

“Tal vez el cielo en realidad es verde, y nosotros somos daltónicos”¹: sobre el zapping, los encuentros cercanos y el corte comercial

JOHAN GRIMONPREZ

Control remoto

El día de *Halloween* de 1938, el cambio rápido de canales o *zapping*, como se le llama en inglés, fue parcialmente responsable de provocar una histeria masiva por todos los Estados Unidos. Millones de norteamericanos que estaban escuchando el programa de la NBC, *La hora de Chase and Harbor*, con Edgar Bergen y Charlie McCarthy, cambiaron de frecuencia durante los comerciales y sin saberlo sintonizaron la transmisión de *La guerra de los mundos* en la CBS, realizada por Orson Welles.² Como llegaron tarde a la transmisión no oyeron el anuncio al principio del programa en el cual se especificaba que la narración era una obra de ficción. Los radioescuchas impacientes fueron víctimas de la histeria pública cuando escucharon los reportes del aterrizaje de los marcianos.³ En el apogeo de la historia, se describía la invasión de una ciudad de Nueva York que hoy parece evocar el 9/11: “el humo envenenado a la deriva sobre la ciudad, la gente corriendo y tirándose al East River como ratas, otros cayendo como moscas”. A la mañana siguiente, el encabezado del New York Times era: RADIOESCUCHAS EN PÁNICO TOMAN UN DRAMA BÉLICO POR UN HECHO REAL.⁴

¹ Groening, M., *Bart Simpson's Guide to Life: A Wee Handbook for the Perplexed* (London: HarperCollins, 1996).

² La adaptación de la novela de H.G. Wells, *The War of the Worlds*, fue dirigida y narrada por Orson Welles. Se transmitió el 30 de octubre de 1938 a través del sistema CBS como episodio de Halloween en la serie radial *Mercury Theatre on the Air*.

³ Bellamy, R.V. & Walker, J.R., *Television and the Remote Control: Grazing on a Vast Wasteland* (New York/London: The Guilford Press, 1996), 16; Cantril, H., *The Invasion of Mars. A Study in the Psychology of Panic* (Princeton: Princeton University Press, 1947).

⁴ “Radio listeners in Panic Taking War Drama as Fact”, en el periódico *The New York times* (31 de octubre de 1938). Ver también, Hand, R.J., *Terror on the Air!: Horror Radio in America 1931-1952* (Jefferson: McFarland & Company, 2006).

La causa de la histeria no fue solo el *zapping*. *La guerra de los mundos* fue concebida deliberadamente para no tener interrupción alguna. Esto dio credibilidad a la transmisión y animó a los radioescuchas a seguir en la misma sintonía. En su estudio sobre el aparato de control remoto, Robert Bellamy y James Walker identifican el *zapping* como una manera de evitar los anuncios y otros contenidos indeseables, para mayor gratificación del espectador.⁵ Un precursor del control remoto que conocemos hoy, apropiadamente llamado el *Blab-Off* (palabrerio-apagado), fue comercializado en 1953 como un aparato para acallar los cortes comerciales. “Este objeto tenía un cable de 20 pies que estaba conectado al altavoz del equipo de televisión. Apretar el botón apagaba el sonido sin alterar la imagen. Su inventor, un ejecutivo de publicidad, apuntaba que el *Blab-Off*, por un costo de \$2.98 dólares le permitía “al fanático de la televisión alejarse de los comerciales que aborrece.”⁶

En 1955, después de una investigación sobre la tecnología de los botones, la compañía Zenith presentó el *Lazy Bones*, el primer control remoto televisivo diseñado para eliminar comerciales. Todavía estaba conectado a la televisión con un cable que recorría toda la sala, así que los usuarios se quejaban de los frecuentes tropezones.⁷ Como respuesta a los reclamos Zenith creó el *Flash-matic*: el primer “control inalámbrico” del mundo, que activaba unas fotoceldas en el televisor. Sin embargo, este sensor trabajaba demasiado bien en los días soleados y ocasionaba que el sol cambiara los canales. El siguiente modelo usó ondas de radio, pero nunca llegó al mercado, ya que también cambiaba los canales de los vecinos. Zenith siguió en su búsqueda y en junio de 1957 anunció la televisión *Space Command*. (Comando espacial). Ahora el aparato, que usaba sonido de alta frecuencia, fue exitoso salió al mercado con el eslogan “Con sólo presionar un botón apague el sonido de los molestos comerciales.”⁸

⁵ Bellamy, R.V. & Walker J.R. *The Remote Control Device: An Overlooked Technology*; ver también Bellamy, R.V., Walker J.R. & Traudt, P.J., “Gratifications Derived from Remote Control Devices: A Survey of Adult RCD Use”, en *The Remote Control in the New Age of Television*, ed. R.V. Bellamy & J.R. Walker (Westport: Praeger, 1993).

⁶ Benjamin, L., “At the Touch of a Button: A Brief History of Remote Control Devices”, en *The Remote Control in the New Age of Television*, ed. R.V. Bellamy & J.R. Walker (Westport: Praeger, 1993), 15-22. Ver también “Kill that commercial!”, *Newsweek*(20 de noviembre de 1950), 95-6; Walker, C.L. “How to Stop Objectionable TV Commercials”, en *Reader's Digest* (noviembre, 1953), 72.

⁷ “Remote Controls for Radio and TV” en *Consumer Reports* (marzo, 1956), 165-6.

⁸ Johnson, S, “Zap!”, en *Chicago Tribune* (27 de agosto de 1986), 1, 7.

Los años cincuenta: Algo nuevo está en el aire

Para 1950 la televisión había empezado a reemplazar a la radio como el medio de comunicación masiva más importante. “¿Estás listo para la Televisión?”, preguntaba uno de los primeros anuncios televisivos de Dumont. No del todo. Al principio el nuevo miembro de la familia no fue bienvenido. Con su señal proveniente de los cielos la televisión era considerada como una presencia algo alienante en el hogar, así que el aparato era frecuentemente escondido o disfrazado en el mueble que lo contenía. Un modelo llamado Hillsborough presumía un estilo de escondite que permitía que la televisión se deslizara dentro de una mesa regular de salón, como si el nuevo medio no existiera.⁹ Incluso en Hollywood—o más bien especialmente en Hollywood—la televisión fue considerada como un elemento de utilería hostil en los escenarios cinematográficos. A la compañía Warner Brothers le molestaba la aparición de un aparato de TV en las salas de estar de sus películas y rápidamente las mandaba retirar. “La suposición”, escribe Erik Barnouw, “parecía ser que si la televisión pudiera prohibirse en las películas no podría sobrevivir.”¹⁰ Pero esto no sucedió por mucho tiempo. Warner firmó un contrato para producir *Westerns* para la compañía de televisión ABC y para 1958, había más de treinta series de este género programadas para el horario estelar. Pronto la “tele” reimaginaría lo que significa la sala de estar.

Al mudarse de Hollywood para aprovechar el auge de la producción televisiva en Nueva York, Lucile Ball se convirtió en la primera estrella de cine en lograr una mayor fama como actriz de programas cómicos. En *I Love Lucy* ella aparecía como una mujer permanentemente al punto de escapar la trampa familiar, que finalmente fallaba de manera adorable. La semana siguiente empezaba otra vez lo mismo. En un episodio de enero de 1957 para la ocasión del cumpleaños de su hijo, la heroína porta un traje de Superman y hace su entrada a través de una ventana del tercer piso. Sin embargo la “súper mamá” queda atorada en la canaleta del muro y el “verdadero” Superman, el actor George Reeves, tiene que venir como actor invitado a rescatar a Lucy del desastre doméstico. Los héroes de la pantalla chica habían llegado para quedarse.¹¹

⁹ Ver www.zapomatik.com : HILSBOROUGH WITH NEW HIDEAWAY STYLING, Jam Handy Organization for RCA Victor, 1956, 2:30', USA (cortes'ia de Prelinger Archives: www.prelinger.com).

¹⁰ Barnouw, E., *Tube of Plenty, The Evolution of American Television* (New York/Oxford: Oxford University Press, 1990).

¹¹ *Lucy y Superman*, episodio 166 de *I Love Lucy* (transmitido por primera vez el 14 de enero de 1957, EUA). Ver también Mellencamp, P., *High Anxiety. Catastrophe, Scandal, Age & Comedy* (Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press, 1990).

La tele no solo insertó a los superhéroes en los hogares —las primeras señales de televisión transmitidas al éter también atrajeron la “atención foránea”. En enero de 1953 los medios informaron que dos misteriosos “Hombres de negro”, que no eran de esta tierra, habían aterrizado con su platillo volador en el desierto de Mojave, 200 millas al este de Los Ángeles. Ellos afirmaban haber aprendido el idioma inglés al escuchar las transmisiones televisivas.¹² Ya en 1947 el piloto civil Kenneth Arnold había observado nueve vehículos elípticos con forma de disco viajando en formación sobre el monte Rainier en Washington, a una velocidad extraordinaria. El describió los objetos como “un platillo deslizándose y rebotando sobre el agua.” Los periódicos bautizaron a las naves con el nombre de ese utensilio doméstico, así fue como los platillos voladores llevaron las miradas a los cielos. Definitivamente algo estaba allí arriba en el cielo.

Terror del espacio exterior

Los nervios de la Guerra Fría habían causado paranoia en las filas del Servicio Secreto norteamericano, que estaba siempre temeroso de un plan de ataque por parte de los comunistas soviéticos. George Adamski, un individuo que supuestamente había contactado con los OVNIs, alimentó sus miedos con su comentario de que una raza superior del espacio tenía un “gobierno de tipo comunista”.¹³ La CIA conformó un panel de científicos de primer nivel, encabezados por el doctor H. P. Robertson. Ellos concluyeron que descalificar los reportes de OVNIs sería sabio en términos de estrategia, ya que había miedo de que la Unión Soviética los usara para inducir histeria pública en los Estados Unidos. Incluso el Mágico Mundo de Disney se involucró en una campaña de desinformación televisada. Los grupos de investigadores de OVNIs fueron monitoreados para descubrir actividades subversivas, y los que afirmaban haber tenido contactos extraterrestres fueron caracterizados como espías soviéticos.¹⁴

En octubre de 1957 los Sputnik inauguraron la Era Espacial. El primer satélite lanzado en órbita por los soviéticos dio un golpe serio a la autoestima de los Estados Unidos, causando una crisis mediática mayúscula. Las cadenas de televisión

¹² Redefern, N., *The FBI Files, the FBI's UFO Top Secrets Exposed* (Sydney: Simon & Schuster, 1998).

¹³ Adamski, G. & Adamski, L., *Flying Saucers Have Landed* (London: Werner Laurie, 1953).

¹⁴ Dean, J., *Aliens in America: Conspiracy Cultures from Outerspace to Cyberspace* (Ithaca/London: Cornell University Press, 1998), 190-1. Ver también, Haines, G.K. “CIA's Role in the Study of UFOs, 1947-90: A Die-Hard Issue”. Consultado el 26 de diciembre de 2010: <https://www.cia.gov/library/center-for-the-study-of-intelligence/csi-publications/csi-studies/studies/97unclass/ufo.html>

quedaron anonadadas al descubrir que en vez de quedarse pegado al televisor su público cautivo corría al patio con la esperanza de ver al Sputnik volando por los cielos nocturnos. La prensa comparó el lanzamiento del Sputnik con el descubrimiento de América por Cristóbal Colón. “De algún modo, de alguna nueva manera, el cielo parecía casi ajeno,” escribió el líder de la mayoría en el senado y futuro presidente L.B. Johnson.¹⁵

Como respuesta los Estados Unidos trataron de despegar con el cohete Vanguard I, pero el “Flopnik” o el “Kaputnik”, como fue bautizado, se había elevado apenas cuatro pies del suelo antes de que una gran explosión lo hiciera caer a la tierra estrepitosamente frente a los televidentes de todo el mundo. Cuando los soviéticos pusieron en órbita a un perro la paranoia llegó a su punto más alto en las filas estadounidenses. Después de todo la perrita Laika podía estar cargando una bomba de hidrógeno. Para los Estados Unidos el can era un indicio de una guerra que se ejercía desde el espacio. “Lo que está en juego no es nada menos que nuestra propia supervivencia,” advertía el Senador Mike Mansfield, mientras que Edward Teller, “el padre de la bomba de hidrógeno”, salió en televisión para sugerir que el futuro ahora les pertenecía a los “rusos”.¹⁶ En los tiempos del Sputnik un nuevo furor por los platillos voladores se apoderó del público estadounidense. Las salas de noticias fueron sobrepasadas por la cantidad de personas que afirmaban haber visto un OVNI. La leyenda “¡TERROR TOTAL DEL ESPACIO EXTERIOR!” se podía leer en un *trailer* de la película hollywoodense *La tierra contra los platillos voladores*, de 1956.

La industria del miedo

Durante la Guerra Fría la televisión fue explotada ansiosamente para perpetuar una cultura del miedo en aras de un mayor control político. Las transmisiones en vivo se volvieron particularmente ideales para dar forma a la retórica política, como se hizo evidente en la primera cumbre televisada en vivo, que acabó en una negociación estancada entre el premier soviético Nikita Khrushchev y el vicepresidente norteamericano Richard Nixon. El momento histórico, llamado “El debate de la cocina”, fue grabado utilizando la recién inventada cinta de videograbación a color

¹⁵ Dickson, P. *Sputnik, The Shock of the Century* (New York: Walker & Company, 2011), 117-28.

¹⁶ Los comentarios de Edward Teller y otros comentarios similares de parte de los senadores y periodistas estadounidenses pueden oírse en el film *Sputnik Mania* (2007) de David Hoffman, así como en el filme *Double Take* (2009) de Johan Grimont. Ver también Dickinson, P. *Sputnik: The Shock of the Century* (New York: Walker & Company, 2001), 117-28.

Ampex en una cocina modelo en la American National Exhibition en Moscú de 1959. Durante el álgido debate—que tocó temas tan variados como las máquinas lavaplatos, los arsenales nucleares o el papel de las mujeres—Nixon presumió acerca de la maravilla de la televisión que daba a los Estados Unidos la ventaja tecnológica sobre la Unión Soviética. Mientras que Nixon presumía sus 50 millones de aparatos de televisión para 46 millones de familias, su enérgico interlocutor reviró el argumento con una respuesta rápida, mostrando con ironía una verdadera maestría de la televisión en vivo. Con un desdén rimbombante, el *showman* Krushchev declaró que las empresas espaciales soviéticas eran muy superiores.

En junio de 1961 los soviéticos pusieron en órbita exitosamente al cosmonauta Yuri Gagarin, convirtiéndolo oficialmente en el primer hombre en el espacio. Mientras el programa de los estadounidenses perdía terreno, su máquina mediática azuzaba el espanto comunista de “Marte, el planeta rojo” atacando al país.¹⁷ Ya para entonces el inmenso arsenal nuclear del mundo creaba un contexto ominoso que puso a la humanidad en la antesala de la aniquilación. El subconsciente, políticamente reprimido, hechizó a los Estados Unidos tomando la forma de un poder invisible proveniente de un universo hostil que invadía los hogares. Los superhéroes y las criaturas del espacio exterior colonizaron el horario estelar televisivo. Los programas de ciencia ficción como *The Outer Limits* y *The Twilight Zone* tomaron el control de las transmisiones: “No hay problemas con su aparato de televisión. Repito: no hay problemas con su aparato de televisión. ¡Has entrado a la dimensión desconocida!” Pero entonces en septiembre de ese año la realidad sobrepasó a la televisión: en un viaje de regreso de Canadá a través de New Hampshire la pareja interracial Barney y Betty Hill fueron capturados por un platillo volador—que venía evidentemente del sistema estelar Zeta Reticuli—viraba suspendido sobre sus cabezas.¹⁸ La primera abducción extraterrestre registrada de manera oficial en los Estados Unidos abrió la caja de Pandora. ¿O quizá era más bien una lata de gusanos?

