

- 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

remitirnos, por un lado, al cruce de caminos en el que se encuentra el debate ético contemporáneo y, por otro, a la configuración actualmente existente en el estado español de la relación entre ética y televisión.

El debate ético contemporáneo

Uno de los debates casi fundacionales del pensamiento ético a lo largo de la historia, y que adquiere una especial relevancia en este final de siglo, se ha dado alrededor de la existencia o no de valores universales que fuesen válidos para todos y en cualquier circunstancia. Este debate se ha articulado también en torno a la dualidad absolutismo-relativismo ético.

Ciertas posiciones filosóficas tienden a defender la validez universal de unos criterios morales y de las correspondientes formas de comportamiento. En el otro extremo, y ante las obvias dificultades científicas para aceptar recetas morales de validez permanente, se ha llegado a negar la existencia de cualquier posibilidad de delimitar normas para la conducta humana y social, y se ha llegado al «todo es relativo».

Este debate se encuentra en un punto crítico en la actualidad debido a una situación paradójica:

1. Por un lado, asistimos al renacimiento del debate ético y a una multiplicación de las discusiones. En diferentes ámbitos del conocimiento humano hay una fuerte demanda ética: desde la llamada bioética, las redes de información planetarias, el medio ambiente, los medios de comunicación, etc.

Por vez primera, las consecuencias tecnológicas de la ciencia y los medios de comunicación tienen un alcance universal, y surge una exigencia urgente de responsabilidad ética. Las tecnologías de la información han creado redes de comunicación global que nos involucran potencialmente en los asuntos de todos.

Cuestiones como la responsabilidad de lo que aparece en Internet; el llamado «turismo sexual»; la jurisdicción del tráfico internacional de drogas; las consecuencias medioambientales globales de un delito ecológico cometido por algún particular (individuo, empresa, etc.), o la solicitada existencia (últimamente a raíz del caso Pinochet) de un tribunal de justicia internacional evidencian la inquietud ante la inexistencia de instrumentos operativos globales para proteger/juzgar/subsanar aquellas

acciones particulares que tienen efectos mundiales. Mediluce lo simplifica irónicamente afirmando que lo único que hoy en día no tiene fronteras, lo único que es realmente global, es el capital; sí que hay fronteras, en cambio, para los derechos universales, la protección de la infancia, la igualdad de la mujer, el derecho al trabajo, etc.

Si los problemas se mundializan, las soluciones también deberían hacerlo. En resumen, de una globalización de los problemas cabría esperar la formulación de una respuesta ética general. Y ésta es una ambición poderosa que plantean algunos teóricos.

2. Por otro lado, según posturas más relativistas, existe una dificultad real en la fundamentación de las normas y los valores éticos. En una sociedad «postmoderna» que, entre otras cosas, reivindica la muerte de las ideologías, ¿a partir de qué principio se pueden edificar las diferentes éticas contemporáneas?

Fundamentar, desde este punto de vista, significa aportar un principio de inteligibilidad inmutable, un principio a partir del cual se pueda edificar el comportamiento ético. Ninguna moral particular, surgida de un grupo social restringido, está en posición de regular cuestiones de tal amplitud, de responder al problema de la mundialización de la economía, de la técnica y de las comunicaciones.

La práctica cotidiana, no obstante, fuerza inevitablemente la toma de decisiones para resolver nuevas cuestiones que requieren medidas urgentes. En esta necesidad de dar respuesta a determinadas cuestiones, desaparecen forzosamente debates sobre los orígenes de la ética, la naturaleza moral del hombre o de la ley; y conceptos como el bien y el mal son sustituidos por la adecuación a unas finalidades. La política de cada día, la aprobación de las leyes, los reglamentos internos, los objetivos y la cobertura de los diferentes servicios público, su estructuración interna, etc, no se pueden detener ante estos debates, sino que resuelven, día a día, las cuestiones puntuales y inmediatas que se presentan.

La dificultad que a menudo supone decidir en estas condiciones de prisas y de necesidad entre lo mejor o lo más justo ayuda a resolver, teóricamente, la paradoja apuntada antes. Es decir, en un momento histórico concreto y en una situación social determinada, no sólo es posible decidir entre una u otra opción, entre unos u otros valores, sino que es nece-

sario tomar esa decisión; no es posible detenerse a discutir la universalidad de un determinado valor (absolutismo ético), como tampoco lo es decir que no importa y que todo depende (relativismo ético). Con el término de relacionismo, K. Mannheim, desde la sociología, hace referencia a la importancia de los contextos particulares de cada individuo, institución y situación en la interpretación del mundo. Según Mannheim, «el relacionismo significa simplemente que todos los elementos de significación en una situación determinada se refieren unos a otros y derivan su significación de su interrelación recíproca en un determinado esquema de pensamiento. Este sistema de significaciones es posible y válido sólo en un determinado tipo de existencia histórica que durante algún tiempo ofrece expresión apropiada. Cuando la situación social cambia, el sistema de normas que previamente ha nacido en esta situación deja de estar en armonía con ella».¹

Un ejemplo bien claro de esta posición la encontramos en la ley y, también, claro está, en la ética. Una situación social concreta, con unos determinados agentes involucrados, requiere una regulación determinada; cuando interviene un nuevo agente, cuando éstos cambian, cuando cambia el contexto, etc, esa regulación ya no es válida, o ya no cubre todos los aspectos de la actividad y es necesario ajustarla, adaptarla para cubrir la nueva situación. Lo que en un momento determinado era justo puede generar injusticias posteriormente si se ha modificado el contexto o los participantes.

