

- THOVERON, G. (1987). *How Women are Represented in Television Programmes in the EEC. Part one: Images of Women in News, Advertising, and Serials and Series*. Brussels: Commission of the European Communities.
- ZOONEN, L. van (1988). «Rethinking women and the news». *European Journal of Communication*, 3, p. 35–53.
- (1991). «A tyranny of intimacy? Women, femininity and television news». In: DAHLGREN; SPARKS (eds.). *Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*. London: Routledge, p. 217–235.
- (1994). *Feminist Media Studies*. London: Sage Publications.

Renovar la mirada ètica per abastar la imatge televisiva

Eva Pujadas Capdevila

Doctora en Comunicació audiovisual per la Universitat Pompeu Fabra. Professora de la Universitat Pompeu Fabra.

L'objectiu d'aquest article és presentar alguns elements per introduir en la reflexió sobre la relació entre ètica i televisió, en els termes en què es formula al nostre entorn més proper. El debat ètic contemporani i la reflexió sobre els objectius de la televisió conflueixen en la necessitat gairebé irrenunciable de prendre com a punt de partida el paper que juga la televisió en les societats occidentals contemporànies.

Els estudis «crítics» de la cultura, especialment en l'àmbit televisiu, es revelen com a necessàriament ètics. Considerar l'individu des de la seva interpretació particular dels missatges televisius i no des de la quantificació per l'audímetre suposa desvetllar alguns dels «donats per descomptat» sobre la significació, però implica també una sèrie de compromisos ètics.

La situació de partida

Abastar la imatge televisiva en la seva complexitat des del punt de vista ètic és una tasca pendent a l'estat espanyol. Sovint les millors intencions tant des de l'ètica com des de l'intent de formulació de polítiques de «servei públic» queden matisades en principis abstractes, objectius massa genèrics o llistes interminables d'incompliments legals. La manca de debat i de consens sobre els objectius de la televisió pública més enllà dels criteris formals i la manca de polítiques instrumentals efectives per dur realment a terme uns objectius clars col·laboren a l'immobilisme d'una llarga indefinició de la televisió al nostre país.

No partim de zero. Teoritzar en l'aire i parlar en termes genèrics sobre el que és bo i el que seria desitjable segurament és necessari, però en cap cas suficient a l'hora de plantejar seriosament les mancances i els punts febles d'una situació social concreta. Per parlar d'aquesta situació ens hem de remetre d'una banda al punt de cruïlla en què es troba el debat ètic contemporani i, de l'altra, a la configuració actualment existent a l'estat espanyol de la relació entre ètica i televisió.

El debat ètic contemporani

Un dels debats gairebé fundacionals del pensament ètic al llarg de la història i que adquireix una especial rellevància en aquest final de segle ha estat al voltant de l'existència o no de valors universals que fossin vàlids per a tothom i en qualsevol circumstància. Aquest debat s'ha articulat també a l'entorn de la dualitat absolutisme–relativisme ètic.

Hi ha posicions filosòfiques que tendeixen a defensar la validesa universal d'uns criteris morals i de les formes de comportament corresponents. En l'altre pol, i davant les òbvies dificultats científiques per acceptar receptes morals de validesa permanent, s'ha arribat a negar l'existència de qualsevol possibilitat de delimitar regles per a la conducta humana i social, i s'acaba en allò de «tot és relatiu».

Aquest debat es troba en un punt crític en l'actualitat per una situació paradoxal:

1. Per una banda, assistim al renaixement del debat ètic i a una multiplicació de les discussions. En diferents àmbits del coneixement humà hi ha una forta demanda d'ètica: l'anomenada bioètica, les xarxes d'informació planetàries, el medi ambient, els mitjans de comunicació, etc.

Per primer cop, les conseqüències tecnològiques de la ciència i els mitjans de comunicació tenen un abast universal i hi ha una exigència urgent de responsabilitat ètica. Les tecnologies de la informació han creat xarxes de comunicació global que ens impliquen potencialment a tots en els assumptes de tots. Qüestions com la responsabilitat d'allò que surt a Internet, l'anomenat turisme sexual, la jurisdicció del tràfic internacional de drogues, les conseqüències mediambientals globals d'un delictes ecològic comès per un particular (individu, empresa, etc.), o la sol·licitada existència (darrerament arran del cas Pinochet) d'un tribunal de justícia internacional palesen la inquietud davant la manca d'eines operatives globals per protegir/jutjar/contrarestar aquelles accions particulars que tenen efectes mundials.

Mendiluce ho simplifica irònicament afirmant que l'única cosa que avui no té fronteres, l'única cosa que és realment global, és el capital; sí que hi ha fronteres en canvi pels drets universals, la protecció a la infància, la igualtat de la dona, el dret del treball, etc.

Si els problemes es mundialitzen, les solucions també haurien de fer-ho. En resum: d'una globalització dels problemes caldria esperar la formulació d'una resposta ètica general. I aquesta és una ambició poderosa que plantegen alguns teòrics.

2. Per una altra banda, s'argumenta des de postures més relativistes, que existeix una dificultat real de fonamentació de les normes i els valors ètics. En una societat «postmoderna» que, entre altres coses, reivindica la mort de les ideologies, a partir de quin principi es poden edificar les diferents ètiques contemporànies?

Fonamentar, des d'aquest punt de vista, vol dir aportar un principi d'intel·ligibilitat immutable, un principi a partir del qual es pugui edificar el comportament ètic. Cap moral particular, sorgida d'un grup social restringit, està capacitada per regular qüestions d'aquesta amplitud, de respondre al problema de la mundialització de l'economia, de la tècnica i de les comunicacions.

