

QUA- DERNS

2

DEL



CAC
Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

CAC

Consell de l'Audiovisual de Catalunya

President:

Lluís de Carreras i Serra

Vocals:

Josep Argemí i Renom

Miquel Bonastre i Codina

Joan Botella i Corral

Enric Canals i Cussó

Francesc Codina Castillo

Agustí Gallart i Teixidó

Josep Gifreu i Pinsach

Alfonso Hernández Moreno

Ernest Maragall i Mira

Margarida Moles i Gual

Maribel Rodríguez i Fiter

Maria Concepció Tarruella i Tomàs

Secretari:

Jordi Conde i Castejón

Quaderns del CAC

Editor: Lluís de Carreras

Director: Agustí Pons

Coordinació general: Núria Puig

Redacció: Carles López, Carme Rincón

Secretari: Jordi Conde

Disseny i maqueta: Toni Miserachs

Impressió:

Assessorament lingüístic i traduccions: Entitat Autònoma del Diari Oficial i de Publicacions

Depòsit legal
ISBN 1138-9761



CAC
Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

Gravina 1, 1r.
08001 Barcelona
Tel. 270 12 30 Fax 412 63 29
E-mail: audiovisual@correu.gencat.es

Generalitat de Catalunya

Índex

■ Presentació	2
El timo de la sociedad de la información José Antonio Marina	3
Les xarxes i la seva problemàtica jurídica Xavier Casas	11
Internet i la llibertat d'informació Vicent Partal	20
■ Dossier: Televisió i violència	23
La seva televisió i la nostra violència Salvador Cardús	23
El televident violentat Miquel Porter	28
La violència als informatius de televisió Xavier Obach	31
La representació de la violència a la televisió Carles López / Mercè Mota	35
Violència, programació infantil i responsabilitat social Enric Frigola	38
La violència com a valor afegit Alejandro Perales	43
Dona, televisió i homogenització cultural Xavier Altarriba	46
Models de bellesa, la violència subtil de la imatge Margarita Rivière	49
Jornades sobre mitjans de comunicació audiovisual i violència Marta Saurina	52
Representació de la violència als mitjans de comunicació. Legislació vigent a Catalunya Lluís de Carreras	58
■ Decisions	66

Quaderns del CAC núm. 2 / Octubre 1998

La televisió, la violència, i la xarxa

Dediquem l'espai central d'aquest segon número dels Quaderns del CAC a una reflexió múltiple sobre la presència i les característiques de la violència a la televisió. És aquest un tema recurrent des del mateix inici del mitjà però és, tanmateix, un tema que cada dia preocupa més l'opinió pública general i els especialistes, potser perquè no s'acaba de trobar resposta a la pregunta fonamental: la violència televisiva és causa o conseqüència de la violència social? En tot cas, el dossier no pretén trobar respostes definitives sinó punts de reflexió tant de caire generalista –que serveixen per enquadrar el tema i comprendre la seva autèntica dimensió social– com des del punt de vista dels tècnics i els experts sense oblidar què hi diu la legislació europea, espanyola i catalana. Al marge d'aquesta reflexió monogràfica, la revista ha demanat l'opinió de tres especialistes perquè des del punt de vista periodístic, filosòfic i legal ens parlin de les possibilitats i les limitacions d'Internet, més enllà de miratges futuristes sense sentit o d'idolatries poc enriquidores.

Agustí Pons
Director

El timo de la sociedad de la información

José Antonio Marina

Amb motiu de l'acte de lliurament dels X Premis a la Investigació sobre Comunicació de Masses, el filòsof José Antonio Marina (Toledo, 1939) va pronunciar una conferència titulada *El timo de la «sociedad de la información»* i, que pel seu interès, reproduïm a continuació. El professor Marina és autor d'*Elogio y refutación del ingenio* (1992), que va guanyar el premi Anagrama d'assaig i el Premio Nacional de Ensayo; *Teoría de la Inteligencia creadora* (1993); *Ética para naúfragos* (1995); i *El laberinto sentimental* (1996). En el text que reproduïm, Marina surt al pas del miratge tecnològic que podria suposar la societat informàtica i es mostra partidari d'arribar a allò que ell denomina la societat de l'aprenentatge.

Hemos entrado, se dice con frecuencia, en la sociedad de la información o del conocimiento. Creo que fue Drucker quien acuñó el nombre «sociedad del saber». Es muy probable, decía, que la nueva sociedad sea a la vez «no socialista y poscapitalista y es también seguro que su recurso primario será el saber. Esto significa que tendrá que ser una sociedad de organizaciones, un sistema en el que competirán y coexistirán las estructuras transnacionales, regionales, nacionales e incluso tribales».

A lo largo de su historia la humanidad ha conocido muchos cambios de cultura y ya sabemos que los balances técnicos han provocado transferencias de poder a lo largo de la historia. La sociedad que aprendió a forjar el hierro se impuso a las que ignoraban esa técnica. Lo que quiere decirse al hablar de la sociedad de la información es que, en este momento, más que nunca, vivimos a expensas de una tecnología muy sofisticada, que evoluciona con vertiginosa rapidez, que ha cambiado el centro de la actividad económica, que está ya desligada de las materias primas y, por lo tanto, de la geografía.

Pero no es esto sólo. Hay que añadir que la sociedad de la información se basa en técnicas nuevas para asimilar, elaborar, transmitir información. Que el mundo entero está circundado, por decirlo de alguna manera, por una red que posee gigantescos bancos de información, que además vivimos una cultura de la imagen y, por último, que los avances técnicos de la informática están cambiando la imagen que tenemos de nosotros mismos.

La red y yo

Frente a esta situación hay, como siempre, apocalípticos e integrados, pesimistas y optimistas. Recientemente se han publicado en España varios libros sobre el tema. Unos a favor, como el de Nicholas Negroponte: *El mundo digital*; otros en contra, como el de Sartorio: *Homo videns*, o el de Ignacio Ramonet:

La tiranía de la información. Otros investigadores, más objetivos, como Manuel Castells se limitan a estudiar el fenómeno, en La era de la información.

