

Isidro Catela

Ética de la televisión

Consejos de sabios
para la caja tonta

Colección
ÉTICA APLICADA

Desclée De Brouwer

Índice

Introducción	11
Capítulo 1. Una sociedad saciada de televisión	17
1. La sociedad de las pantallas	17
2. De tópicos y viejas razones para eliminar la televisión	23
3. De utópicos y razones nuevas para dudar antes de eliminarla	28
Capítulo 2. Sombras y luces de la pequeña pantalla	35
1. Un mosaico que redefine la verdad y la existencia	35
2. ¿A qué huele la televisión? El hedor de la telebasura	39
3. Para una inmensa minoría: función social y servicio público de la televisión	46
Capítulo 3. Hacia una televisión de calidad	55
1. La calidad como concepto moral	55
2. Ética de la televisión y calidad televisiva	66
3. Ética emocional: el negocio de la ética en televisión	81

Capítulo 4. Consejos de sabios para la caja tonta . . .	85
1. De la ética a la deontología: elogio de la autorregulación profesional	85
2. Consejos de prensa, consejos audiovisuales y consejos de sabios	98
Anexo documental	109
1. El Consejo Audiovisual de Cataluña: funcionamiento, informes y recomendaciones	109
2. Código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia (2004)	122
3. Criterios orientadores para la clasificación de programas televisivos	137
4. Voto discrepante al informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado. Fernando González Urbaneja (2005)	144
Bibliografía	155

Introducción

Se dice que había en cierta casa un Gato tan activo y vigilante que no dejaba ni un momento de tranquilidad a los ratones. Y viendo éstos que su número disminuía considerablemente, resolvieron reunirse en asamblea, con el fin de hallar solución al difícil caso.

Después de haberse discutido y desechado varios proyectos, habló un Ratón menudo y presuntuoso, y dijo que el gato hacía tantos estragos entre los ratones porque debido a la blandura de sus patas no se le oía llegar.

–Yo creo –agregó– que si le pusiéramos un cascabel al cuello, éste nos avisaría de su aproximación, y tendríamos tiempo de ocultarnos. Con tan sencillo expediente nos burlaríamos del Gato.

Una salva de aplausos cubrió la voz del reformista, que ufano volvió a sentarse lleno de orgullo. Pero un ratón sesudo, que hasta entonces no había hecho más que oír y callar, tomó la palabra y dijo con voz grave:

–Amigos míos, ese proyecto me parece magnífico, pero ahora yo pregunto ¿quién va a encargarse de ponerle el cascabel al Gato?

Esopo

La caja tonta anda necesitada de sabios. La crítica social sobre la televisión (sus programas, sus programadores y hasta sus espectadores) ha crecido en los últimos años de forma directamente proporcional a lo que han crecido sus audiencias. Los padres no saben qué hacer ni qué decirles a sus hijos con respecto a la tele; los profesores no saben si utilizarla en el aula como recurso pedagógico o prescindir de su presencia y apelar a aquello de los ojos que no ven. Unos y otros, hartos ya de estar hartos, terminan por hacer dejación de funciones y responsabilidades educativas para cargarle a la pequeña pantalla buena parte de los males de niños, adolescentes, jóvenes y otros teledictos compulsivos. Cualquier tiempo pasado fue mejor –también en televisión–: lo afirma el abuelo que añora el monopolio público y el entrañable UHF en blanco y negro, lo afirma el padre que echa de menos “esas series que ya no se hacen y esas películas de vaqueros que ya no se ponen” y lo afirman los trabajadores de la cosa pública, que pasan sus horas, como lagartos al sol, recordando viejos tiempos por los pasillos de Prado del Rey “cuando en televisión se hacía cine, y se cuidaban los planos, y el servicio público era una realidad, y nos pasábamos las horas como orfebres con la cámara y la editora montando aquellas joyas teatrales que se llamaban Estudio 1 y que tanto talento descubrieron para las artes escénicas de este país”.