La pràctica quotidiana, però, força inevitablement la presa de decisions per resoldre qüestions noves que demanen mesures urgents. En aquesta necessitat de donar resposta a determinades qüestions, desapareixen forçosament debats sobre els orígens de l'ètica, la naturalesa moral de l'home o de la llei, i conceptes com el bé i el mal són substituïts per l'adequació a unes finalitats. La política de cada dia, l'aprovació de les lleis, els reglaments interns, els objectius i la cobertura dels diferents serveis públics, la seva estructuració interna, etc. no es poden aturar davant d'aquests debats, sinó que resolen, dia a dia, les qüestions puntuals i immediates que es presenten.

La dificultat que sovint suposa decidir en aquestes condicions de necessitat i pressa entre allò més bo o més just ajuda a resoldre, teòricament, la paradoxa apuntada anteriorment. És a dir, en un moment històric concret i en una situació social concreta, no solament és possible decidir entre una opció o una altra, entre uns valors o uns altres sinó que cal prendre aquesta decisió; no és possible aturar-se a discutir la universalitat d'un determinat valor (absolutisme ètic), com tampoc no ho és dir que tant se val i que tot depèn (relativisme ètic).

Amb el terme de relacionisme, K. Mannheim, des de la sociologia, fa referència a la importància dels contextos particulars de cada individu, institució i situació en la interpretació del món. Per Mannheim,

«el relacionisme significa simplement que tots els elements de significació en una situació determinada es refereixen els uns als altres i deriven la seva significació de la seva interrelació recíproca en un determinat esquema de pensament. Aquest sistema de significacions és possible i vàlid només en un determinat tipus d'existència històrica, al qual, durant algun temps, ofereix expressió apropiada. Quan la situació social canvia, el sistema de normes que prèviament ha nascut en aquesta situació deixa d'estar en harmonia amb ella».¹

Un exemple ben clar d'aquesta posició el trobem en la llei i també, és clar, en l'ètica. Una situació social concreta, amb uns determinats agents implicats necessita una determinada regulació; quan intervé un nou agent, quan aquests canvien, quan el context canvia, aquella regulació ja no és vàlida, o ja no cobreix tots els aspectes de l'activitat i cal ajustar-la, adaptar-la per cobrir la nova situació. Allò que en un determinat moment era just de fer pot generar injustícies posteriorment si el context o els participants s'han modificat.

V. Camps afirma, resumint la qüestió, que l'ètica consisteix avui en:

1. La insatisfacció davant del que hi ha, al costat d'una certa esperança de poder-ho canviar.
2. La convicció que cal preferir, que no tot val el mateix
3. L'obligació de raonar o justificar les pròpies preferències d'acord amb uns criteris proporcionats pels «noms de l'ètica», els drets humans o els béns bàsics, tres formes d'apel·lar a un mateix concepte».

L'actuació d'acord amb l'ètica pressuposa un conflicte, una situació que creiem que cal canviar, que és millorable. Hi ha moltes maneres de canviar les coses, hi hauria diferents polítiques per seguir en cada cas, però no totes valen el mateix; la igualtat en aquest sentit té un límit i cal triar quina és la millor opció en el context de referència. Finalment, cal raonar o justificar aquesta preferència segons uns criteris determinats, donats pel que V. Camps anomena els «noms de l'ètica», els drets humans o els béns bàsics que poden ser considerats com els valors bàsics, gairebé absoluts del nostre temps.

El relacionisme no resol el problema de la fonamentació de la moral, no es pronuncia sobre el relativisme o l'absolutisme ètics, sinó que estableix una posició inte-

ressant i extraordinàriament pragmàtica: en una situació social concreta amb uns agents clarament identificats, sí que és possible parlar d'aquests valors bàsics gairebé absoluts de què parla V. Camps.

Malgrat el consens establert que aquests valors quasi absoluts avui dia són els drets humans, és crucial en l'argumentació que es presenta no confondre el camp del dret amb el de l'ètica. Tot i que aquest no és l'espai per parlar de les diferències, i ja que aquestes ja han estat objecte de centenars de tractats, no es presentarà en aquest apartat sinó un parell de breus consideracions que no podem defugir per tal d'avaluar la reflexió que s'ha fet a l'estat espanyol sobre la televisió des del punt de vista ètic.

El dret és un terreny normatiu i de mínims; el dret no pot ni ha de regular-ho tot, ja està bé que existeixi un àmbit no regulat de la vida dels individus en el qual aquests puguin exercir lliurement la seva conducta des de l'ètica. Malgrat tot, afirma V. Camps, l'ètica avui s'ha tornat formal,² és a dir, davant la dificultat d'establir unes finalitats últimes de la conducta, sembla que ja n'hi hauria prou complint la llei.

Actuar segons uns principis ètics no és actuar segons la llei, sinó més enllà de la llei. La responsabilitat no s'exerceix segons uns principis legals, sinó més enllà d'aquests. No té cap mèrit des del punt de vista ètic no executar determinades accions perquè ens estiguin prohibides; obeir la llei no és suficient. L'ètica s'estén en el camp volitiu; allà on podem triar, on se'ns ofereix més d'una possibilitat d'acció, és on podem actuar en nom de l'ètica. Per això s'afirma sovint que només l'home lliure pot actuar segons uns principis ètics: l'esclau no pot triar, i per tant no és responsable de les seves accions.

Aquesta distinció és fonamental, com ja s'ha esmentat, perquè, tal com es presentarà a continuació, els codis deontològics lligats a l'exercici de la pràctica comunicativa elaborats a l'estat espanyol es limiten a

¹ MANNHEIM, Karl (1996). *Ideología y utopía*. 2a edició. Madrid: Aguilar, p. 140-141. Citat per ALSIUS, Salvador (1998). *Ètica i periodisme*. 1a edició. Barcelona: Pòrtic, p. 35. Es fa referència a la mateixa idea des d'altres àmbits. Per exemple des de la semiòtica, U. Eco parla dels «mons possibles», relatius a les unitats globals de configuració de sentit en les quals cada element adopta una significació concreta i es pot relacionar amb la resta i amb el conjunt d'una manera concreta i que és pròpia d'aquest «món»; el que és possible i coherent dins un món pot no ser-ho en un altre.