V. Camps afirma, resumiendo la cuestión, que la ética consiste actualmente en:

1. La insatisfacción ante lo que hay, junto a una cierta esperanza de poder cambiarlo.
2. La convicción de que es necesario preferir, de que no todo vale lo mismo.
3. La obligación de razonar o justificar las propias referencias de acuerdo con unos criterios proporcionados por los «nombres de la ética», los derechos humanos o los bienes básicos, tres formas de apelar a un mismo concepto.

La actuación de acuerdo con la ética presupone un conflicto, una situación que creemos que se debe cambiar, que es mejorable. Hay muchas maneras de cambiar

las cosas, habría diferentes políticas por seguir en cada caso, pero no todas valen igual; la igualdad en este sentido tiene un límite y es necesario escoger cuál es la mejor opción en el contexto de referencia. Finalmente, se debe razonar o justificar esta preferencia según unos criterios determinados, dados por lo que V. Camps llama los «nombres de la ética», los derechos humanos o los bienes básicos, que pueden ser considerados como los valores básicos, casi absolutos de nuestra época.

El relacionismo no resuelve el problema de la fundamentación de la moral, no se pronuncia respecto al relativismo o absolutismo éticos, sino que establece una posición interesante y extraordinariamente pragmática: en una situación social concreta con unos agentes claramente identificados, sí es posible hablar de estos valores básicos casi absolutos de los que habla V. Camps.

A pesar de que el consenso establece que estos valores casi absolutos hoy en día son los derechos humanos, es crucial en la argumentación que se presenta no confundir el campo del derecho con el de la ética. Si bien éste no es el espacio para hablar de las diferencias, y dado que éstas ya han sido objeto de centenares de tratados, no se presentarán en este apartado más que un par de breves consideraciones que nos atañen para evaluar la reflexión que se ha hecho en el estado español sobre la televisión desde el punto de vista ético.

El derecho es un terreno normativo y un terreno de mínimos; el derecho no tiene por qué regularlo todo ni puede hacerlo; ya está bien que exista un ámbito no regulado de la vida de los individuos en el cual éstos puedan ejercer libremente su conducta desde la ética. A pesar de todo, afirma V. Camps, la ética hoy se ha vuelto formal,² es decir, ante la dificultad de establecer unas finalidades últimas de la conducta, parece que ya bastaría con cumplir la ley.

Actuar según unos principios éticos no es actuar según la ley, sino más allá de la ley. La responsabilidad no se

¹ MANNHEIM, Karl (1996). *Ideología y utopía*. 2a edición. Madrid: Aguilar, p. 140-141. Citado por ALSIUS, Salvador (1998). *Ética i periodisme*. 1a edición. Barcelona: Pòrtic, p. 35. Se hace referencia a la misma idea desde otros ámbitos. Por ejemplo desde la semiótica, U. Eco habla de los «mundos posibles», relativos a las unidades globales de configuración de sentido en las que cada elemento adopta una significación concreta, pudiéndose relacionar con el resto y con el conjunto de una manera concreta, propia de ese «mundo»; lo que es posible y coherente dentro de un mundo puede no serlo en otro.

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

ejerce según unos principios legales, sino más allá de éstos. No tiene ningún mérito desde el punto de vista ético no ejecutar determinadas acciones porque estén prohibidas; obedecer la ley no es suficiente. La ética se extiende en el campo volitivo, allá donde podemos elegir; donde se nos ofrece más de una posibilidad de acción es donde podemos actuar en nombre de la ética. Por ello se afirma a menudo que sólo el hombre libre puede actuar según unos principios éticos: el esclavo no puede escoger, y por lo tanto no es responsable de sus acciones.

Esta distinción es fundamental, como se ha explicado, porque, tal y como se presentará a continuación, los códigos deontológicos ligados al ejercicio de la práctica comunicativa elaborados en el estado español se limitan a recoger los preceptos legales relacionados con el ejercicio de los derechos a la información y la libertad de expresión. Así, los autores de estos códigos agrupados en los colegios profesionales correspondientes (los colegios de periodistas), excluyen voluntariamente de su ámbito de reflexión e interés el ejercicio de la responsabilidad «ética» en toda su dimensión para contentarse con el cumplimiento de los preceptos legales de referencia.

Uno de los objetivos de este artículo es mostrar los diversos ámbitos de ejercicio de responsabilidad de los medios de comunicación para que su actuación fuese realmente «ética» y no sólo legal. Los medios de comunicación tienen en las sociedades contemporáneas importantes funciones respecto a sus lectores oyentes/telespectadores, funciones no sólo de transmisión de información sino generadoras de una nueva realidad. Una nueva realidad a menudo estereotipada y simplificadora que nos conforma como individuos y nos sitúa globalmente en un mundo cada vez más uniformado.

En otro contexto, más global y desde el punto de vista de la mejora del sistema político en las sociedades democráticas, V. Camps y S. Giner³ identifican la función de los medios de comunicación como una función esencial de mediadores para hacer oír la voz de los más desatendidos y para que el pluralismo político llegue a ser la expresión del pluralismo social.

Ética y televisión en el estado español: insuficiencia del modelo y claves para la renovación

Los temas que tradicionalmente quedan recogidos en todos los manuales de ética y televisión son los que

giran en torno a los límites de la libertad de expresión y de información, su colisión con los derechos a la intimidad, la preservación de la propia imagen, los derechos a la personalidad, etc. (reducción de la ética al derecho, mencionada en el capítulo anterior).

En un plano normativo sí hay consideraciones éticas contenidas en diversos documentos fundacionales de la regulación de los medios de comunicación en el estado español; seguramente la más importante es la noción de servicio público, expresada en el Estatuto de Radiotelevisión Española de 1980. Es decir, a pesar de que la justificación de un servicio público de radiotelevisión es instrumental, dada la limitada oferta de ondas y la necesidad de garantizar una televisión de «servicio público», éste es concebido «como vehículo esencial de información y participación política de los ciudadanos, de formación de opinión pública, de cooperación con el sistema educativo, de difusión de la cultura española y de sus nacionalidades y regiones, así como el medio capital para contribuir a que la libertad y la igualdad sean reales y efectivas, con especial atención a la protección de los marginados y a la no discriminación de la mujer».⁴

Estos principios quedan reducidos a un nivel formal debido, entre otras cosas, a la falta de capacidad legal de los entes televisivos para estructurar su organización interna de manera que puedan satisfacer estos principios o cualquier otro que se les quisiera otorgar.

Ante la inexistencia de una regulación coherente de los contenidos del servicio público de televisión, habría sido muy útil una iniciativa de profesionales del citado ámbito para reconsiderarse a sí mismos y valorar su función respecto a la sociedad según unos principios dados por los «nombres de la ética».

¿Dónde queda recogida la reflexión de la Ética sobre la televisión en el estado español?

La deontología es ese espacio intermedio entre la ética y el derecho que hace referencia al ámbito de la imposición voluntaria de una serie de normas de conducta

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

⁴ Estatuto de Radiotelevisión Española. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 11 (12 de enero de 1980), p. 844-848.

de unos grupos profesionales respecto al «buen» ejercicio de su profesión.

La deontología es, en principio, un ámbito consensuado de procedimiento entre varios individuos con unos intereses comunes y con una misma «visión del mundo», un ámbito que, lógicamente, se extiende más allá de la ley.

Es decir, no es que un determinado grupo se ponga de acuerdo para cumplir la ley, porque al cumplimiento de la ley está sometido todo el colectivo social, sino que voluntariamente decide asumir unas determinadas conductas para el buen ejercicio de la profesión y de la responsabilidad respecto a la sociedad.

Los códigos deontológicos elaborados en nuestro entorno más cercano, el del Col·legi de Periodistes de Catalunya y el de la Asociación de Profesionales de la Prensa en España, considerados pioneros en sus ámbitos, habrían sido una excelente ocasión para plantear este ejercicio de la responsabilidad de la función global de los medios respecto a la sociedad.

Estos códigos recogen, por un lado, los derechos básicos de la Constitución sobre la protección de la propia imagen, la personalidad y la privacidad, las libertades de información y de expresión y algunos de los desarrollos que han tenido a través de sentencias del Tribunal Constitucional. Por otra parte, contemplan las condiciones de ejercicio de la profesión (condiciones de trabajo dignas, cláusula de conciencia, secreto profesional, etc.).

En ningún caso cuestionan los «supuestos» ni de su práctica profesional, ni de los contenidos que elaboran, ni de los efectos de la realidad que generan ni de la relación que establecen con la realidad y con el telespectador.

Los principios recogidos y los valores en los que subyacen –la neutralidad, la objetividad y la transparencia–, resultan inaplicables en el mejor de los casos, caducos y enmascaradores de unas tomas de partido importantes respecto al tratamiento de la realidad, y que en ningún caso asumen el deseable papel de instancia realmente medianera en el sentido que apuntan V. Camps y S. Giner.

El ejercicio de un determinado tipo de periodismo, desgraciadamente predominante en la actualidad, favorece la estigmatización de determinados grupos sociales, el consenso y la despolitización.⁵ Esta práctica y los valores sobre los que se apoya no bastan a la hora de pensar y de evaluar la televisión como medio.

Claves para la renovación

Es necesario ampliar la mirada que se hace en la televisión desde el paradigma periodístico para abarcar otras formas de actuar y de considerar la imagen televisiva, así como para alcanzar también otras maneras de construir y considerar al espectador desde la televisión. El motivo por el cual se debe actuar de esta manera es, por un lado, porque los valores sobre los que se fundamenta el paradigma periodístico son cuestionables y, por otro, porque no son adecuados para hablar del resto de programas televisivos ni del conjunto del medio.

