



Reconocimiento de las producciones literarias de tradición oral antes del Descubrimiento

Nombre

Clase

¡Qué boca grande que tienes abuelita!

1. Fue la televisión la que logró llevar la cultura capitalista a ser constituida como sociedad del espectáculo global -donde la vida debe imperiosamente convertirse en un espectáculo[2]- trajo nuevas costumbres en la forma de ver cine. Lo que en principio fue una amenaza: que la gente por ver TV en casa dejara de ir al cine, se convirtió en la llave de un sinfín de negocios en las salas cinematográficas. Veamos la genealogía de cómo la forma en que se veía televisión en la casa cambió la vida dentro de los cines.

2. Para ver este proceso debemos mirar cómo se fue transformando la cultura en Estados Unidos -cuya hegemonía la hace usina de la sociedad del espectáculo- en particular cómo se desarrolló la televisión y cómo esta cultura de la TV se fue expandiendo por todo el orbe. Seguimos aquí las ideas de Raj Patel[3]. En los años 50 por cada nueve familias una solamente tenía televisor en sus casas, en los 60 nueve de cada diez familias tienen televisor. Esta revolución de la imagen: llevar el espectáculo al living de cada casa, transformó los ejes de la vida familiar. El evento televisivo logró transformarse en el centro de atención familiar. Se verá televisión masivamente a la hora de cenar.

3. Las familias rápidamente tomaron la costumbre de comer mientras se miraba una serie. Todos juntos miraban la pantalla mientras comían. Se pasó a un encuentro familiar dominado por la TV, pese a las recomendaciones de los especialistas que instaban a separar la cena de los programas de TV. La programación fue imponiendo condiciones a esos televidentes, así de comunicarse y mirarse entre sí, mutaron a ser espectadores de lo que emitía la TV.

4. Esto fue ágilmente comprendido por la industria de la comida -venía de producir enormes cantidades de comida enlatada para las tropas que peleaban contra el nazismo- y que necesitaba imperiosamente, dado el volumen de negocios que implicó para la industria de la alimentación la guerra, abrir nuevos mercados. Para ello inventan la comida congelada y se lanzan a promoverla, eligen como eje de sus campañas a las amas de casas. Las bombardean publicitariamente con que cocinar ya no es lo importante, que se consume mucho tiempo. Les insisten en el tiempo que van a ganar al sólo tener que calentar la comida.

5. Como el espectáculo estaba dentro de la casa era necesario prestar toda la atención al mismo, al dejar de preparar la cena se las convoca a tener la libertad de ver más TV. Aparece por ese entonces una marca de comidas congeladas que hará época: TV Dinner. Para navidad aparece TV Brand Frozen Dinners (cenas congeladas para ver televisión) que fue un gran éxito. Se suelda así un nuevo modo de vivir el encuentro familiar: en la cena lo importante es ver TV y la comida debe subordinarse al espectáculo televisivo.

6. Dentro de las revistas femeninas de la época se insiste en que los niños revoltosos, con el incentivo de mirar televisión, pueden comer lo que indique su madre sin oponerse; era tan poderoso el espectáculo en casa que hasta podía disciplinar a los niños. La TV fue la ritalina de la época.
7. En un largo y sistemático proceso que incluyó muchos cambios tecnológicos (freezer y heladeras voluminosas en el hogar, por ejemplo) ver televisión implicó dejar la comida elaborada como ritual familiar. Se privilegió la imagen que el televisor emitía.
8. De esta forma cambió el orden y la comunicación en la mesa al incorporarse a la TV como integrante de la misma. También se comenzó a comer comida industrial, preelaborada fuera del hogar, a la que solo había que calentar. Acá podemos ubicar el inicio del proceso que después aprovechó y expandió McDonalds con su cajita feliz.
9. Roto ese ritual de la cena preparada en la casa y el hablar entre los integrantes de la familia se empezó a comer rápido y sin prestar atención a qué se digería. También marcó la agenda sobre qué hablar: lo que mostraba la TV. Ya nada sería lo mismo, lo importante fue ver TV. El aparato se hizo dueño de la vida familiar y aniquiló el evento cena con conversaciones familiares, era la TV la que hablaba. Los comensales se fueron transformando en espectadores y la TV en el tercer padre [4] (Proceso que ha ido avanzando: hoy cada integrante de la familia come solo delivery en su habitación mirando televisión y conectado a Internet). Aunque parezca increíble esto permitió otros negocios en las salas de cine.

Referencias

Hazaki, C. (Noviembre de 2012). Cine, fast food y celulares. Recuperado el 06 de Abril de 2015, de www.topia.com.ar: <http://www.topia.com.ar/articulos/cine-fast-food-y-celulares>