² CAMPS, Victòria (1993). *Virtudes públicas*. 3a edició. Madrid: Espasa Calpe.

recollir els preceptes legals relacionats amb l'exercici dels drets a la informació i la llibertat d'expressió. Amb això, els autors d'aquests codis, agrupats en els col·legis professionals corresponents (els col·legis de periodistes), exclouen voluntàriament del seu àmbit de reflexió i d'interès l'exercici de responsabilitat «ètica», en tota la seva dimensió, per acontentar-se amb l'acompliment dels preceptes legals de referència.

Un dels objectius d'aquest article és mostrar els diversos àmbits d'exercici de responsabilitat dels mitjans de comunicació perquè la seva actuació sigui realment «ètica» i no només legal. Els mitjans de comunicació tenen en les societats contemporànies importants funcions envers els seus lectors/oients/telespectadors, funcions no solament de transmissió d'informació, sinó generadores de realitat. Una realitat sovint estereotipada i simplificadora que ens conforma com a individus, i ens situa globalment en un món cada vegada més uniformat.

En un altre context més global, i des del punt de vista de la millora del sistema polític en les societats democràtiques, V. Camps i S. Giner³ identifiquen la funció dels mitjans de comunicació com una funció essencial mitjançera per fer sentir la veu dels més desatesos i perquè el pluralisme polític arribi a ser l'expressió del pluralisme social.

Ètica i televisió a l'estat espanyol: insuficiència del model i claus per a la renovació

Els temes que tradicionalment queden recollits en tots els manuals d'ètica i televisió són els que giren al voltant dels límits de la llibertat d'expressió i d'informació, la seva col·lisió amb els drets a la intimitat, la preservació de la pròpia imatge, els drets de la personalitat, etc. (reducció de l'ètica al dret, esmentada al capítol precedent).

En un pla normatiu sí que hi ha consideracions ètiques contingudes en diversos documents fundacionals de la regulació dels mitjans de comunicació a l'estat espanyol; segurament la més important és la noció de servei públic, expressada en l'Estatut de Radiotelevisió Espanyola de 1980. És a dir, malgrat que la justificació d'un servei públic de radiotelevisió és instrumental, atesa la limitada oferta de freqüències d'ones i la necessitat de garantir una televisió de «servei públic», aquest és concebut «com un vehicle essencial d'informació i

participació política dels ciutadans, de formació d'opinió pública, de cooperació amb el sistema educatiu, de difusió de la cultura espanyola i de les seves nacionalitats i regions, així com el mitjà cabdal per contribuir que la llibertat i la igualtat siguin reals i efectives, amb atenció especial a la protecció dels marginats i a la no discriminació de la dona»⁴

Aquests principis queden reduïts a un nivell formal, entre altres coses, a causa de la manca de capacitat legal dels ens televisius per estructurar la seva organització interna de manera que puguin satisfer aquests principis o qualssevol altres que se'ls volgués atorgar.

Davant la manca d'una regulació coherent dels continguts del servei públic de televisió, hauria estat d'una gran vàlua una iniciativa dels professionals que hi treballen per pensar-se a ells mateixos i la seva funció envers la societat segons uns principis donats pels «noms de l'ètica»

On queda recollida la reflexió de l'ètica sobre la televisió a l'estat espanyol?

La deontologia és l'espai intermedi entre l'ètica i el dret que fa referència a l'àmbit de la imposició voluntària d'una sèrie de normes de conducta d'uns grups professionals envers el «bon» exercici de la seva professió. La deontologia és, en principi, un àmbit consensuat de procediment entre diversos individus amb uns interessos comuns i una mateixa «visió del món», un àmbit que lògicament s'estén més enllà de la llei.

És a dir, no és que un determinat grup es posi d'acord per complir la llei, perquè al compliment de la llei hi està sotmès tot el col·lectiu social, sinó que voluntàriament es decideix prendre unes determinades conductes per al bon exercici de la professió i de la responsabilitat envers la societat.

Els codis deontològics elaborats al nostre entorn més proper, el del Col·legi de Periodistes de Catalunya i el de la Asociación de Profesionales de la Prensa en España, considerats pioners en els seus àmbits, haurien estat una excel·lent ocasió per plantejar aquest exercici de la responsabilitat de la funció global dels mitjans envers la societat.

³ CAMPS, Victòria; GINER, Salvador (1990). *L'interès comú*. Barcelona: Fundació Caixa de Barcelona, p. 36.

⁴ Estatut de Radiotelevisió Espanyola. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 11 (12 de gener de 1980), p. 844-848.

Aquests codis recullen, per una banda, els drets bàsics de la Constitució sobre la protecció de la pròpia imatge, la personalitat i la privacitat, les llibertats d'informació i d'expressió i alguns dels desenvolupaments que han tingut a través de les diverses sentències del Tribunal Constitucional. Per una altra, les condicions d'exercici de la professió (condicions de treball dignes, clàusula de consciència, secret professional, etc.).

En cap cas qüestionen els «donats per descomptat»: ni de la seva pràctica professional, ni dels continguts que elaboren, ni dels efectes de realitat que generen, ni de la relació que estableixen amb la realitat i amb el teleespectador.

Els principis recollits i els valors en què es basen –la neutralitat, l'objectivitat i la transparència– resulten inaplicables en el millor dels casos, caducs i emascaradors d'unes preses de partit importants pel que fa el tractament de la realitat, i que en cap cas prenen el desitjable paper d'instància realment mitjancera en el sentit que apunten V. Camps i S. Giner.