Los años sesenta: No cambie de canal

Al principio de los años sesenta otra Guerra Fría agarraba fuerza: la batalla de la televisión amenazando con liquidar a su hermano mayor. La industria fílmica estaba perdiendo ante la pantalla chica y muchas salas de cine locales se vieron forzadas

¹⁷ Spiegel, L. “From Domestic Space to Outer Space: The 1960s Fantastic Family Sit-Com”; y Sobchack, V., “Child/Alien/Father: Patriarchal Crisis and Generic Exchange”, en *Close Encounters. Film Feminism and Science Fiction*, eds. C. Penley et al. (Minneapolis/Oxford: University of Minnesota Press, 1991).

¹⁸ Fuller, J.G. *The interrupted Journey* (New York: Dial Press, 1966).

a cerrar sus puertas. Mientras que Hollywood luchaba por redefinirse ante la apabullante presencia del nuevo medio Alfred Hitchcock, como delegado del cine asumió el ambivalente reto del formato televisivo. Como ciudadano inglés desplazado a Hollywood, Hitchcock tomó diligentemente el papel de doble agente, escabulléndose en las salas de estar norteamericanas como un maestro de ceremonias con la finalidad de burlarse de ella. Sus sarcásticas introducciones a su serie de TV, *Alfred Hitchcock Presents* (1955-62), estaban condimentadas con la paranoia doméstica que reflejaba a una cultura de la catástrofe en construcción. La creciente tensión entre los Estados Unidos y la Unión Soviética y su terror ante la amenaza nuclear siempre se veían sobre el horizonte. Así que cuando el “maestro de lo macabro”, como se llegó a conocer a Hitchcock, decidió cruzar del cine a la televisión, tomó todas las oportunidades para burlarse de este hermano gemelo malvado del cine, que se había transformado en una “caja de propaganda”: “La televisión es como el tostador americano,” afirmó, “aprietas el botón y sale lo mismo todas las veces.” Pero la verdadera obsesión de Hitchcock recaía en los comerciales que habían infectado el formato de la narrativa. Después de todo, “la historia puede ser mala, pero esos comerciales son pura poesía,” bromeó, añadiendo que “impiden que te involucres con exceso en el relato”. Provocando el horror de sus patrocinadores, Hitchcock denunciaba ceremoniosamente los malditos anuncios y con maldad sardónica conminaba al televidente de antaño a cambiar de canal para evitar “estos mortíferos y aburridos comerciales: No me importa que salgan del cuarto durante el comercial, ¡pero espero que ustedes estén en sus asientos para mis partes del programa!”¹⁹ La revista *Media and Marketing Decissions* apuntó que el hábito de evitar los comerciales para ir al baño o ir por una cerveza era practicado por entre 30 y 40 por ciento de los espectadores.²⁰ En un punto Hitchcock había abogado por cortes comerciales más largos: “¡son tan cortos que uno debe ser muy ágil para ir a la cocina y de regreso!” Pero una solución práctica ya empezaba a entrar en escena: muy a tono con la creciente sociedad televisada, Swanson and Sons anunció su primera *TV Dinner* en 1954.²¹ La historia cuenta que el ejecutivo Gerald Thomas no sabía qué hacer con un sobrante de 270 toneladas de pavo para Día de Gracias. Inspirado por las charolas de aluminio utilizadas por las aerolíneas, tomó

¹⁹ Grams, M. Jr. & Wikstrom, P., *The Alfred Hitchcock Presents Companion* (Maryland: OTR Publishing, 2001)

²⁰ Funtas, A. “Commercial Audiences: Measuring What We’re Buying”, en *Media and Marketing Decissions* (enero 1985), 75-6

²¹ Phipps, R.G., *The Swanson Story: When the Chicken Flew the Coop* (Omaha: Carol and Caroline Swanson Foundation, 1977).

la idea de llenar estas charolas con el pavo y anunciarlas como una *TV Dinner* por 98 centavos la pieza. Así se introdujo otro ícono cultural a la sala de estar, transformando los hábitos alimenticios de millones de norteamericanos.²² Con la conveniencia de una charola de comida, uno podía estar fácilmente estacionado en frente de la tele sin la necesidad de correr a la cocina y así el arte de la conversación durante la comida fue rápidamente sustituido con los “*sappy sitcoms*”, programas cómicos salpicados con interrupciones comerciales.²³

Otro elemento adicional a las comidas pre-cocinadas fue la maravilla de la “risa enlatada”. Las audiencias en vivo no siempre se reían en el momento adecuado, o se reían demasiado fuerte o por demasiado tiempo. Así que la *Laff Box* (caja de risas), un aparato usado tras bambalinas con una variedad de botones para generar risas, sustituyó al público en vivo para “endulzar” los programas con risas grabadas.²⁴ De manera similar, la industria de la publicidad estaba endulzando su imagen de un consumidor feliz para una emergente sociedad de la televisión.

Los años ochenta: El pánico de la industria de la publicidad

El control remoto no ganó ningún terreno realmente hasta que llegaron los años ochentas, ya que previamente el hecho de saltar de un canal a otro se limitaba a unos cuantos canales solamente. Para mediados de la década, sin embargo, la vasta industria de la televisión por cable y la videgrabadora de cassettes habían hecho del control remoto una necesidad. Acostumbrada a dirigir sus contenidos a audiencias específicas, la industria de la publicidad se alarmó ante el comportamiento de los televidentes, que inauguraron un patrón radicalmente diferente en su uso de la televisión. Los espectadores, tradicionalmente vendidos por la industria de los medios como simples estadísticas para los ingresos por publicidad, fueron ahora tomando el control eludiendo los comerciales.²⁵

²² Shapiro, L., *Something from the Oven: Reinventing Dinner in 1950s America* (New York: Penguin Books, 2004). Ver también Mingo, J., “How TV diners became tray chic”, en *How the Cadillac got its fins and other tales from the annals of business and marketing* (New York: Harper Business, 1994), 197-200; Shwarz, F.D., “The epic of the TV dinner” en *American Heritage of Invention and technology*, vol. 9 (Spring 1994), 55.

²³ Una investigación realizada en 2000 por el Colegio de Medicina de Baylor (EUA) mostró que más del 42 por ciento de las cenas comidas en el hogar implicaban ver televisión. “The History of TV Dinners” acceso el 26 de diciembre, 2010: <http://facts.trendstoday.info/food-and-drink/the-history-of-tv-dinners>

²⁴ Sacks, M., “Canned Laughter: A History Reconstructed. An Interview with Ben Glenn II, Television Historian and Expert on Canned Laughter”, en *The Paris Review Daily* (julio 20, 2010), consultado el 26 de diciembre, 2010: www.mcsweeney.net/links/sacks/5sacks.html

²⁵ Meehan, E., “Commodity Audience, Actual Audience: The Blindspot Debate”, in *Illuminating the Blind Spots: Essays Honoring DallasW. Smythe*, eds. J. Wasko, V. Mosco & M. Pendakur (Norwood: Albex, 1993), 105-16

En este punto el hábito de brincar los comerciales alcanzó niveles de epidemia. El 80 por ciento de los usuarios de televisión lo practicaba. La amenaza de la devastación del comercial puso en guardia a la industria publicitaria.²⁶ La prensa del gremio declaraba que “la publicidad como profesión está realmente en crisis”.²⁷ Aterrorizada, la industria empezó a exigir canales a prueba de *zapping* para diluir el poder de los cambiadores compulsivos para evitar su producto.²⁸ Las agencias de anuncios clamaban por encontrar ángulos nuevos en la investigación para entender de manera rápida la epidemia de cambio de canales.²⁹ Emergieron algunas estrategias para enganchar al público y hacer que se quedara durante todo el corte comercial. Los spots comerciales se redujeron de 30 segundos a 15 segundos. Esta disminución del tiempo llevó a un “*hot switching*” (cambio en caliente) para reducir las interrupciones de los programas, que fueron movidas del final del programa a la mitad del mismo. Los temas del comienzo de los programas fueron reducidos o simplemente eliminados. Algunas superestrellas como Michael Jackson y Madonna fueron reclutadas para aparecer entrelazados con algunos anuncios. Los spots se empezaron a disfrazar como programación regular y apareció la inserción de productos en el programa.