Las noticias y los valores de la neutralidad y la transparencia

Las noticias son un género televisivo altamente prestigiado en el conjunto de la programación. No sólo eso, sino que además los noticiarios son una mercancía que garantiza la audiencia a las cadenas. El estudio de las noticias como discurso permite ver los tipos de convenciones que se utilizan para controlar y limitar la significación de los sucesos de los que se habla. En el estudio de Fiske sobre los noticiarios televisivos como género, se afirma que la primera lucha de las noticias es imponer orden sobre la naturaleza polimorfa de lo «real»: «El tipo de historias, las formas que adoptan y la estructura del programa en las que se injieren están determinadas mucho antes de que se produzcan los sucesos del día».⁶ La construcción narrativa es un tipo de construcción cerrada, homogénea y basada en relaciones de causa-efecto que proporcionan un conocimiento estereotipado del mundo.

La misma noción de lo que es noticia y de lo que no lo es supone una determinada concepción de la «normalidad» y de la disrupción de esta normalidad

⁵ Sobre los efectos «perversos» del periodismo, ver los análisis de CHAMPAGNE, Patrick. «La construcción “mediática” de malestares sociales»; VÁZQUEZ MONTALBÁN, Manuel. «Medios de comunicación, formación de conciencias y construcción de identidades». En: PÉREZ BABOT, Carmen (1994). *Aldea Babel. Medios de comunicación y relaciones Norte-Sur*. Barcelona: Deriva. También: BOURDIEU, Pierre (1999). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.

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

que son coherentes con la ideología dominante. Existe una conexión entre elitismo y el hecho de que las noticias sean «negativas». «Las acciones positivas o “normales” de la gente de elite se explican a menudo, mientras que las de las personas sin poder social sólo se consideran noticiables cuando sus acciones son disruptivas o desviadas respecto a la normalidad. A través de la representación de los dominantes realizando acciones positivas y de los subordinados realizando acciones disruptivas o negativas, las noticias asumen las mismas prácticas ideológicas que la ficción televisiva.»⁷

Los valores de la objetividad, la neutralidad y la transparencia son cuestionables. Estos valores, sobre los que reposa el ejercicio del periodismo y la metáfora del periodismo como una «ventana abierta al mundo», enmascaran, como mínimo, una mediación humana y una mediación técnica que tienen consecuencias importantes sobre los contenidos. Barthes, con el concepto de *exnominación* habla de lo que no se nombra, que parece no tener alternativa posible y a lo que, por lo tanto, se atribuye un estatuto de dado por supuesto, natural, universal o inmutable. Esta exnominación, esta falta de palabra para nombrar la posición ideológica del poder y construir un «nosotros», es lo que encubren los informativos en sus prácticas diarias.

Aparte de la peculiar construcción discursiva que se opera en los noticiarios, en la vida diaria operamos a través de unos sistemas de códigos, un conjunto reglamentado de signos compartidos entre los miembros de una cultura que se utilizan para generar y hacer circular significados en y para aquella cultura. Fiske afirma en este sentido que «[...] la apariencia de las personas en la “vida real” ya está codificada: desde el momento en que damos sentido a las personas a partir de su aspecto, lo hacemos a través de los códigos convencionales de nuestra cultura [...] lo que llamamos “realidad” ya está codificado o, mejor, la única manera que tenemos para percibir y dar sentido a la realidad es a través de los códigos de nuestra cultura. Quizá sí haya una realidad objetiva, empírica, fuera de nosotros, pero no hay ninguna forma universal objetiva de percibirla y de darle sentido. Lo que en una determinada cultura llamamos realidad es el producto de los códigos de aquella cultura, de manera que la “realidad” nunca está descodificada, nunca existe en estado puro».⁸

Una vez admitida esta imposibilidad de hablar de lo

real fuera de los códigos convencionales de las culturas particulares y de los tipos de construcciones que emplean los noticiarios, es interesante preguntarse cómo es posible que, a pesar de ello, unas determinadas construcciones narrativas (noticias y reportajes periodísticos) sean consideradas objetivas frente a otras que no lo son. De qué se está hablando en realidad cuando se habla de neutralidad y de transparencia como valores?

Se hace referencia a una determinada construcción que opera casi de la misma manera que los códigos utilizados habitualmente en nuestra cultura, de manera que parece que sean los mismos códigos del lenguaje, son casi «transparentes». El realismo en este sentido no es una cuestión de fidelidad a una realidad exterior, sino a las convenciones discursivas a través de las cuales y para las cuales se construye un sentido convincente de lo real; el realismo se convierte de este modo en una forma narrativa, que es inevitablemente ideológica e inevitablemente reaccionaria en el sentido de que acaba representando el mundo de manera que naturaliza el *statu quo*.⁹

El espectador

Cada género televisivo, como cada género literario, lleva inscrito en su interior una determinada manera de ser interpretado, un determinado modelo de telespectador; presupone, como cada obra de arte, una determinada actitud y ciertas habilidades de interpretación por parte del espectador. No se exige leer/mirar de la misma manera un cuadro impresionista que un cuadro abstracto, una novela negra que la poesía vanguardista. Las capacidades requeridas varían y, por lo tanto, es posible ver qué tipo de espectador llevan inscritos los diversos géneros televisivos.

