

Televisión y Comunicación

Fuente: Observatorio de Televisión Responsable

La televisión en cuanto nuevo elemento de comunicación ha contribuido a lo largo de su joven historia a difundir información, a formar un imaginario común entre los telespectadores, a acercar nuevas visiones contribuyendo al desarrollo de la cultura, etc. A su vez, la televisión, o en este caso quizá sería mejor decir el televisor, ha contribuido a generar nuevos espacios de socialización tales como los construidos alrededor de un televisor durante la emisión de un partido de fútbol en un bar o en el espacio familiar rodeado de familiares o amigos.

Como hemos visto, la televisión tradicional como fenómeno sociológico ha sido un elemento fundamental en la configuración de una dinámica de socialización que comienza a cambiar: la decadencia del televisor como factor de socialización comenzó con el desarrollo de internet y con el aumento de los televisores y ordenadores con conexión a internet en espacios familiares, en las pantallas de uso individual (gameboy, PSP, etc.), la televisión o la conexión a internet en el cuarto propio, o el más cercano *podcasting*. Estas nuevas tecnologías y formas de consumo hacen que ya no sea necesario que las personas se pongan de acuerdo sobre el programa a ver y se reúnan en torno al televisor, sino que cada cual escoge sus preferencias de programación en su televisión particular o bien se descarga videos o sigue su programa preferido conectado a la red.

No podemos decir que los nuevos medios de comunicación no sean socializadores, ya que las posibilidades de comunicación y conexión con personas de lugares muy lejanos (redes sociales tipo *Myspace*, *tuenti*, *facebook*) ciertamente generan espacios para la socialización. Sin embargo, estos espacios son muy distintos a lo generados por la televisión a lo largo de los años anteriores a la primera mitad de los años 90.

En un artículo titulado *Entre la técnica digital y la sociedad*, Patrice Flichy señala que

“desde finales del siglo XIX, asistimos a un lento declive de los espectáculos colectivos y al mismo tiempo a un crecimiento constante de las diversiones a domicilio. Paralelamente a este movimiento de privatización (desaparición de espectáculos colectivos y desarrollo de un consumo privado en los espacios domésticos), asistimos a otra evolución de las modalidades de ocio: la individualización” (Flichy, 1997).

La socialización a través de los medios ya no sirve para reunir a los más cercanos, a la familia, a los amigos; sino que más bien lo contrario, produce un aislamiento de lo cercano en favor de la interacción con personas que se encuentran lejos físicamente o que incluso no se conocen en un principio. Ya no es frecuente que se vea la televisión en familia; sin embargo a través de la *webcam* puedo establecer contacto visual con personas a gran distancia. Si me descargo un video desde internet y me ha gustado lo enviaré a mis familiares y amigos pero generalmente no lo veré junto a ellos. Podemos decir que en cierto modo, las pantallas actuales producen una paradoja: nos aproximan y nos hacen vivir en directo lo lejano, a la vez que nos distancian de lo más próximo.



Observatorio de TV responsable
www.observatoriovermastv.org

info@observatoriovermastv.org

Avda. Reino de valencia, 20, puerta 13, Valencia, 46005

/

E-mail: