



CEU  
*Biblioteca*

Me comprometo a utilizar esta copia privada sin finalidad lucrativa, para fines de docencia e investigación de acuerdo con el art. 37 de la Modificación del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual del 7 de Julio del 2006.

*Trabajo realizado por: CEU Biblioteca*

Todos los derechos de propiedad industrial e intelectual de los contenidos pertenecen al CEU o en su caso, a terceras personas.



El usuario puede visualizar, imprimir, copiarlos y almacenarlos en el disco duro de su ordenador o en cualquier otro soporte físico, siempre y cuando sea, única y exclusivamente para uso personal y privado, quedando, por tanto, terminantemente prohibida su utilización con fines comerciales, su distribución, así como su modificación o alteración.



## **Luis Núñez Ladevéze**

### *Ética de los contenidos televisivos y mecanismos para su análisis*

Hay tres aspectos que deben tenerse en cuenta al tratar los contenidos de la televisión. En primer lugar, la situación actual como heredera del pasado. En segundo lugar, los cambios cualitativos y cuantitativos que se van a producir a consecuencia de la expansión de la técnica digital en el ámbito de las telecomunicaciones y, en tercer lugar, los valores permanentes, que no cambian o son independientes de los cambios. Entre esos valores hay que citar, en primer lugar, la libertad. En segundo lugar, los valores morales dentro de la tolerancia de las sociedades pluralistas democráticas.

Empecemos, de modo muy sintético, por el primer aspecto.

#### **1. El estado de la cuestión**

Un decenio después de la regulación de las televisiones privadas en España y algunos años después de la legalización de las autonómicas, contamos con suficiente experiencia para confirmar que no eran infundados los temores de quienes presagiaban que la competencia y el pluralismo no iban a servir de estímulo para la mejora de la calidad de los contenidos televisivos. No sólo se había perdido por entonces calidad cultural en relación a los productos de la televisión pública monopolista<sup>1</sup>, sino que la misma oferta de la televisión pública, al entrar en el terreno de las cadenas privadas por verse obligada a disputarse con ellas la audiencia, recurrió a las mismas pautas de programación que las privadas.

El proceso de deterioro fue tan rápido y manifiesto que pronto se alcanzaron las protestas por parte de algunos sectores de la audiencia. Estas protestas tenían una base legal claramente delimitada. De 1989 data la directiva "Televisión sin fronteras". Aparte de otras prescripciones

consignadas en la norma, los artículos 16 y 17 se dedican expresamente a proteger a los menores de 18 años frente a posibles excesos en la difusión de contenidos de la publicidad y la programación. Esta ley establece que

*“las emisiones de televisión no incluirán programas ni escenas o mensajes de cualquier tipo que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores ni programas que fomenten el odio, el desprecio o la discriminación por motivos de nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad u opinión”.*

La directiva fue incorporada a la legislación española por la ley 25/1994 de 12 de julio<sup>2</sup>.

El procedimiento que se adoptó para tratar de remediar el malestar social causado por el deterioro de la programación fue convencer a las empresas de que firmaran un Convenio de Autorregulación. Se pensó que, en un régimen basado en los principios de libertad de expresión y derecho a una información veraz, debería bastar un compromiso firmado por las empresas de televisión en el que se aceptasen algunos principios y normas de autorregulación para prevenir los posibles excesos.

En abril de 1993, antes de que fuera trasladada en octubre la directiva “Televisión sin fronteras” a la legislación española, el Ministerio de Educación y Ciencia propuso a las empresas que suscribieran en un convenio de autorregulación un Código Ético que fue firmado por TVE y las cadenas privadas de difusión gratuita en el espacio radioeléctrico.

Pronto se comprobó que la autorregulación de las empresas no bastaba para asegurar el cumplimiento de la directiva. Los síntomas de malestar social aumentaron en lugar de disminuir. Diversas instituciones de enseñanza, las asociaciones de telespectadores y la prensa manifestaron su preocupación. Una expresión, “televisión basura” o “telebasura”, empleada con un significado distinto del que tenía esa expresión en inglés para designar ciertos espacios televisivos por sus características denigrantes, pasó a ser de uso común.

Como la alarma aumentó, el Senado tomó cartas en el asunto mediante la creación de una Comisión Especial de Contenidos Televisivos. Profesionales de la publicidad y del periodismo, empresarios y gestores, profesores universitarios, juristas, asociaciones de telespectadores, políticos, en fin, expusieron sus ideas ante la Comisión

Especial, que elaboró un *Informe* tras varios meses de trabajo. Este *Informe* reúne una serie de opiniones selectas que lo convierten en un documento insustituible para comprender la complejidad de los aspectos implicados en el problema.

