche de la vida privada.

La televisión se encuentra justo en esta zona de frontera entre vida privada y pública; es a la vez un objeto de uso doméstico y un medio de comunicación masivo. Es un mueble útil, apreciado como parte de la puesta en escena de la casa y del estatus exhibido por el hogar, pero es también una ventana por donde entra el mundo, de maneras no siempre previstas.

Según Silverstone (1994), ha sido un elemento significativo en esa frontera, en particular por su capacidad estructural para mezclar conductas públicas y privadas. Lo doméstico se estructura a partir de esa dinámica. La geografía de la casa, la estructura familiar, los roles sociales y políticos de sus miembros y el juego de las imágenes privadas y públicas de la persona y el grupo encuentran en la televisión no la única, pero sí un importante escenario de coincidencias.

Esta relación entre esfera pública, esfera privada y televisión se da necesariamente en el ámbito de la modernidad contemporánea, en cuyo centro la racionalidad económica organiza la existencia de los seres humanos de formas inéditas. Para Berger, Berger y Kellner (1973), la tecnología, junto con la burocracia, hace parte de un conjunto de instituciones diferenciadas que se desarrolla y combina para generar crecimiento económico. La cualidad que ambas imprimen a la existencia humana es la pluralidad de esferas en que se mueve la gente moderna, entre ellas la separación de lo privado y lo público, impulsada además por la vida urbana y los medios de comunicación de masas. Aquí es donde se configura la noción de *espacio doméstico*.

Según Silverstone (1994), la categoría de lo doméstico reúne al hogar, la familia y la casa, como expresión de la relación entre las esferas pública y privada. Con el advenimiento de la sociedad industrial, lo doméstico resultó marginado y políticamente insignificante, sin que ello haya implicado su desaparición, pues como lo resaltan Mason y Fontaine (citados en Silverstone, 1994), existen

importantes formas de identidad y de valores que son producidas, reproducidas y transformadas en lo doméstico, desde las dinámicas de consumo hasta el ejercicio de la ciudadanía, desde la personalidad hasta los proyectos de vida. La dinámica espacio-temporal de retraimiento y expansión de lo doméstico deja ver la compleja y paradójica realidad que configura su historia.

Así, el sujeto se retrae a su espacio privado quizás por las crecientes incertidumbres de la vida moderna; pero tal retraimiento parece forzar la elaboración y el surgimiento de significaciones nuevas para la casa y la domesticidad (Silverstone, 1994). La relativa y paulatina sofisticación del espacio privado, la multiplicación de sus posibilidades (a veces tan poco probable, como ocurre en las barriadas pobres o en los apartamentos minúsculos), la sensación de seguridad que debe prodigar a sus habitantes, la naturaleza doméstica de gran parte de las tecnologías de la información y comunicación, útiles tanto para el ocio como para el teletrabajo, modifican la jerarquía de lo doméstico en la vida cotidiana.

Una reflexión sobre el espacio doméstico permite mostrarlo como el escenario donde se construye la biografía de la televisión en la vida cotidiana. En una primera consideración, el espacio doméstico no puede entenderse como una abstracción separada de la estructura social de clases y la vida material, de espaldas a la riqueza de significados de la experiencia humana en el ámbito privado. Para Prost (1991), en su extenso trabajo sobre la sociedad francesa en los siglos XIX y XX, está claro que la vida privada no tiene el mismo sentido ni el mismo contenido para las clases trabajadoras que para la burguesía.

Las primeras se veían obligadas a conocer formas variadas de interpenetración entre su vida privada y su vida pública, debido al débil muro que apenas protegía de la vista de los vecinos o a la realidad cotidiana de una vivienda con un único espacio donde cohabitaban todos. Para las segundas, en cambio, tener una vida privada era un privilegio de clase, visible en las habitaciones personales y en los espacios especializados del

confort funcional de la vivienda. A lo largo del siglo xx (al menos en Francia) se asiste a una lenta generalización, en el conjunto de la población, de una organización de la existencia en la que se oponen dos campos enteramente distintos: el público y el privado.

La historia de la vida privada es la historia de su relativa democratización (Prost, 1991), no una mecánica y simplista, sino estrechamente ligada tanto a una nueva idea de la vida pública como a la prevalencia de desigualdades sociales. Este planteamiento resulta central para aproximarse al caso de la televisión en Cali, por cuanto, como se verá, las decisiones en torno a la adquisición, ubicación y uso del televisor dejan entrever concepciones de domesticidad que varían de acuerdo con los sectores sociales de donde provienen los entrevistados.

Una segunda consideración se relaciona con la manera como las transformaciones en el mundo del trabajo a lo largo del siglo xx afectan directamente el ámbito doméstico. Siguiendo con el análisis de Prost (1991), en Francia la casa deja de ser el lugar de trabajo para la gran mayoría. De este modo, el espacio doméstico queda en buena medida eximido de las reglas del trabajo que se desarrollaba dentro de este e inicia su transformación hacia un espacio nuevo (un fenómeno observable principalmente en los sectores populares y medios).

Existe cierta probabilidad de que este haya sido un proceso inherente a la organización del capitalismo, incluso en Cali, donde el proceso de industrialización inicia a mediados de los años cuarenta (Vásquez, 2001) y la noción de *vivienda familiar* consolida la visión de un espacio autónomo respecto del mundo del trabajo. La organización familiar va lentamente ganando su espacio o, de todos modos, va separándose de la rutina monocromática de los oficios de subsistencia, para esbozar inéditas formas de vida hogareña, personal y grupal, donde cierta alienación en el trabajo asalariado y la normativa colectiva puede quizás encontrar un paréntesis, otra dimensión vital donde rigen nuevas subordinaciones y liber-

tades en la voluntad responsable del *jefe de hogar* o del *ama de casa*.

Según Prost (1991) y otros autores que han mirado el contexto colombiano (Caicedo, 2003; Arocha, 1995), el desarrollo del trabajo asalariado afecta la función económica de la familia. Además, la emigración del trabajo fuera de la esfera doméstica es acompañada por una socialización creciente de la función educativa (la escuela) y de la función protectora (la Seguridad Social). Más allá, en las calles, se hace visible también dicha disociación entre vida privada y vida pública de trabajo en la configuración misma de las ciudades, al construirse zonas residenciales, burguesas o populares, separadas de la industria y el gran comercio. Como se verá más adelante, este nuevo espacio-tiempo disponible para el individuo se convierte en el preciado botín de la pugna entre distintas tecnologías de comunicación disponibles, como los periódicos, la radio, el cine y la televisión.

Por otro lado, la creciente diferenciación entre la casa y el lugar de trabajo trae consigo otra revolución: la revaloración del trabajo femenino. Mientras las tareas productivas y domésticas se realizaban simultáneamente en la casa, la división sexual del trabajo no se percibía como una desigualdad o un sometimiento (Prost, 1991). Hombre y mujer, campesinos pobres u obreros, trabajaban por igual, a la vista y conocimiento mutuo. La especialización de los espacios rompe la igualdad conyugal y hace de la mujer una sirvienta.

La mujer trabaja todo el tiempo en casa, y quizás más cuando el hombre “vuelve del trabajo”, para descansar. Además, el dinero que evita gastar (la mujer ahorradora) cuenta menos que el que se gana (el hombre trabajador), con lo que la economía doméstica se hace más monetaria y el trabajo masculino adquiere una nueva dignidad. Si el trabajo asalariado de las mujeres adquirió en el siglo xx valor emancipador, ha sido a causa de una evolución más global todavía, que ha modificado las normas del trabajo asalariado: la configuración de un espacio contractual entre obrero (u obrera) y patrón, que alteraba o eliminaba la servidumbre y el paternalismo, que permitía la huelga y que

posibilitaba la tutela proveída por los poderes públicos (Prost, 1991).

Las implicaciones del renovado papel de la mujer trabajadora son muy importantes para el panorama familiar, pues la extensión, la versatilidad y la comodidad del espacio doméstico están directamente relacionadas con las capacidades adquisitivas de la familia y sus miembros, hombres y mujeres. Para el caso caleño, la decisión de comprar un televisor (e incluso la de acondicionar la casa con otros enseres) está sujeta a unas prioridades que tienen un alto grado de variabilidad, y donde la resolución del problema de vivienda familiar (con televisor o sin éste) aparece como una prioridad.