L'exercici d'un determinat tipus de periodisme, malauradament predominant en l'actualitat, afavoreix l'estigmatització de determinats grups socials, el consens i la despolitització⁵. Aquesta pràctica i els valors en què recolza són insuficients a l'hora de pensar i d'avaluar la televisió com a mitjà.

Claus per a la renovació

Cal ampliar la mirada que es fa a la televisió des del paradigma periodístic per abastar altres maneres de fer i de pensar la imatge televisiva, i per assolir també altres maneres de construir i pensar l'espectador des de la televisió. I això perquè per, una banda, els valors en què es fonamenta el paradigma periodístic són qüestionables i perquè, per una altra, no són adequats per parlar de la resta dels programes televisius ni del conjunt del mitjà.

Les notícies i els valors de la neutralitat i la transparència

Les notícies són un gènere televisiu altament prestigiats en el conjunt de la programació. A més a més, però, els noticiaris són una mercaderia que garanteix audiència a les cadenes. L'estudi de les notícies com a discurs permet veure els tipus de convencions que s'utilitzen

per controlar i limitar la significació dels esdeveniments de què es parla. En l'estudi que fa Fiske sobre els noticiaris televisius com a gènere, s'afirma que la primera lluita de les notícies és imposar l'ordre sobre la naturalesa polimorfa del «real»: «El tipus d'històries, les formes que adopten i l'estructura del programa en què s'insereixen estan determinats molt abans que es produeixin els esdeveniments del dia».⁶ La construcció narrativa és un tipus de construcció tancada, homogènia i basada en relacions de causa–efecte que proporcionen un coneixement estereotipat del món.

La mateixa noció de què és notícia i de què no ho és suposa una determinada concepció de la «normalitat» i de la disrupció d'aquesta normalitat que són coherents amb la ideologia dominant. Hi ha una connexió entre elitisme i el fet que les notícies siguin «negatives». «Les accions positives o normals de la gent d'elit sovint són explicades, mentre que les de les persones sense poder social són considerades notíciables només quan les seves accions són disruptives o desviades respecte de la normalitat. Representant els dominants realitzant accions positives i els subordinats realitzant accions disruptives o negatives, les notícies assumeixen les mateixes pràctiques ideològiques que la ficció televisiva.»⁷

Els valors de l'objectivitat, la neutralitat i la transparència són qüestionables. Aquests valors, sobre els quals reposa l'exercici del periodisme, i la metàfora del periodisme com una «finestra oberta al món» emmascaren, com a mínim, una mediació humana i una mediació tècnica que tenen conseqüències importants sobre els continguts. Barthes, amb el concepte d'*exnominatio* parla d'allò que no és anomenat, que sembla no tenir cap alternativa possible i que, per tant, té atribuït l'estatus de donat per descomptat, natural, universal o que no pot ser canviat. Aquesta exnominació, aquesta manca de paraula per anomenar la posició ideològica del poder i construir un «nosaltres», és el que encoberixen els noticiaris en les seves pràctiques diàries.

⁵ Sobre els efectes «perversos» del periodisme, vegeu les anàlisis de CHAMPAGNE, Patrick. «La construcción "mediática" de malestares sociales»; VÁZQUEZ MONTALBÁN, Manuel. «Medios de comunicación, formación de conciencias y construcción de identidades». A: PÉREZ BABOT, Carmen (1994). *Aldea Babel. Medios de comunicación y relaciones Norte-Sur*. Barcelona: Deriva. També: BOURDIEU, Pierre (1999). *Sobre la televisió*. 1a edició. Barcelona: Edicions 62, p. 62.

⁶ FISKE, John (1987). *Television Culture*. 6a edició. Londres: Routledge, p. 283.

⁷ ÍDEM. *Op. cit.*, p. 286.

A part de la peculiar construcció discursiva que s'opera en els noticiaris, en la vida diària operem a través d'uns sistemes de codis, un conjunt reglamentat de signes compartits entre els membres d'una cultura que s'utilitzen per generar i fer circular significats en i per a aquella cultura. Fiske afirma en aquest sentit, que «[...] l'aparència de les persones a la «vida real» ja està codificada: des del moment en què donem sentit a les persones a partir del seu aspecte, ho fem a través dels codis convencionals de la nostra cultura [...] allò que anomenem «realitat» ja està codificat, o millor, l'única manera que tenim de percebre i de donar sentit a la realitat és a través dels codis de la nostra cultura. Potser sí que hi ha una realitat objectiva, empírica, fora de nosaltres, però no hi ha cap manera universal i objectiva de percebre-la i de donar-li sentit. El que en una determinada cultura anomenem realitat és el producte dels codis d'aquella cultura, de manera que la «realitat» mai no està descodificada, mai existeix en estat pur».⁸

Admesa aquesta impossibilitat de parlar del real fora dels codis convencionals de les cultures particulars i del tipus de construccions que empren els noticiaris, és interessant preguntar-se com és que, malgrat això, unes determinades construccions narratives (notícies i reportatges periodístics) són considerades objectives mentre que d'altres no ho són. De què s'està parlant en realitat quan es parla de neutralitat i de transparència com a valors?

S'està fent referència a una determinada construcció que opera gairebé de la mateixa manera que els codis utilitzats habitualment en la nostra cultura, de manera que sembla que siguin els mateixos codis del llenguatge; són quasi «transparentes». El realisme, en aquest sentit, no és una qüestió de fidelitat a una realitat exterior, sinó de les convencions discursives a través de les quals i per a les quals es construeix un sentit convincent del real; el realisme esdevé així una forma narrativa, que és inevitablement ideològica i inevitablement reaccionària en el sentit que acaba representant el món de manera que naturalitza l'*statu quo*.⁹

L'espectador

Cada gènere televisiu, com cada gènere literari, porta inscrit al seu interior una determinada manera de ser interpretat, un determinat model de telespectador; presuposa, com cada obra d'art, una determinada acti-

tud i habilitats d'interpretació per part de l'espectador. No ens lleix/mira de la mateixa manera un quadre impressionista que un quadre abstracte, una novel·la negra que la poesia avantguardista. Les capacitats requerides varien i, per tant, és possible veure quin tipus d'espectador porten inscrits els diversos gèneres televisius.