Ya no había necesidad de *zapping*, la cadena de televisión lo hacía por nosotros.³⁰ Una edición densa, a la manera de MTV, con entradas fuertes y finales en suspenso aseguraba que los globos oculares se mantuvieran pegados a la pantalla. El *Short Attention Span Theater* (literalmente, el teatro del periodo de atención corto, N. del T.) del Canal Comedy Central, tácitamente animaba a los televidentes a cambiar a otros canales, sabiendo que volverían al programa sin perder el hilo de la narrativa.³¹ El canal MTV describió los nuevos hábitos de los televidentes en una serie animada que estelarizaba a dos vagos que eran adictos a su control

²⁶ Kostyra, R., “Zapping—a modest proposal”, en *Media and Marketing Decisions* (March 1985), 94-5.

²⁷ Stewart, D.W., “Speculations on the future of advertising research”, en *Journal of Advertising*, vol. 21, no.3 (1992), 1-18.

²⁸ Bellamy, R.V. & Walker, J.R., “Zapped into Action. Advertising industry Response to RCD Diffusion”, en *Television and the Remote Control: Grazing on a Vast Wasteland* (New York/London: The Guilford Press, 1996), 49-69;

²⁹ *Advertising Age* (30 de julio, 1984).

³⁰ Gleick, J., “Prest-O! Change-O!”, en *Living in the Information Age* (2005), 147; “Advertisers Are Getting Worried”, en *Rolling Stone* (20 de febrero, 1985); Ferguson D.A., “Channel Repertoire in the Presence of Remote Control Devices, VCRs, and Cable Television”, en *Journal of Broadcasting & Electronic Media* (invierno de 1992).

³¹ Eastman, S. T. & Neal-Lunsford, J., “The RCD’s Impact on Television Programming and Promotion”, en *The Remote Control in the New Age of Television*, ed. R.V. Bellamy & J.R. Walker (Westport: Praeger, 1993): 189-209.

remoto: Beavis y Buttthead. En su búsqueda obsesiva por videos que no apastaran satirizaban el acto mismo de cambiar de canal. Los críticos la denunciaron como una “*Sesame Street* (Plaza Sésamo) para psicópatas” pero el programa tuvo éxito en hacer que MTV fuera menos vulnerable al *zapping* al mantener a los espectadores pegados a la “caja idiota” como se le empezaba a llamar.³² La arena política, siempre hábil para influir en nuestra percepción de la realidad, siguió la pauta. Un ejemplo claro de esto fue la invasión norteamericana a Panamá en diciembre de 1989, que fue cuidadosamente planeada para transmitirse durante el Gran tazón, un evento de “bajo nivel de *zapping*”, asegurando de que la guerra fuera consumida sin demasiado escándalo del público.

De manera incoherente, la realidad misma se estaba convirtiendo en una zona de *zapping*. Los cambios de canal de los espectadores también forzaron a la industria de la televisión para que rediseñara los noticieros para hacerlos un a serie acelerada de pedazos de información al estilo de MTV. La transmisión de las noticias se estructuraron de manera parecida a los canales de venta por televisión, con un video programado detrás de otro en un flujo repetitivo constante. CNN adoptó estrategias similares al repetir cortes pequeños de *infotainment* —la combinación de información y entretenimiento— durante las veinticuatro horas del día, los siete días de la semana. Así los espectadores no se perderían de nada en su viaje por los diferentes canales. Este estilo permitía que la gente fuera por una cerveza al refrigerador en cualquier momento, para obtener una dosis doble de gratificación instantánea.³³ Y no solo eso. La televisión transformó el espacio público de adentro hacia afuera: los ejecutivos de las cadenas empezaron a sustituir los dramas por los llamados *Reality Shows*, la realidad como entretenimiento, y finalmente el espectador como protagonista, con todo y cerveza. La realidad misma fue víctima del *zapping*...

Una fuerza alienígena entre nosotros

Mientras que las redes mediáticas secuestraron la realidad a cambio del entretenimiento, el juego de la política global fabricaba un factor de miedo a cambio de la realidad. El 21 de septiembre de 1987, en un discurso ante la Asamblea General

³² Gleick, J., “Prest-O! Change-O!”, en *Living in the Information Age: A New Media Reader*, E.P. Bucy (Florence: Wadsworth Publishing, 2004), 147. Ver también, Young, C.M., “Meet Beavis! The Last Word From America’s Phenomenal Pop Combo” en *Rolling Stone* (24 de marzo, 1994). La serie fue creada por Mike Judge para el canal MTV y fue transmitida de 1993 a 1997.

³³ Eastman, S. T. & Neal-Lunsford, J., “The RCD’s Impact on Television Programming and Promotion”, en *The Remote Control in the New Age of Television*, ed. R.V. Bellamy & J.R. Walker (Westport: Praeger, 1993): 189-209.

de las Naciones Unidas, el actor de Hollywood transformado en presidente, Ronald Reagan, sugirió la posibilidad de una amenaza extraterrestre para el planeta Tierra: “Tal vez necesitamos alguna amenaza universal externa. Nuestras diferencias globales se esfumarían si estuviéramos enfrentando una amenaza alienígena fuera de este mundo. Y aún así, les pregunto: ¿no tenemos ya, ahora, una fuerza alienígena entre nosotros?” El había usado la misma analogía en 1985 como un razonamiento para que los gobiernos hicieran a un lado sus diferencias en la cumbre de Ginebra con Mikhail Gorbachev, el presidente soviético. Sin embargo la aspiración de Gorbachev era salir de la partida de póker nuclear, que ya tenía 1.5 millones de fichas tamaño Hiroshima en la mesa de juego. Cuando sugirió una movilización sin precedente para liquidar todos los arsenales nucleares en el mundo Reagan contrapuso secamente con su Iniciativa de Estrategia de Defensa (SDI). La iniciativa *Star Wars*, como fue bautizada en los medios, se publicitó como un “escudo de defensa planetario” en contra de los misiles balísticos soviéticos. Pero muchos de los investigadores del fenómeno OVNI defendían otras hipótesis. De hecho *Star Wars* era solo una operación de encubrimiento para la verdadera misión: destruir naves estelares en el cielo para hacer ingeniería en reversa de su tecnología desconocida.³⁴

Los aplastantes gastos militares habían logrado postrar a la súper potencia soviética, desmoronado su poder y dejándola al borde de la bancarrota. De un modo similar, la militarización de la economía norteamericana, que casi se duplicó durante la administración de Reagan, había dejado a los Estados Unidos con “ciudades en ruinas, puentes rotos, escuelas fallidas, pobreza arraigada, expectativa de vida declinante y un estado de seguridad nacional amenazante y hermético que tenía como rehén al mundo entero”.³⁵ Un rasgo sintomático de este contexto fue el proceso decreciente del programa espacial norteamericano: la flota de transbordadores espaciales de la NASA permaneció inutilizada en las postrimerías del desastre del Challenger, de 1986. Repentinamente, en vez de explorar el espacio exterior, el espacio exterior estaba colonizándonos a nosotros.³⁶ El E.T. de Spielberg (*ET: The Extraterrestrial*, 1982) ya se había acurrucado cómodamente en los suburbios norteamericanos, revisando el refrigerador, emborrachándose mientras cambiaba los canales de la TV buscando películas de OVNI. Mientras tanto las olas de secuestros alienígenas invadieron las recámaras norteamericanas. Los medios ahora retrataban

³⁴ Corso, P.J., *The day after Roswell* (New York: Pocket Books, 1997). Ver también, www.drboylan.com/ así como www.disclosureproject.org/

³⁵ Rhodes, R., *Arsenals of Folly. The Making of the Nuclear Arms Race* (New York: Random House, 2007), 308.