Como reseña Prost (1991), el acceso a una casa propia, subvencionada por el Estado o los gremios económicos o financiada por los bancos, va a representar un verdadero salto a la modernidad en Francia, donde una considerable masa de población va acceder, con diferencias de categoría, localización y equipamiento, a condiciones de habitabilidad que antaño eran privativas de la burguesía.

En Colombia no se dio la misma democratización, como lo evidencian las altas tasas de familias sin vivienda que se mantienen en la actualidad. Los hilos de la historia de América Latina, luego de la crisis económica internacional de 1929, señalaron el destino común de una sociedad doblemente escindida, que al huir un día de la miseria del campo vio en la ciudad una luz salvadora, pero encontró un nuevo escenario para reproducir en la vida pública, pero seguramente también en la privada, ese cruel teatro del mundo.

Una sociedad escindida donde se contraponían dos mundos: la sociedad tradicional normalizada, conformada por clases y grupos articulados que convivían y competían dentro de un sistema convenido de normas, en suma una sociedad normalizada, y la sociedad anómica, la masa urbana que fue apareciendo en la entremezcla de los sectores medios empobrecidos, los sectores populares y la masa inmigrante (Romero, 1984). La integración recíproca entre las dos sociedades sólo comenzó a partir del momento en que los

grupos inmigrantes consiguieron un techo y, sobre todo, un trabajo.

En el caso que nos ocupa, y de acuerdo con la perspectiva metodológica policlasista asumida en esta investigación, es necesario estudiar las variantes que se presentan en la relación entre la vivienda que se posee o se habita, el tipo de vida o vidas domésticas que allí se desarrollan y el espacio que vendría a ocupar el televisor, una vez se inicia su proceso de instalación en la vida cotidiana de la mayor parte de la población. En suma, la historia social de la televisión en Cali adquiere nuevos matices y significativas diferencias respecto del lento pero irreversible proceso de modernización urbanística y doméstica del caso francés; variaciones sociales, culturales y económicas que caracterizaron la llegada de la televisión y que constituyen también parte sustancial de la historia social de la ciudad y del país.

Electrodomésticos para el nuevo hogar

El papel de los enseres del hogar —en particular el de los electrodomésticos— en el marco de los cambios descritos y dentro del nuevo espacio doméstico ha sido de gran interés para la antropología, la economía y la sociología. Son varios los estudios desde la perspectiva antropológica que elaboran descripciones detalladas del uso que se les da a los electrodomésticos (en cuanto objetos y en cuanto símbolos), y a partir de ello, de su relevancia en procesos de fortalecimiento o reformulación de categorías sociales como clase, género y edad, por mencionar algunas (Pfaffenberger, 1992; Flynn, 2003; Meintjes, 2001; Lerman, Mohun y Oldenziel, 1997).

En cuanto a la economía, puede apreciarse una preocupación constante por documentar los factores que influyen en la decisión de adquirir los electrodomésticos; así como su impacto en la economía del hogar, y, en un plano más amplio, las relaciones con los mencionados cambios en la situación laboral de las mujeres a principios del siglo xx (Bowden y Offner, 1994; Day, 1992; Fine, 1999).

Para la sociología, algunos temas recurrentes han sido las distintas formas de capital asociadas con la presencia y uso de electrodomésticos, así como los cambios en la estructura social que de allí se derivan (Cowen, 1976; Vanek, 1978; Bose, Bereano y Malloy, 1984). También desde la perspectiva sociológica se ha planteado una relación entre el uso y la adquisición de electrodomésticos, las tendencias de uso del tiempo libre y “la sistemática búsqueda de satisfacciones por fuera del tiempo de trabajo”, que Gross señala como “el dilema de nuestra época” (1984, p. 531).

Un estudio que sigue esta línea, y que consideramos pertinente como referencia para el caso de la televisión en Cali, es el de Bowden y Offner (1994) acerca de la difusión de los electrodomésticos en Estados Unidos y Gran Bretaña durante los tempranos años veinte. Los autores parten de dos ideas centrales: una, que es posible establecer una diferencia entre (a) electrodomésticos que ahorran tiempo en las tareas de mantenimiento del hogar (aspiradoras, lavadoras, ollas eléctricas, hornos microondas) y (b) electrodomésticos que ofrecen alternativas para el consumo del nuevo tiempo doméstico susceptible de ser asignado a distintas actividades no rutinarias, en particular al entretenimiento (televisores, radios, consolas de juegos electrónicos).

Otra idea es que la mayor o menor difusión de estas tecnologías dependería en gran medida del balance entre las dinámicas de asignación de tiempo a los distintos aspectos de la vida doméstica (mantenimiento y limpieza de la casa, preparación de alimentos, actividades escolares, descanso, ocio, etc.) y la disponibilidad de recursos económicos para invertir en nuevos electrodomésticos. La conclusión es que, al menos en el caso de Estados Unidos y Gran Bretaña, los electrodomésticos del grupo *b* tuvieron una mayor difusión que los del grupo *a*, debido a las prioridades reinantes en la época:

¿Por qué [se presentó esta situación]? Formulamos nuestra explicación en términos de costos marginales del tiempo disponible para actividades no rutinarias, y de su utilidad marginal. Apa-

rentemente, los consumidores consideraban más importante cualificar este tiempo disponible que aumentarlo. Esto refleja el desequilibrio entre el cambio tecnológico en uno y otro grupo [de electrodomésticos], pues parecía más fácil aumentar las atracciones para el ocio que reducir la cantidad de trabajo doméstico rutinario. (Bowden y Offner, 1994, p. 732)

Bowden y Offner retoman elementos de la teoría de la asignación del tiempo,¹ desarrollada por Gary Becker (1975) desde la economía. En términos generales, esta teoría plantea que una familia puede entenderse como una unidad de producción que busca garantizar el acceso a bienes tangibles (techo, alimentación, vestido, etc.) y bienes intangibles (felicidad, estabilidad, satisfacción sexual, etc.) (Gross, 1984). El costeo de los primeros es relativamente simple, no así el de los segundos. La alternativa de Becker para poder hacerlo es costear estos bienes intangibles en términos del tiempo que se asigna a actividades asociadas con ellos:

Esta forma de medida es particular dado que no está basada en posesiones o en ingresos, sino en la cantidad de tiempo que las personas emplean haciendo lo que les gusta y lo que quieren hacer. En otras palabras, es una medida a partir de un proceso. Algunos autores han empleado el mismo concepto para intentar una evaluación del nivel de bienestar de una sociedad. (Gross, 1984, p. 532)

El modelo analítico de Bowden y Offner es relevante para el caso de Cali, por dos razones. Primero, permite entender la llegada de la televisión a los hogares caleños en términos relacionales con otros electrodomésticos disponibles, tanto del grupo *a* (planchas eléctricas y neveras) como del grupo *b* (radios de tubos y de transistores y toca-

.....
1. Planteada originalmente como *A theory of the allocation of time*.

discos). Más aún, dado que la segunda categoría reúne los electrodomésticos dirigidos al uso del tiempo libre, es posible ampliar los límites para dar cabida a otras tecnologías de la comunicación (no necesariamente enseres domésticos) orientadas al mismo objetivo y de enorme popularidad en la época, como el cine, los periódicos, las revistas y los libros. Este punto es particularmente importante para entender el relativo impacto que tuvo la televisión durante sus primeras décadas en la ciudad.

Segundo, la relación entre asignación del tiempo y búsqueda de bienestar permite superar la concepción de la televisión como artefacto, y se pasa a abordarla como un proceso de comunicación y un símbolo articulado con otras rutinas, necesidades y prioridades dentro del panorama doméstico de la época. Así, prácticas específicas asociadas con el sexo (mujeres trabajadoras que promovieron la compra del aparato), con capacidad económica (momento de la adquisición) e, incluso, con grupos de edad (preferencia por los juegos callejeros) cobran relevancia como elementos de análisis.²

Metodología

Para la elaboración de este artículo se realizaron entrevistas detalladas a 31 informantes, cuya selección se hizo empleando la técnica de bola de nieve o referidos. De acuerdo con Piña (1986), en la entrevista mano a mano con el investigador, la persona elabora el relato y la representación de su existencia; unifica, ordena y jerarquiza las diversas situaciones a las que pertenece. Construye una imagen de sí misma que comprende las representaciones que los demás se forjan de ella. Así se forma un actor social y al tiempo propone una imagen de la sociedad en la que vivió (Augé, 1994).

En esa dirección, el estudio se orientó hacia la memoria de las prácticas domésticas, individuales y familiares, en torno a la televisión, o al menos a partir de su llegada al hogar. A la vez, se tuvieron en cuenta las imágenes públicas que ésta incorpora y remite nuevamente al ámbito hogareño.

No se trató de un análisis de contenidos de la televisión, sino de los recuerdos de las potenciales audiencias.

Con base en el texto de Mata (1991) sobre recepción radial, principalmente, se plantearon varios interrogantes sobre esta cuestión crucial: ¿cómo definir quién fue un buen televidente? ¿Cómo definir la edad de los potenciales informantes y sobre qué momento de su vida debería indagarse? ¿Cómo integrar los elementos del proceso de producción social del espacio urbano característicos de Cali en esta selección?

Se siguió la sugerencia de Mata, de trabajar con personas que se reconocieran a sí mismas como televidentes. Se realizó un esfuerzo en tal sentido; sin embargo, durante la indagación fue evidente que la memoria personal giraba más en torno al televisor (como mueble) que a la televisión (como medio de comunicación), y que dichos recuerdos no se equiparaban, al menos en los años cincuenta, con la importancia de otras industrias culturales de mayor trayectoria en la ciudad, como la radio, el cine y los medios impresos.

Los informantes fueron clasificados entre personas de la “primera generación”, es decir, nacidos entre 1921 y 1931, y cuyas vidas durante el período estudiado (1954-1970) transcurrieron entre los 26 y 49 años de edad, e individuos de la “segunda generación”, cuyas vidas transitaron entre la niñez temprana y los 29 años. Contamos así con habitantes de Cali que durante los primeros 16 años de la televisión en la ciudad fueron niños, jóvenes y adultos. Fue especialmente dispendioso encontrar personas mayores de 75 años de edad dispuestas a brindar su testimonio y aún capaces de reconstruir su memoria en la singular dirección de la televisión.

.....

2. Además, la consideración de estos aspectos subsana las falencias del modelo de Bowden y Offner, señaladas por Fine (1999), según el cual es necesario situar el análisis en un panorama histórico y dentro de dinámicas sociales donde los actores familiares tienen diferencias de poder decisorio.

En cuanto al diferencial genérico, se trató de lograr un número similar de hombres y mujeres. La Tabla 1 muestra la caracterización de los informantes según el estrato socioeconómico al que pertenecían y una situación social específica (por ejemplo, la de inmigrante), así como el sexo y la generación respectivos. En consecuencia, predominó la juventud como ciclo vital, donde se encontraban quienes reconstruyeron sus recuerdos sobre la llegada de la televisión a Cali, seguida de la niñez y la adultez.

Tabla 1.
Informantes

Estrato y situación social	1ª generación / (75-85 años)*		2ª generación / (55-65 años)*		Total
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	
Alto	1	1	1	2	5
Medio	2		2	4	8
Popular	4	2	3	2	11
Inmigrante	2	1	3	1	7
Total hombres		4		9	13
Total mujeres	9		9		18
Total por generación Ciclos vitales entre 1954-1970	13 Pasaron de jóvenes a adultos maduros 23-49 años		18 Pasaron de niños a jóvenes adultos 3-29 años		31

* Rango de edad en que se encontraba el día de la entrevista. Todas las entrevistas fueron realizadas entre enero de 2006 y julio de 2007. Fuente: Elaboración de los autores.

Esta estratificación corresponde a la que documenta Vásquez (2001) y que coincide con el período estudiado. Particularmente, entre 1951 y 1960 el mayor número de barrios surgió en el oriente de la ciudad; fueron los “asentamientos populares”, muchos de ellos levantados en zonas inundables y como barrios piratas. Sólo con el paso del tiempo estos sectores recibieron servicios públicos y entraron en un intermitente proceso de normalización.

El Instituto de Crédito Territorial (ICT) construyó barrios enteros en el norte para sectores medios, pero también en el oriente, que beneficiaron a sectores pobres y contribuyeron a reducir el déficit de vivienda en la ciudad, incrementado con la desaceleración de la industrialización a media-

dos de los años cincuenta. En esta década también fueron edificados nuevos barrios destinados a las clases medias, en el sur de Cali. Posteriormente, en los años sesenta, fueron construidos amplios barrios en el norte de la ciudad para familias de clase media y media alta. Entre 1958 y 1970, la tasa de superficie urbanizada en el casco urbano pasó de 3,6 a 7,6; mientras la correspondiente al crecimiento de la población en el municipio pasó de 6,13 a 3,85.

En este período de desactivación económica de la ciudad continuaron llegando, pero en menor medida, inmigrantes del entorno regional, caracte-

rizado por su escaso desarrollo y su baja calidad de vida. De todas maneras, el atractivo de Cali como ciudad generadora de empleo había disminuido, por lo cual la tasa de inmigración descendió rápidamente. Del mismo modo, las tasas de natalidad y fecundidad descendieron un poco más que las de mortalidad, en buena medida debido a los programas de control de natalidad y al cambio cultural respecto de la sexualidad (Vásquez, 2001).

Por otra parte, las dinámicas de urbanización en Cali desempeñaron un importante papel en la biografía doméstica de la televisión. El período comprendido entre 1954 y 1970 se caracterizó por una serie de procesos y eventos locales, nacionales y aun internacionales, de orden económico, político, social, cultural, demográfico, tecnológico y urba-

nístico, que influyeron o configuraron los procesos de construcción social del espacio urbano y, por lo tanto, modificaron aspectos significativos de la vida familiar, entre ellos su acceso a medios como la televisión. Los relatos de vida de los informantes dejan ver, sin duda, rasgos tanto típicos como inéditos de la historia de la ciudad, entrelazada con la historia social de la televisión.

Resultados

Cuando se inaugura la señal de televisión en Cali, en 1956 —dos años después que en Bogotá y Manizales—, la ciudad estaba viviendo enormes transformaciones: la explosión demográfica, el proceso de industrialización, la instalación de empresas estadounidenses en la ciudad, el ingreso de la mujer al mundo laboral, el crecimiento de barrios legales e invasiones, la crisis de los servicios públicos, la expansión de la educación pública, los rasgos locales del proceso de secularización y los cambios en las formas de la maternidad y paternidad (Vásquez, 2001; Maldonado y Micolta, 2003).

La historia de la televisión se sucede en este escenario inestable y en este adquiere sus rostros. A partir de los relatos de los entrevistados, es posible establecer algunas conexiones entre esos procesos y la vida cotidiana, donde el nuevo medio finalmente se instala. También es posible observar cómo se cruzan de forma constante y difusa la vida pública y la privada.

La llegada de la televisión

La televisión llegó en momentos y formas distintas a los tres sectores sociales considerados en el presente trabajo. En el estrato alto, en fechas cercanas a su inauguración o incluso antes de que hubiera señal en la ciudad:

Antes de que llegara la televisión a Colombia, compramos un televisor, por unas circunstancias especiales que hubo. Un grupo de personas que estaban ligadas al transporte tuvieron la oportu-

nidad de importar televisores, como en el año 52 o 53, a unos precios especiales. Entonces en la casa tuvimos televisión antes de que existiera la televisión en Colombia, y de vez en cuando sintonizábamos canales de República Dominicana y de Cuba. (Hombre, alto, 1940)³

En el estrato medio, la televisión se adquiere durante la década de los sesenta: “En el año 1964 compraron televisor en la casa. Me acuerdo que fue un Sharp, de esos de mueble de madera y de 20 pulgadas” (Hombre, medio, 1940). A los sectores populares llega a finales de la década de los sesenta y durante la década de los setenta:

Nosotros vivíamos en la calle 24 con carrera 11, pero como éramos... Digámoslo en una palabra, éramos pobres, entonces no teníamos televisión. Y mis hijos que ya estaban grandecitos se iban para las casas vecinas a mirar la televisión. Eso era en el año 65, porque de ahí para adelante la tía, que vivía enseguida, compró televisor y ellos se iban para allá. (Mujer, popular, 1935)

Es significativo señalar que en los relatos del estrato alto quienes deciden y realizan la compra del aparato de televisión son los padres o los hermanos mayores; por lo general, hombres profesionales (médicos o ingenieros) encargados del sostenimiento de la familia. Ellos se enteran de los avances tecnológicos y deciden equipar el hogar con estos artefactos:

Dos de mis hermanos que ya ganaban compraron el televisor. No tengo ni idea de cuánto costó, pero tengo un dato que le puede servir de una revista precisamente del Colegio Berchmans, que en el año 56 anuncia los almacenes Noel, de Hernando Recio, que fueron muy famosos. La propaganda dice “adquiera televisores con cien pesos semanales y

.....