Castells señala: «La identidad se está convirtiendo en la principal y a veces única fuente de significado en un periodo histórico caracterizado por una amplia desestructuración de las organizaciones, deslegitimación de las instituciones, desaparición de los principales movimientos sociales y expresiones culturales efímeras. Es cada vez más habitual que la gente no organice su significado en torno a lo que hace, sino por lo que es o lo que cree ser. Mientras que, por otra parte, las redes globales de intercambios instrumentales, conectan o desconectan de forma selectiva individuos, grupos, regiones o incluso países según su importancia para cumplir las metas procesadas en la red, en una corriente incesante de decisiones estratégicas. De ello se sigue una división fundamental entre el instrumentalismo abstracto y universal y las identidades particularistas de raíces históricas. Nuestras sociedades se estructuran cada vez más en torno a una posición bipolar entre la red y el yo» (29)

¿Qué debemos pensar sobre estos asuntos?

Esta conferencia va a tener cinco apartados:

- 1 La era de la imagen.
- 2 La sociedad de la red.
- 3 Las paradojas de la información.
- 4 El peligro de la metáfora del ordenador.
- 5 La sociedad del aprendizaje y de la autonomía.

1 La era de la imagen.

El primer cambio social producido por la tecnología lo causó la aparición de la Televisión. Cientos de miles de personas tuvieron acceso a una información muy rica, variada, fácil de asimilar, global. Los críticos de la tv sostienen que la dependencia de estos poderosísimos medios, es decir, mediadores entre los individuos y la realidad, ha sido empequeñecedora y ha debilitado la capacidad de crítica. Se confía demasiado en la tv, lo que produce al mismo tiempo una abundancia de informaciones y un aumento de la credulidad. En el ámbito político, ha variado la forma de hacer política, más pendiente ahora de una imagen que de un programa.

Walter Cronkite, en su biografía publicada en 1966 La vida de un reportero, cuenta que la CBS lo ascendió a anchorman de su nuevo noticiario en 1963 y comenta: « En un tiempo efectivo de 21 minutos teníamos que resumir el universo humano de ese día. Era imposible, pero intentábamos realizarlo con seriedad. Actualmente no lo hace casi nadie: los telediarios agitan al público para aumentar la audiencia». Y añade: «La tv no puede ser la única fuente de noticias, no está preparada para ello. Los falsos debates televisivos, los eslóganes, los anuncios publicitarios, los foto-flash, todo esto transforma la política en teatro».

Según uno de los dogmas más contundentes de nuestra cultura, una imagen vale más que mil palabras. En cierto sentido es irrefutable. También un olor vale más que mil palabras, y una caricia, y una música y un dolor de muelas. Todo conocimiento perceptivo sobrepasa en algo a la palabra, se mueve en otro registro. Pero gracias a la palabra que es un medio lento, desplegamos el significado de la percepción, que es un medio veloz. Hacen falta mil palabras para analizar una imagen, y posiblemente más para exponer un argumento. La imagen es una totalidad que nos seduce por la rapidez con que la captamos. La explicación, el razonamiento, la argumentación, son frutos pausados de la palabra. Por eso desconfío de la capacidad de los medios audiovisuales para razonar. Su poder de persuasión va por otro lado. No me extraña que los debates televisivos se conviertan en espectáculos, es decir, en algo para ver, donde el público aplaude por los motivos más extravagantes o más escenográficos.

El curso apacible de la palabra

El lenguaje tiene que linealizar, convertir en líneas lo que percibimos, sentimos, conocemos en bloque, y ésta es una tarea lenta. Somos un procesador de textos muy poco veloz. Pero pretender saltarnos esa limitación haciendo surfing es condenarnos a no entender nada, a guiarnos por espasmos mentales, y a caer en el garlito de las consignas brillantes. La cultura de la imagen fomenta el timo de la estampita. Por eso reivindico la vuelta al curso apacible de la palabra. Frente a la velocidad del hipertexto hay que hacer un elogio de la lentitud del discurso. Frente al flash, que

compacta, la palabra, que hace navegable la realidad permitiendo de paso el disfrute reflexivo de la imagen.

Sin embargo, los críticos a ultranza no tienen razón porque hablan como si antes de la llegada de la TV el mundo entero devorara periódicos, obras literarias, argumentara, y fuera capaz de criticar el mundo que le rodeaba. Y esto no es así. Siempre ha habido sistemas de adoctrinamiento, coacción, lavado de cerebro, influencias, mangoneos e ignorancias. Lo que resulta peligroso es no darse cuenta de que las cosas siguen igual, a pesar de la espectacular proliferación de informaciones. Lo malo es que acabemos convenciéndonos de que la sociedad de la información es esencialmente y estructuralmente una sociedad de la autonomía, de la democracia y de la justicia. Y esto no tiene por que ser verdad. La sociedad de la información –una de cuyas ramas es la TV– puede ser mangoneadora, sectaria, superficial, producir odiosas concentraciones de poder no representativo y fomentar la pasividad del público.

¿Quien manda en el mundo? Según una encuesta reciente de «Le Monde» el 64 % de las personas preguntadas estimaban que el mayor poder lo detentaban los mercados financieros, que aventajaban a los políticos (52 %) y a los medios de comunicación (50 %). Suponiendo que esto fuera verdad, la situación ofrecería un aspecto bueno y otro malo. El bueno: que no hay poderes absolutos. El malo: que los poderes no representativos –economía y medios– están en mayoría.

Poder político no representativo

Empecemos por el principio. ¿Qué es el poder? Weber lo definió como «la capacidad de uno o varios hombres para realizar su propia voluntad a pesar de la resistencia de otros que también participan en la acción». Kurt Hold lleva esta concepción hasta el extremo: «El poder es una posibilidad de hacer daño». Así, Foucault, los anarquistas y los posmodernos tienen razón. No hay poder sin dominio, sin coacción, sin víctimas. John K. Galbraith, que se movió tan cerca de las esferas del poder, da una sencilla tipología de sus estrategias en el libro *La anatomía del poder* (Plaza & Janés). Distingue entre el poder coercitivo, que utiliza la amenaza y el castigo; el poder compensatorio, que concede premios; y el poder condicionante, que actúa modificando las creencias.