Els informatius i els reportatges periodístics (no els documentals), pel tipus d'explicacions tancades i homogènies del real, per la presentació d'una realitat sense fissures i perfectament explicable en nocions de causa-efecte, pressuposen un espectador extraordinàriament passiu i crèdul a l'hora de descodificar els missatges. Els diversos estudis duts a terme sobre l'espectador i la recepció televisiva qüestionen aquest model unidireccional i mostren la complexitat del procés d'interpretació.

Els «altres» gèneres televisius no són avaluable des dels valors del periodisme

Aquest títol, que sembla una obvietat, no ho és tant quan encara avui, al nostre país, són nombrosos els «experts» en comunicació (periodistes, crítics, teòrics) que avaluen els nous formats televisius (*reality shows*, *talk shows*, etc.) en termes generats a partir del paradigma periodístic; els valors que aquest paradigma genera només són vàlids (si ho són en cap sentit) per parlar dels gèneres periodístics (noticiaris i reportatges periodístics).

Com es pot parlar del dret a la informació o de la protecció a la pròpia imatge quan un ciutadà accedeix a despullar-se emocionalment davant la càmera un *reality show*? En quina mesura un primeríssim primer pla suposa un grau superior d'intromissió als drets de la personalitat que un pla general o una veu en off? No és forçar la validesa d'aquests valors?

Els nous gèneres televisius tenen una dinàmica diferent i fan intervenir elements fins ara inèdits a les pantalles. Cal repensar i adaptar els barems d'avaluació per a uns continguts que han canviat; cal veure quines noves formes adopta la transgressió dels drets de la personalitat en el cas que es produeixi, no solament amb discurs oral, sinó amb la creació i el tractament de les imatges.

Una vegada més el concepte de relacionisme ajuda a veure la inoperància i la manca d'eficàcia que es pro-

⁸ ÍDEM. *Op. cit.*, p. 4-5.

⁹ ÍDEM. *Op. cit.*, p. 21-36.

dueix en l'intent d'avaluar uns programes amb eines conceptuals generades en uns àmbits que no els són propis. Són eines, doncs, que resulten inadequades.

Per una altra banda, cal tenir en compte que el paradigma periodístic es refereix només als gèneres periodístics com a contingut. Queden fora de la reflexió tots els altres gèneres televisius (ficció, concursos, etc.) i tots els altres àmbits de la comunicació més enllà dels continguts (programació, estructuració interna de la cadena, efectes a més llarg termini dels mitjans de comunicació, etc.), que cal considerar en una reflexió ètica global sobre la imatge televisiva.

Les representacions que crea la televisió tenen uns efectes reals en l'imaginari: el cas de la ficció

L'imaginari cultural de cada societat de referència es nodreix en gran mesura de les aportacions fetes pel mitjà televisiu, que té repercussions en la representació que construïm com a espectadors de la nostra identitat més íntima i de la identitat de l'altre (identitat de gènere, de grup, cultural, de classe, etc.).

Milly Buonanno, estudiosa de la ficció italiana, afirma el següent:

«[...] la televisió explica històries que, si bé amplïades, es basen en [...] antigues tradicions, que troben la seva arrel en els mites. Hi ha fam d'històries, i les que explica la televisió satisfan una profunda necessitat: el plaer d'escoltar, de deixar-se portar [en una "expectativa d'incredulitat"] pel flux de la història; però al mateix temps són històries sobre nosaltres, o més aviat sobre la societat i la cultura de què neixen [...] (Aquestes) ficcions [són] molt útils per entendre i desxifrar valors, expectatives, actituds, somnis i temors, maneres de veure el món, tot allò que en un moment donat conforma l'entitat cultural d'una societat.»¹⁰

Quan es va parlar de l'excepció cultural en les negociacions del GATT, per exemple, hi havia en joc alguna cosa més que la protecció d'una feble indústria audiovisual europea. Programar *Dallas* o *Nissaga de poder* no és tan sols una qüestió econòmica, que certament ho és, i no és una qüestió menor, sinó que és també una qüestió de creació/manteniment d'imaginari col·lectius.

A través de les ficcions, i com prou bé ho resumeix Buonanno, s'articulen moltes altres coses a més a més de les trames del guió: una determinada manera de construir la identitat individual, la identitat de gènere, identitats de grup, col·lectives, nacionals, etc. una deter-

minada forma de relacionar-se els individus, la parella, els amics, les generacions, que formen part de la idiosincràsia i el patrimoni cultural de cada país.

Adorno afirma que el temps penetra sempre l'obra literària, i afegeixo que també, i en el mateix sentit, ho fa la ideologia. Simplificant, qualsevol peça cultural (literatura, cinema i televisió) porta inscrita al seu interior una determinada manera d'entendre la vida, malgrat que aquest no sigui el seu objecte primer. De la mateixa manera que l'anàlisi de contingut aplicada a la poesia, la narrativa, la propaganda política, etc., permet reflexionar sobre el «temps» de l'obra, seguint Adorno, l'anàlisi del discurs que construeixen les imatges a la televisió és una tasca pendent i absolutament necessària, no solament perquè també és discurs i també és ideològica, sinó, i sobretot, perquè com a espectadors adjudiquem a les imatges una contundència innegable que rarament és qüestionada.