3. En adelante, luego de cada testimonio, aparecerá entre paréntesis el género del informante, el estrato socioeconómico al que pertenecía durante el período de indagación y el año de nacimiento.

con seis meses de garantía”, o sea que con cien pesos semanales serían 400 pesos mensuales de esa época. Habría que hacer el cálculo de cuánto podía valer un aparato de esos. (Hombre, alto, 1948)

Por el contrario, en los relatos de sectores medio y popular, aunque la decisión de la figura paterna sobre la compra de electrodomésticos es importante, se destaca el rol de la mujer, quien en calidad de asalariada decide y compra lo que considera “más moderno” para su casa. Vinculada al mundo laboral a través de las empresas que funcionaban en la ciudad o a través de la economía informal, la mujer se constituye en consumidora, visita almacenes, compra, solicita créditos y contribuye con sus acciones a redefinir el espacio doméstico:

En mi casa, lo de la casa fue por mi mamá. Después mi papá “entucó” y puso cimiento y levantamos las paredes, pero la idea inicial era de mi mamá. Los primeros muebles, el primer televisor, la nevera, mi mamá, la primera estufa, mi mamá, todo. En mi casa todo lo que era nuevo, progreso, era mi mamá. (Hombre, medio, 1950)

Yo andaba por allá con una canasta vendiendo mangos. Entonces entré a un almacén y le ofrecí mango al señor. Le dije cómpreme mil pesitos de mango. [...] Me quedé viendo los televisores, las neveras que tenían allí, todo. Le pregunté al señor: “¿cuánto vale ese televisor?”. Él me dijo: “vale 22 mil pesos”. Le dije: “¿hay que dárselos así, todos juntos?”. Él me contestó: “Nooo, usted puede ir pagando de a mil pesos mensuales”. Le dije: “qué, y usted cómo me va a fiar el televisor a mí si usted no me conoce”. Entonces él dijo: “No... Usted pone un fiador”. Fiador era que otra persona me recomendará. Le dije: “yo pongo de fiador a mi mamá”. “Ah, bueno —dijo—, tráigame los datos de su mamá y el número de cédula y yo le fío el televisor”, y así lo fui pagando de a mil, de a mil, de a mil, y me dieron la factura. (Mujer, popular, 1947)

No obstante, a pesar de los cambios que se empezaban a vislumbrar en la esfera doméstica con respecto a la posición de la mujer en la fami-

lia, persistía una fuerte presencia de la autoridad paterna. De igual forma, cabe destacar en los relatos la presencia del fenómeno del madresolterismo y de la jefatura femenina del hogar.

El orden de aparición de los electrodomésticos en los hogares de los entrevistados durante las décadas analizadas se habría producido de la siguiente forma: primero la estufa, luego el radio, después la nevera y, por último, el televisor. En los estratos altos, además de la nevera, se contó con lavadora y con varios tipos de radios y radiolas. Este proceso resulta revelador de los cambios que estaban sucediéndose en los espacios domésticos. Tal como lo anota Hartley (2000), para que el televisor pudiera instalarse en la casa, los consumidores debían estar en ella, para lo cual se requerían, por lo menos:

1. Inversión de capital en el hogar para mantener las actividades que se realizaran allí.
2. “Una ideología de lo hogareño” que pudiera retener sus placeres en casa más que en la calle, los bares, los cines, los music hall, o incluso en el burdel o en el comunismo [sic]. (Hartley, 2000, p. 137)⁴

Para este autor, una de las tecnologías domésticas que más contribuyeron a la consolidación del hogar como un *lugar de consumo privado* fue la nevera. Con esta se transformaron muchas industrias, los lugares en los que se vendían los alimentos, las rutinas de compra, los hábitos alimenticios. La nevera permitió que la mujer pasara de “productora de alimentos a convertirse simultáneamente en consumidora” (Hartley, 2000, p. 147). Con la nevera se realizó una fuerte inversión de capital en

.....

4. En un intento por trascender una visión evolucionista de la vida doméstica y su relación con las tecnologías, según la cual la vida privada y el confort progresaron sin mayores tropiezos en los sectores populares, habría que suponer también períodos de estancamiento y aun de retroceso de la situación económica y social del grupo familiar. En tal sentido, el televisor habría de convertirse, en tales circunstancias, en compañero de la precariedad.

el hogar. Este orden, sin embargo, fue modificado en algunos casos, donde primero se compró el televisor y luego la nevera. La razón principal: necesitaban diversión en casa:

Pensé en el televisor primero, pero no... Y el televisor y la licuadora... Pero la nevera no. Vine a comprar neverita fue por acá. Sí, estuvimos mucho tiempo sin nevera. (Mujer, popular, 1947)

Antes uno compraba la carne y la adobaba, la organizaba y si quería la ponía a cocinar, sino la tapaba en unas ollas bien tapaditas [para] que no le fuera entrar una mosca o algo, y eso quedaba esa carne tan deliciosa. Uno hervía la leche, le sacaba la nata y la dejaba así, pero uno no la metía a la nevera ni nada. Uno compraba las frutas y las verduras del día. Me compré el televisor. Primero la diversión que la necesidad. Luego me di cuenta [de] que la nevera servía mucho para guardar las cosas, que no se le dañen a uno y para tener las cosas frías. Entonces me compré una por cuotas. Ahora la nevera resulta indispensable. (Mujer, medio, 1932)

El sistema de crédito y los almacenes

Para la venta y compra de la televisión en la ciudad desempeñaron un papel determinante cuatro mecanismos: las políticas estatales de financiación de los aparatos de televisión a través del Banco Popular (Ramírez, 2001), los sistemas a crédito de los distribuidores, los almacenes de cadena y la adquisición de electrodomésticos a través del puerto libre de San Andrés, isla colombiana en el Caribe.

Sólo en algunos de los relatos del estrato alto se adquiere el televisor como resultado de una compra en efectivo o un negocio. Los demás entrevistados manifestaron haber adquirido el televisor a través del sistema de crédito. Este sistema había empezado a difundirse desde 1870 en Estados Unidos, cuando empresas como Singer, fabricantes de máquinas de coser o de tecnologías de diversa índole, requirieron una nueva organización comercial que integrara “la prestación de servicios especializados de demostración, instalación, mantenimiento, reparaciones posteriores a la venta y

créditos a los clientes” (Chandler, 1987, p. 549). Sin esta organización resultaba muy difícil vender sus productos. Los altos costos de estas tecnologías, los conocimientos que sobre su uso requerían dominar los compradores y las demandas para su mantenimiento obligaron a establecer esta organización comercial, que se fue extendiendo junto con la expansión de estas empresas en otros países.

Hacia esa misma época, entre las décadas de 1850 y 1880, como lo señala Chandler (1987), surgen los grandes almacenes por departamentos y las agencias de publicidad. Durante este período las agencias se concentran en la publicidad local, especialmente en periódicos y revistas, para incentivar la venta directa al consumidor final, ofrecer una gama amplia de productos y mantener una rotación constante de existencias. Algunos de estos almacenes inauguran sucursales en otros países. Estos rasgos de la lógica económica estadounidense habrían de expresarse en mayor o menor medida en América Latina.

Para el caso de Cali, un almacén estadounidense desempeñó un papel importante en el nivel de pauta de los periódicos locales⁵ a mediados de la década de los cincuenta⁶ y en la venta de electrodomésticos, Almacenes Sears.⁷ Desde estos almacenes se promovió la construcción de edificaciones modernas, sistemas de crédito, líneas de electrodomésticos, estilos de vida, políticas de precios distintas y mercadeo (Brown, 1948). Estos almacenes conocían el funcionamiento del mercado en Latinoamérica⁸ y podían anticiparse

.....

