

Los usos sociales de la televisión: hacia una televisión local

Sindo Froufe Quintas

Los usos sociales de la televisión en nuestra sociedad son múltiples y polémicos. Se exponen en este trabajo algunos de sus usos sociales más definitivos a la hora de potenciar los elementos territoriales que revitalizan el tejido social más próximo. Se aboga entonces por la puesta en funcionamiento de las televisiones locales como equipamientos que favorecen la intervención sociocultural y actúan como un espacio para la práctica de la libertad personal y grupal.

Vivimos en el mundo de la imagen. Nadie se ha preguntado con seriedad apocalíptica a qué se deben esas inquietudes sociales que todo lo bañan de pesimismo, de tibieza afectiva y de cobardía anónima. Sin embargo, en los grandes rituales de los hogares mundiales, la televisión se ha convertido en la protagonista de los encuentros silenciosos. Ella homogeneiza sus campos de incidencia y crea la publiesfera como una capa hegemónica que envuelve nuestros pensamientos y nuestras actitudes, que pregonan nuestros comportamientos y da cobijo a nuestros sentimientos. La televisión y sus usos múltiples (informativos, recreativos, formativos, sociales, etc.) son casi siempre uno de los temas polémicos actuales. Se la juzga con severidad desde los parámetros de la Educación Infantil, en cuanto al niño le quita seguridad, actividad, creatividad y otras virtudes humanas (capacidad crítica, diálogo, ocio, diversión, juego, etc.) que se aprecian en el diccionario de la familia.

Los usos sociales que damos a la televisión hacen que el papel del usuario sea preferentemente *activo*. Esta actitud se observa cuando el público intenta la búsqueda de un conocimiento más contextual de su entorno más próximo o tal vez, cuando la usa como medio/vía de acceso a una información que resulta lejana. Todo ello se hace desde una perspectiva creativa, activa y personal, en cuanto toda búsqueda informativa supone una actividad seleccionadora, según gustos y apetencias, curiosidades formativas y prácticas ociosas.

1. Los usos sociales de la televisión

La complejidad de nuestra sociedad nos obliga a introducir como referente necesario en nuestras opiniones y comportamientos los mensajes televisivos. La mediación es una de sus funciones principales. El hombre moderno se pone en contacto con su territorio (espacio físico, social y educativo) mediante la selección de programas televisivos que sean de su

interés o agrado. Analicemos algunas de sus funciones dentro de una perspectiva estructural.

1.1. Generalización de la información

La televisión es el medio por excelencia para recabar todo tipo de informaciones sobre los acontecimientos, sucesos o hechos que tienen lugar en la publiesfera de la sociedad. Todo se hace accesible, todo se democratiza, todo se nos hace más cercano. El mundo se convierte en la famosa aldea global (McLuhan, 1969), donde los gustos y las creencias se estandarizan, donde se crea una conciencia universal/intransitiva bajo los mismos marcos de referencia (lo rural y lo urbano uniformizan sus valores y pautas culturales).

El espacio vital que cada persona presiente como único y propio, se ve influenciado por factores externos que modifican no sólo sus ideas, sino también sus relaciones sociales. El hombre se percibe como un ser en continuo diálogo a escala universal, donde los sistemas sociales, políticos, económicos y educativos se encuentran inmersos en la misma problemática. El planeta se ha convertido en un recinto donde todos conviven, se divierten y hasta se forman. Las relaciones interpersonales son ya formas de intercambio, referidos a creencias, conocimientos, teorías, opiniones, debates, objetos, valores, modas, etc.

La televisión como fuente informativa es imprescindible en una sociedad tan compleja como la nuestra. A pesar de que la función de generalización informativa sea importante, es necesario salvar el protagonismo del individuo como ser único e irrepetible. Las acciones informativas deben ser desmasificadas desde un enfoque crítico personalizado. El papel de

la televisión como vehículo de información es suficientemente decisivo en la formación de criterios personales, que es imprescindible determinar qué tipo de información se vehicula y qué efectos produce en los receptores. La familia y la escuela son factores determinantes en cuanto deben armonizar los sistemas de

integración social y de renovación sociocultural que la televisión (con los demás medios) producen en las comunidades y en los individuos. Como escribe Sanvicens (1985, 84): «la televisión y los otros medios pueden considerarse como un «nuevo ambiente», un «metaambiente» que viene a interponerse entre el hombre y el mundo objetivo y real. Poseen rapidez, ubicuidad y penetración, ofreciéndose como un entorno que rodea o envuelve al hombre moderno dentro de una realidad múltiple».

Vivimos en una sociedad interconectada, ya que los territorios quedan entre sí inter-

comunicados por nuevas redes o canales, reduciéndose las distancias y borrándose las fronteras. La difusión se generaliza «pero el contacto creador/público queda mediatizado, estableciéndose una nueva relación de tipo mediático que configura un nuevo esquema en el proceso de difusión cultural» (Viché, 1991, 47).