Este es el poder que tienen los medios de comunicación. La prensa, la televisión, los medios de comunicación en general, tienen un poder político no representativo. ¿Cuales son los límites de su actuación?

Vivimos en una sociedad donde la información está a punto de suplantar a la realidad, lo que hace que toda cautela sea poca. Sin duda. La prensa es un poder necesario para la democracia. Con frecuencia se repite una frase de Thomas Jefferson: «Prefiero los periódicos sin gobiernos a gobiernos sin periódicos». Se cita menos otro texto suyo escrito en la última etapa de su mandato presidencial «Es una verdad melancólica que la supresión de la prensa no sería más perjudicial a la nación que su entrega prostituida a la falsedad». Es decir, la influencia de la prensa es decente si cumple su pacto con el lector.

¿Cual es ese pacto? La prensa cumple varias funciones: describe la realidad, proporciona una interpretación de lo que sucede, controla el poder mediante la movilización y formación de la opinión pública, sirve de canal de expresión para esta expresión y fija la agenda de temas a tratar. Cada una de estas funciones tiene su propio código de conducta, y mientras la prensa lo respeta su poder es decente. Un periódico puede expresar sus preferencias políticas, por supuesto. Lo que es indecente es que su poder, que se basa en la capacidad de influir en la opinión pública, se trasvase a otros territorios, se utilice como instrumento para la acción política directa, la negociación, el trapicheo, los intereses económicos o la construcción de prestigios. Un ejemplo para mi escandaloso de esta extrapolación espuria lo encuentro en un comentario de «El Mundo» (22.2.97), que deseo no sea verdadero. Al parecer los académicos de la Real Academia Española pensaron que, puesto que iban a proponer a Ansón como académico, había que nombrar a alguien del «El País» para compensar, ¿Para compensar qué? Sólo si se elige a un académico porque pertenece a una facción habrá que compensar a las demás facciones para que no se sientan agraviadas.

Capacidad de modificar las opiniones

Los medios de comunicación tienen poder político, como también lo tienen los medios financieros. Pero su poder se basa en la capacidad de modificar

las opiniones, para lo que debe presentarse como defensores la objetividad y los intereses generales. Si tuviera tiempo les explicaría los mecanismos psicológicos que intervienen en la producción de una noticia o en la aparición de una creencia. Algunos son muy sutiles. Niklas Luhmann, uno de los grandes sociólogos de nuestro tiempo, ha definido el poder como la capacidad para limitar la gama de alternativas del otro. Muchas veces, añade, «consiste en neutralizar la voluntad no necesariamente en doblegarla» (El poder, Anthropos, p. 17). El simple hecho de seleccionar la información permite mentir sin decir ninguna mentira.

Para aclarar los peligros del uso de las influencias, mencionaré un caso no muy lejano. A mediados de marzo pasado, el periódico inglés «The Sun» tituló en primera página: «The Sun backs Blair». «The Sun» apoya a Blair. Un periódico que tira cuatro millones de ejemplares, antiguo defensor de Margaret Thatcher, cambiaba de opinión. Tenía, sin duda, derecho a hacerlo. Lo que mosqueó al personal fue que Rupert Murdoch, su propietario, se había reunido varias veces con Blair, y Murdoch es uno de los pesos pesados del mundo de la comunicación. Controla un tercio de la tirada de los periódicos británicos, su presencia editorial en EEUU es fortísima, y es uno de los protagonistas de la actual carrera por hacerse con los sistemas de información global. ¿Que intereses estaba defendiendo «The Sun» al apoyar a Blair? ¿Los del país? ¿Los de los lectores? ¿Los de Murdoch?

Pierre Bourdieu, uno de los sociólogos actuales más prestigiosos, ha escrito un alegato contra la tv, –Sobre la televisión, (Anagrama)– que me gustaría resumir. Señala «el paso de una política de acción cultural a través de la tv a una especie de demagogia de lo espontáneo» (p. 69). Explota y halaga los gustos del público para alcanzar la audiencia más alta. Lo que los americanos llaman «agenda» (aquello de lo que hay que hablar) está definida cada vez más por la tv. A causa del incremento del peso simbólico de la tv, y como el mundo de la comunicación funciona como un «campo sociológico» de influencias mutuas constantes, el sensacionalismo se extiende a toda la prensa. Esto hace seleccionar sucesos capaces de suscitar un interés inmenso «halagando los impulsos y pasiones más elementales (en casos como los

secuestros de niños y los escándalos susceptibles de provocar la indignación popular), e incluso conseguir formas de movilización puramente sentimentales y caritativas o apasionadamente agresivas» (p.75).

Los límites de la autonomía personal

Los medios de comunicación dependen mucho más de las fuerzas externas que cualquier otro campo cultural. No se da en él el equivalente de lo que se observa en cualquier otro campo científico, esa especie de justicia inmanente que hace que quien transgrede unas prohibiciones concretas fracase.

Cuando se hace psicología o sociología se aprende hasta que punto los hombres y mujeres tienen su responsabilidad, pero que están definidos en sus posibilidades e imposibilidades por la estructura en que están colocados y por la posición que ocupan en ella. Nuestra autonomía personal –lo que, en términos abstractos se llama libertad– no es una propiedad innata sino un esfuerzo personal por mantener el rumbo de los vientos adversos. Si no se mantiene este empeño, los seres humanos, como dice Bourdieu, se convierten en «Una especie de epifenómeno de una estructura, que es, como un electrón, la expresión de un campo. Nada se comprende si no se comprende el campo que lo produce y que le confiere su reducida fuerza» (p.79).