Considerar la manera com els gèneres de ficció de producció pròpia, cada vegada més nombrosos a les televisions espanyoles, articulen aquestes qüestions no és una tasca que hagi de quedar exclosa de la consideració ètica de la televisió. Si en principi els mitjans de comunicació estan inscrits en la societat de referència, aquestes sèries de ficció de producció pròpia han de reflectir aquestes particulars maneres de fer i de relacionar-se que ens caracteritzen com a societat.

La proposta de «valors vulnerables» i les televisions de servei públic

En la conferència celebrada a Lieja (Bèlgica) el 1990 es van convocar 17 experts en organització dels mitjans de comunicació per participar en una conferència titulada «Valors vulnerables davant els sistemes de televisió multicanal: allò que els europeus intenten protegir», en què es va identificar una sèrie de valors que es consideraven vulnerables i que necessitaven una protecció especial, es van examinar les mesures reguladores que en cada país s'adoptaven per fer realment efectiva aquesta protecció i se'n va avaluar l'eficàcia.¹¹ Es van identificar uns conjunts de valors

¹⁰ BUONANNO, Milly (1991). *Il reale e immaginario*. Torí: Nuova Eri. Citat per BLUMLER, Jay (1993). *Televisión e interés público*. 1a edició. Barcelona: Bosch.

¹¹ El resultat d'aquesta conferència ha estat el recull de BLUMLER, Jay (1993). *Op. cit.*

que adquirien, en cada context, uns matisos diferents: la qualitat, que té nombrosos significats perquè és considerada com «una relació entre conjunts de característiques del programa i un conjunt de valors d'avaluació»; la diversitat i el pluralisme (de múltiples tipus: regional, lingüístic, polític, cultural i en matèria de gustos); la preservació de la identitat cultural (vegeu les aportacions fetes per M. Buonanno respecte a l'expressió de la identitat a través de les ficcions); la independència respecte a la publicitat; la protecció del benestar de nens i joves, a qui es reconeixen unes necessitats educatives canviants, i la identificació de dos àmbits de protecció del menor (de cara a la publicitat i de cara a la programació), i la sensibilitat especial cap a la violència, el sexe i el llenguatge barroer.

Aquest és un cas d'identificació de valors que cal protegir a protegir per part de les televisions públiques i que es desmarquen dels àmbits d'actuació a curt termini del paradigma periodístic. L'estudi aprofundit dels «efectes» dels mitjans a més llarg termini, en la formació de consciències i d'identitats (parafrasejant Montalbán), permet identificar aquells àmbits en què caldria abocar una reflexió mínima.

El cas anglès

El cas de la Gran Bretanya és un exemple que, malgrat tenir també les seves deficiències, és coherent de dalt a baix, des de la formulació del valor per protegir fins a totes les polítiques dutes a terme en diversos àmbits (contractació de personal, programació horària de la cadena, etc.), perquè l'acompliment del valor sigui del tot efectiu. És interessant l'obertura que es fa en considerar els «altres àmbits», més enllà de l'àmbit dels continguts estrictament; com per exemple, la qüestió dels horaris: formalment una cadena pot tenir un percentatge de programació dedicada a algun sector concret, però pot emetre'l a les 4 de la matinada, amb la qual cosa el criteri tornaria a ser formal i no real.

Als anys 90 la BBC revisa els seus objectius i les seves estratègies. Reconeix «la fragmentació de la societat en grups socials, econòmics, racials i religiosos». També afirma que el govern té a les seves prioritats reconèixer les diverses religions i poblacions ètniques i donar als grups multirracials i multilingüístics del país una veu a la comunitat. També s'adverteix sobre

el «mal gust als gèneres d'humor» en considerar que hi pot haver ofenses en les bromes i els acudits racials.

Per poder dur realment a terme la protecció d'aquests valors, la cadena està estructurada en els departaments següents: un departament de programes multiculturals; la Unitat Asiàtica de programació, la Unitat Afro-caribenya; la Unitat Educativa (els programes s'emeten per la BBC2 en *prime-time*, horari de màxima audiència); i una unitat de programes de la comunitat (el programa *Open Space* dona accés als membres del públic a la televisió, especialment aquells que senten que els seus interessos són obviats o mal representats als mitjans un cop és acceptada la proposta, la BBC dóna el suport tècnic i material necessari per fer el programa).

Un altre exemple és el cas de Channel 4, el canal privat anglès creat el 1982 amb l'objectiu inicial de ser la televisió de totes les minories: grups ètnics, la gent gran, la gent jove, els discapacitats, etc.

Les aportacions dels estudis culturals

Els estudis culturals, des de diversos àmbits i en veus de diversos autors, afirmen centrar-se en «la descripció i la intervenció en les maneres en què es produeixen els discursos, com s'insereixen i operen en les relacions entre la vida quotidiana de les persones i les estructures de la formació social, per tal de reproduir, resistir i transformar les estructures de poder existents».¹²

Aquesta anàlisi se centra a veure quins interessos serveix la televisió i qui, si és que hi ha algú, en resulta perjudicat. Fiske parla de radicalisme com «la interrogació crítica de la ideologia dominant i del sistema social que l'ha produït i l'apuntala; això comporta una conscienciació de les desigualtats i les arbitriïtats del capitalisme tardà, que produeix alhora el desig d'accelerar el canvi social i la voluntat de treballar al seu favor».¹³

Els teòrics de la cultura, de manera conscient i emfàtica, pretenen no tan sols descriure o explicar les pràctiques socials i culturals, sinó també canviar-les i transformar les estructures de poder existents. «El projecte dels estudis culturals es basa en una crítica moral i polí-

¹² Grossberg, citat per SLACK, J. D.; WHITT, L. A. «Ethics and Cultural Studies». A: [Diversos autors]. *Cultural Studies*, p. 572.