El dibujo muestra trazos discontinuos, postmodernos, apocalípticos, cómicos y trágicos, hijos del zapping y de la telebasura. Y ante cuadro tal sólo cabe ser abducido o salir espantado, no parece haber término medio. Optaremos, aunque sólo sea como ejercicio estilístico, por la búsqueda de un punto de equilibrio entre la adicción y la indiferencia.

La televisión, como la loca ruleta del casino, no va más. Necesita una mirada reposada ante el vértigo que la ha llevado a morir de éxito, con la caja de los beneficios contante y sonante –pura coyuntura que se irá como vino– y el prestigio por los suelos –que tardará en volver, pues lo malo se aprende enseguida y lo hermoso nos cuesta la vida–.

En esas estamos: se han juntado los ratones para librarse del gato y después de largo rato de disputas y opiniones dijeron que acertarían en ponerle un cascabel, que andando el gato con él, librarse mejor podrían. Mas parece el gato seguir tan activo y vigilante como siempre, mientras unos cuantos ratones barbicanos se atusan los bigotes y nos cantan las excelencias de su consejo sabiondo.

Dicho sin fábula: una de las primeras propuestas del gobierno socialista, tras su victoria electoral del 14 de marzo de 2004, fue crear un comité de expertos para poner coto a los desmanes de RTVE e intentar detener la sangría económica que asolaba las ya maltrechas arcas del Ente Público. La iniciativa, a medio camino entre la ética y la cosmética, ha sido uno de los focos principales de atención en un año 2005 en el que el sector audiovisual español ha adquirido un inusual protagonismo con el anunciado apagón analógico en el horizonte, la nueva televisión digital terrestre a la vuelta de la esquina, la polémica suscitada con las concesiones gubernamentales de licencias televisivas y el despertar del esperado Consejo del Audiovisual. Como decimos los periodistas, todo ello se ha convertido en la “percha” inmejorable para enganchar este libro y aprovechar el contexto en beneficio del texto.

Llegados a un punto de no retorno y con la televisión vituperada y consumida a partes iguales, se impone la reflexión y el análisis de lo que nos está pasando. “*Ética de la televisión. Consejos de sabios para la caja tonta*” quiere ser una propuesta crítica de regeneración moral que, desde un pesimismo inevitable, pero moderado, nos ayude a salir de la catódica y oscura noche en la que nos hallamos. Para ello el libro se organiza en cuatro grandes capítulos, divididos a su vez en tres epígrafes cada uno, acompañados al final por un apéndice documental que recoge lo esencial de los textos de referencia manejados en la obra, relacionados con el ámbito de la autorregulación audiovisual más reciente.

En el primer capítulo se analiza la paradoja de una sociedad audiovisual, que no puede entenderse sin la televisión al tiempo que

manifiesta su hartazgo televisivo. La televisión entendida como pequeña pantalla en una sociedad vigilada y regida por pantallas, desde nuestros propios ojos, los escaparates, los videojuegos, los teléfonos móviles, la televisión, el ordenador o la pantalla de las salas de cine; la televisión entendida con y desde sus adjetivos más habituales: la caja tonta, la caja de Pandora, la caja registradora, etc. y la televisión como paradigma del entretenimiento rápido y como espejo de una sociedad que se consuela pensando que ella misma es el espejo que acaba por reflejar lo que nos cuenta la tele.

La segunda parte refleja las luces y las sombras de la televisión; su olvidada función social, el concepto de servicio público –esencial para encarar una perspectiva ética–, sus posibilidades educativas y la resbaladiza definición de calidad televisiva en el lado más luminoso y la deriva mercantilista del medio, con la telebasura como punto de todas las miras, en la zona más oscura.

Tras el preludeo, en la tercera parte, el núcleo de la obra que propone las pistas para el camino hacia una ética televisiva que implique a todos los agentes (empresarios, profesionales, anunciantes, espectadores, etc.) y que se adentre en el terreno de la autorregulación profesional, opción reguladora que ha irrumpido con fuerza en el panorama mediático, para suavizar los excesos intervencionistas del Estado y la despiadada lógica del Mercado, que se analiza en el capítulo final.