¿Qué podemos hacer en esta situación? Por de pronto, llamar la atención sobre estos mecanismos que influyen sutilmente en nuestro comportamiento, que nos someten a una sumisión dulce y nos hacen extremadamente vulnerables a todo adoctrinamiento. Esta conferencia pretende ser una pequeña contribución a esta labor crítica, urgente y necesaria.

2 La sociedad de la red

Nadie sensato puede negar la utilidad práctica de Internet. Es un gigantesco banco de información de acceso rapidísimo. Permite realizar múltiples operaciones comerciales, consultar a expertos, participar en foros de discusión, colaborar con otras personas que tengan los mismos intereses. Cada una de estas cosas podía hacerse antes pero no con la enorme celeridad que permite la red.

Parece, además, que elimina los peligros de unos medios de comunicación sectarios, monopolísticos,

sometidos a intereses privados. Cualquiera puede introducirse en la red y decir lo que quiera.

Pronto vamos a estar conectados a una red que guardará todos los conocimientos, todas las informaciones, toda la realidad, aunque sea en estado virtual. Los conexionistas, una de las grandes sectas del pensamiento informático, proponen «una representación del saber en la que el conocimiento está distribuido en toda la red». Machado lo anunció hace muchos años: «Nadie sabe ya lo que se sabe, pero todos sabemos que de todo hay quien sepa».

La ignorancia personal parece compensarse con esa sabiduría impersonal. Ya habrá doctores que me digan lo que tengo que pensar. En palabras de Heidegger: «El hombre ya no puede seguir siendo considerado como el verdadero autor de sus pensamientos, sino que es sólo un vehículo misionero de las palabras del Ser en sus respuestas pensantes. El Ser envía al hombre por sendero de su pensar y al igual que una corriente subterránea le transporta a través de la historia. Esta corriente corresponde al mito». Lacan había dicho que el lenguaje nos habla. Y Claude Lévi-Strauss sugiere: «Tal vez sea mejor ir más lejos aún y prescindir del todo del sujeto pensante y proceder como si los procesos de pensamiento ocurriesen en el mito, en sus reflexiones mutuas y sus interacciones», o sea en la red.

Este es el lazo que me interesa analizar. ¿Qué sabemos cuando estamos enlazados en la red? Nada. Tan sólo tenemos acceso rápido a un conjunto de informaciones. Si recuerdan lo que estudiaron en el Bachillerato, verán que el platonismo de esta situación es evidente. Platón pensaba que todo el saber estaba en un mundo ideal. El problema que le intrigaba era ¿cómo podemos los pobres mortales llegar al conocimiento de esas ideas? Tuvo que admitir que el alma había habitado en ese mundo del conocimiento puro y absoluto antes de caer en este mundo, encarnarse en un cuerpo y olvidar todo lo que había visto en el mundo ideal. Para Platón, conocer era recordar.

Reivindicar la sociedad del aprendizaje

Pero con la red no tenemos ese consuelo. Conocer supone asimilar costosamente una información cada vez más abrumadora. Los sistemas informáticos nos permiten un acceso veloz a todo. Pero en el magnífico

despliegue técnico hay un elemento incordiante que no está a la altura de las circunstancias, un trasto mal diseñado, un cuello de botella que atasca la rápida difusión informativa: el ser humano, que tiene una velocidad de lectura desastrosamente lenta. K. Wright, en un artículo publicado en «Scientific American», da la siguiente definición: «Ser humano: dispositivo analógico de procesamiento y almacenamiento de información, cuya anchura de banda es de 50 bits por segundo. Los seres humanos sobresalen en el reconocimiento de formas y regularidades pero son lentos en los cálculos secuenciales».

En la sociedad de la información o del conocimiento el sistema es más importante que el sujeto humano, que parece el anacronismo. Una tortuga en la época del nanosegundo. Toda situación que disminuya el protagonismo del sujeto me parece alarmante, y esta también. Por eso, frente a esa sociedad de la información platónica, lejana, inabarcable, virtual, quiero reivindicar su versión a escala humana: la sociedad del aprendizaje. Sólo poseemos la información que hemos incorporado a nuestra memoria, y que nos va a permitir comprender lo que pasa, someternos o rebelarnos, aceptar o criticar. Aprender es condición indispensable para nuestra autonomía personal. Si lo olvidamos, acabaremos pensados por la red, en vez de pensarla nosotros.

¿Y qué importancia tiene eso? Muchos consideran que la red es la mayor ayuda que la democracia ha recibido desde la invención de la imprenta. Si se define la democracia como discurso abierto y libre, si se considera que las democracias se perfeccionan cuando «casi todo el mundo puede exponer sus ideas, preocupaciones y demandas ante los demás» (Michael Dertouzos), no hay duda de que la red la facilita. A través de ella cualquiera puede lanzar al universo su mensaje. Es la gran liberación.

Pero las cosas son más complicadas. Me temo que esta aparente liberación quede devaluada porque la idea de «información» implícita en ella no es liberadora sino que atenta contra la autonomía personal.

Un bobo espejismo de sabiduría

¿Qué nos queda después de surfear por la información? Un bobo espejismo de sabiduría. Los ojos son confundidos por la prisa. Empezamos a

despreciar todo aquello que nos exige tiempo.

El director de un prestigioso programa televisivo de divulgación científica me dice que tiene que fragmentar mucho el programa porque el espectador no aguanta más de dos minutos concentrado en un tema. En EEUU se considera que las buenas intervenciones durante los debates políticos televisados no deben durar más de siete segundos. «La TV privilegia a un cierto número de «Fast thinkers» que proponen «fast food» cultural, alimento cultural predigerido, prepensado», escribe Bourdieu. Los artistas ya inventaron hace unas décadas el «fast art». Mathieu, que pintaba grandes murales en unas cuantas horas, creía que la velocidad permite alcanzar la liberación artística, porque evita que la reflexión mate la espontaneidad creadora. Leo en la prensa que Antoni Tàpies ha producido en 36 años de actividad 7.000 piezas, lo que sin contar vacaciones ni gripes, concede menos de dos días a cada una de ellas.