³⁶ Penley, C., *Close Encounters: Film, Feminism and Science Fiction* (Minneapolis/Oxford: University of Minnesota Press, 1991).

a los secuestrados que fueron aventados adentro de los OVNI, con la intimidad de sus cuerpos violada. Los ETs, obsesionados con el aparato reproductor humano, tenían sus manos llenas cultivando óvulos y espermatozoides para crear una raza híbrida en el espacio.³⁷ En mayo de 1987, un par de meses antes del infame discurso de Reagan ante las Naciones Unidas, el recuento alienígena titulado *Communion* (Comunión) escrito por una víctima de abducción, el escritor Whitley Strieber alcanzó el número uno en la lista de libros más vendidos del New York Times.³⁸ La portada del libro con la imagen de un alienígena gris con ojos de insecto repentinamente se catapultó al *mainstream*. “Las víctimas de secuestro alienígena evocan una nostalgia por un futuro que parecemos haber abandonado,” escribe Jodi Dean, “como el lado oscuro del espacio oficial, como el retorno de las dimensiones reprimidas del heroísmo de los astronautas. Ellas apuntan al cambio del espacio exterior al ciberespacio, y la crisis generalizada de la verdad, mientras empezamos a lidiar con las realidades virtuales de la era de la información.” Las narrativas de las víctimas de secuestro alienígena parecían reflejar la alienación sentida hacia una realidad crecientemente compleja e incierta, una realidad de una tecnocultura que toma el control del mundo. “Elas son los testigos de la falta de control, la inseguridad y la violación, de la falta de respuesta de aquellos que supuestamente protegen y se preocupan.”³⁹

El psiquiatra de Harvard John E. Mack, que junto con el físico David E. Pritchard dirigió la Conferencia del estudio de la abducción en 1992 en MIT⁴⁰, observó que la epistemología restrictiva de un paradigma científico prevaeciente quizás no era adecuado ni completo para dar cuenta de lo que estaba sucediendo. En el centro del fenómeno de la abducción, los que la habían experimentado estaban tratando de sobrellevar un “shock ontológico”⁴¹ que cambiaba fundamentalmente la “realidad del consenso” de una concepción científica occidental del mundo. A un tiempo traumáticas y transformativas, las víctimas elaboraban una narrativa de ecología radical conectada al destino de la Tierra, que había sido destruida por el racionalismo material y la avaricia. En una entrevista después de la conferencia Mack clamaba por una “política de la ontología”⁴² para lograr un viraje en la concepción del

³⁷ Hopkins, B., *Intruders: The Incredible Visitations at Copley Woods* (New York: Ballantine Books, 1987).

³⁸ Strieber, W., *Comunion, A True Story* (New York: William Morrow, 1987).

³⁹ Dean, J., *Aliens in America: Conspiracy Cultures from Outerspace to Cyberspace*. (Ithaca/London: Cornell University Press, 1998), 100-3, 122-3.

⁴⁰ See Pritchard, A, et al., *Alien discussions: Proceedings of the Abduction Study Conference* (Cambridge: Cambridge University Press, 1994).

⁴¹ Mack, J.E., *Abduction: Human Encounters with Aliens* (New York: Charles Scribner's Sons, 1994), 12,52

⁴² “Post-conference Interview with John E. Mack, M.D.” en *Close Encounters of the Fourth Kind: Alien Abduction, UFOs and the Conference at MIT*, C.D.B. Bryan (New York: Knopf, 1995), 254-78.

mundo que pueda expandir nuestra comprensión de la realidad—o más bien de las realidades, en plural. Una exploración de las posibilidades de las posibilidades de la conciencia humana debería reconectar con “cuestiones profundas acerca de cómo experimentamos el mundo a nuestro alrededor y cómo, en nuestra sociedad decidimos qué es real”.⁴³ Las narrativas de redención ecológica que contaron estas víctimas parecen estar a años luz de la intención de Ronald Reagan con Star Wars. La realidad en sí estaba ahora en pugna y con ella un planeta en peligro.

Los años noventa: Políticas de la *patata en el sillón*

Geller and Williams concluyeron que para los noventa había más hogares estadounidenses con televisión que los que había con refrigerador.⁴⁴ Por lo tanto debió haber algunas personas que no pudieron ir por una cerveza al refrigerador durante los comerciales. Pero no había ya ninguna necesidad urgente de “zapping físico”, es decir manual, ya que para entonces el control remoto se incluía normalmente con todo aparato de televisión. Los controles remotos se volvieron tan omnipresentes que los hogares confundían su control de video por el del aparato del sonido y viceversa. La utilidad se volvió inmanejable, la falta de algunas guías de interfase aceptadas por todos garantizaba que los botones se seguirían reproduciendo. La anarquía del control remoto era omnipresente.⁴⁵ La publicación *TV-Guide* notó que el control remoto había entrado a la política de la *couch potato*⁴⁶ como “el invento usado más ávidamente y el más disputado en la cabaña electrónica.”⁴⁷ Howard Markman, cabeza del Centro para los estudios Maritales de la Universidad de Denver, identificó el *channel surfing* (deslizarse por los canales) como uno de los dos asuntos maritales de los noventa, siendo el otro la falta de tiempo en común”.⁴⁸

⁴³ Mack J. E., *Passport to the Cosmos: Human Transformation and Alien Encounters* (New York: Crown Publishers, 1999), 46-50.

⁴⁴ Geller, M. & Williams, R. (eds.), *From Receiver to Remote Control: The TV Set* (New York: The New Museum of Contemporary Art, 1990), 7.

⁴⁵ “Jakob Nielsen Alertbox, June 7, 2004: Remote Control Anarchy” consultado el 3 de enero de 2011: www.useit.com/alertbox/20040607.html

⁴⁶ En español, literalmente, “patata en el sillón”. Así se le llaman los estadounidenses a la gente que haraganea excesivamente frente a la TV, (N. del T.)

⁴⁷ Arrington, C., “The zapper: All about the remote control”, en *TV-Guide* (15 de agosto, 1992), 8-13.

⁴⁸ Valeriano, L.L., “Channel Surfers Beware: There’s a Channel-Surfer Zapper Afoot” en *The Wall Street Journal* (24 de noviembre, 1993): 8; “How Americans Watch TV: A Nation of Gazers”, en *Channels Magazine* (New York: C.C. Publishing, 1989).

En el transcurso de los noventa la aldea global se vendió barata a una sociedad de medios corporativa. Algunos jugadores mundiales como Rupert Murdoch, dueño de *News Corporation* y *20th Century Fox*, se tragaban miles de casas de publicación y estaciones de radio. Con su nueva capacidad de vender audiencias globales a sus anunciantes estos empresarios, acentuaron el espectáculo político para perpetuar su avaricia económica, alteraron la percepción histórica del público y manipularon la realidad. La guerra se transformó en un montaje, un *reality show* amañado, cuando en enero de 1991 el bombardeo de Bagdad llegó a CNN en vivo. Los efectos especiales no eran ya el monopolio de Hollywood. Lo real se transformó en una parodia de mal gusto de un video juego, mientras los misiles inteligentes zumbaban hacia sus blancos. Los anuncios de “únete a la marina” se cancelaron, ya que las noticias mismas eran un comercial de 24 horas de duración para las fuerzas armadas. La “guerra quirúrgica” casi parecía haber sido pre-empaquetada por los noticieros como una mercancía que se promocionaba con la tecnología de los misiles inteligentes. El espectáculo reemplazó la distancia crítica y oscureció la realidad de la guerra que se gestaba en el Golfo. De repente la industria de las noticias se había transformado en un centro comercial surrealista al servicio de un mundo corporativo que beneficiaba a una industria bélica global: aparte del punto privilegiado para entender la realidad que afirmaba tener la televisión, lo que los medios estaban vendiendo era la historia misma. Pronto la realidad sería confundida con un anuncio comercial.