1.2. Aprendizaje de las normas sociales

La televisión como medio de difusión cultural hace accesibles los bienes culturales a todos los sectores sociales. La combinación de imagen y palabras consigue que los aprendizajes sociales se refuercen y hasta se hagan más comunes. Sin embargo, el aprendizaje por televisión, donde la imagen predomina sobre la palabra, favorece un empobrecimiento en la comunicación escrita *versus* oral como de-

La televisión es el medio por excelencia para recabar todo tipo de informaciones sobre los acontecimientos, sucesos o hechos que tienen lugar en la publiesfera de la sociedad. Todo se hace accesible, todo se democratiza, todo se nos hace más cercano.

muestran estudios experimentales recientes.

La televisión, en cuanto transmite cultura, influye en la concepción, valoración y apropiación de los pautas sociales. Presenta un modelo de sociedad al que intentamos imitar (los niños imitan a los personajes televisivos). Nos va concienciando a todos de que los patrones (paradigmas referentes) que aparecen a través de sus formatos informativos son los que triunfan, los que son aceptados por la mayoría de la audiencia, como lo confirman las casas comerciales que no conciben sus campañas publicitarias sin apelar al medio televisivo. Los comportamientos sociales unánimes se justifican en función de la uniformización cultural, donde los colectivos menos formados críticamente son los más vulnerables a los efectos de la televisión (pasividad, actividad solitaria, etc.). Como comenta Feroso (1994, 222): «la cultura se estandariza, se empobrece y pierde muchos rasgos diferenciadores, que han sido propios de una civilización artesanal y de mayor contacto humano». El rol de la televisión consiste en la configuración de un macromedio social donde los cambios producidos continuamente y a grandes velocidades en las coordenadas espacio-temporales exigen una modificación de los comportamientos personales/familiares para adaptarse a las nuevas situaciones creadas. De ahí que las normas y valores sociales sufran la enfermedad del tiempo (todo se vuelve pasajero: opiniones, reacciones, muertes, guerras, valores, canciones, modas, etc.).

1.3. Agente de la socialización

Si se habla en el campo de la Pedagogía Social que los medios de comunicación son agentes de la socialización, ese protagonismo se lo lleva,

entre todos ellos, la televisión. Su influencia, en los primeros años, puede resultar decisiva en la formación y desarrollo de la personalidad del niño. La unidireccionalidad de los niveles informativos que transmite y de todos sus mensajes hace que el niño/receptor se comporte como un elemento pasivo a la hora de digerir sus contenidos y criticar sus informaciones. «El niño es el pequeño objeto que se manipula desde la pantalla: se le explota, se le hace actuar como vendedor, se le crean necesidades artificiales que deben pagar los padres y se le matan las ansias de vivir lo fantástico e imaginativo. La televisión disminuye las ocasiones para que el hijo establezca contacto con los demás miembros de la familia y refuerza la dependencia de sus actos anulando su capacidad de decisión personal» (Froufe, 1985, 15).

Para muchos niños, la televisión es la institución social más importante y formativa en su proceso de socialización, en cuanto la socialización es interpretada como el aprendizaje que realiza el niño en las primeras etapas de la vida para acomodarse a la sociedad en la que vive. Ese aprendizaje social inicial influye en los aprendizajes posteriores, mediante una transferencia positiva o negativa, según favorezca o dificulte su evolución e incorporación a las normas, pautas y valores compartidos por la mayoría de los integrantes de la comunidad.

La *socialización medial* se debe a la influencia que la televisión tiene en la transmisión de la cultura, ya que ésta es una forma de intervención en el proceso socializador y, al mismo tiempo, sus contenidos afectan a los elementos fundamentales de la socialización: códigos éticos, valores,

formas de vida, creencias, juicios, opiniones, etc. La televisión es la institución cultural

Los efectos socializadores de la televisión traspasan sus propias fronteras informativas. Nos acerca y sensibiliza para la comprensión de una serie de movimientos sociales que sería imposible conocer en toda su extensión y profundidad sin su mediación.

determinante en el proceso de mediación, ya que los usuarios se forman una imagen del mundo de lo social (como referente) que nos aproxima a una interpretación posible de todas las realidades humanas.

1.4. Conocimiento de los nuevos movimientos sociales

Los efectos socializadores de la televisión traspasan sus propias fronteras informativas. Nos acerca y sensibiliza para la comprensión de una serie de movimientos sociales que sería imposible conocer en toda su extensión y profundidad sin su mediación. Temas tan en boga en la sociedad actual como el feminismo, la ecología, la educación multicultural, el pacifismo, la educación ambiental, etc., tienen un espacio más reducido de lo que se merecen dentro de los programas televisivos. Las distintas culturas se conocen más y se hacen más tolerantes e integradoras, favoreciendo la convivencia entre los seres humanos de etnias y grupos diversos. Aunque su público sea numeroso, disperso y heterogéneo, ella con su radio de acción reduce la comprensión del espacio y del tiempo.