Los expertos en lenguaje saben que los mensajes no proporcionan información al oyente, sino que únicamente le guían en el proceso de reconstrucción de tal información, que tiene que realizar el oyente por sí mismo. Eso quiere decir que la eficacia o la riqueza de la red depende de lo que el usuario sepa sacar de ella. El lector no es un sistema de selección, interpretación y asimilación que sólo ve en función de lo que sabe. De nuevo nos percatamos de que lo que está en juego es como estemos concibiendo el papel de sujeto humano.

3 Las paradojas de la información

Como he dicho no hay información en la red, ni en la memoria de un ordenador, como no la hay tampoco en un libro. Hay signos que debidamente descodificados pueden permitir a un sujeto recrear información.

Tal vez el rasgo más novedoso de la llamada «sociedad de la información» es la rapidez con que se está desarrollando. El ordenador se inventó hace 50 años, el ordenador personal hace 20 y hasta que el vicepresidente americano Al Gore no habló de las «autopistas de la información» poca gente había oído hablar de las redes. Basta echar un vistazo a las revistas especializadas para darse cuenta de la rapidez con que aparecen nuevos productos.

Suceden demasiadas cosas, estamos metidos en una evolución rapidísima, tenemos acceso a mucha información, y nos empieza a preocupar el no saber dónde mirar y como distinguir lo relevante de lo irrelevante.

Tal vez sea esto lo que justifica mi presencia aquí. Estoy convencido de que en la época de la información va a haber dos tipos de especialistas. Uno de ellos se encargará de los procedimientos para transmitir, almacenar, elaborar información. El otro tendrá que encargarse de seleccionar información. Es muy probable que las empresas necesiten tener además asesores jurídicos, fiscales, técnicos, asesores de información, que les ayuden a conocer donde está y qué está pasando a su alrededor. Una especie de asesores meteorológicos que les informen de como ha sido el tiempo inmediato y de cuales son las previsiones para las próximas jornadas.

El ejemplo de los periódicos personalizados

Les pondré como ejemplo los «periódicos personalizados». «Personal Journal» es el nombre del periódico digital del Wall Street Journal. Pone a primera hora de la mañana en el ordenador del suscriptor la selección de noticias, el tipo de columnas de opinión y las cotizaciones de un determinado número de empresas previamente ordenadas. Como escribe Terceiro: «Tendrán éxito los grandes comunicadores que, capaces de condensar en pocas palabras la complejidad actual, pasaran a ser las referencias en la avalancha informativa. El columnismo en la prensa actuará como aportador de criterios e inteligencia para ayudarnos a dar sentido al caudal de información que nos llega, con el riesgo indudable del tremendo poder que ciertos medios tendrán en la dirección de los grandes asuntos» (Sociedad digital, Alianza, p. 172).

Este hecho pone de manifiesto la ambigüedad de la situación. Una cosa es la disponibilidad de la información y otra cosa es la capacidad de disponer de ella. La misma abundancia de información exige la aparición de analistas de información. Cualquiera que eche una mirada a los catálogos de recursos de Internet estará encantado porque va a disponer de innumerables posibilidades. Esta mañana consulté en Internet las páginas sobre «Sentimientos», porque

estoy preparando un curso sobre este asunto. Aparecieron un millón doscientas referencias. ¿Qué hago con esa avalancha de información bruta, no seleccionada?

Da la impresión de que estamos en presencia de una «inteligencia compartida», en estado de flujo permanente, de la que nadie conoce muy bien su contenido. Desde el punto de vista psicológico puede considerarse que la red es el inconsciente de la humanidad. Trabaja, establece relaciones, tiene ocurrencias, configura una memoria, posee un sistema de información que no es accesible a ninguna conciencia. Pero no hay que olvidar que esta impresión igualatoria que proporciona la red es falsa. No nos hace a todos iguales. Los que saben, seguirán sabiendo y aprovechándose de la red. Los demás estarán muy tranquilos pensando que el esfuerzo por aprender no es necesario, puesto que la red trabaja para ellos. El rebaño informático se hará cada vez mayor.

4 Los peligros de la metáfora del ordenador.

La informática, creación de la inteligencia humana, esta determinando ahora la forma de entender al sujeto humano. Y esto tiene importancia porque lo que pensamos acerca de nuestra inteligencia es un componente de ella. Comienzan a oírse voces de alarma que no proceden sólo de ignorantes y marginados. Una de las personas que con más insistencia están pidiendo prudencia respecto de los avances de la informática es Joseph Wizenbaum, uno de los pioneros de la inteligencia artificial, inventor de un programa famoso ELIZA, que simulaba una consulta de psicoterapia. En una reciente entrevista decía: «Es necesario poner fin a la imagen excesivamente optimista de la informática, particularmente en el ámbito de los sistemas con base de conocimientos». Cree que los sistemas de software se convierten en obsoletos. No existe ningún sistema informático cuyas capacidades puedan ser aprovechadas al máximo antes de que aparezca la nueva versión en el mercado. Los sistemas quedan fuera de control. El sector comercial y –lo que es aún peor– el sector militar han perdido el control sobre sus sistemas informáticos extremadamente complejos. Desde el punto de vista funcional una red mundial da lugar a una realimentación o feedback. A donde puede conducir esto ha quedado

demostrado en la catástrofe de la bolsa en octubre de 1987. Algunas grandes transacciones pusieron en marcha una fatal reacción en cadena y le diré el motivo: nadie era a fin de cuentas responsable del sistema, no había nadie ejerciendo el control. Esto es lo que quiero decir cuando hablo de sistemas más complejos que aparecen por sí solos. Cuando le preguntan si puede producirse una crisis financiera internacional debido a una programación errónea es muy pesimista. Piensa que puede producirse una catástrofe de información en un plazo corto. Respecto de la IA. Es aun más contundente: «En mi opinión, por lo que se refiere a la inteligencia artificial el mundo puede estar cayendo en una trampa».

Todo este cambio está basado en el ordenador, que ha pasado de copiar las habilidades de la inteligencia a convertirse en un modelo explicativo de la inteligencia.

Castells, cita a Bruce Mazlish para quien se está borrando la cuarta discontinuidad, la existencia entre humanos y máquinas, alterando de forma fundamental el modo en que nacemos, vivimos, aprendemos, trabajamos, producimos, consumimos, soñamos, luchamos o morimos.

El ordenador es un sistema mecánico, determinista, programable, que no maneja valores, estrictamente utilitario. Pensar, como hacen los partidarios de la teoría dura de la inteligencia artificial, que el hombre es sólo un ordenador implementado en base orgánica en vez de en base electrónica produce una peligrosa devaluación del ser humano.

5 La sociedad del aprendizaje y la autonomía

¿En qué consiste el timo de la sociedad de la información? Tiene tres formulaciones. Primera: se presenta como liberadora cuando está produciendo sistemas solapados de dominio y sumisión. Segunda: parece favorecer la igualdad cuando está produciendo o manteniendo todo tipo de desigualdades. Tercera: aparenta estar al servicio del ser humano, pero la ideología que transmite convierte al sistema informático en autosuficiente, importante, divino, todopoderosa es la red, mientras que los hombres quedan reducidos a meros servidores, basura biográfica intercambiable.

Los analistas de la actualidad andan preocupados. Alain Touraine sostiene que «en una sociedad

posindustrial, en la que los servicios culturales han reemplazado los bienes materiales en el núcleo de la producción, la defensa del sujeto, en su personalidad y su cultura, contra la lógica de los aparatos y los mercados, es la que reemplaza a la idea de lucha de clases». Por su parte Raymond Barglow señala la paradoja de que aunque los sistemas de información y la interconexión aumentan los poderes humanos de organización e integración, de forma simultánea subvierten el tradicional concepto occidental de sujeto separado e independiente. «El paso histórico de las tecnologías mecánicas a las de la información, ayuda a subvertir las nociones de soberanía y autosuficiencia que han proporcionado un anclaje ideológico a la identidad individual desde que los filósofos griegos elaboraron el concepto hace más de dos milenios. En pocas palabras, la tecnología está ayudando a dismantelar la misma visión del mundo que en el pasado alentó».

La capacidad decisoria del sujeto humano

¿Hemos de quedarnos en una actitud desdenosa y negativa? Sería perezoso y absurdo. Los medios técnicos de que disponemos son formidables y magníficos. Pero son sólo medios, y en ese nivel deben quedar. Los fines tenemos que decidirlos nosotros. Por ello debemos reivindicar la capacidad decisoria, crítica, ejecutiva del ser humano. Este es el antídoto contra el «timo de la sociedad de la información». Lo que debemos defender y procurar es la aparición de una «sociedad del aprendizaje y de la autonomía personal». Precisamente porque cada vez vamos a tener más información a nuestro alcance, y porque los conocimientos serán la fuente principal de poder y de producción de riqueza, tenemos que fomentar el aprendizaje. No se trata de conectarse a la red, sino de tener los conocimientos necesarios para aprovecharse de ella. Cada vez que alguien sugiere que prescindamos de nuestra memoria personal para confiar en la memoria global del ordenador, nos está incitando a la esclavitud. Sólo desde lo que sabemos podemos asimilar, comprender, juzgar lo que leemos en la pantalla. La sociedad actual nos exige ser más sabios, más instruidos. Sustituir esa costosa exigencia personal por el mito de la red como panacea es el

núcleo del timo de la sociedad de la información. Es una llamada a la facilidad absolutamente engañosa. Les pondré un ejemplo. Howard Rheingold, un forofo de la sociedad de la información, ha escrito un libro titulado La comunidad virtual (Gedisa), se dedica a cantar las excelencias de este nuevo modo de comunicarnos. Cuenta que se le invitó a una reunión de expertos que asesoran a la oficina de Evaluación Tecnológica del Congreso de los Estados Unidos, para tratar sobre los sistemas de comunicación en la era de la información. Rebosante de satisfacción cuenta lo siguiente: «Yo no soy un experto en la tecnología o la política de las telecomunicaciones, pero sí se donde encontrar un grupo de tales expertos y cómo conseguir que me digan lo que saben. Antes de ir a Washington para mi primera reunión, abrí una conferencia en la WELL (Whole Earth 'Lectronic Link, una red) e invité a distintos excéntricos de la información, tecnófilos y expertos en comunicaciones a que me ayudaran a salir con algo que decir (...) Para cuando me senté con los capitanes de la industria, asesores gubernamentales y expertos académicos a la mesa del panel, tenía más de doscientas páginas de consejos expertos de mi propio panel. No habría podido integrar tantos conocimientos acerca de mi tema en toda una carrera académica o industrial y me llevó a mi (y a mi comunidad virtual) sólo unos pocos minutos por día durante seis semanas» (p. 85).

Esto es una impostura sin paliativos. Es la glorificación de la simpleza, de la cháchara brillante e irresponsable, de la audacia para hablar con cositas prendidas con alfileres, de la superficialidad. Les he dicho que debíamos aspirar a una sociedad del aprendizaje y de la autonomía personal, en épocas de globalización y de grandes presiones necesitamos recuperar y fortalecer la autonomía personal, es decir nuestra capacidad de proponernos fines, evaluarlos y realizarlos. La «sociedad de la información» también puede engañarnos en esto. La inteligencia humana no es un mero procesador de información. Es una facultad que aspira a dirigir bien la acción. Y para esto el conocimiento no basta. Hace falta una clara idea de los valores, la perspicacia para elegir, y el ánimo para realizar. Algo más complejo, importante, vital, que la mera información. **JA. M.**

Les xarxes i la seva problemàtica jurídica

Ramon Casas Vallés Titular de Dret Civil.
Universitat de Barcelona,
Universitat Oberta de Catalunya

■ Las redes y su problemática jurídica

La actual revolución tecnológica, basada en la confluencia de la informática y las telecomunicaciones, influye en aspectos muy diversos que abarcan desde la seguridad nacional hasta los derechos humanos, pasando por el comercio electrónico y la propiedad intelectual. La tecnología digital e Internet plantean una importante problemática jurídica a la hora de mantener el nivel de protección de la propiedad intelectual o de asegurar la responsabilidad en caso de infracción de estos u otros derechos.

■ Networks and their legal quandary

The current technological revolution based on the confluence of information and telecommunication influences very different aspects from national security to human rights including electronic commerce and intellectual property. Digital technology and Internet pose an important legal problem when it comes to maintaining the degree of protection of intellectual property and claiming responsibility when these or other rights are infringed upon.

■ Les réseaux et leur problématique juridique

L'actuelle révolution technologique, basée sur la confluence de l'informatique et des télécommunications, influe sur des aspects très divers qui vont de la sécurité nationale aux droits de l'homme, en passant par le commerce électronique et la propriété intellectuelle. La technologie numérique et Internet posent une problématique juridique importante à l'heure de maintenir le niveau de protection de la propriété intellectuelle ou d'assurer la responsabilité en cas d'infraction de ces droits ou d'autres.

1 Introducció

La tecnologia ha mantingut sempre una relació dialèctica amb el Dret, ha provocat canvis i ha obert expectatives que obliguen a aquest a prendre posició, sovint de forma immediata. En aquesta tessitura les decisions mai no són neutres. Poden accelerar el progrés o frenar-lo i, en qualsevol cas, determinar una distribució o una altra dels beneficis i costos que se'n deriven.

El que s'ha dit és aplicable a la més recent de les revolucions tecnològiques, basada en la confluència de la informàtica i les telecomunicacions i que ha permès la creació de xarxes per les quals flueixen –massivament, en un llenguatge universal– tot tipus de dades, obres i prestacions. Encara que no sigui l'única i que potser no tardi molt a veure's superada, Internet s'ha convertit en aquest cas en l'exemple de referència (1)

Tanmateix, els reptes són tan grans com les expectatives. L'impacte de la revolució digital és universal, no només en termes quantitatius sinó també qualitius. Gairebé cap àrea s'escapa del seu influx: des de la seguretat nacional fins als drets humans, passant pel comerç electrònic i la propietat intel·lectual (2)

Un cas famós i de nom significatiu, l'affaire Le Grand Secret, pot il·lustrar el que s'ha dit i donar entrada a l'anàlisi d'un parell de qüestions: la necessitat de reconfigurar la legislació de propietat intel·lectual i la urgència d'establir qui i sota quines condicions ha de respondre de les infraccions que es cometen en el context de les xarxes.

Poc després de la mort de Mitterrand, el seu metge personal va publicar un llibre en què explicava diverses circumstàncies de la seva llarga malaltia. La família del difunt, considerant que la publicació violava el seu dret a la intimitat personal i familiar, va demanar que es prohibís la difusió de l'obra. La sol·licitud fou atesa. No obstant, el propietari d'un cibercafé de Besançon va decidir escanejar el llibre i, en format electrònic, posar-lo

a disposició de tots els usuaris de la www.

D'aquesta manera tan simple, es va frustrar una actuació judicial que, essent del tot adequada als pressupostos de la Galàxia Gutenberg, va demostrar ser ingènua, per insuficient, en el context digital. No es va vendre cap exemplar després de la prohibició judicial. Però milers, milions de lectors van poder accedir a l'obra, produir la seva pròpia còpia ... i a més gratis.

Ara bé, què podia fer el jutge per evitar-ho? Obligar a retirar el text del servidor que l'hostatjava, quan probablement ja havia estat reproduït (mirroring) en centenars de servidors de tot el món? Ordenar el bloqueig de l'accés als proveïdors ... sota jurisdicció francesa? A més, era tècnicament possible això? ... Probablement, el jutge s'hauria sentit tan impotent com qui pretengués parar un rumor que corre de boca en boca, sabent que una societat democràtica, per molt forta que sigui la temptació, no pot posar novament dempeus l'únic tribunal amb solvència contrastada en aquests assumptes: El Sant Ofici.

Un buit legal? ... En realitat, no. El problema no és nou ni, per tant, aliè a les lleis. Tanmateix, ha adquirit una dimensió completament diferent. Qualsevol pot arruïnar la vida privada o reputació alienes o enfonsar un projecte editorial, sense necessitat de posar en joc grans mitjans. Ni tan sols cal ser propietari d'un cibercafè. N'hi ha prou amb ser un modest usuari de la xarxa, que actuï des de qualsevol país, de forma privada i anònima i sense arriscar una altra cosa que la seva pròpia insolvència.

Com mantenir l'elevat nivell de protecció de la propietat intel·lectual que les lleis ens asseguraven fins ara?. Com assegurar la responsabilitat en cas d'infracció d'aquests o d'altres drets? ... aquests són dos dels grans problemes als quals el Dret, nacional i internacional, ha de donar solució.

2 La protecció de la propietat intel·lectual, en particular el dret d'autor

Fou un avenç tecnològic (la invenció o reinvençió de la impremta de tipus mòbils) el que, per la porta falsa del privilegi, va donar lloc amb els anys al naixement del modern Dret d'autor. Era lògic que els impressors reclamessin protecció per a les seves inversions. I encara més lògic que el poder civil i religiós, preocupat pel potencial desestabilitzador de la nova

invenció, intentés controlar mitjançant la censura els continguts de les obres donades a la impremta. El resultat d'aquests dos interessos complementaris fou el privilegi. Però en aquest disseny, el vertader protagonista, l'autor, encara no hi tenia cabuda. Va entrar en escena uns anys més tard quan, en la lluita per mantenir la seva posició de domini, els impressors privilegiats van decidir al·legar que, al cap i a la fi, ells havien adquirit les obres dels seus creadors. Des de llavors a reconèixer que eren aquests, i no els impressors, els titulars originaris de drets hi havia només un pas, que donaria Anglaterra el 1709, amb l'Estatut de la Reina Anna, primera llei de Dret d'autor mereixedora d'aquest nom, segons es convé.