Para 1993, CNN en vivo era una opción para el *zapping* en 200 países, su programa más visto, el show de Larry King en vivo se transmitía alrededor del mundo, invitando a presidentes y víctimas de secuestro alienígena por igual. Un episodio tuvo como invitado al investigador en abducción extraterrestre, David Jacobs, junto con Whitley Strieber, autor de *Communion*, para discutir el fenómeno. “¿Por qué no vienen aquí ahora mismo? ¡Dios mío, qué jaleo sería eso!” espetó Larry King.⁴⁹ Mientras que sus *ratings* se desplomaban después de la guerra del Golfo el presidente George Bush Sr. se preparaba para su campaña contra Bill Clinton y por ello decidió aparecer en Larry King. Para entonces la confianza del público en los poderes al mando había decrecido drásticamente. Al parecer ahora era más gente creía en la existencia de extraterrestres que la que tenía fe en el presidente: una encuesta Gallup temprana, de 1990, realizada por el *Center for UFO Studies Journal* encontró que los creyentes en alienígenas eran más que los votantes que

⁴⁹ Ver: <http://larrykinglive.blogs.cnn.com>



dieron al poder a Reagan, Bush Sr. y Clinton.⁵⁰ Repentinamente la política parecía haber sido tomada por los alienígenas, como sugería la historia principal del tabloide *Weekly World News* del 7 de junio, 1994: “¡Los senadores de los Estados Unidos son alienígenas!”⁵¹ Un mes después la película *Día de la independencia* mostró como la Casa Blanca explotaba en pedazos.⁵²

Un nuevo factor de miedo

Cuando se programaron otra vez los viejos capítulos del programa clásico de ciencia ficción, *La dimensión desconocida*, tuvieron que competir por el *rating* con el súper éxito del momento, los *X-Files*,⁵³ el show que catapultó el tema de las teorías de conspiración al *mainstream*. Desafiando la autoridad de la verdad y la realidad oficial, que mantenía la tapa sobre fraudes corporativos y mentiras del gobierno, la cultura de la conspiración simplemente reflejaba las fallas de un sistema que no ofrecía alternativas a un mundo que se estaba malbaratando por avaricia. Las comunidades de creyentes en los OVNIs ahora estaban convencidas de que los poderes del mundo estaban encubriendo toda evidencia de los visitantes extraterrestres.⁵⁴ Y aún peor, como los gobiernos estaban coludidos con el poder extraterrestre, no podía confiarse a ellos la tarea de evitar que los ciudadanos fueran extraídos directamente de sus camas. Una encuesta de Roper Poll afirmaba que al menos uno de cincuenta norteamericanos, ya sea conscientemente o no, había sido secuestrado por extraterrestres.⁵⁵

⁵⁰ Cousineau, P., *UFOs: A Manual for the Millenium* (New York: Harper-Collins West, 1995). En *Aliens in America: Conspiracy Cultures from Outerspace to Cyberspace*, Jodi Dean hace una referencia a una discusión de 1994 acerca de la desilusión norteamericana: “La gente habla como si nuestro sistema político hubiera sido tomado por seres alienígenas.” Ver “Antipolitics’ 94”, en *The New York Times Magazine* (16 de octubre de 1994), 37.

⁵¹ Dean, J., *Aliens in America: Conspiracy Cultures from Outerspace to Cyberspace* (Ithaca/London: Cornell University Press, 1998), 156-7.

⁵² El episodio de *Los Simpsons*, *Radio Bart* escenifica una transmisión a los locales de Springfield donde Bart se hace pasar por un líder de una invasión marciana que se ha comido al presidente de la nación. En esta sátira obvia a la historia de la versión de Orson Welles de *La guerra de los mundos*, el padre de Bart entra en un ataque de pánico (Matt Groening and James L. Brooks.)

⁵³ *The X-Files*, (*Los expedientes secretos X*): una serie de ciencia ficción que se transmitía en la cadena FOX del 10 de septiembre de 1993 al 19 de mayo de 2002.

⁵⁴ “Is the Government Hiding Facts On UFOs & Extraterrestrial Life?: New Roper Poll Reveals that More than Two-Thirds of Americans Think So”, en la revista *Business Wire*, accedido el 8 de agosto de 2010: http://findarticles.com/p/articles/mimoEIN/is_2002_OCT_15/ai_92843602/

⁵⁵ Hopkins, B., “The Roper Poll on Unusual Personal Experiences”, en Pritchard et al., *Alien Discussions: Proceedings of the Abduction Study Conference Held at MIT Cambridge, Ma.*, A. Pritchard et al. (Cambridge: North Cambridge Press, 1995), 215-16.

Mientras la Guerra Fría abría paso a la Guerra del Golfo y al Nuevo Orden mundial, los Estados Unidos de América se vieron a sí mismos reconfigurando un nuevo “otro” dentro de su imaginario colectivo. Con la caída de la cortina de hierro y el subsecuente colapso de la Unión Soviética, la industria militar norteamericana se estaba quedando sin villanos⁵⁶ y tenía que buscar en otro lado para generar un nuevo factor de miedo. El incognoscible político y las inseguridades ante la tecnología del “gran hermano” y el “otro” imaginario habían devenido en la *infowar* (la guerra de la información)⁵⁷ y la imagen del extraterrestre hostil. Ya no sería la versión de James Bond contra Rusia, sino Mickey Mouse contra un ET malvado. Sin embargo, el gobierno estadounidense ya estaba especulando para vender su ideología a nivel interplanetario, como sugiere el Reporte sobre contacto extraterrestre del National Security Agency (NSA): “¿Qué pasaría si alguien de otro mundo pidiera ser llevado con el líder de nuestro planeta? Ese líder, insistía el reporte, debe ser el presidente de los Estados Unidos. Hay intereses económicos. Supongan que los Estados Unidos compraron, de manera exclusiva, digamos, combustible antimateria de los representantes del comercio extraterrestre —a cambio, para mantener limpio y ordenado el balance de pagos, podríamos darles un mejor precio. Toda la Pepsi que puedan tomar, todas las Big Macs que puedan comer. Desde el primer momento de contacto, el reporte recomendaba que solamente el gobierno de los Estados Unidos debía supervisar, monitorear y controlar toda la comunicación con otros planetas.”⁵⁸

Sin embargo, a un nivel micro-político, las víctimas de abducción alienígena salieron del clóset para habitar los *talk-shows* de la pantalla chica. Al ser rápidamente ridiculizados como una sensación de tabloide, fueron fácilmente rechazados por una sociedad que enfatizaba el miedo a lo desconocido. El “consenso ontológico” tenía que mantenerse a raya. En un estudio de 1999 John E. Mack anotaba que nuestra sociedad occidental es quizá tan “desprovista de realidad” como el personaje principal de la película *The Truman Show* (1998). Atrapado en una

⁵⁶ Se ha dicho que Colin Powell en un momento afirmó: “Me estoy quedando sin demonios...me estoy quedando sin villanos. Solo me quedan Castro y Kim Il Sung”, ver *Arsenals of Folly, The Making of the Nuclear Arms Race*, R. Rhodes (New York: Random House, 2007), 292-3.

⁵⁷ Denning, D.E., *Information, Warfare and Security* (Reading: Addison-Wesley Longman, 1999); Stocker, G. & Schüpff, C. (eds.), *Info War, Ars Electronica* (Vienna/New York: Springer 1998). Ver también, Sobchak, V., “Child/Alien/Father: Patriarchal Crisis and Generic Exchange”, en *Close Encounters, Film, Feminism and Science Fiction*, eds. C. Penley, et al. (Minneapolis/Oxford: University of Minnesota Press, 1991).