Los informativos y los reportajes periodísticos (no los documentales), por el tipo de explicaciones cerradas y homogéneas de lo real, por la presentación de una realidad sin fisuras y perfectamente explicable en nociones de causa-efecto, presuponen un espectador extraordinariamente pasivo y crédulo a la hora de descodificar los mensajes. Los diversos estudios llevados a cabo sobre el espectador y la recepción televisiva cues-

⁷ ÍDEM. *Op. cit.*, p. 286.

⁸ ÍDEM. *Op. cit.*, p. 4-5.

⁹ ÍDEM. *Op. cit.*, p. 21-36.

tionan este modelo unidireccional y muestran la complejidad del proceso de interpretación.

Los «otros» géneros televisivos no son evaluables desde los valores del periodismo

Este título, que parece una obviedad, no lo es tanto cuando todavía hoy en nuestro país son numerosos los expertos en comunicación (periodistas, críticos, teóricos) que evalúan los nuevos formatos televisivos (*reality shows*, *talk shows*, etc.) en términos generales a partir del paradigma periodístico. Los valores que este paradigma genera sólo son válidos (si lo son en algún sentido) para hablar de los géneros periodísticos (noticiarios y reportajes periodísticos).

¿Cómo se puede hablar del derecho a la información o de la protección de la propia imagen cuando un ciudadano accede a desnudarse emocionalmente delante de la cámara en un *reality show*? ¿En qué medida un primerísimo primer plano supone un grado superior de intromisión en los derechos de la personalidad que un plano general o una voz en off? ¿No es forzar la validez de estos valores?

Los nuevos géneros televisivos tienen una dinámica diferente y hacen intervenir elementos hasta ahora inéditos en las pantallas.

Es necesario reconsiderar y adaptar los baremos de evaluación para unos contenidos que han cambiado; es preciso ver qué nuevas formas adopta la transgresión de los derechos de la personalidad en el caso de que se produzca, no sólo con el discurso oral sino también con la creación y el tratamiento de las imágenes.

Una vez más, el concepto de relacionismo ayuda a ver la inoperancia y la falta de eficacia que se produce en el intento de evaluar unos programas con unos instrumentos conceptuales generados en unos ámbitos que no les son propios son instrumentos, pues, que resultan inadecuados.

Por otro lado, es preciso tener en cuenta que el paradigma periodístico se refiere solamente a los géneros periodísticos como contenido. Quedan fuera de la reflexión los otros géneros televisivos (ficción, concursos, etc.) y todos los otros ámbitos de la comunicación más allá de los contenidos (programación, estructura interna de la cadena, efectos a más largo plazo de los medios de comunicación, etc.), que tienen que ser considerados en una reflexión ética global sobre la imagen televisiva.

Las representaciones que crea la televisión tienen efectos reales en el imaginario: el caso de la ficción

El imaginario cultural de cada sociedad de referencia se nutre en gran medida de las aportaciones hechas por el medio televisivo, con repercusiones en la representación que construimos como espectadores de nuestra identidad más íntima y de la identidad del otro (identidad de género, de grupo, cultural, de clase, etc.).

Milly Buonnano, estudiosa de la ficción italiana afirma lo siguiente:

«[...] la televisión explica historias que, si bien ampliadas, se basan en [...] antiguas tradiciones, que tienen su raíz en los mitos. Hay hambre de historias, y las que se explican en la televisión satisfacen una profunda necesidad: el placer de escuchar, de dejarse llevar (en una “expectativa de incredulidad”) por el flujo de la historia; pero al mismo tiempo son historias sobre nosotros, o más bien sobre la sociedad y la cultura de la que nacen [...] (Estas ficciones (son) muy útiles para entender y descifrar valores, expectativas, actitudes, sueños y temores, maneras de ver el mundo, todo lo que en un momento dado conforma la entidad cultural de una sociedad.»¹⁰

Cuando se habló de la excepción cultural en las negociaciones del GATT, por ejemplo, había en juego algo más que la protección de una débil industria audiovisual europea. Programar *Dallas* o *Nissaga de poder* no es sólo una cuestión económica, que ciertamente lo es, y no es una cuestión menor, sino que es también una cuestión de creación/mantenimiento de imaginarios colectivos.

A través de las ficciones, y como bien resume Buonnano se articulan muchas otras cosas además de las tramas del guión: una determinada manera de construir la identidad individual, la identidad de género, identidades de grupo, colectivas, nacionales, etc., una determinada manera de relacionarse los individuos, la pareja, los amigos, las generaciones, que forman parte de la idiosincrasia y el patrimonio cultural de cada país.