Lo que la Comisión dictaminó en las conclusiones de su Informe es que

*“...los contenidos televisivos son, hoy por hoy, una mercancía, pero a la vez ‘un bien cultural’ que merece protección. El control de calidad exigible a todos los productos de consumo carece de vigencia en el ámbito de la televisión. (Conclusión 1 del Informe del Senado).*

*El control legal sólo será efectivo cuando los profesionales de la televisión asuman personalmente ese control como correcto y cuenten con el apoyo social necesario para ponerlo en práctica. El autocontrol que pretenden los códigos deontológicos complementa al derecho positivo y puede ser una ayuda...*

*La participación ciudadana en la cuestión de los contenidos televisivos es débil y tiene escasos cauces de expresión... Toda democracia liberal debe saber preservar los valores democráticos y los valores liberales.”<sup>3</sup>*

El Senado instaba a la creación del *Consejo Superior de los Medios Audiovisuales*. Se consensuó una propuesta legislativa en la que tuve la oportunidad de colaborar activamente cuando la Comisión me confió la elaboración, junto con el profesor Pedro Oriol Costa de la Universidad Autónoma de Barcelona, del informe básico. Pero, a pesar de haber sido consensuada la institución del Consejo Superior de los Medios Audiovisuales en la legislación anterior, hasta el momento no se ha llegado a una decisión sobre su regulación.

Resumiré la historia de la actual legislación. La Secretaría de Estado para la Información se encargó de recoger el testigo de la propuesta legislativa pendiente. Pero la filtración de un borrador preliminar todavía en elaboración, calificado de “ley mordaza”, suscitó los recelos de los medios de comunicación que consideraron que algunos párrafos podían implicar un recorte de la libertad de expresión. La oposición utilizó esa sospecha para criticar al Gobierno y, como consecuencia, la Secretaría abandonó el trabajo y se desentendió completamente del proyecto.

Tras haberse desentendido el Gobierno, el Partido Socialista decidió tomar la iniciativa de abanderar ante la opinión pública la preocupación social por el problema de la protección de los menores y de los excesos de la programación, coincidiendo con un aumento de artículos y declaraciones de especialistas, juristas y profesionales en los que se critica el deterioro de ciertos programas y se reclama que se realice la propuesta legislativa pendiente. El Defensor del Pueblo y otras instituciones han insistido en la necesidad práctica de regular esa institución.

En esa coyuntura, la Generalidad de Cataluña aprueba el 5 de julio de 1996 la ley la creación del *Consell de l'Audiovisual* de Catalunya y el 7 de enero de 1997 el *Reglamento de funcionamiento*. En octubre de este año presenta CiU, socio del Gobierno en el Senado, un proyecto de ley inspirado en la propuesta legislativa aprobada en el Senado en 1995 con los votos de todos los partidos excepto de Izquierda Unida que, a última hora, se abstuvo. La iniciativa del socio gubernamental es rechazada por el Partido Popular que cuenta con la mayoría absoluta en la Cámara, el cual presenta como alternativa aprovechar que ha de transferirse una nueva directiva europea de 1996, que rectifica algunos artículos de la de "Televisión sin fronteras" transferida en 1993. En el proyecto de ley gubernamental de transferir la nueva directiva se propone que se regule un comité dentro de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones que se ocupe específicamente de los contenidos de la televisión.

Tras anunciarse esta oferta del Gobierno, el Portavoz de CiU en el Congreso presenta el 27 de octubre a la mesa, una Proposición de ley de creación del Consejo Superior de los Medios Audiovisuales similar a la rechazada en el Senado. En esta situación podría darse la paradoja de que en el Congreso se discutieran dos propuestas legislativas diferentes. Por un lado, la del Gobierno y, por otro, la de CiU, su propio socio parlamentario. La primera avalada por el Gobierno y los partidos que lo respaldan, excepto CiU. Si así fuera, pero no creo que lo sea me anticipo a puntualizar, no tendría respaldo suficiente.

El proyecto de ley elaborado por el Gobierno, además de ignorar el ya consensuado previamente en el Senado, no se adapta ni en el espíritu ni en la letra a las directrices que deberían inspirar la figura de una institución administrativa independiente protectora de derechos fundamentales, como los de la infancia. Sus miembros habrían de ser elegidos para realizar una función específica en virtud de sus conocimientos, de su prestigio social y profesional y de su intachabilidad moral.

No es que estas virtudes puedan faltar a los miembros de la Comisión de las Telecomunicaciones, pero este órgano tiene una dependencia del Ministerio de Fomento; como organismo autónomo no reúne los requisitos de autoridad administrativa en la materia de su competencia; sus miembros no son elegidos porque tengan algún conocimiento concreto del contenido de televisión y su designación no responde a la función que ha de desempeñar. Por último, el Consejo del Mercado de Telecomunicaciones tiene, porque la ley así lo prescribe, competencias exclusivamente económicas. Se trata, pues, de un órgano distinto para un asunto distinto, con una composición inadecuada para poder realizar la tarea que se le confía y con una dependencia del Ministerio de Fomento que desdice del rango de autoridad administrativa que ha de corresponder a su función concreta.

Con todo, la preocupación por el deterioro de los contenidos televisivos aumentó todavía más en los años 1996 y 1997 a causa de algunos programas que abrieron las televisiones al sensacionalismo más escabroso, a la intromisión en la vida íntima y a la pornografía encubierta o explícita. Concretamente los que, en los comentarios periodísticos y, en especial en el debate público, fueron objeto de la más severa crítica fueron "Efecto F", de Antena 3; "Así cruzamos el Missisipi", de Tele 5; "Tómbola", de Telemadrid y TVV, y "La sonrisa del Pelicano" de Antena 3 -este último programa es la continuación en Antena 3 del citado en primer lugar, emitido en Tele 5.

Que el malestar no era un sentimiento pusilánime de grupos especialmente sensibles lo prueba que el pleno del Congreso de los Diputados aprobara por unanimidad el 13 de noviembre de 1997 las propuestas recogidas en un informe de una subcomisión parlamentaria creada para estudiar la situación de la familia en España. En el informe de la subcomisión se dice que

*"la televisión es una fuente de extraordinaria importancia, no sólo de información sino también de diseño de modelos de comportamiento, en especial para los niños y adolescentes. Sus efectos serán beneficiosos en cuanto promueva la tolerancia y la solidaridad, o degradantes en cuanto ofrezca como paradigmas la violencia, la insolidaridad o el relativismo ético".*

El 16 de septiembre de 1997 el Defensor del Pueblo compareció ante el Congreso de los Diputados. En su exposición se quejó de que las televisiones incumplieran la normativa europea y detalló que las quejas de los teles-

pectadores contra algunos programas de televisión se centraban, entre otros, en la emisión de contenidos perjudiciales para la juventud u ofensivos para la dignidad de las personas. Afirmó que la *telebasura* debe ser controlada con la “máxima urgencia”.

El 13 de noviembre el Congreso propuso unánimemente al Gobierno que se regulasen procedimientos de control para asegurar que las cadenas cumplen con la directiva europea y con sus propios códigos de autorregulación y que se supervisase el grado de cumplimiento del código deontológico firmado en 1993 con el Ministerio de Educación y Ciencia.

Este es, salvo detalles, el estado en que se encuentra la institucionalización de un órgano que, como en el resto de los países de la Unión Europea, se ocupe de los contenidos televisivos.

## 2. Los cambios que se avecinan

Ahora vamos a tratar del problema futuro.

Una institución de esta naturaleza tiene sentido en la situación presente. Tal vez pueda dejar de tenerlo (o deberá tener unas características que hoy día son difíciles de precisar) en la nueva situación que se está preparando, dado que va a cambiar la relación entre el espectador y los programas que puede ver a través de la pantalla.

Digan lo que digan los empresarios y los programadores, muy interesados en asegurar que nada más libre que una audiencia que puede encender y apagar el televisor a su gusto o pasar de un programa a otro, el espectador no tiene prácticamente libertad de elección de programas mientras se trate de productos gratuitos y escasos. Cuando sólo había una cadena de televisión, solía decirse que el espectador era libre de apagar o no el televisor; cuando hubo dos cadenas se dijo que, además, podía optar entre una u otra. Ahora que puede elegir, en el mejor de los casos, entre una decena de posibilidades (si se cuenta con el satélite, alguna más), se dice que es libre. Pero si lo es ahora, por la misma razón lo era antes: ¿en qué ha aumentado la libertad desde la dictadura hasta hoy si tanto entonces como ahora se podía apagar o encender el televisor?

La pregunta correcta es: ¿tiene el espectador más capacidad de decisión ahora que cuando sólo tenía una posibilidad, la de apagar o encender el televisor? Mi

respuesta es sí. No dudo de ello, hay más libertad ahora que entonces. Pero esa respuesta afirmativa expresa, por sí misma, la precariedad de esa libertad, su carácter raquítico. Cuando haya 500 posibilidades de elegir aumentará también la libertad de elegir. Será mucho mayor que la actual. Lo cual significa que estamos tratando un aspecto meramente cuantitativo de la libertad de elegir. Pues bien, cuantitativamente, la posibilidad de elegir es hoy rudimentaria, pero mañana será muy amplia. Por tanto, que no nos digan que somos libres ahora. Si la medida es cuantitativa, somos muy poco libres. Cuantitativamente, la libertad es una cuestión de grado, es decir, de muy poco, de algo o de mucha libertad. Si el número de posibilidades de elegir entre uno u otro programa aumenta la libertad, el futuro será mucho más libre que el presente. Lo que quiere decir que, actualmente, somos muy poco libres y que la libertad de apagar y encender o de pulsar o no pulsar el botón es una mínima expresión de libertad.

Pero hay otro aspecto más importante: el cualitativo. La libertad del espectador, al que le llega a través del espacio público radioeléctrico un programa que no ha solicitado, que se le ofrece e introduce en su casa a través del receptor —único elemento por el que ha tenido que pagar algo— es meramente pasiva. El televisor no es como la nevera, aunque ambos sean electrodomésticos. Lo que hay en la nevera lo hemos metido nosotros. Lo hemos ido a comprar fuera. La relación entre el contenido de la nevera y nuestra libertad es activa; lo que hay en la nevera es el testimonio de un conjunto de decisiones activas de elección. Lo que vemos en el televisor nos lo han metido sin consultarnos. La relación entre el contenido que se nos ofrece y nuestra libertad es pasiva; no es el resultado de la decisión de elegir, ya que sólo podemos escoger entre lo que previamente se nos da. Es como si todos los días aparecieran en la nevera siete frascos de leche y ninguna otra cosa y nos sintiéramos muy libres por poder elegir uno de entre los siete. Quien quiere ir a un cine o a un restaurante tiene muchísima más libertad en términos cuantitativos que quien trata de elegir entre uno u otro canal de televisión, pero también en términos cualitativos. Va a donde quiere porque quiere y elige lo que quiere.

Justamente esto es lo que va a cambiar, lo que será posible con la televisión temática de pago y las posibilidades inauditas que el desarrollo de la digitalización ofrece<sup>4</sup>. Por eso me parece que es importante precisar que el enfoque actual de la regulación del Consejo Superior de los Medios Audiovisuales está principalmente

relacionado con la situación presente y no se ha reflexionado suficientemente aún sobre las implicaciones de los cambios que se avecinan.

Pero a pesar de que creo que la televisión temática y de pago y que la posibilidad de ver televisión y cine a través de internet van a modificar el panorama, sigo pensando que la institución del Consejo es útil y necesaria.

Hay aspectos que evolucionarán y habrá que estudiarlos en un futuro, pues no es lo mismo comprar en la tienda que elegir en casa entre siete u ocho productos regalados ya que, por malos que sean, a caballo regalado dice el refrán que no le mires el diente. Y eso es lo que pasa con los programas de televisión: que son regalados, no comprados. Hemos comprado un aparato y con él nos regalan siete u ocho revistas que nos meten por debajo de la puerta. Lo único que pasa es que no podemos verlas todas a la vez, pero si pudiéramos las veríamos todas, ¿por qué no, si todas son gratis?

Salir al cine sí que es una decisión plenamente libre ya que hemos de ir a una sala de exhibición y la entrada no es gratuita. La actual regulación cinematográfica puede servirnos para pensar en la función futura del Consejo Superior de los Medios Audiovisuales cuando se desarrollen las transformaciones tecnológicas que ya conocemos. Hay normas de admisión y de regulación de la producción y la exhibición cinematográfica.

Hay películas no aptas para menores, como también hay locales nocturnos en los que no pueden entrar los menores. Hay también otras limitaciones. Una película violentamente racista o xenófoba tendría muchos problemas para exhibirse en una sala cinematográfica. Si se trata de pornografía dura hay que ir a una sala especial. Esto pasa con el cine, a menos que se emita por televisión. Entonces no hay ningún problema. Lo que un menor no puede ver en una sala de proyección lo puede ver en su casa a las siete de la tarde por televisión. La cosa es así de paradójica.

Trato de advertir con estas reflexiones es que el futuro desarrollo de internet necesitará de algún tipo de control similar al que ahora se establece para la exhibición de películas y de portadas o revistas en quioscos. Y que el control de calidad exigible a todo producto de consumo tendrá que respetar unos mínimos éticos consensuados por la comunidad. ¿Cómo se hará? Ése es otro problema. Pero no es irresoluble. El Consejo Superior de los Medios Audiovisuales tendrá que tener en cuenta estos cambios

que, con relación a la libertad del espectador, no son saltos meramente cuantitativos sino también cualitativos, pues están relacionados con la libertad activa de elegir entre lo que a uno le cuesta adquirir y no de elegir entre lo que a uno le regalan en su casa.

### 3. La naturaleza de los programas televisivos

Ahora vamos a la tercera cuestión para concluir.

Un aspecto a resaltar de las conclusiones del *Informe* del Senado de 1995 es que, al plantear el problema de regular los contenidos televisivos, los considera "un producto de consumo" y a la vez, "un bien cultural que merece protección". Ambos rasgos son importantes y en cierto modo, al menos aparentemente, incongruentes entre sí. Veamos primero cómo, en efecto, están justificados esos dos modos de considerar los contenidos televisivos para ver después en qué consiste la aparente incongruencia y, al tratar de explicarla, obtener las consecuencias prácticas de esa explicación.

Que los programas televisivos son productos de consumo es un hecho indudable. Hace mucho tiempo que los llamados "críticos de la industria cultural", procedentes tanto del funcionalismo norteamericano y europeo como del criticismo de la Escuela de Frankfurt, trataron los productos de televisión y de radio generados por los procesos característicos del sistema de libre mercado como *manufacturas*, es decir, como productos elaborados en serie, como artículos mercantiles.<sup>5</sup>

Esta bastante claro que no puede haber una dicotomía rígida entre "producto de consumo" y "bien de cultura" puesto que cualquier manufactura expresa un rasgo de una cultura determinada. Pero no es menos cierto que, de hecho, nadie o muy pocos llamarían a un telefilme de serie o un concurso de televisión "bien cultural". Para atribuirle ese rasgo tendría que ser una obra muy particular, muy distinta de los telefilmes o concursos habituales. Sin embargo, en tanto expresan ideas, sentimientos y hábitos o formas de vida, en tanto requieren una elaboración narrativa y desarrollan técnicas estilísticas y son clasificables en géneros literarios, son productos culturales a la vez que comerciales.

Pero el problema de la adscripción de la industria cultural a uno u otro tipo de categorías, es decir si el término "industria" tiene un valor adjetivo o sustantivo, o si lo sustantivo o lo adjetivo ha de adjudicarse al término "cultura", no deja de tener consecuencias.

Si se conciben principalmente como “productos de consumo”, como hace el mencionado *Informe* del Senado y como resulta obvio al analizar tanto los métodos de producción y de difusión de estos artículos como su fin de servir al entretenimiento cotidiano, nada impediría que estuvieran sometidos, como lo están cualesquiera otros productos de consumo, a algún procedimiento de “control de calidad”. Pero, al considerar que se trata de “consumo cultural”, ese control de calidad no puede ser de naturaleza técnica o estética sino de naturaleza ética o moral. Es decir, el control de calidad de estos productos no ha de orientarse, como el de otros artículos de consumo, a su adecuación técnica sino a asegurar que esas manufacturas, que representan valores culturales o morales, tengan una *minima calidad moral*.<sup>6</sup>

Ahora bien, si no se catalogasen como “productos de consumo” destinados al mercado y sólo fueran considerados bienes culturales, de tipo literario o creativo, entonces ese hipotético “control de calidad” resultaría mucho más problemático y podría interpretarse como una maniobra encubierta para someter la producción artística intelectual o la manifestación de ideas y de creencias a una disciplina contraria a los principios de libertad de expresión o de creación artística.

Obviamente, se trata de un problema de límites conceptuales y, por ello, resoluble. Ni siquiera es necesario apelar al sentido común. Lo que los estudiosos de la industria cultural aclararon en sus análisis de los procesos de elaboración, difusión y explotación mercantil de los productos de la cultura de masas es que una cosa es una creación artística individualizada y otra un producto cultural elaborado en serie como una manufactura. No es lo mismo *Las Meninas* que la difusión de postales de *Las Meninas*. No es lo mismo la *Novena Sinfonía* que *Los cuarenta principales*. El que las diferencias en algunos casos sean difíciles de trazar no significa que, en general, no sea fácil delimitar. De un modo explícito, el *Informe* del Senado invitaba a hacerlo por razones derivadas del imperativo político de asegurar un mínimo de consenso social relativo a la protección de “valores sociales vulnerables”.<sup>7</sup>

La aplicación de sistemas de elaboración industrial a productos comerciales cuya función principal no es servir de cauce de expresión de ideas o de la creatividad intelectual o artística sino conseguir la atención del mayor número de personas, a veces en el menor tiempo posible, invita a considerar, como lo hizo el Senado en el *Informe* aludido, los programas de televisión como productos

comerciales elaborados en serie. Esa consideración permite someterlos al régimen general de toda producción mercantil, a la que podemos aplicar los procedimientos de “control de calidad” adaptados a sus características peculiares de bienes culturales de naturaleza moral.

En todo caso, los principios en que se basen las restricciones son aplicables a todas las formas de transmisión. No son reglas aleatorias, subjetivas ni caprichosas, sino que están contenidas en los textos constitucionales y en la legislación aplicable. En el caso español aparecen especificadas en la Constitución y en la directiva de la Unión Europea trasladada a la legislación española. Pueden enumerarse cinco reglas de mínima exigencia descritas en los textos legales aplicables a la difusión pública de contenidos televisivos:

1. Las que tienen por fin proteger a la infancia de la exposición a contenidos perniciosos para su formación, violentos y sexuales.
2. Las relativas a la preservación de la dignidad humana con relación a valores fundamentales comunes a toda persona que pueden ser fácilmente vulnerables como la expresa incitación a la xenofobia, la instrumentalización de la imagen de los niños, la degradación de la autoestima, la incitación a la violencia y la exhibición de la sexualidad.
3. Las destinadas a proteger la intimidad, el honor y la imagen social de las personas.
4. Las que obligan a ofrecer una información “veraz”.
5. Las que protegen la independencia de los tribunales para asegurar que el proceso judicial quede libre de intromisiones.

En la primera conclusión del *Informe* del Senado al que hacemos referencia se lee que “los contenidos televisivos son, hoy por hoy, una mercancía sujeta a las necesidades o caprichos del mercado que compete por recabar más audiencia sin valorar demasiado los medios que utiliza para ello”. Se expresa en esa frase la preocupación de los senadores por la patente tendencia de los productos televisivos a ignorar el interés general, al que se está obligado a tener en cuenta, además de para asegurar la mínima calidad moral exigible por la legislación, también por la particular condición de “servicio público” de la televisión, sea pública o privada.

Esa condición de “servicio público” circunscribe este comentario a la consideración de la televisión hertziana y

digital difundidas gratuitamente en el espacio público de las ondas. El *Informe* dice que “es evidente que el empeño por aumentar la audiencia puede hacer perder calidad a los programas”.<sup>8</sup> La cuestión es ¿por qué el aumento de la audiencia puede ir acompañado de una pérdida de calidad *moral* de los programas? ¿Por qué hay que preservar a la audiencia de programas denigrantes si son los que le llaman la atención o los que, en ciertas condiciones, desean ver? ¿Es posible que la audiencia vea programas que le disgusten? Trataremos de responder ambas preguntas.

Cuando las televisiones son, como en nuestra situación actual, de cobertura general *gratuita* lo que se disputa a veces es ganar a corto plazo el *mayor número* de espectadores y retenerlos durante el mayor tiempo posible: a mayor audiencia, mayor publicidad; a mayor éxito, más rentabilidad. Naturalmente, no hay nada de perverso en la competencia por conseguir una mayor audiencia que las cadenas rivales. Pero esa misma consideración incita a preguntarse: ¿por qué el aumento del número de telespectadores puede ir unido a cierta tendencia a la degradación de los mensajes? La respuesta a esta pregunta la conocemos desde que Platón escribió en la *República*: “La maldad, aun en la abundancia, se puede obtener fácilmente, porque el camino es liso y habita cerca, pero ante la virtud los dioses pusieron sudor”<sup>9</sup>.

En lenguaje moderno traduciríamos el texto platónico del siguiente modo: hay incitaciones e impulsos universales y los hay selectivos. El conocimiento y la cultura son motivaciones selectivas, que proceden de hábitos interpretativos cuya adquisición depende de un aprendizaje previo. Nadie nace degustando Mozart o disfrutando con Séneca. Pero la inclinación a la violencia y la sexualidad son instintivas, universales, comunes a todos los individuos desde la infancia.

La formación intelectual no es fácil de adquirir. No se llega al conocimiento científico ni se adquiere la condición profesional de modo espontáneo; tampoco el gusto estético y la capacidad creativa son generales y comunes. Justo porque cuesta esfuerzo obtenerlos, generan procesos sociales selectivos que permiten distinguir a los mejores de los peores en cualquier rama de la actividad artística, profesional, cultural o científica. Pero el placer sensual y la inclinación a la violencia es común a todos los individuos, sean intelectuales o no lo sean, cultivados o incultos, bien educados o groseros, genios o mediocres, adolescentes o ancianos.

Es decir, para ser captados por la escenificación de la violencia o atraídos por la representación de la sexualidad no basta más que la provocación, no se requiere aprendizaje alguno. Ganar audiencia apelando a esas incitaciones comunes es, pues, un recurso fácil, al alcance de cualquier director de programa o realizador que tenga prisa y carezca de escrúpulos. Por el contrario, es necesario el esfuerzo de una cierta educación y del autocontrol para no ceder a las incitaciones. Si no fuera así, la violencia no sería una enfermedad común a todas las sociedades en cualquier época. Por eso, Platón advirtió que la “buena crianza y educación, debidamente mantenidas, forman naturales buenos”. Es decir, hace falta el esfuerzo de educar el instinto para controlar los impulsos agresivos belicosos o sexuales.

Se entiende, por eso, que un modo muy cómodo de ganar audiencia sea incidir sobre las motivaciones a las que pueden resultar más sensibles (y vulnerables) el máximo número de espectadores. Si esa acomodación se hace sin autorregulación se fomenta la tendencia de la industria cultural a degradar sus contenidos. La exhibición de la violencia y la sexualidad, principalmente, son los estímulos que más aseguran esa confluencia del interés comercial por lograr la máxima audiencia con el objetivo no menos comercial de rebajar los costos de elaboración de guiones y reducir al mínimo el riesgo de perder la atención ocasional de esa audiencia que los realizadores y las cadenas se disputan. A la natural propensión de la mayoría de los telespectadores a ver satisfechas sus necesidades de ocio con el mínimo esfuerzo se une, entonces, el hecho de que la violencia y la pornografía reducen el trabajo artesanal que conlleva tener que idear programas más elaborados<sup>10</sup>.

Hay indudablemente intereses económicos, derivados de la necesidad de obtener audiencia a corto plazo, que afianzan la tendencia a programar contenidos que satisfagan las inclinaciones más elementales, porque no requiriendo para su satisfacción o degustación más que de un mínimo esfuerzo, se asegura que satisfacen a la mayoría de audiencia, por variada y compleja que ésta sea. Esa conjunción del interés de los productores de ganar la máxima audiencia con el método de identificar la calidad de los programas únicamente con los aspectos técnicos de los que depende el mantenimiento del interés del máximo número de espectadores, alienta la tendencia de la industria cultural a la paulatina degradación de los contenidos.

Este es un problema importante al que no se ha prestado la atención que merece. La programación de la televisión, en cuanto parte interesante del entorno familiar, es un factor importante de formación (o de deformación) de pautas de conducta y de hábitos morales<sup>11</sup>. Los especialistas insisten en que en la sociedad de la información las fuentes de formación moral del adolescente son, principalmente, y no de modo que prevalezca la influencia de unas sobre otras, la familia, el colegio, la televisión y su entorno de relaciones.<sup>12</sup>

Hay una diferencia entre las dos primeras y las dos segundas: las primeras son responsables y sufren, además, las consecuencias de su responsabilidad o irresponsabilidad. Las dos últimas no son responsables porque no se les exige responsabilidades y no sufren las consecuencias de su influjo. Pero, además, la televisión se distingue del entorno en que es un sujeto activo de influencia. Tiene el privilegio de poder "tirar la piedra y esconder la mano". Si hace algún daño, y se sobreentiende "daño moral", o resulta nociva, las consecuencias del daño causado las padece otro<sup>13</sup>.

De aquí la preocupación social y política por asegurarse que las empresas televisivas respeten unos mínimos deontológicos y adapten los tipos de contenidos emitidos a ciertos horarios de emisión. Preocupación que se expresa en la redacción de normas legales que aseguren un mínimo de calidad moral en la programación de difusión gratuita.

La objetivación del carácter nocivo de un programa se fundamenta en que las imágenes no sólo son expresiones de ideas sino que actúan principalmente como incitadores de determinadas conductas. Su interpretación es directa por lo general, no requieren un esfuerzo intelectual particular. La imagen puede actuar fácilmente como mediadora de impulsos inmediatos. Para suscitar una conducta puede bastar la incitación alentada por la imagen. De ahí que la pornografía y la violencia televisivas puedan tener no sólo fácil aceptación aunque disgusten reflexivamente al que las vea sino que, además, como la misma visión de imágenes resulta incitadora, puede generar una conducta mimética por desagradable que ésta sea<sup>14</sup>.

Se podría hacer una clasificación de las incitaciones a las que, sobre todo a través de imágenes, se ve sometida la audiencia. Las violentas y las pornográficas, como son meramente impresionantes, son las de grado más bajo. Por ser universales, no se requiere para captarlas poseer ningún

refinamiento especial. La escenificación pornográfica es el grado más rudimentario de la llamada televisión basura.<sup>15</sup>

## NOTAS

1. No es un fenómeno exclusivo de España. Pierre Bourdieu en sus recientes conferencias *Sobre la Televisión* advierte que en Francia ocurrió lo mismo. (Barcelona, Anagrama, 1997, pp. 69-70)
2. Aparte del Estatuto de RTVE aprobado por ley de 10 de enero de 1980 podrían haber sido aplicables, a falta de otro criterio, los Decretos de 1977 y de 1982, que regulan la clasificación de películas y tipifican las que deben exhibirse en salas especiales. Sin embargo, por falta de referencia, pudo darse la curiosa paradoja, a partir de la aprobación de la Ley de Televisión Privada de 3 de mayo de 1988, de que una película que sólo pudiera proyectarse en una sala especial pudiera, sin embargo, emitirse por televisión. La laguna queda definitivamente colmada con la incorporación de la directiva "Televisión sin fronteras", de 1989, a la legislación española en 1994.
3. Informe de la Comisión Especial sobre los Contenidos Televisivos del Senado. Boletín Oficial de las Cortes Generales. Senado. N° 262 11 de abril de 1995. Conclusiones 1, 3 y 4.
4. Los nuevos servicios de televisión, tales como el pago por programa, proporcionan mayores posibilidades de elección individual. Este hecho representa una evolución del sistema alejándose del modelo de medios de comunicación de masa, donde la opción del espectador selecciona su programa "Libro verde sobre protección de los menores y de la dignidad humana en los nuevos servicios audiovisuales y de información". (Resumen).
5. Para un desarrollo sistemático de este asunto, Núñez Ladevéze, L. (1995): *Ideología y libertad*, Madrid, Noesis, cap. 9.
6. López Escobar, E. (1993): "Valores vulnerables en la televisión multicanal española", en Jay Blumler (ed.): *Televisión e interés público*, Madrid, Bosch, pp. 207-219. [Ed. Original Jay Blumler (1992): *Television and the public interest*, London, Sage].
7. Blumler, J. (1993): "Valores vulnerables en juego", en Jay Blumler (ed.), (1993): *Televisión e interés público*, Madrid, Bosch, pp. 207-219.
8. Laguna de Paz, J. C. (1994): *Régimen jurídico de la televisión privada*, Madrid, Marcial Pons.  
Núñez Ladevéze, L.: "¿Qué hacer con la televisión en España?", *Papeles de la Fundación*, n° 8, Faes.  
Muñoz Machado, S. (1995): *La organización dual (pública y privada) de la televisión y sus problemas*, Texto mecanográfico, Madrid.  
Muñoz Machado, S. (1997): *Servicio público y mercado*. Vol III. "La televisión", Madrid, Civitas.

9. *República*, 364 c-d.
10. Núñez Ladevéze, L.: *op. cit.*, pp. 219.
11. Kreuz, A. (1997): "Television and violence", en James S. Grisolia, J. Sanmartín, J. L. Luján, S. Grisolia (eds.), (1997): *Violence: From Biology to Society*, Elsevier, Amsterdam.
12. Brain, P. F.: "Emotional effects of violence in the family": *Ibidem*.
13. Núñez Ladevéze, L.: *op. cit.*
14. Zillmann, D. y Bryant, J. (1986): "Shifting preferences in pornography consumption", *Communication Research*, XIII, pp. 560-570.  
Leong, W. (1991): "The pornography 'problem': disciplining women and young girls", *Media Culture & Society*, XIII, pp. 91-117.
15. Núñez Ladevéze, L. *Ibidem*. cap. 9.