⁵⁸ Blum, H., *Out There: The Government's Secret Quest for Extraterrestrials* (New York: Simon & Schuster, 1990), 150-1.

burbuja perfecta, la vida de Truman ha seguido un guión hecho por los ejecutivos corporativos que hacen negocios a partir de limitar sus horizontes de vida. “Puede considerarse que las víctimas de abducción alienígena son pioneros ontológicos que como Truman rompen la burbuja de un mundo restrictivo en exceso.”⁵⁹ Mack citó al médico Michio Kaku, quien describió nuestro universo como una burbuja creada dentro de un “multiuniverso” de burbujas. Quizá algún día podamos dejar atrás la burbuja de este universo para entrar otros universos, donde las leyes de la física pueden ser muy diferentes, como Alicia pasando a través del espejo o Truman reventando su burbuja.⁶⁰

Audazmente llegando a donde todos habían llegado antes

La guía para la vida de Bart Simpson ya nos lo había advertido: “Tal vez el cielo es realmente verde y nosotros somos daltónicos.” El paradigma familiar de *Los Simpsons* reinó desde mediados de los noventa hacia adelante. Las rutinas metatextuales que se ven en la serie de TV se dispararon a lo largo de todo el paisaje mediático. En un episodio, *The Springfield Files*,⁶¹ la caricatura tenía como invitados especiales a los agentes de los *X-Files*, los agentes Scully y Mulder. El equipo se reúne en Springfield para investigar el encuentro extraterrestre de Homero Simpson y lo encuentra haciendo ejercicio en una caminadora en ropa interior. Otro guión mostraba a Homero, una patata de sofá, un adicto al control remoto, cerveza en mano, llamando a la NASA para quejarse de lo aburrida que es la programación sobre el espacio en la televisión. La NASA, frustrada por su caída en los *ratings* lo invita a ser parte de la próxima misión, que se convierte en un hit de los *ratings* Nielsen.⁶² Pero durante su viaje *Deep Space Homer*⁶³, nuestro accidentado héroe, pierde el control de sus papas fritas y hace un aterrizaje forzoso, llegando audazmente donde todos habían llegado antes: Springfield, el único pueblo exento de la ansiedad

⁵⁹ Mack, J.E., *Passport to the Cosmos: Human Transformation and Alien Encounters* (New York: Crown Publishers, 1999), 36-7, 60. Ver también Chiten, L., *Touched* (65min/color, 2003), un documental del trabajo de John Mack.

⁶⁰ Kaku, M., *Parallel Worlds: A Journey Through Creation, Higher Dimensions, and the Future of the Cosmos* (New York: Anchor Books, 2006).

⁶¹ Groening, M. & Brooks, J.L., *The Springfield Files*, episodio 8 de la octava temporada de *The Simpsons* (transmitida originalmente en la cadena FOX, 12 de enero de 1997).

⁶² Las evaluaciones o *ratings* Nielsen son herramientas de medición de audiencias desarrolladas por Nielsen Media Research en los Estados Unidos de América.

⁶³ Groening, M. & Brooks, J.L., *Deep Space Homer*, episodio 15 de la quinta temporada de *The Simpsons* (transmitida originalmente en la cadena FOX, 24 de febrero de 1994).

distópica.⁶⁴ El episodio le gustó mucho a la verdadera NASA y mandó una copia en DVD a la Estación espacial internacional, donde los astronautas ahora disfrutaban de las calamidades de Homero.⁶⁵

Homero Simpson no era la única calamidad que cambiaba de canal a alta velocidad. En 1997 la lucha por el control remoto empezó a volverse catastrófica. En la parte rural de Illinois una estudiante destacada de trece años apuñaló con un cuchillo de carnicero al padre de su padrastro cuando éste cambió de canal para ver el partido entre las Águilas de Philadelphia y los Vaqueros de Dallas. Ella quería ver el noticiero. Un niño de siete años que veía *RoboCop* (1987) mató a tiros a la muchacha de la limpieza cuando cambió el canal para ver *Young Love, Sweet Love*. En noviembre un oficial de policía en reserva de Detroit mató a tiros a un paciente deficiente mental de veintiún años al creer que éste le apuntaba con un arma. Era el control remoto de la videograbadora.⁶⁶ Pero 1997 también fue un año ocupado para los expertos en extraterrestres: Roswell, Nuevo México, celebró el 50 Aniversario de la Ufología, para marcar el infame accidente de un platillo volador en julio de 1947 cerca de ahí. Ya el 13 de marzo, antes en ese año, las llamadas *Phoenix Lights* (las luces de Phoenix) fueron avistadas extensivamente sobre Arizona y Nevada por miles de personas. El ex-gobernador de Arizona, Fife Symington III, después de negarlo públicamente, finalmente confirmó que él también había visto una “nave de origen desconocido”.⁶⁷ Mientras tanto, el éxito rotundo de *Men in Black* (Los hombres de negro), estrenada en julio, mostró una ciudad de Nueva York habitada por hordas de residentes alienígenas. Y en el mismo mes, cuando el personaje de Jodie Foster descifra una señal del espacio exterior en la película *Contact*,⁶⁸ el locutor de CNN Larry King hace una aparición como nada más y nada menos que el locutor de CNN Larry King.

Mientras terminaba el siglo XX la gente del ejército y las comunidades de inteligencia y los científicos salieron al frente para exponer el secreto de los OVNIs. En 1999 un comité de expertos franceses, incluyendo al General Bernard Norlain, un

⁶⁴ En realidad Springfield puede encontrarse en treinta y cuatro estados de la Unión Americana, de tal manera que sugiere una reflexión de una sociedad común como la conocemos. Ver Brown, A.S. & Logan, C. (eds.), *The Psychology of The Simpsons: D'oh!* (Dallas, BenBella Books, 2006).

⁶⁵ D. Mirkin, en *The Simpsons*, temporada 5: comentario en DVD al episodio *Deep Space Homer*, 20th Century Fox, 2004. See also, Turner, C., *Planet Simpson: How a Cartoon Masterpiece Documented an Era and Defined a Generation* (New York: Random House, 2004).

⁶⁶ *The Village Voice*, 1997, www.villagevoice.com

⁶⁷ Kitei, L., *The Phoenix Lights...We Are Not Alone* (84min, color, 2008), basada en el libro del mismo nombre.

⁶⁸ Zemekis, R., *Contact* (150min/color, 1997), adaptada de la novela de Carl Sagan del mismo nombre.

comandante retirado de la Fuerza Aérea Táctica de Francia y consejero militar del Primer Ministro Mitterand, y Andre Lebeau, antes director del National Center for Space Studies (el equivalente francés de la NASA) publicaron el Reporte COMETA. En él, ellos criticaban a los Estados Unidos por su política de desinformación y por la regulación militar que prohibía la difusión pública de los avistamientos de OVNIs. En mayo de 2001, el *Disclosure Project*, con el fin de persuadir al congreso norteamericano para que revelara el encubrimiento de los hallazgos extraterrestres, convocó a una conferencia de testigos en el National Press Club de Washington DC,.

2001: Lo desconocido desconocido⁶⁹

Entonces ET regresó con una nueva cara. En esa terrible noche del 11 de septiembre de 2001, la imaginación de Hollywood regresó a embrujar el inconsciente político de los Estados Unidos: los síntomas (platillos voladores saliendo de ningún lugar) se encontraban con la realidad (el oscuro revés de las políticas globales reprimidas se vengaba del centro simbólico de su poder económico).⁷⁰ Pero esta vez no hubo una redención al estilo hollywoodense. Cambiar de canal se volvió inútil ya que todos los canales estaban mandando una y otra vez exactamente las mismas imágenes de los “infiernos en la torre” que se desplomaban. Los media ya no tenían que seguir a la realidad, más bien la realidad tenía que seguir a los media.

Justo después de los ataques, el alienígena se transformó en el “terrorista árabe”, mientras que la política tejó una red de mentiras para vender la guerra en nombre de la democracia. Hollywood, por otra parte, se sintió implicado en los actos del 9/11. “A los pocos días los estudios estaban cambiando de títulos, recortando y cancelando películas.”⁷¹ Un hecho simbólico de este cambio drástico: convocados por el Ejército de los Estados Unidos en octubre del 2002, los expertos en

⁶⁹ Alusión al Ex-Secretario de Defensa de los Estados Unidos, Donald Rumsfeld quien en un reporte del 12 de febrero de 2002 en los cuarteles de la OTAN en Bruselas: “...hay lo conocido conocido; hay cosas que sabemos que sabemos. También hay cosas que son conocidas desconocidas, es decir que hay algunas cosas que sabemos que no conocemos. Pero también existe lo desconocido desconocido, aquello que no sabemos que desconocemos.” Ver: www.defenselink.mil/transcripts/transcript.aspx?transcriptid=2636 (acceso el 5 de enero de 2011).

⁷⁰ Esto es paradójico dado que el número de víctimas del 9/11—trágicas como son—totalmente oscurece el número mucho mayor de muertes en Irak desde la invasión, no digamos ya del número total de víctimas de la injerencia directa e indirecta de los Estados Unidos en la caída de 50 regímenes, así como el ataque de 30 países desde la Segunda Guerra Mundial. Ver Kealy, S., “*Maneuvering in the Shadows of Absolute War*”, en *Signals of the Dark: Art in the Shadow of War* (Toronto: Justina M. Barnicke Gallery & Blackwood Gallery, 2008), 61.

⁷¹ Hoberman, J., “The New Disaster Movie”, en *The Village Voice* (17-23 May, 2006), 62-4

inteligencia del gobierno se reunieron con los más importantes cineastas y escritores de Hollywood en el Institute for Creative Technologies de la Universidad del Sur de California. Su misión: imaginar posibles escenarios terroristas. Finalmente, la historia de “La guerra de los mundos” cerraba todo el ciclo. La nueva película de desastre estaba re-imaginando los eventos del 9/11. “La guerra de los mundos” (2005) de Steven Spielberg, deliberadamente evocaba el trauma colectivo.

You Tube Me and I Tube You

Poco más de un año después de que el primer video se haya subido al sitio YouTube en abril de 2005, el número de videos subidos a la red estaba creciendo a un ritmo de 65,000 videos por día.⁷² Facebook, cuyos aproximadamente 500 millones de miembros equivalían a 7.6 por ciento de la raza humana, se convirtió en el emblema en línea de la sociedad virtual en la aurora del siglo XXI. Más de tres billones de teléfonos móviles—uno por cada dos personas en el planeta—presajaba la convergencia de los media en un solo aparato portátil.⁷³ Con este nuevo control remoto ya estábamos perpetuamente en línea, conectados y cumpliendo tareas múltiples, viviendo en un mundo que padece del Desorden de Déficit de Atención y no duerme. El individuo, firmemente ubicado en el centro de la red, podía ahora “tocar”, “pellizcar” y “deslizar” los *touchpads*, navegando y brincando a través de su hora estelar personalizada con la vida de otras personas. Si el lanzamiento de MTV en 1981 cantaba *Video Killed the Radio Star*,⁷⁴ entonces los You Tubes y Facebooks estaban transformando quién o qué era la “estrella de video”. Plenamente instalados dentro de la lógica del consumismo, estos sitios en red promovían la idea del contenido generado por el usuario, para después tragárselo para sí mismos bajo una ley de derecho de autor obsoleta. Atrapada dentro de unas bases de datos privadas, la realidad ahora se definía por medio de máquinas de búsqueda y *tags*, conectividad y tiempos de descarga.

Navegar la red redefinió y magnificó nuestra adicción al cambio de canales. La ubicuidad de la tecnología del botón permitía un *click* continuo y un *pop-up* incesante. En un estado de distracción perpetua, esta ilusión de abundancia por la tecno-magia escondía la fea cara de la *info-dystopia*. Las imágenes de Abu Graib,

⁷² Lovink, G. & Niederer, S. (eds.), *Video Vortex Reader, Responses to You Tube* (Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2008), 34

⁷³ Jenkins, H., *Convergence Culture* (New York: Routledge, 2006).

⁷⁴ MTV fue lanzado el 1 de agosto de 1981 con el video clip “Video Killed The Radio Star” de la agrupación The Buggles.

9/11, la fiebre porcina, el derrame de BP en el Golfo y la crisis económica componen nuestro nuevo sublime contemporáneo. El debate político se había reducido hasta ser una simple administración del miedo. No más consumidores felices e inocentes de una era de la televisión desaparecida, ahora éramos consumidores ávidos de miedo⁷⁵ y los protagonistas de una creciente ubicuidad de los sistemas de supervisión.

Lo virtual fue sobrepasado al remplazar nuestra “realidad del consenso” con una realidad de la plusvalía. El mundo y la vida en él ya estaba siendo modificada genéticamente y retocada por medio del Photoshop. Las corporaciones abducían nuestra esencia misma. El DNA, los bloques de construcción de la vida, se estaban convirtiendo en su propiedad, patentadas y privatizadas con fines de lucro. En su variante transgénica la comida se hizo alienígena.⁷⁶ De lo que digeríamos a lo que ingeríamos, *Big Pharma*, (como se le llama ahora a la industria farmacéutica) invadió la intimidad de nuestros cuerpos con el interés de propagar la epidemia de fiebre porcina; los sistemas inmunes ofrecían la promesa de un mercado multimillonario. De los virus biológicos a los digitales, los anunciantes investigaban la posibilidad de “digimerciales”, por medio de los cuales los virus diseminarian logos en el entorno electrónico.⁷⁷ ¿Hasta dónde nos va a llevar esto? Veamos un ejemplo: a sus 24 años Matthew Nagle, un cuadripléjico paralizado permanentemente del cuello hacia abajo, se sometió a la inserción de un chip de silicón de 4mm. de ancho en la zona de su cerebro que coordinaba la actividad motora. Usando solo el poder de su mente, Nagle aprendió en un día una serie de habilidades computacionales totalmente nuevas, tales como cambiar los canales de su TV, ajustar el volumen, mover un cursor de una computadora, jugar un video juego e incluso leer su correo electrónico.⁷⁸ Añada unas nuevas conexiones corticales con un DNA recombinante a un nivel nanométrico y en lugar de confundir la realidad con un corte comercial la vida será literalmente un anuncio, la mercancía por excelencia. En su novela *Nymphomation*, Jeff Noon habla de unas moscas genéticamente modificadas para transmitir eslóganes comerciales en su vuelo.⁷⁹ Cuando esto suceda, cambiar de canal será inútil.

⁷⁵ Klein, N., *The Shock Doctrine* (New York: Knopf, 2007).

⁷⁶ Smith, J.M., *Seeds of Deception: Exposing Industry and Government Lies About the Safety of the Genetically Engineered Foods You're Eating* (Darington: Green Books, 2003).

⁷⁷ Schrage, M., et al., “Is Advertising Really Dead? Part II: Advertisers, digimerciales, and memgraphics: The future of advertising is the future of media,” en *Wired* (febrero de 1994), 71-4.

⁷⁸ El chip, llamado el “BrainGate”, fue inventado por John Donoghue, un neuro-científico de la Universidad de Brown. Ver Kaiku, M., *Physics of the Impossible* (New York: Doubleday, 2008), 95-6.

⁷⁹ Noon, J., *Nymphomation* (London: Corgi Books, 1997).

¿Encuentro cercano?

La condición contemporánea de lo que significa ser humano trae a colación la relevancia de la política y la realidad. Una realidad que se ha colapsado bajo el peso de una sobrecarga de información y de engaño en masa. La paranoia de repente parece el único estado razonable de ser, donde es más fácil pensar en el fin del mundo que imaginar alternativas políticas viables. J. Allen Hynek—la persona que acuñó la frase “encuentros cercanos”—ha señalado que desde la perspectiva del siglo XIII, nuestra sabiduría del universo puede aparecer muy diferente: “Sufrimos, quizá, de un provincialismo temporal, una forma de arrogancia que siempre ha irritado a la posteridad.”⁸⁰ La pregunta entonces no debería ser “¿Hay vida inteligente allá afuera?” sino “¿Hay vida inteligente en la Tierra?” Después de todo, ¿no será que nosotros mismos somos los alienígenas?

Enero 2011

Este ensayo está basado en un texto publicado originalmente como Grimonprez, J., “Remote Control. On Zapping, Close Encounters and the Commercial Break”, en la publicación digital *Are You Ready for TV?*, disponible en www.macba.cat/uploads/TWM/TV_grimonprez_cat.pdf

⁸⁰ Hynek, J.A., *The UFO Experience: A Scientific Inquiry* (Chicago: Henry Regenery, 1972).