¹³ FISKE, John. *Op. cit.*, p. 33.

tica del capitalisme tardà i, més generalment, de les formacions socials i culturals opressives.»¹⁴

Aquest és també el projecte que alimenta Bourdieu, que reconeix utòpic en un dels seus llibres més polèmics, *Sobre la televisió*.¹⁵ La descripció que fa dels mecanismes de funcionament del mitjà televisiu és el que alimenta la seva esperança de poder contribuir a canviar les coses en part. Afirmar que la ciència social té aquesta ambició; el sociòleg té certa esperança d'eficàcia, per exemple pot contribuir a donar una mica més de llibertat a les persones que són manipulades per aquests mecanismes. El fet de convertir-los en conscients i explícits pot portar a una concentració destinada a neutralitzar-los.

En tots aquests corrents crítics, hi ha implícit un projecte que és necessàriament ètic. El reconeixement i l'estudi de les interpretacions alternatives i discordants que fan els individus respecte a la ideologia dominant, en funció de la seva ubicació en l'estructura social, implica uns compromisos ètics bàsics que difícilment es reconeixen explícitament.

Els estudis culturals es defineixen en la banda dels «desposseïts» i han servit de una veu per a aquells individus i grups que han estat vistos com subjugats, silenciats, reprimits, oprimits i discriminats. Parla no solament per als d'aquí, sinó per als d'allà (no tan sols de la realitat social immediata), és a dir, per tots aquells sense veu en el discurs dominant i sense un lloc en la jerarquia política i econòmica dominant.

«Aquests compromisos adrecen la recerca i la pràctica que treballa per resistir el tractament dels individus i els grups com a simples instruments, eines o mitjans per a les finalitats d'algú altre (sigui l'altre un sistema o un individu). És aquesta reducció instrumental el que denuncien aquests estudis.»¹⁶

En un altre context, Jameson¹⁷ afirma que «la crítica predominant dels nostres temps és ètica». Booth hi inclou, entre d'altres, els diversos reptes al «formalisme»: les crítiques fetes per la crítica feminista, que es pregunta sobre el cànon literari dominat pel sexe masculí i pel seu paper en la consciència d'homes i dones; la crítica feta des dels estudis «negres», que es plantegen el racisme existent als clàssics americans (com *Tom Sawyer*); pels neomarxistes, que exploren les desviacions per raons de classe de la tradició literària europea; i per la crítica religiosa,

que ataca la literatura moderna pel seu nihilisme o ateisme.¹⁸

Conclusions

No deixa de ser curiosa la confluència d'un determinat corrent crític del capitalisme tardà i d'anàlisi de la televisió com a mitjà de comunicació que reconeix el seu projecte teòric com un projecte pràctic necessàriament ètic en el seu sentit més ple. Alguns pensadors com V. Camps i S. Giner en la seva anàlisi de la societat contemporània i en la recerca de mecanismes mitjancers de millora del sistema democràtic, identifiquen els mitjans de comunicació com a protagonistes.

És a dir, des del pensament ètic per una banda, que en el desig d'ubicar-se en una posició pragmàtica entén la societat actual com una societat mediàtica en què sí que és possible pronunciar-se sobre determinades qüestions (relacionisme de Mannheim), i per l'altra, des de la teoria literària (Booth) i la teoria més crítica de la cultura i dels mitjans de comunicació, especialment de la televisió, es reconeix en la descripció de les pràctiques un projecte necessàriament ètic i pragmàtic (cal recordar l'intervencionisme de què parlen els teòrics dels estudis culturals).

Abastar la imatge televisiva en la seva complexitat des del punt de vista ètic és, com s'ha intentat mostrar en aquest article, quelcom més que complir els preceptes legals o constitucionals. Pot ser també una paradoxa el fet que, per renovar la mirada ètica a la televisió, ens sigui útil cercar els orígens de la paraula *ètica*.

Ethos, pels grecs, volia dir el «caràcter» o les «característiques habituals» d'una persona o d'una societat qualsevol que persisteixen al llarg de diverses situacions; hom expressa el seu *ethos* a través del caràcter, a través de les eleccions que fem en els diversos àmbits de la nostra vida, i una societat expressa el seu *ethos* en la manera que tria ser. És allò a què es feia referèn-

¹⁴ SLACK, J. D.; WHITT, L. A. *Op. cit.*, p. 572.

¹⁵ BOURDIEU, Pierre. *Loc. cit.*

¹⁶ SLACK, J. D.; WHITT, L. A. *Op. cit.*, p. 573.

¹⁷ JAMESON, F (1981). *The Political Unconscious: Narrative as a socially symbolic act*. Nova York, Ithaca, p. 59.

¹⁸ BOOTH, W. C. (1988). *The company we keep. An ethics of fiction*. 1a edició. Londres: University of California Press, p. 5.

cia anteriorment en recollir la idea d'Adorno que el temps penetra sempre l'obra literària; en aquestes obres, com en qualsevol àmbit de la vida, s'expressa una determinada manera de fer les coses, de mostrar els sentiments i, finalment, de ser.¹⁹

Renovar la mirada que fa l'ètica a la televisió, en el sentit real del terme, hauria d'abastar l'*ethos* de la societat en què s'inscriu, amb les seves particularitats, la seva idiosincràsia, per tal de poder definir, per exemple, en què ha de consistir un servei públic de televisió; és a dir, quins són els valors que es consideren vulnerables en la societat espanyola, com s'articula la funció del servei públic per protegir efectivament aquests valors.