5. Para ver la relación de la prensa local y la televisión en Cali, véase Rodríguez, Rodríguez y Sevilla (2006).
6. Sears Roebuck de Cali Limitada se constituyó por escritura pública 3533 el 24 de septiembre de 1955, de acuerdo con registro de la Cámara y Comercio de Cali, publicado el 6 de abril de 1956.
7. Almacenes Sears empiezan sus operaciones comerciales desde 1887 en Estados Unidos y logran posicionarse como una de las principales tiendas de departamentos en ese país y en América Latina (Chandler, 1987).
8. En 1947, Almacenes Sears abre su primera tienda en Ciudad de México y luego en São Paulo, Río de Janeiro (en Brasil) y Caracas (Venezuela).

a la difusión de parámetros de vida moderna. En los relatos se observan claras alusiones a la importancia de estas tiendas:

El Sears lo abrieron aquí en la Avenida Sexta, donde es hoy La Pasarella... Eso era sensación. Era el único centro comercial de Cali, así elegante. Era una belleza... Me acuerdo, por ejemplo, de la ropa; era muy linda, y también unas bellezas de adornos que vendían allá. ¡Una sensación! (Mujer, alto, 1936)

Era un almacén muy bonito, muy americanizado. El primer almacén por departamentos acá... Allí vendían neveras y televisores de una marca propia que ya no recuerdo. Uno no conocía Estados Unidos en esa época, pero Sears era como la idea que uno tenía de las cosas por allá... Claro, en Cali estaba el almacén Fortunato Nader y el almacén Ley, que eran como por departamentos, pero Sears marcó el cambio, porque era de mayor variedad y con productos importados... Además, tenían aparcadero, y eso fue novedoso porque los otros no tenían. La gente iba en bus al centro y ya (Mujer, alto, 1949, y Hombre, alto, 1940)

Durante el período analizado las grandes empresas estadounidenses le apostaban a posicionar sus productos en mercados de América Latina y acelerar la circulación de existencias antes de que sus productos se volvieran obsoletos. Como lo plantea Corley (1962), haciendo referencia a empresas británicas productoras de aparatos de radio y televisión, durante las décadas de los cincuenta y de los sesenta hubo mucha incertidumbre frente a la demanda. No era posible calcular con certeza la cantidad de ventas, y era necesario salir del inventario de productos pronto. Así mismo, según Chandler (1987), la competencia entre las empresas empezaba a librarse no en los precios, sino entre los ingenieros a través de la innovación y la experimentación.

Otro de los mecanismos empleados para adquirir el aparato de televisión, especialmente por los sectores medios y altos, fue comprar en San Andrés. El viaje incluía la excursión por la isla,

mientras los barcos descargaban las mercancías que de antemano estaban vendidas:

Los productos importados en Colombia eran muy caros y San Andrés era puerto libre. Entonces se podían conseguir libres de impuestos muchas cosas, entre ellas electrodomésticos, perfumería y licores. Lo que hacía la gente era viajar allá; mínimo tres días. Tenía derecho a un cupo para traer cosas, y mucha gente se trajo el televisor... Yo aproveché un viaje por allá en el 67 para traerme mi primer televisor, que me costó como \$500... Para que comparemos, una carrera mínima de taxi costaba \$2 y un bus por ahí unos 40 centavos. Luego un televisor, incluso en San Andrés, era caro, no todo el mundo tenía. (Hombre, alto, 1940)

El televisor, la sala y los vecinos

Por lo general, los entrevistados manifestaron que cuando adquirieron el televisor por primera vez, lo instalaron en la sala. El hecho de que la televisión se haya situado ahí podría relacionarse en principio con el grado de desarrollo urbanístico, de diferenciación social y con el diseño y construcción de viviendas, con espacios funcionalmente diferenciados entre sí, sobre todo en los sectores altos y medios. Sin embargo, muchas de las viviendas de sectores medios y populares, especialmente en el primer casco urbano, no contaban en su diseño original con un espacio equivalente a “la sala” de las holgadas residencias de los sectores medios y altos. Esto hizo indispensable destinar la “pieza de adelante” con una ventana para la calle, como nueva sala del hogar. En los casos en los que esto no fuera posible, la sección más amplia y protegida del corredor podría tornarse quizás en sala-comedor:

Supongamos que esta era la sala antigua. Y en este rincón aquí nació mi hija un 24 de diciembre a las 6 de la mañana. Coloqué el televisor ahí, para que la gente de la calle pudiera ver. La gente llegaba, se acomodaba en las banquitas, unas 15 a 20 personas. Y como a las 10 de la noche se iban. (Hombre, popular, 1924)

Pregunta: En 1964, cuando se casó, ¿cuál era el menaje básico para un apartamento de recién casados? ¿Qué electrodomésticos había que tener al casarse?

Respuesta: Creo que aparentemente todos. La lavadora no la tuve, porque no lo vi necesario, me demoré en tenerla, la verdad. Primero viví en un apartamentito y luego donde mi mamá, porque estábamos haciendo la casa de Miraflores... Cuando nos pasamos teníamos meramente el juego de recámara, la cama del niño y la cama de la niña. Me acuerdo [de] que el juego de sala “nadaba”, porque la sala era mucho más grande que los muebles que teníamos. Había un comedor, un estar y un corredor, que permaneció vacío durante mucho tiempo, porque no teníamos muebles para colocar allí, y que fue adonde llegó el televisor. (Mujer, alto, 1945)

Se trata de los primeros pasos hacia la conquista privada de un privilegio de otros que refleja al tiempo los cambios de la sociedad urbana que se masificaba, y donde consecuentemente se abría un nuevo lugar para la llegada del retrasado huésped modernizante: el televisor. El estudio de Vásquez (2001) ofrece las coordenadas de las transformaciones urbanísticas que, puertas afuera, influyeron o coincidieron con las nuevas adaptaciones y condiciones de los espacios privados en algunos sectores de Cali.

La decisión de ubicar el televisor en la sala podría también estar asociada con un debate aparentemente cerrado. Tal como lo señala Spigel (1997), desde 1949 en las revistas femeninas estadounidenses empezó a aparecer la pregunta ¿cuál es la habitación adecuada para la televisión? Revistas como *Better Homes and Gardens* ofrecían a sus lectoras varias opciones: las habitaciones, la cocina, la sala o el sótano. El televisor parecía transitar con relativa facilidad por todos los espacios de la casa.

En 1951, la revista *American Home* expuso por primera vez el televisor en la sala de estar, y lo ubicaron dentro de la chimenea, como su sustituto. Esta imagen, junto con los discursos de posguerra que hacían un llamado al regreso al

hogar, ganó la batalla. Los anuncios publicitarios sobre el televisor recalcaron la idea de un aparato que podría convertirse en el centro de la atención familiar y cuyo lugar correspondía a la sala. Hacia 1953, la sugerencia de algunas revistas femeninas era retirar el piano de la sala y enviarlo al sótano, para darle paso al “nuevo centro de entretenimiento”, constituido por el fonógrafo, la radio y la televisión. En ese mismo año, *House Beautiful*, en un especial sobre “entretenimiento doméstico y musical”, preguntaba: “¿Realmente necesita un piano?”. El televisor se hizo a su espacio.⁹

Dos años antes de que la televisión llegara a Cali, desde 1954, los anuncios publicitarios en la prensa local ya habían aparecido y en ellos se la representaba de manera similar a como se lo hacía en la publicidad de Estados Unidos (Rodríguez, Rodríguez y Sevilla, 2006). La ubicación del televisor podría tener relación con los discursos sobre lo doméstico y con los usos potenciales que la publicidad empezó a promover desde antes de que se inaugurara el servicio en la ciudad.

De igual forma, podría resultar significativo que cuando los entrevistados de los sectores medios y bajos aludían a las razones de la compra del televisor, se recurría a la expresión: “nosotros no podíamos ser los de menos”. La posesión del aparato, aunque su señal fuera deficiente, podía constituirse en una clara marca de distinción frente a sus semejantes, y uno de los lugares apropiados para exhibir la nueva adquisición era la sala:

Mi tía, como siempre ha querido ser la más sobresaliente en la familia, pues reunió a sus hijas y ellas nos dijeron: “¡Ay!, tenemos televisión y ustedes no tienen”. Entonces mi mamá nos compró el televisor. Pero nosotros nunca llegamos a decirle

.....