La actualidad informativa condiciona, en el buen sentido de la palabra, los contenidos del último epígrafe. El Ejecutivo español nos ha acostumbrado en el último año a gobernarnos a golpe de consejos, y la televisión no iba a ser una excepción. Por ello, se concluye explicando qué es un consejo de sabios, entendido como mecanismo de autorregulación profesional, cuáles son las características de los que han saltado a la fama recientemente y qué es eso de un Consejo Audiovisual que regule y oriente, desde una perspectiva legal y moral, este panorama audiovisual que tanto ha cambiado en los últimos años y que tanto va a cambiar en los venideros.

La pregunta, cuando hay un cónclave de ratones motivado por crisis gatunas, siempre termina siendo la misma: la idea del cascabel es buena, pero ¿quién va a ser el que le cuelgue al felino la campanita en el pescuezo? Vamos a intentarlo entre todos, aún a riesgo de llevarnos algún arañazo.

1

Una sociedad saciada de televisión

1. La sociedad de las pantallas

He vivido mi infancia, mi adolescencia y mi juventud universitaria al vertiginoso ritmo que ha marcado el cambio constante. La tiranía de lo nuevo se ha impuesto en las vidas de la gente de mi generación, que despertamos al uso de la razón con una televisión sepia, a medio camino entre el añejo blanco y negro y el color radiante que hoy gozamos en las pantallas extraplanas, esos televisores de plasma que ocupan las tres cuartas partes de los salones de las casas.

El cambio se había convertido a principios de los ochenta en la palabra talismán. Habíamos cambiado el consenso por el cambio y se abría paso con fuerza la necesidad de mutarlo todo, desde el discurrir de la vida política hasta las pequeñas cosas que hacen grande una vida familiar. Quien más, quien menos quería cambiar su forma de vestir, su manera de peinarse, su música preferida, su coche, su lavadora, su hipoteca y, por supuesto, su televisor. Mis amigos y los amigos de mis amigos se compraron una *telefunken* para ver en color a Naranjito y cantar los goles de la selección de fútbol en el Mundial 82. Ese mismo año Juan Pablo II recorrió España con su papamóvil y la ingente cantidad de televisores que se habían vendido en el verano, por motivos futbolísticos, nos permitió guardar en

la memoria aquella marea humana desplegada en blanco y amarillo por las ciudades del país. A mil novecientos ochenta y uno, con su golpe de Estado, le tomamos el pulso con el transistor en la mano; mil novecientos ochenta y dos, sin embargo, convirtió a España –y nos convirtió a los españoles– en una sociedad pegada a la pantalla del televisor.

Lo nuevo fascina y abre, de inmediato, grandes expectativas, pero genera también, casi en la misma medida, gran cantidad de recelos y sospechas. Me consta que no fui el único a quien le tocó convencer a sus padres de la oportunidad y conveniencia que suponía emprender la carrera universitaria por los sinuosos caminos de las Ciencias de la Información. En el *top ten* de las profesiones consideradas frívolas, infamantes, inseguras y poco deseables para un hijo, se encontraba con letras de oro la profesión periodística. Ser periodista era un mal menor, una mala alternativa (si el chico no valía para otra cosa) hasta el punto de que éramos muchos los que optábamos por tranquilizar a los progenitores diciéndoles que, además, estudiaríamos alguna carrera seria como Derecho, Magisterio o Filología. En las Facultades de Ciencias de la Información –hoy de Comunicación, o de otros nombres dispares– ha corrido de generación en generación ese dicho cruel que reza: “No le digáis a mi madre que soy periodista. Ella, la pobre, cree que trabajo en un burdel”.

Lo cierto es que la televisión que irrumpía, apenas comenzados los noventa en el panorama del audiovisual español, no nos ayudaba en demasía a tan prolija tarea. La aparición de las cadenas privadas y con ellas una especie de *segundo destape* –no sólo carnal, por supuesto–, al estilo del vivido en la transición democrática, introdujo pronto en nuestro vocabulario cotidiano conceptos como telebasura y extendió los estereotipos más gruesos sobre el común de los periodistas, que comenzaban a frecuentar las series de ficción, hasta entonces reservadas en España a abogados, médicos o policías.