Adorno afirma que el tiempo penetra siempre en la obra literaria, y añadido que también y en el mismo sentido penetra la ideología. Simplificando, cualquier pieza cultural (literatura, cine y televisión) lleva ins-

¹⁰ BUONNANO, Milly (1991). *Il reale e immaginario*. Turín: Nuova Eri. Citado por BLUMLER, Jay (1993). *Televisión e interés público*. 1ª edición. Barcelona: Bosch.

crita en su interior una determinada manera de entender la vida, aunque éste no sea su primer objeto. De la misma manera que el análisis de contenido aplicado a la poesía, la narrativa, la propaganda política, etc., permite reflexionar sobre el «tiempo» de la obra, siguiendo a Adorno, el análisis del discurso que construyen las imágenes en la televisión es una tarea pendiente y absolutamente necesaria no sólo porque es discurso y también es ideología, sino, y sobretodo, porque como espectadores adjudicamos a las imágenes una contundencia innegable que raramente es cuestionada.

Considerar cómo los géneros de ficción de producción propia, cada vez más numerosos en las televisiones españolas, articulan estas cuestiones no es una tarea que tenga que quedar excluida de la consideración ética de la televisión. Si, en principio, los medios de comunicación están inscritos en la sociedad de referencia, estas series de ficción de producción propia deben reflejar esas particulares maneras de actuar y de relacionarse que nos caracterizan como sociedad.

La propuesta de «valores vulnerables» y las televisiones de servicio público

En la conferencia celebrada en Lieja (Bélgica) en 1990, se convocó a 17 expertos en organización de los medios de comunicación para participar en una conferencia titulada «Valores vulnerables ante los sistemas de televisión multicanal: lo que los europeos intentan proteger». En el curso de esta conferencia, se identificaron una serie de valores considerados vulnerables y que precisaban de una protección especial, se examinaron las medidas reguladoras que en cada país se adoptaban para hacer realmente efectiva esta protección y se evaluó su eficacia.¹¹ Se identificaron unos conjuntos de valores que adquirirían en cada contexto unas matizaciones diferentes: la calidad, que tiene numerosos significados debido a que se considera como una «relación entre conjuntos de características del programa y un conjunto de valores de evaluación»; la diversidad y el pluralismo (de múltiples tipos: regional, lingüístico, político, cultural y en materia de gustos); la preservación de la identidad cultural (ver las aportaciones hechas por M. Buonanno respecto a la expresión de la identidad a través de las ficciones); la independencia respecto a la publicidad; la protección del bienestar de la infancia y de la juven-

tud, a quienes se reconocen una necesidades educativas cambiantes, y la identificación de dos ámbitos de protección del menor (respecto a la publicidad y a la programación); y, por último, la sensibilidad especial hacia la violencia, el sexo y el lenguaje grosero.

Éste es un caso de identificación de valores que proteger por parte de las televisiones públicas y que se desmarcan de los ámbitos de actuación a corto plazo del paradigma periodístico. El estudio profundizado de los «efectos» de los medios a más largo plazo, en la formación de conciencias y de identidades (parafraseando a Montalbán), permite identificar aquellos ámbitos a los que sería necesario dedicar una reflexión mínima.

El caso inglés

El caso de Gran Bretaña es un ejemplo que, a pesar de tener también sus deficiencias, es coherente de arriba abajo, desde la formulación de los valores que proteger hasta todas las políticas llevadas a cabo en ámbitos diversos (contratación de personal, programación horaria de la cadena, etc.) para que el cumplimiento del valor sea del todo efectivo. Es interesante la apertura que se produce al pensar en los «otros ámbitos» por considerar, más allá del ámbito de los contenidos estrictamente; como, por ejemplo, la cuestión de los horarios: una cadena puede formalmente tener un porcentaje de programación dedicada a algún sector en concreto, pero emitido a las 4 de la madrugada, con la que el criterio volvería a ser formal y no real.

En los 90, la BBC revisa sus objetivos y estrategias. Reconoce la «fragmentación de la sociedad en grupos sociales, económicos, raciales y religiosos». También afirma que el gobierno tiene entre sus prioridades reconocer las diversas religiones y poblaciones étnicas y dar a los grupos multirraciales y multilingüísticos del país una voz en la comunidad. También se advierte sobre el «mal gusto en los géneros de humor», considerando que puede haber ofensas en las bromas y chistes raciales.

Para poder llevar a cabo realmente la protección de estos valores, la cadena está estructurada en los siguientes

¹¹ El resultado de esta conferencia es el trabajo de BLUMLER, Jay (1993). *Op. cit.*

tes departamentos: un departamento de programas multiculturales; la Unidad Asiática de programación; la Unidad Afro-Caribeña; la Unidad Educativa. (los programas se emiten por la BBC2 en *prime time*, horario de máxima audiencia); y una unidad de programas de la comunidad (el programa *Open Space* da acceso a todos los miembros del público a la televisión, especialmente a aquellos que sienten que se ignoran sus intereses o que están mal representados en los medios. una vez se acepta la propuesta, la BBC aporta el soporte técnico y el material necesario para hacer el programa).

Otro ejemplo es el caso de Channel 4, el canal privado inglés creado en 1982 con el objetivo inicial de ser la televisión de todas las minorías: grupos étnicos, las personas mayores, la gente joven, los discapacitados, etc.