2. Hacia una televisión local como medio de intervención social

Es necesario, desde los enfoques socio-culturales, potenciar la creación y puesta en funcionamiento de los fenómenos comunicativos a nivel local, mediante unas redes de comunicación interpersonal e intergrupos. La televisión local como complemento de las estatales (públicas o privadas) se constituye como un elemento básico para una comunicación interactiva, donde la bidireccionalidad implique una interpretación recíproca y crítica del patrimonio cultural.

Estamos viviendo un momento histórico

donde las televisiones locales van naciendo cerca del ciudadano, configurando un territorio y desarrollando las identidades de los colectivos sociales. «La existencia de la televi-

sión local es fundamental, no sólo desde el punto de vista de la identidad cultural, sino desde la perspectiva del establecimiento de redes de comunicación intraterritoriales y como garante de la libertad de expresión y comunicación de la colectividad» (Viché, 1991, 90). Las funciones sociales de una televisión local son múltiples: dinamización cultural, conocimiento de los problemas y preocupaciones del ciudadano, potenciación de la identidad propia, revitalización del tejido social, económico y político, protagonismo directo de los ciudadanos, enriquecimiento informativo y

Nadie pone en duda la importancia informativa de la televisión en nuestra época. Su caudal de noticias es tan amplio y complejo, que hace que las realidades más lejanas se nos hagan próximas y que los aprendizajes sociales se infieran de sus mensajes.

análisis de la realidad local, espacio para la expresión de asociaciones y grupos minoritarios, medio para el desarrollo económico y cultural del territorio e instrumento de innovación, etc. Como escribe Mougne, «la televisión local es una identidad construida sobre dos polos: la convivencialidad y la proximidad».

La proliferación de televisiones locales favorece el campo de la intervención cultural en un territorio concreto. Actúa como complemento necesario a las televisiones nacionales o transnacionales en cuanto produce una mirada hacia dentro, que posibilita una referencia inmediata al entorno más cercano, fija la identidad territorial como un compromiso informativo útil y exprime la riqueza de lo cotidiano. Para Viché (1991, 111): «la televisión local, como equipamiento permanente y la emisión local como acción esporádica son dos intervenciones de carácter público, al servicio de la comunidad local que permiten el establecimiento de foros permanentes de debate, el

desarrollo de la identidad colectiva, una democratización de la vida pública, un flujo constante de información y una plataforma para la expresión de los colectivos y grupos sociales». Las distintas experiencias en el territorio español, promovidas por organismos públicos o colectivos sociales, han creado ya redes comunicativas mediáticas e interactivas donde los ciudadanos puedan pronunciar su palabra y exponer sus opiniones, desde un enfoque democrático de la información. La televisión local encuentra su razón existencial en cuanto es un instrumento al servicio de la democracia cultural, promoviendo una dinámica comunitaria de carácter local y favoreciendo el desarrollo de todos los aspectos (culturales, deportivos, recreativos, musicales, actividades en directo, entrevistas con personajes conocidos, etc.) que interesan a determinados sectores de la población.

Los avances tecnológicos, como la televisión por cable, están potenciando la creación, en casi todas las ciudades y poblaciones con alta demografía, de las televisiones locales con unas funciones sociales cercanas a los problemas que vive diariamente el hombre de la calle. Desde un enfoque territorial de la Animación -en cualquiera de sus ámbitos profesionales- abogamos por este tipo de televisión como la plataforma mediática más idónea para la comunicación humana, compensando la acción uniformadora de las televisiones nacionales (control social) y favoreciendo la participación de los ciudadanos en aquellos aspectos de la vida pública que sean cuestionados por la mayoría social.

3. Conclusión

Nadie pone en duda la importancia informativa de la televisión en nuestra época. Su caudal de noticias es tan amplio y complejo, que hace que las realidades más lejanas se nos hagan próximas y que los aprendizajes sociales -agresividad sobre todo- se infieran de sus mensajes. Es obligado interpretarla como un objeto que debe ser estudiado y apoyado desde una vertiente educativa.

Desde los ámbitos socioculturales, apoyamos la creación de redes de comunicación local como nuevos equipamientos para favorecer la intervención y la revitalización del tejido social. Las televisiones locales son el mejor desafío y el genuino exponente de la realidad cultural local con todos sus problemas y debates, con todas sus necesidades y sus expectativas de cambio.

Sindo Froufe Quintas es catedrático de Pedagogía Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Salamanca.

Referencias

- FERMOSO, P. (1994): *Pedagogía social*. Barcelona, Herder.
- FROUFE, S. (1985): *Cuestiones de educación*. Huelva, Servicio de Publicaciones de la Caja Rural.
- SANVICENS, A. (1985): «Educación y medios de comunicación social», en VARIOS: *Condicionamientos sociopolíticos de la educación*. Barcelona, CEAC, págs. 73-107.
- VICHÉ, M. (1991): *Animación, sistema de comunicación*. Valencia, Grup Dissabte.