Durante la primera mitad de los noventa, no hubo un solo profesor que, en la Facultad, no nos hablara de *lo nuevo*: las nuevas

cadenas privadas, el nuevo orden mundial de la información, las nuevas posibilidades de la informática y sus innumerables aplicaciones periodísticas; la nueva Sociedad de la Información, en definitiva.

Habiendo vivido a golpe de novedad atropellada, se me hace muy cuesta arriba decir algo nuevo sobre la televisión. En este ámbito, más que en ningún otro, hoy se te exige no sólo ser nuevo sino *novísimo*, al ser un terreno abonado para que todo el mundo opine. Muchos de nosotros llevamos dentro un espectador de televisión, de la misma manera que llevamos un seleccionador de fútbol, un médico que todo lo sana o un político que todo lo arregla.

La *nueva era* entra en nuestras vidas de la mano de la terminología que gira en torno a la denominada *sociedad de la información*. Se trata de una fórmula cotidiana, encumbrada en la década de los noventa con la irrupción generalizada de internet en nuestras vidas, y que hoy manejamos para referirnos a una sociedad cuyo funcionamiento se basa en la circulación constante y acelerada de determinadas cantidades de información.

La expresión “sociedad de la información” (S.I.), sin embargo, comienza a utilizarse a mediados de los años setenta para designar a las sociedades occidentales en tanto que redes de flujo informativo (ESPARZA, 2001, p. 27). Hablamos de S.I. como paraguas que acoge la lluvia terminológica de conceptos que con nombres diferentes se han referido a una misma cosa.

Se habla de una Era de la Información, como queriendo ampliar los límites temporales a los que nos puede circunscribir el término *sociedad*. Se habla también de *sociedad post-moderna*, tecnológica, telemática, tecnocrática, tecnotrónica, post-industrial, cibernética. McLuhan habló de Aldea Global, Negroponte de Sociedad Digital, Baudrillard de Sociedad de Consumo, Nora-Minc de Sociedad Informatizada, etc.

Esta era de la comunicación (BABIN, 1990), que de tantas maneras ha sido llamada, se vertebra por medio de un tipo de sociedades que hasta ahora desconocíamos. Se trata de un entramado social

condicionado por las mediaciones y, dentro de éstas por las pantallas, que actúan como mediadoras ubicuas hasta en lo más escondido de nuestro vivir cotidiano.

La sociedad de las mediaciones se erige poderosa ante nosotros. Se nos ha escondido el encuentro directo en nuestras relaciones personales, de tal manera que vivimos convencidos de que no es posible si no viene acompañado de un cierto celestinaje. Aparentemente lo vemos todo, todo está a nuestro alcance, pero se trata más bien de una percepción ilusoria, de una sociedad translúcida, que deja pasar la luz pero impide la contemplación nítida de los objetos. La necesidad de mediación, cuyo ejemplo más patente son los medios de comunicación social, es un reconocimiento implícito de que esa comunicación como fenómeno originario no es posible en su plenitud para un ser humano y, por lo tanto, mediado y con necesidad de conformarse a través de mediaciones. Los *mediadores* han encontrado su espacio (su nicho de mercado) y se han convertido en una industria próspera: representantes de artistas, agentes que te resuelven el papeleo de Hacienda, buscadores de internet, agentes inmobiliarios o agentes matrimoniales. El mediador, que siempre ha existido, vive su particular momento de esplendor en esta sociedad de las mediaciones.

Pensemos en los medios de comunicación, mediadores por excelencia: los sistemas de información han creado complejas organizaciones sociales en torno a ellos y viceversa, la organización en sociedades masivas ha implicado la creciente complejidad de los sistemas de información. Los medios han tenido que responder a las modificaciones cualitativas de la sociedad y han tenido que hacer un poco de todo, transformando sus espacios y estrategias para satisfacer las variopintas demandas del mercado y los distintos requerimientos de los ciudadanos-consumidores de información. Han generado espacios con un sinnúmero de funciones: entretenimiento, información, educación, formación de opinión, etc. y se han convertido, al mismo tiempo, en una instancia de mediación entre los ciudada-

nos y el Estado. El Estado ya no puede, en un entorno masificado, informar a sus gobernados directamente, se ve obligado a utilizar los espacios informativos de los medios para hacerlo. Una gran parte de los ciudadanos se entera de las medidas que toma el Estado y que les afectan directa o indirectamente por los medios de comunicación social: alzas de precios, cambio de moneda, trámites burocráticos, nombramientos, pactos comerciales, conflictos sociales, etc.