9. En su texto *Geography of the Digital Hearth*, Flynn (2003) hace un interesante seguimiento de los electrodomésticos que han ocupado el lugar central de la chimenea en las salas de Estados Unidos: radios, tocadiscos, televisores y, en las últimas décadas, consolas de juegos electrónicos.

que el de nosotros era más grande. Hasta que un día fue una prima y dijo: “Ay, ustedes también con televisor, pero nosotros hace rato que tenemos... Pero este es como más grande que el de mi casa”. Le dije: “sí, un poquitico más grande”. (Hombre, medio, 1940)

Es necesario anotar, como se había planteado antes, que mientras la mayoría de los entrevistados del estrato alto vieron por primera vez la televisión en su casa, en los sectores medios y bajos se hizo en espacios públicos como escuelas, vitrinas de los almacenes, tiendas o en casa de algunos vecinos, lo que en ocasiones generaba algunas dificultades con ellos:

Yo tenía un televisor y dejaba entrar a los niños de la cuadra, pero eran tan inquietos esos muchachos que les decía que iba a hablar con los papás. Como no podía reprender a esos muchachos porque a mí no me gustaba que reprendieran a los míos, eso era un desorden tremendo, una bulla espantosa. Dañaban los asientos, el televisor. Comían helados y se limpiaban las manos en todas partes. Por eso suspendí la televisión pública. (Hombre, popular, 1923)

Los niños se reunían en las casas de quien tuviera televisor y era como una jauría de camaleones. En la casa de mi abuela era difícil, porque ella no permitía que entrara a la casa absolutamente nadie. A ratos sí, en el sentido de que llegaban y a los 20 minutos los estaba sacando. Entonces uno prefería ir a la casa de otros vecinos que compraron televisor. (Hombre, alto, 1947)

Empecé a ver la televisión pero no en mi casa, sino en la casa de enseguida, por la ventana de la calle. Por ahí en el 67, 68, ya vivíamos en el barrio Obrero. Y ahí uno se parqueaba por raticos mientras no le cerraran la ventana, a ver televisión en blanco y negro. Pero el sonido era muy poco, eran más bien las imágenes. La televisión era muy sencilla. Pero aún así era un fenómeno. Con el ruido de la calle, los carros y la gente no se oía muy bien; y ni modo de decirle al vecino que le subiera, porque uno estaba ahí de mirón. Tocaba conformarse con lo que se podía. (Hombre, popular, 1949)

Las brumosas imágenes de la pantalla

En los relatos de los entrevistados se observa que existen pocas alusiones a los programas de televisión emitidos durante los primeros años. Ellos recuerdan con claridad el tamaño, la forma, la marca y la llegada del primer aparato de televisión a la casa, pero no tanto los programas. Una situación similar describe Mirta Varela (2005) cuando examina la historia de la televisión en Argentina durante los años 1951-1969. Dos factores podrían haber contribuido a este “olvido”: las deficientes condiciones técnicas de la televisión en esa época y el difícil acceso de los sectores medios y populares a este nuevo medio de comunicación, principalmente durante los primeros años:¹⁰

Mientras no se pusiera la antena, se veían rayas. No sé si era una especie de pretensión social; tener televisor daba estatus, porque los demás compañeritos del barrio no tenían televisor, uno los llevaba para que vieran las rayas de la televisión. Entonces la casa estaba llena de muchachitos viendo puntos y rayas. Había un momento en que se perdían y se ponían hacer otras cosas. (Hombre, alto, 1947)

La señal de televisión por aquí era terrible. Pero la gente se molesta por todo. Creen que eso era soplar y hacer botellas. Pero eran problemas físicos. Esa cordillera Central es veneno. Era serio el problema. Con muchas dificultades. Rojas Pinilla no pudo meter la televisión a Cali. Llegaba, pero muy mala la señal. Sí llegaba a la Tercera Brigada, pero porque ellos tenían una antena como de cuatro metros. (Hombre, popular, 1923)

Nosotros no sabíamos qué era eso, pues escuchábamos la palabra televisor pero no sabíamos qué

.....

10. Conviene contrastar los precios promedio de un televisor nuevo con el salario mínimo mensual en el sector urbano: año 1957, \$2.495 (TV) y \$155 (salario); año 1960, \$4.000 (TV) y \$198 (salario). Ministerio de Protección Social, tabla de salario mínimo mensual e incrementos desde 1950 hasta 2003. Documento electrónico disponible en <http://www.minproteccionsocial.gov.co>, consultado en 03-10-2004.

se veía por ahí... Y vimos semejante cajón... Para colocar antena eso fue todo el día una persona encaramada en el techo dándole vueltas a esa antena... Que déle más, que “quihubo”, que ya... Hasta que medio cogió la antena... Todo fue un paseo. Eso había que estarla acomodando, el viento la movía y se le perdía la señal... Que movela, que más a la izquierda, que más a la derecha. Hasta que volvía otra vez a la señal. (Hombre, popular, 1950)

A pesar de los pocos recuerdos asociados con las imágenes, en los relatos sobresalen dos momentos: la transmisión de la llegada del hombre a la Luna, en 1969, y los Juegos Panamericanos de 1971, celebrados en Cali. Ambos eventos sirvieron de incentivo para que algunas familias de estratos medios y bajos adquirieran su primer televisor. La expectativa generada sobre estos dos acontecimientos y el recuerdo de algunas de sus imágenes están presentes en casi todos los relatos. En general, para los entrevistados de los tres sectores sociales, la televisión durante el período analizado ocupaba un lugar secundario:

Pregunta: ¿Cómo cambió la vida de ustedes, de los niños, después de la llegada del televisor?

Respuesta: Nada, no cambió. Ni en los juegos ni nada. Lo que yo le digo, la programación era muy escasa en las noches, y entre otras cosas a esa hora estaba uno haciendo tareas... Pero no había nada de películas o de programas animados como para que uno se interesara por la televisión. (Hombre, alto, 1942)

En el medio en que yo me crié... Nosotros hablábamos más de otras cosas. A nosotros como que eso de la televisión no nos interesaba. Los momentos que yo tenía libres los utilizaba en ser libre: jugaba bolas, trompo, me iba a bañar al río, a matar pájaros con cauchera, nos íbamos al monte a coger frutas. (Hombre, medio, 1950)

No fue como, en este instante, una revolución. Como decir nos cambió la vida. No llegó a eso, como para tener un recuerdo de decir con la televisión comenzamos una vida diferente. No fue tanto así. (Mujer, popular, 1945)

El cine, la radio y los impresos

Al contrario de lo que sucedió con las imágenes televisivas, en todos los relatos apareció una constante: los recuerdos sobre el cine, las radionovelas y los medios impresos. Al parecer, estos medios de comunicación ofrecieron a los entrevistados experiencias colectivas memorables. Los adultos, los jóvenes o los niños en esa época asistieron con mayor o menor asiduidad a las salas de cine,¹¹ escucharon radionovelas y leyeron periódicos y revistas de alquiler.

La asistencia a cine se constituyó para todos en una referencia de la época. Tanto las películas mexicanas como las de vaqueros fueron mencionadas con frecuencia. Los adultos asistían entre semana, y los niños, especialmente el sábado o el domingo a matiné. Aunque entre las salas de cine se constataban algunas diferencias por su ubicación e infraestructura, todos accedieron con relativa facilidad a ellas:

Uno no tenía mucha adicción a la televisión, uno era más cineasta... El programa era espectacular: íbamos a los matinés, que eran en el Teatro Colón, el Aristi, parte del Cervantes, pero los clásicos eran el Colón, el Aristi, el San Fernando, que fue muy famoso en mi barrio y me quedaba muy cerca. Uno iba a los matinés. Ya después más crédito iba a los social vespertina, era uno más cineasta que televidente. (Hombre, alto, 1948)

.....

11. En Cali, entre los años 1950 y 1956, existían varias salas de cine, como la del Teatro Colombia, Alameda, Rívoli, Ayacucho, Cervantes, San Fernando, San Nicolás, Sucre, Asturias, Avenida, Bolívar, Isaacs o Colón. En algunos barrios populares de la ciudad también se construyeron improvisadas salas para la proyección de películas. A diario en la ciudad se presentaban películas mexicanas o realizadas en Hollywood. Los circuitos Intercines, los Unidos y de Frenk y Valencia Ltda. surtían a la ciudad. En esa década se estrenan en Cali dos películas colombianas: *La gran obsesión* y *Colombia Linda* (Periódico *El Relator*, en ediciones de los años 1950-1956).