Las aportaciones de los estudios culturales

Los estudios culturales, desde distintos ámbitos y según diversos autores, afirman centrarse en «la descripción y la intervención en las maneras en que se producen los discursos, cómo se insertan y operan en las relaciones entre la vida cotidiana de las personas y las estructuras de la formación social, con el fin de reproducir, resistir y transformar las estructuras de poder existentes».¹²

Este análisis se centra en ver a qué intereses sirve la televisión y quién, si es que hay alguien, resulta perjudicado. Fiske habla de radicalismo como «la interrogación crítica de la ideología dominante y del sistema social que la ha producido y la apuntala; ello comporta una concienciación de las desigualdades y las arbitrariedades del capitalismo tardío, que produce a la vez el deseo de acelerar el cambio social y la voluntad de trabajar a su favor».¹³

Los teóricos de la cultura, de manera consciente y enfática, pretenden no sólo describir o explicar las prácticas sociales y culturales, sino también cambiarlas y transformar las estructuras de poder existentes. «El proyecto de los estudios culturales se basa en una crítica moral y política del capitalismo tardío y, más generalmente, de las formaciones sociales y culturales opresivas.»¹⁴

Éste es también el proyecto que alimenta Bourdieu, y que reconoce utópico, en uno de sus libros

más polémicos, *Sobre la televisión*.¹⁵ La descripción que lleva a cabo de los mecanismos de funcionamiento del medio televisivo es lo que alimenta su esperanza de poder contribuir a cambiar las cosas parcialmente. Afirma que la ciencia social tiene esta ambición; el sociólogo tiene cierta esperanza de eficacia, por ejemplo puede contribuir a dar un poco más de libertad a las personas que son manipuladas por estos mecanismos. El hecho de convertirlos en conscientes y explícitos puede llevar a una concentración destinada a neutralizarlos.

En todas estas corrientes críticas, está implícito un proyecto que es necesariamente ético. El reconocimiento y el estudio de las interpretaciones alternativas y discordantes que hacen los individuos respecto a la ideología dominante, en función de su ubicación en la estructura social, implican unos compromisos éticos básicos que difícilmente se reconocen explícitamente.

Los estudios culturales se posicionan en el lado de los «desposeídos», y han servido de para aquellos individuos y grupos considerados subyugados, silenciados, reprimidos, oprimidos y discriminados. Habla no sólo por los de aquí, sino por los de más allá (no sólo de la realidad social inmediata), es decir, por todos aquellos sin voz en el discurso dominante y sin un lugar en la jerarquía política y económica dominante.

«Estos compromisos dirigen la investigación y la práctica que trabaja para oponerse al trato de individuos y grupos como simples instrumentos, herramientas o medios para las finalidades de otro (sea el otro un sistema o un individuo). Es esta reducción instrumental lo que denuncian estos estudios.»¹⁶

En otro contexto, Jameson¹⁷ afirma que «la crítica predominante de nuestros tiempos es ética». Booth añade, entre otros, los diversos retos al «formalismo»: las críticas hechas por la crítica feminista, que se pregunta sobre el canon literario dominado por el sexo masculino y por su papel la consciencia de hombres y mujeres; la crítica hecha desde los estudios «negros», que se plantean el racismo existente en los clásicos americanos (como *Tom Sawyer*); por los neo-

¹² Grossberg, citado por SLACK, J. D.; WHITT, L. A. «Ethics and Cultural Studies». En: [Varios autores]. *Cultural Studies*, p. 572.

¹³ FISKE, John. *Op. cit.*, p. 33.

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

¹⁵ BOURDIEU, Pierre. *Op. 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*. Nueva York, Ithaca, p. 59.

marxistas, que exploran las desviaciones por razones de clase de la tradición literaria europea; por la crítica religiosa, que ataca la literatura moderna por su nihilismo o ateísmo.¹⁸

Conclusiones

No deja de ser curiosa la confluencia de una determinada corriente crítica del capitalismo tardío y de análisis de la televisión como medio de comunicación, que reconoce su proyecto teórico como un proyecto práctico necesariamente ético en el sentido más amplio, con algunos pensadores como V. Camps y S. Giner, que en su análisis de la sociedad contemporánea y en la búsqueda de mecanismos mediadores de mejora del sistema democrático, identifican los medios de comunicación como protagonistas.

Es decir, desde el pensamiento ético por un lado, que en el deseo de ubicarse en una posición pragmática entiende la sociedad actual como una sociedad mediática en la que sí es posible pronunciarse sobre determinadas cuestiones (relacionismo de Mannheim) y, por otro lado, desde la teoría literaria (Booth) y la teoría más crítica de la cultura y de los medios de comunicación, especialmente de la televisión, se reconoce en la descripción de las prácticas un proyecto necesariamente ético y pragmático (es preciso recordar el intervencionismo del que hablan los teóricos de los estudios culturales).

Abarcar la imagen televisiva en su complejidad desde el punto de vista ético es, como se ha intentado mostrar en este artículo, algo más que cumplir con los preceptos legales o constitucionales. Puede ser también una paradoja el hecho de que para renovar la mirada ética en la televisión nos sea útil buscar los orígenes de la palabra *ética*.