La sociedad de las mediaciones encuentra en *las pantallas* su peculiaridad más reciente. La postmodernidad nos enseña a configurarnos desde las miradas exteriores, despreocupándose un tanto de la realidad interior sobre la que todo ser humano se construye.

Somos en la medida en que otros nos ven: el ojo, el escaparate, el televisor, el ordenador, el teléfono móvil, la videoconsola, etc. Somos *animales de pantallas*, fascinados más por los reflejos que nuestra realidad proyecta que por nuestra misma realidad. Somos hombres cautivos en el interior de una platónica caverna, atados de piernas y manos, sin poder nunca girar la cabeza, que no hemos visto más que las sombras proyectadas por el fuego catódico y que llegamos a creer que no estamos viendo sombras sino objetos reales. Pedro Guerra lo canta en su canción “El circo de la realidad”, dedicada a la fauna televisiva: “en el circo de la realidad, la gente piensa que la realidad es el deseo de la realidad”.

Somos animales de pantallas, obnubilados por ellas y hastiados de ellas; informados y deformados por ellas; configurados y fragmentados en su pequeña porción de *realidad*. Una de las grandes paradojas del tiempo en el que vivimos es la de ser miembros de una sociedad que no se entiende a sí misma sin su dimensión audiovisual, y muy especialmente sin su dimensión televisiva, al tiempo que, curiosamente, manifiesta su hartazgo por la desmesurada presencia que la televisión ha adquirido en nuestras vidas.

Disfrutamos y padecemos una sociedad saciada de televisión que parece haber emprendido, de forma irremisible, el camino de la saturación audiovisual. Ésta es, me parece, si cabe novedad alguna

sobre lo innovado, la óptica con la que hay que mirar a la Sociedad de la Información de estos comienzos del siglo XXI. Nos hallamos invadidos por las pantallas, a las que prestamos devoción reverencial, inaugurando así un régimen de saturación, de sobrepuja signíca (IMBERT, 2003, p. 235), donde todo lo que se nos muestra es ya más real que lo real y nos fascina hasta el punto de impedir nuestra reacción racional. El contenido que se vierte en la pantalla es un espectáculo que se ha convertido en un fin en sí mismo, apartándonos del referente, porque lo que prima es el modo de ver y de mostrar.

Cuántas veces hemos oído que los medios desempeñan un papel primordial, dentro de la Sociedad de la Información, no tanto porque nos digan lo que tenemos que pensar sino, sobre todo, porque nos dicen en qué tenemos que pensar. Sin dejar de ser del todo cierto, *la sociedad de las pantallas* va un poco más allá, introduce un *giro autorreferencial* que, en muchos casos, nos impide analizar el contenido de la pantalla. La televisión moderna no sólo es un tema de conversación, como lo ha sido desde que se inventó, sino que ella misma se ha convertido en una forma conversacional, en espectáculo de la conversación (VILCHES, 1993). La *neotelevisión*, como la llamó Umberto Eco, habla cada vez menos del mundo exterior, habla más de sí misma y del contacto que está estableciendo con el público, llega a existir casi como personaje, como instancia que está presente mediante una continua referencia a su capacidad de construir mundos, de establecer relaciones, de crear realidad (ECO, 1986).