Los teatros recurrían a distintos mecanismos de difusión de sus películas. Uno de los recordados en el sector medio y bajo era el perifoneo:

En esa época hacían perifoneo pero a pie. Y no era con equipo eléctrico, sino que había un señor que se llamaba Arellano. Y él pasaba por el barrio con una bocina grande y pregonaba... “Esta noche presenta su Teatro San Nicolás una grandiosa película titulada...”, y yo ponía cuidado. “Cuando los hijos se van. Para matinales presenta...”. Otra cosa que anunciaba eran las series. Era unas proyecciones de película que eran muy emotivas, pero muy largas. Entonces lo presentaban en tres sesiones. Entonces lo más llamativo era que cuando el bandido iba a matar al tipo de la película y levantaba el cuchillo pa’ clavárselo, ¡tan! se cortaba la película. Y dice: “en la próxima semana daremos el otro carril...”, que lo mata y pues sí. Y así sucesivamente. (Hombre, medio, 1940)

Con la radio ocurrió algo similar. En todos los estratos se recuerda la experiencia de escucharla en grupo, con la familia o los vecinos, y esta ceremonia cotidiana se llevaba a cabo casi siempre durante la radionovela. Una de las más recordadas por los entrevistados fue *El derecho de nacer*.

Yo tenía cuando salió *El derecho de nacer* como 12 o 13 años. Entonces la gente era muy sentimental, los personajes que hacían esa novela era de un entreguismo único, porque la gente lloraba y se sentaban a llorar. Incluso a mí me tocaba, me causaba hasta vaina. Imagínese ese poco de viejas lloronas. No. Yo no me la perdía, porque mi mamá la ponía y porque los capítulos eran muy humanos, y he sido muy susceptible en ese aspecto. Aunque no me solidarizaba con el llanto de todas esas viejas. Todas se reunían en la casa y había que hacerles café y comprarles tostados. En ese tiempo uno iba a la tienda y pedía una bolsa de tostado y había que llevar una bolsa de cemento pa’ traerla porque eso era un mundo de tostado. (Hombre, medio, 1940)

Para algunos el impacto de esta radionovela fue muy importante:

Tenía como 19 años y yo ya había tenido a mi muchacho, a Jorge Luis. Cuando Jorge Luis nació estaba la radionovela *El derecho de nacer*, y como era una ignorante completa, a mí me preguntó la madrina del niño, “cómo lo vas a llamar”, y digo: “Alberto Limonta, el nombre del personaje principal de la novela”. Entonces me dijo ella: “usted no puede ponerlo Alberto Limonta, porque el papá no se llama Limonta. Él tiene que llevar el apellido del papá” [...]. Cómo sería yo de bruta que vengo yo y le digo: “entonces si no se puede llamar Alberto Limonta, que se llame Jorge Luis Almentero”, que era el nombre de otro personaje de la novela, porque estaba *El derecho de nacer* en todo su apogeo. Ella me decía: “puede llamarse Jorge Luis, pero no Almenteros”... Ella trataba de explicarme a mí hasta que luego... le pusimos a mi hijo Jorge Luis Pérez. (Mujer, popular, 1936)

En los relatos, las referencias a los impresos se presentan como un elemento diferenciador entre los tres estratos, pues en cada uno de ellos se aludió a impresos distintos y formas de leer diferentes. En el estrato alto, los entrevistados manifestaron que en esa época leían prensa local, revistas internacionales o libros. En los estratos medios y bajos, aunque en algunos casos hubo acceso a la prensa local, lo usual era recurrir a las revistas de alquiler, revistas románticas, de vaqueros o de tiras cómicas. En cada una de estos vínculos con los impresos se observaba una relación diferente con determinados saberes y competencias propias del ejercicio de la lectura:

Cada novela valía 20, 25 centavos. Si las vendía nuevas, las vendía a 1 peso. Después me incrementé en vender prensa. El negocito fue progresando y le fui metiendo. Ya más que todo era periódico y revista. *El Tiempo*, *El Siglo*, *El Espectador*, el *Diario del Pacífico*, *El Gato* y un periódico muy vulgar que era demasiado vulgar que se llamaba *La linterna*, que era de puros crímenes. Eso era una cosa muy vulgar, horrorosa. Eso también lo compraba la gente. Con dibujos pero unos dibujos, no con esa estética de que sacan la foto y queda una cosa muy

elegante, pero aceptable. En aquel tiempo era muy impresionista, desagradable, la gente chorriando sangre, con la lengua afuera, muñecos muy desagradables, pero eso lo compraba la gente del campo que vivía en la ciudad. (Hombre, medio, 1940)

Uno se aprendía las cosas de memoria, pero una cosa chistosa era cómo los padres le ocultaban a uno la existencia de los libros, una cosa rarísima. Yo vine a conocer luego a Platón y a Aristóteles, una cosa que es conocida por todo el mundo, pero que de muchacho no se la dejaban ver a uno. Mi papá en alguna oportunidad se portó muy bien porque reconoció que era un error; mi mamá fue un poco más conservadora: “No, Alberto —le decía a mi papá—, déjelo leer algunas cosas”... *Las mil y una noches*, literatura muy infantil todavía y yo ya tenía como 14 años y no tenía ni idea que existía ni Aristóteles ni Platón. Qué vergüenza. Después me volví un devorador de libros. (Hombre, alto, 1947)

¿Libros que yo leyera? Sí, yo leía libros que mi papá compraba pero que eran libros religiosos. Entonces *La vida de la virgen de Fátima*, *La vida de santa Teresita*, la de San Francisco de Asís... Mejor dicho, no soy monja no sé por qué, pero eso era lo único que a uno lo dejaban leer. De todas formas me los leía rápido y luego los alquilaba en el colegio. (Mujer, alto, 1945)

En los relatos de quienes eran adultos, jóvenes y niños en el momento en que llegó la televisión a Cali, los recuerdos sobre este medio masivo son opacados por otras experiencias culturales. Hacia finales de la década de los setenta, la presencia de la televisión empieza a hacerse más notoria en los espacios domésticos, al tiempo que se invisibiliza en medio de las rutinas de la vida cotidiana.

Conclusiones

Como lo afirma Pfaffenberger en su texto sobre el significado social de las tecnologías (1992), los artefactos pueden entenderse en dos dimensiones distintas: la funcional primaria y la simbólica. La primera tiene que ver con aquello para lo cual fue desarrollado el artefacto y que, generalmente, se

asocia con la satisfacción de necesidades en la sociedad. La segunda se relaciona con los diferentes papeles que puede jugar ese mismo artefacto una vez es insertado en la compleja red de significaciones de la sociedad que lo adopta. Un ejemplo paradigmático es el de las sillas victorianas, muebles muy vistosos pero poco confortables, ubicados en los corredores de las mansiones inglesas de mediados del siglo XIX:

[Este mobiliario] tenía que ser atractivo a los ojos de la clase dirigente que pasaba por los pasillos, pero al mismo tiempo tenía que ser austero, sin mayor relleno e incómodo, como correspondía al bajo estatus de los mensajeros, contadores, personal del gobierno y vendedores de jabón que debían esperar allí. (Pfaffenberger, 1992, p. 504)

Así, el análisis de un objeto cotidiano (un juego de sillas) se enriquece a partir de la mirada conjunta de los dos aspectos, de forma tal que su función aparentemente obvia —e incluso limitada (servir como superficie para sentarse)— cobra nuevas dimensiones cuando se considera su componente simbólico (un diferenciador de clase). Ahora bien, numerosos estudios desde la antropología muestran que no siempre existe un balance entre ambos aspectos, y que en muchas ocasiones la función primaria (para lo que fue inventado) termina siendo igual o menos importante que la función simbólica.¹²

Los testimonios aquí recogidos permiten formular las siguientes conclusiones respecto a la televisión en Cali entre 1954 y 1970. Primero, que el nuevo medio de comunicación sí cumplió un papel dentro del proceso de construcción del espacio doméstico en la ciudad, pero que su impor-

.....

12. Véase, por ejemplo, la interesante lectura de Meintjes (2001) al papel de las lavadoras y las estufas de carbón en la reformulación de las nociones tradicionales de feminidad entre un grupo de amas de casa en Sudáfrica. Por su parte, Pfaffenberger (1992) hace un juicio inventario de los enfoques antropológicos sobre el tema de tecnologías, objetos y artefactos.

tancia fue mínima en comparación con la que tuvieron otras tecnologías de la comunicación. El rezago de la televisión en Cali como una tecnología para el entretenimiento o el proselitismo oficial se observa, por una parte, en las pocas y vagas memorias sobre las imágenes de esos primeros programas, lo cual contrasta con la claridad de los recuerdos sobre las radionovelas, las películas y los impresos. En ese sentido, la pugna por el tiempo libre dentro del nuevo espacio doméstico se inclinaba a favor de tecnologías de la comunicación de mayor tradición dentro del seno familiar, con oferta de programación más amplia y con menos requisitos para su disfrute.

Esto conduce a otra posible explicación del bajo impacto de la televisión: no sólo era escasa y de mala calidad, en contraste con la penetración de los otros medios, sino que suponía una enorme inversión económica y una serie de ajustes técnicos (las antenas) y locativos (dedicar un espacio en las salas, ya ocupado por la radio y el tocadiscos) que pocas familias estaban en capacidad de hacer, al menos durante los primeros años. Así las cosas, pasó más de una década desde la inauguración de la señal de televisión en Cali (1956) antes de que el nuevo medio pudiera competir en mejores condiciones por un lugar en el hogar y en la dinámica familiar.

Una segunda conclusión es que el impacto de la televisión en la vida doméstica durante estos primeros años, así fuera reducido, tuvo más que ver con su dimensión simbólica como diferenciador de clase y como indicio del cambio en el estatus laboral de las mujeres, que con su función primaria como vehículo de entretenimiento o de propaganda política (aquello para lo cual habría sido concebido). Llama la atención el hecho de que no fue necesario esperar a que hubiera señal de televisión en la ciudad para que el nuevo objeto pudiera empezar a jugar dentro del terreno de lo simbólico.

Esto se observa, por una parte, en la evocación precisa *del mueble*, de sus características y su ubicación, al igual que en los testimonios acerca de la temprana adquisición del televisor y del liderazgo

de las mujeres trabajadoras en su popularización. Del mismo modo que las sillas victorianas funcionaban a la perfección como marcador de clase, aunque no fueran la mejor opción para descansar, los televisores y las antenas en salas y techos de la Cali de la época dejaban en claro la capacidad o el esfuerzo económico de las familias, así fuera sólo para ver “puntos y rayas”, como en ciertos casos extremos de la “novelería” local.¹³

En años posteriores esta dinámica fue modificada, cuando la televisión se consolidó en un espacio neurálgico de la casa y obtuvo un lugar privilegiado dentro de la asignación de tiempo en la vida doméstica, a costa de la reubicación y resignificación de otras tecnologías de comunicación. Pero al menos durante sus años iniciales, la televisión fue menos importante de lo que habitualmente se piensa. Como recuerda con nostalgia una mujer nacida en 1936: “Al principio eso no importaba, nadie la veía. Yo me vine a embobar con la televisión fue ahora, ya de vieja”.

.....

13. La *novelería*, en cierto dialecto caleño de origen popular pero de intenso uso social general, califica la curiosidad por lo nuevo o lo inusual llevada al extremo, aun cercana a la *sinrazón* o al gesto ingenuo de parroquialismo cultural. Habría que explorar una resignificación de élites sobre la expresión, propiamente peyorativa, alusiva al desperdicio del tiempo en fantasías improductivas y chismes.

Referencias

- Arocha, J. (1995), "Unidades de producción nortecaucanas (Colombia). Modernización y funcionamiento", en *América Negra*, núm. 9, pp. 185-205.
- Augé, M. (1994), "Nuevos mundos", en *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*, Barcelona, Gedisa.
- Becker, G. (1975), "A Theory of the Allocation of Time", en *Economic Journal*, núm. 75, pp. 493-517.
- Berger, P.; Berger, B. y Kellner, H. (1973), *The Homeless Mind*, New York, Random House.
- Bose, C.; Bereano, P. y Malloy, M. (1984), "Household Technology and the Social Construction of Housework", en *Technology and Culture*, vol. 25, núm. 1, pp. 53-82.
- Bowden, S. y Offner, A. (1994), "Household Appliances and the Use of Time. The United States and Britain Since the 1920s", en *The Economic History Review, New Series*, vol. 47, núm. 4, pp. 725-748.
- Brown, W. (1948), "Mass Merchandising in Latin America. Sears, Roebuck & Co.", en *Journal of Marketing*, vol. 13, núm. 1, pp. 73-77.
- Caicedo, M. (2003), "Descomposición de la economía campesina y condición de la mujer en el norte del Cauca", en *Anuario de Investigaciones*, núm. 3, Cali, Facultad de Ciencias Sociales y Económicas-Universidad del Valle.
- Chandler, A. (1987), *La mano visible. La revolución en la dirección en la empresa norteamericana*, Madrid, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- Corley, B. (1962), "How do Business Men Plan Production? A Case Study of the Radio and Television Industry 1951-60", en *Journal of Industrial Economics*, vol. 10, núm. 2, pp. 139-154.
- Cowen, R. (1976), "The 'Industrial Revolution' in the Home. Household Technology and Social Change in the 20th Century", en *Technology and Culture*, vol. 17, núm. 1, pp. 1-23.
- Day, T. (1992), "Capital-Labor Substitution in the Home", en *Technology and Culture*, vol. 33, núm. 2, pp. 302-327.
- Fine, B. (1999), "Household Appliances and the Use of Time: The United States and Britain Since the 1920s. A Comment", en *The Economic History Review, New Series*, vol. 52, núm. 3, pp. 552-562.
- Flynn, B. (2003), "Geography of the digital hearth", en *Information, Communication & Society*, vol. 6, núm. 4, pp. 551-576.
- Ford, A. (1992), "De la aldea global al conventillo global", en *Entorno a la identidad latinoamericana*, México, CONEICC-Felafacs.
- Gross, D. (1984), "Time Allocation. A Tool for the Study of Cultural Behavior", en *Annual Review of Anthropology*, vol. 13, pp. 519-558.
- Hartley, J. (2000), *Usos de la televisión*, Barcelona: Paidós.
- Lerman, N.; Mohun, A. y Oldenziel, R. (1997), "Versatile Tools. Gender Analysis and the History of Technology", en *Technology and Culture*, vol. 38, núm. 1, pp. 1-8.
- Maldonado, M. C. y Micolta, A. (2003), *Los nuevos padres, las nuevas madres*, Cali, Universidad del Valle.
- Mata, M. C. (1991), "Radio. Memorias de la recepción. Aproximaciones a la identidad de los sectores populares", en *Diálogos de la Comunicación* [en línea], núm. 30, disponible en <http://www.felafacs.org/files/7.%20Maria.pdf>.
- Meintjes, H. (2001), "Washing machines make lazy women. Domestic appliances and the negotiation of women's propriety in Soweto", en *Journal of Material Culture*, vol. 6, núm. 3, pp. 345-363.
- Pfaffenberger, B. (1992), "Social anthropology of technology", en *Annual Review of Anthropology*, núm. 21, pp. 491-516.
- Piña, C. (1986), "Sobre las historias de vida y su campo de validez en las ciencias sociales", en *Revista Paraguaya de Sociología*, año 23, núm. 67, p. 156.

- Prost, A. (1991), "Fronteras y espacios de lo privado", en Ariés, P y Duby, G. (dirs.), *Historia de la vida privada*, Barcelona, Santillana, pp. 20-133.
- Ramírez, L. (2001), "El gobierno de Rojas y la inauguración de la televisión. Imagen política, educación popular y divulgación cultural", en *Historia Crítica* [en línea], núm. 22, disponible en: http://historiacritica.uniandes.edu.co/html/22/resena_ramirez.html#up57, recuperado: mayo de 2005.
- Rodríguez, A.; Rodríguez, R. y Sevilla, M. (2006), "Biografía pública de la televisión en Cali a partir de información de prensa (1954-1970)", en *Signo y Pensamiento*, vol. XXV, núm. 48, pp. 55-75.
- Romero, J. L. (1984), "Las ciudades masificadas", en *Latinoamérica. Las ciudades y las ideas*, Medellín, Editorial Universidad de Antioquia, pp. 385-471.
- Silverstone, R. (1994), "Lo doméstico", en *Televisión y vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu, pp. 91-93.
- Spiegel, L. (1997), "Haciendo sitio a la tele", en Crowley, D. y Heyer, P., *La comunicación en la historia. Tecnología, cultura, sociedad*, Barcelona, Bosch, pp. 338-347.
- Vanek, J. (1978), "Household Technology and Social Status. Rising Living Standards and Status and Residence Differences in Housework", en *Technology and Culture*, vol. 19, núm. 3, pp. 361-375.
- Varela, M. (2005), *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna (1951-1969)*, Buenos Aires, Edhasa.
- Vásquez, E. (2001), *Historia de Cali en el siglo 20. Sociedad, economía, cultura y espacio*, Cali, s. e.
- Vincent, P. (1991), "¿Una historia del secreto?", en Ariés, P. y Duby, G. (dirs.), *Historia de la vida privada*, Barcelona, Santillana, pp. 137-176.