Ethos, para los griegos, significaba el «carácter» o las «características habituales» de una persona o de una sociedad cualquiera que persisten a lo largo de diversas situaciones; uno expresa su *ethos* a través del carácter, a través de las elecciones que hacemos en los diversos ámbitos de nuestra vida, y una sociedad expresa su *ethos* en la manera que elige ser. Es a lo que se hacía referencia anteriormente, al recoger la idea de Adorno de que el tiempo penetra siempre en la obra literaria; en estas obras, como en cualquier ámbito de la vida, se expresa una determinada forma de hacer las cosas, de expresar los sentimientos y, finalmente, de ser.¹⁹

Renovar la mirada de la ética a la televisión, en el sentido real del término, debería abarcar el *ethos* de la sociedad en la que se inscribe, con sus particularidades, su idiosincrasia, para así poder definir, por ejemplo, en qué debe consistir un servicio público de televisión; cuáles son los valores vulnerables en la sociedad española, cómo se articula la función del servicio público para proteger definitivamente estos valores.

El relacionismo nos fuerza a aceptar el contexto inmediato. Cada uno de los valores mencionados en la conferencia belga deben estar dotados de contenido en cada contexto particular. Por ejemplo, la preservación de la diversidad en las televisiones autonómicas. Este criterio puede ser en sí mismo un criterio meramente formal al cual es necesario dotar de contenido, y de un contenido que se configura según las particularidades de cada situación concreta. Por ejemplo, en nuestro contexto, se puede entender la diversidad como:

- una diversidad lingüística, según la cual debería haber una parte de la programación en catalán y otra en castellano;
- una diversidad cultural, según la cual la programación debería satisfacer los gustos de las personas provenientes de culturas diversas (tanto del estado español como de fuera del estado, los inmigrantes);
- una diversidad de géneros, según la cual las mujeres deberían tener sus propios espacios de expresión diferenciados del resto;
- diversidad por segmentos de edad: programación especializada para el público infantil, los jóvenes y las personas mayores;
- diversidad según la ocupación y sobre todo el desempleo: programación destinada a aquellos sectores de la población en paro que viven una situación en la que el trabajo deja de ser un vínculo de relación social y para la cual una programación específica cumpliría una función de servicio público efectiva;
- diversidad medio urbano/rural, según la cual debería haber una programación diferenciada para los sectores de la población de cada ámbito;

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

¹⁹ Ver también Buonanno y las ficciones, en el apartado anterior.

- diversidad según los municipios, barrios, etc, con información específica;
- diversidad sindical, etc.²⁰

Cada valor, en cada género televisivo y en cada contexto de referencia, adquiere unas dimensiones nuevas, y es una función de los medios de comunicación con vocación real de servicio público dar contenido a estos valores identificados. Es también función de los diversos colectivos que trabajan en los medios de comunicación (periodistas, guionistas, programadores, productores, etc.) desmarcarse del ámbito estrictamente legal –de cuyo incumplimiento ya se encargará la ley–, para cumplir esta función realmente mediadora de la que se ha hablado a lo largo del artículo, identificando los valores que en cada comunidad de referencia son vulnerables y merecedores de una protección especial y, sobre todo, de unas políticas de realización efectivas.

Bibliografía

- ALSUS, Salvador (1998). *Ètica i periodisme*. 1a edición. Barcelona: Pòrtic.
- BLUMLER, Jay (1993). *Televisión e interés público*. 1a edición. Barcelona: Bosch.
- BOOTH, W. C. (1988). *The company we keep. An ethics of fiction*. 1a edición. Londres: University of California Press.
- BOURDIEU, Pierre (1999). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- BUONANNO, Milly (1991). *Il reale e immaginario*. Turín: Nuova Eri.
- CAMPS, Victòria (1993). *Virtudes públicas*. 3a edición. Madrid: Espasa Calpe.
- CAMPS, Victòria; GINER, Salvador (1990). *L'interès comú*. Barcelona: Fundació Caixa de Barcelona.
- CHAMPAGNE, Patrick. «La construcción “mediática” de malestares sociales». En: PÉREZ BABOT, Carmen (1994). *Aldea Babel. Medios de comunicación y relaciones Norte-Sur*. Barcelona: Deriva.
- ESTATUTO DE RADIOTELEVISIÓN ESPAÑOLA. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 11 (12 de enero de 1980), p. 844–848.
- FISKE, John (1987). *Television Culture*. 6a edición. Londres: Routledge.
- JAMESON, F. (1981). *The Political Unconscious: Narrative as a socially symbolic act*. Nueva York, Ithaca: MANNHEIM, Karl (1996). *Ideología y utopía*. 2a edición. Madrid: Aguilar.
- SLACK, J. D.; WHITT, L. A. «Ethics and Cultural Studies». En: [Varios autores]. *Cultural Studies*.
- VÁZQUEZ MONTALBÁN, Manuel. «Medios de comunicación, formación de conciencias y construcción de identidades». En: PÉREZ BABOT, Carmen (1994). *Aldea Babel. Medios de comunicación y relaciones Norte-Sur*. Barcelona: Deriva.

²⁰ Todas estas posibilidades de interpretación del valor «diversidad» permiten ver la limitación de la interpretación que hace el ordenamiento español al reducir la diversidad a la diversidad política, y ésta, a la representación de los partidos políticos.