Esta era que traza sus puntos cardinales en función de la comunicación de masas, que ha entronizado la mediación, y muy especialmente la mediación de los medios de comunicación social, y que vive reflejada en pantallas translúcidas se nos muestra contradictoria: ha desarrollado vertiginosamente su capacidad de mirar, su ejercicio cotidiano de *voyeurismo*, para terminar mirándose a sí misma. Y ésta no es una característica exclusiva de los medios de comunicación, constructores de metarrelatos que se enroscan en el propio medio sin llegar a ningún fin, sino que es una marca distintiva de la socie-

dad en la que vivimos. La obsesión con uno mismo, el neoindividualismo narcisista (LIPOVETSKY, 2003, p. 27) no se reduce al hedonismo y al psicologismo, sino que implica cada vez más un trabajo de construcción de sí, de toma de posesión del propio cuerpo y la propia vida, en un rechazo del destino, que conlleva la invención constante de uno mismo sin vía social trazada de antemano.

Ésta es la explicación más nítida del paradigma del Gran Hermano, donde pugnan y se entrecruzan las historias de vacua vanidad y las de superación personal, que siempre suponen un atenuante que atempera nuestras críticas. Los dos tipos de historias nacen de una mirada que no sale de sí y crecen, con diferente fruto, en una sociedad de pantallas que todo lo mira y, apenas, nada ve, porque está muy ocupada observándose a sí misma.

2. De tópicos y viejas razones para eliminar la televisión

La sociedad de las pantallas se articula en torno a la televisión. Los video-juegos, los teléfonos móviles, los grandes centros comerciales (apología y éxtasis sumo de la sociedad de las pantallas) y, sobre todo, internet (la pantalla que abre y cierra todas las otras pantallas) caminan junto a nosotros con total normalidad, pero es, no obstante, la televisión la que continúa en el centro de este juego social, en el que el deseo de mirar –y cada vez más, también, el deseo de ser mirado– ocupa un lugar privilegiado a la hora de entendernos en relación con los demás.

Cada verano, desde hace cinco años, imparto un curso para jóvenes, profanos en la materia, sobre medios de comunicación social. Al abordar la televisión, comienzo con el sencillo juego de provocarles una *tormenta de ideas* al respecto. Se trata de que se paren a pensar durante unos minutos y escriban en un papel en blanco aquello que les viene a la cabeza al oír hablar de televisión. La segunda parte del *juego* resulta sencilla de preparar con antelación,

pues los resultados son siempre muy similares: por cada halago vertido, la televisión recibe nueve sustantivos, verbos, adverbios y adjetivos poco agradables. *Telebasura* y *caja tonta* compiten, año tras año, por la primera posición en el ranking y orientan el encendido debate posterior, en el que tengo que hacer verdaderos esfuerzos para rescatar alguna luz entre el panorama sombrío que los alumnos dibujan.

La televisión tiene mala prensa. Groucho Marx mostraba su fina ironía agradeciéndole su programación infame: “la televisión ha hecho maravillas por mi cultura. En cuanto alguien la enciende, voy a la biblioteca y me leo un buen libro”. Basta buscar en un diccionario de citas célebres para encontrar en el último medio siglo un buen puñado de ellas lanzadas contra la televisión.

Jerry Mander expuso sus cuatro buenas razones para eliminarla en una obra clásica, de la que con posterioridad han bebido muchos autores. Mander plantea sin ambages la necesidad de eliminar la televisión, ante la imposibilidad de dominar el monstruo en el que se ha convertido y observar el daño que le produce a nuestras vidas y lo hace atacando el alegato que, a su vez, defiende la neutralidad de la tecnología; en este caso, sostendría que la televisión es meramente una ventana o un conducto a través del cuál cualquier percepción, cualquier posición o realidad puede pasar, y tiene, por tanto, la potencialidad de ilustrar a la gente que la mira y es también potencialmente útil a los procesos democráticos (MANDER, 1984, p.25). Dicho de otra manera, Mander critica el argumento de que la televisión no es buena ni es mala en sí misma sino que depende del uso que el ser humano le dé, de la misma manera que el cuchillo puede servir para partir el pan o para clavárselo a otro en el pecho y no podemos afirmar que la herramienta en sí esté cargada de maldad. Desde Mander son muchos los que rechazan esta tesis de la bonhomía tecnológica e introducen una visión apocalíptica, eso sí, sin contemplar el final triunfal del libro bíblico, y negando de inicio que la televisión pueda tener alguna dimensión salvífica.