El relacionisme ens força a acceptar el context immediat. Cadascun dels valors esmentats a la conferència belga han de ser dotats de contingut en cada context particular. Per exemple, la preservació de la diversitat en les televisions autonòmiques. Aquest criteri pot ser en si mateix un criteri purament formal al qual cal dotar de contingut, i d'un contingut que es configura segons les particularitats de cada situació concreta. Per exemple, en el nostre context, es pot entendre la diversitat com:

- una diversitat lingüística, segons la qual hi hauria d'haver una part de la programació en català i una altra en castellà;
- una diversitat cultural, segons la qual la programació hauria de satisfer els gustos de les persones provinents de cultures diverses (tant de l'estat espanyol com de fora de l'estat, els immigrants);
- una diversitat de gèneres, segons la qual les dones haurien de tenir els seus propis espais d'expressió diferenciada de la resta;
- diversitat per segments d'edat: programació especialitzada per al públic infantil, els joves i la gent gran;
- diversitat segons l'ocupació i sobretot la desocupació: programació destinada a aquells sectors de població a l'atur que viuen una situació en què el treball deixa de ser un vincle de relació social, i per a la qual una programació específica compliria una tasca de servei públic efectiva;
- diversitat medi urbà/rural, segons la qual hi hauria d'haver una programació diferenciada per als sectors de la població de cada àmbit;
- diversitat segons els municipis, barris, etc., amb informació específica;
- diversitat sindical, etc.²⁰

Cada valor, en cada gènere televisiu i en cada context de referència, adquireix unes dimensions noves, i és una funció dels mitjans de comunicació amb vocació real de servei públic donar contingut a aquests valors identificats. És també la funció dels diversos col·lectius que treballen als mitjans de comunicació (periodistes, guionistes, programadors, productors, etc.) desmarcar-se de l'àmbit estrictament legal –de l'incompliment del qual ja se n'encarregarà la llei–, per acomplir aquesta funció realment mitjancera de què s'ha parlat al llarg de l'article, identificant els valors que en cada comunitat de referència són considerats vulnerables i mereixedors d'una protecció especial i, sobretot, d'unes polítiques de realització efectives.

Bibliografia

- ALSUS, Salvador (1998). *Ètica i periodisme*. 1a edició. Barcelona: Pòrtic.
- BLUMLER, Jay (1993). *Televisión e interés público*. 1a edició. Barcelona: Bosch.
- BOOTH, W. C. (1988). *The company we keep. An ethics of fiction*. 1a edició. Londres: University of California Press.
- BOURDIEU, Pierre (1999). *Sobre la televisió*. 1a edició. Barcelona: Edicions 62.
- BUONANNO, Milly (1991). *Il reale e imaginario*. Torí: Nuova Eri.
- CAMPS, Victòria (1993). *Virtudes públicas*. 3a edició. Madrid: Espasa Calpe.
- CAMPS, Victòria; GINER, Salvador (1990). *L'interès comú*. Barcelona: Fundació Caixa de Barcelona.
- CHAMPAGNE, Patrick. «La construcción "mediática" de malestares sociales». A: PÉREZ BABOT, Carmen (1994). *Aldea Babel. Medios de comunicación y relaciones Norte-Sur*. Barcelona: Deriva.
- ESTATUT DE RADIOTELEVISIÓ ESPANYOLA. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 11 (12 de gener de 1980), p. 844–848
- FISKE, John (1987). *Television Culture*. 6a edició. Londres: Routledge.

¹⁹ Vegeu també Buonanno i les ficcions, a l'apartat anterior.

²⁰ Totes aquestes possibilitats d'interpretació del valor «diversitat» permeten veure la limitació de la interpretació que en fa l'ordenament espanyol en reduir la diversitat política, i aquesta, a la representació dels partits polítics.

- JAMESON, F. (1981). *The Political Unconscious: Narrative as a socially symbolic act*. Nova York, Ithaca.
- MANNHEIM, Karl (1996). *Ideología y utopía*. 2a edición. Madrid: Aguilar.
- SLACK, J. D.; WHITT, L. A. «Ethics and Cultural Studies». A: [Diversos autores]. *Cultural Studies*.
- VÁZQUEZ MONTALBÁN, Manuel. «Medios de comunicación, formación de conciencias y construcción de identidades». A: PÉREZ BABOT, Carmen (1994). *Aldea Babel. Medios de comunicación y relaciones Norte-Sur*. Barcelona: Deriva.

Renovar la mirada ética para abarcar la imagen televisiva

Eva Pujadas Capdevila

Doctora en Comunicación audiovisual por la Universitat Pompeu Fabra. Profesora de la Universitat Pompeu Fabra.

El objetivo de este artículo es presentar algunos elementos para introducir la reflexión sobre la relación entre ética y televisión, en los términos en que se formula en nuestro entorno más cercano. El debate ético contemporáneo y la reflexión sobre los objetivos de la televisión confluyen en la necesidad casi irrenunciable de tomar como punto de partida el papel que juega la televisión en las sociedades occidentales contemporáneas.

Los estudios «críticos» de la cultura, especialmente en el ámbito televisivo, se revelan como necesariamente éticos. Considerar al individuo desde su interpretación particular de los mensajes televisivos y no desde la cuantificación por audímetro supone desvelar algunos de los supuestos sobre la significación, pero implica a su vez una serie de compromisos éticos.

La situación de partida

Abarcar la imagen televisiva en toda su complejidad desde el punto de vista ético es una tarea pendiente en el estado español. A menudo, las mejores intenciones tanto desde la ética como desde el intento de formulación de políticas de «servicio público» quedan matizadas en principios abstractos, objetivos demasiado genéricos o listados interminables de incumplimientos legales. La falta de debate y de consenso sobre los objetivos de la televisión pública más allá de los criterios formales, así como la inexistencia de políticas instrumentales efectivas para llevar a cabo unos objetivos claros, colaboran al inmovilismo de una larga indefinición de la televisión en nuestro país.

No partimos de cero. Teorizar al aire y hablar de temas genéricos sobre lo bueno y lo deseable seguramente es necesario, pero de ninguna manera es suficiente a la hora de plantear seriamente las lagunas y los puntos débiles de una situación social concreta. Para hablar de esta situación concreta tenemos que