El Dret d'autor –no podia ser d'una altra manera– es va dissenyar d'acord amb el paradigma de la còpia impresa. Es tractava de regular un mercat basat en la reproducció i distribució d'exemplars (és a dir, suports físics) i, en menor mesura, la comunicació pública a teatres, auditoris i altres espais d'aforament limitat. Per conciliar les aspiracions d'autors, indústria i usuaris, n'hi havia prou amb separar l'ús privat de l'explotació pública i, dins d'aquesta, reconèixer als primers l'exclusiva sobre la reproducció i representació de les seves creacions, amb certs límits temporals i substantius segons interessos generals (informació, crítica, educació ...).

L'equilibri resultant, sempre difícil, es va fer, tanmateix, molt inestable quan l'evolució tecnològica, en època ja recent, va posar a l'abast del públic màquines capaces d'efectuar, a un cost molt baix, còpies de les obres protegides. Quan el possible infractor no necessitava infraestructura empresarial (local, màquines, empleats...), el context és del tot diferent. La fotocopidora i, encara més, el magnetòfon i el vídeo han donat un enorme potencial lesiu a activitats privades dels usuaris, abans marginals i irrellevants.

La tecnologia digital i Internet han portat aquest procés de desestabilització fins al seu extrem. Aldo Manucio, observava Erasme en plena revolució de la impremta «està construint una biblioteca que no té més límits que els del món». Però s'enganyava. Les biblioteques d'Aldo, Plantino i d'altres famosos impressors tenien límits materials: els del llibre. Les obres circulaven fixades en suports fabricats i comercialitzats empresarialment. En canvi, avui és

possible digitalitzar documents i altres materials sonors o visuals i després, amb la major facilitat, donar-los difusió mundial. No es tracta de la simple possibilitat d'agilitar l'adquisició de llibres, discos o pel·lícules utilitzant les xarxes. Es tracta de desmaterialitzar les creacions, fent que circulin desvinculades de tot suport. Donat el progrés de les tècniques de compressió i l'augment dels amplituds de banda, la biblioteca –rectius multiteca– somiada per Erasme és finalment a l'abast de la mà.

És raonable, doncs, la preocupació dels autors i, en general, proveïdors de continguts. No hi ha pèrdues de qualitat en la reproducció (les còpies són tan perfectes que fins i tot s'esvaeix la noció de l'original) i el cost de distribució és pràcticament zero. En el seu dia, la tecnologia va donar als autors i a d'altres titulars de drets la possibilitat, fins llavors inexistent, de controlar les seves obres i obtenir rendiments de la seva explotació. Però, uns segles després, la en altre temps benèfica tecnologia amenaçava d'arrabassar-los-hi, en benefici d'una col·lectivitat d'usuaris que reclama l'accés lliure i sense despeses al que –de forma comprensible però no innocent– es designa com a informació.

Una aparença enganyosa

Es tracta, tanmateix, d'una aparença enganyosa: una primera impressió, ràpidament desmentida. Tal com li va passar a Job, la tecnologia, després de posar a prova uns autors i titulars menys pacients que impotents, els restituirà finalment els seus béns. I, per completar el símil, també incrementats, ja que s'estan desenvolupant sistemes que probablement permetran controlar no ja els actes d'explotació sinó, més enllà, el mer ús de les obres i prestacions protegides. En aquest context, el contracte, la mort del qual ha estat predita tantes vegades, serà el gran instrument jurídic per ordenar l'accés als béns immaterials. De la mà d'una tecnologia que fa possible la identificació i localització dels titulars de drets (clearing) de forma ràpida i automatitzada, així com el control estricte de l'ús de les obres, que no es pot sostreure de la noció de reproducció, entrarem a l'era de les llicències.

El Dret d'autor sempre ha tendit a estendre el seu domini a tots els àmbits en què, havent-hi expectatives de benefici, el cost de l'acord amb els usuaris sigui

assumible. Doncs bé, per primera vegada aquesta premissa es complirà per a qualsevol utilització d'una obra protegida. Serà per tant urgent redefinir els límits i espais de llibertat reconeguts als usuaris, a fi d'evitar que desapareguin completament i, alhora, assegurar que el control no acabi amb el dret a la intimitat (3).

Tots els països s'estan afanyant a dictar noves normes o, millor, a ajustar les existents, per regular la protecció del Dret d'autor i drets connexos en el marc de la Societat de la Informació. Des del 1987, Espanya compta amb una bona llei que, després de diverses modificacions, s'ha concretat en el Text Refós de 1996 (TRLPI), ja objecte d'una primera reforma com a conseqüència de la transposició de la Directiva sobre bases de dades (Llei 5/1998, de 6 de març). No serà l'única. Encara que, en termes generals, la nostra legislació té recursos per donar resposta als problemes que plantegen les noves tecnologies, caldrà transposar també, un cop aprovada, la ja esmentada Directiva sobre la societat de la informació. El mercat dels béns immaterials és global i reclama una homogeneïtzació capaç d'impedir que, buscant nivells de protecció més baixos, es produeixi una massiva –i mai tan fàcil– deslocalització de les activitats d'explotació.

Com assenyala l'Exposició de Motius de l'esmentada Proposta de Directiva, és urgent actuar en dos fronts: «En primer lloc, adaptant els drets d'autor i drets afins, mitjançant una protecció jurídica harmonitzada, als nous riscos i oportunitats, a fi i efecte de crear condicions equiparables de protecció d'aquests drets en tots els Estats membres que permetin que el mercat interior es converteixi també en realitat per als nous productes i serveis que incorporen obres protegides. En segon lloc, en l'àmbit tecnològic, desenvolupant sistemes apropiats que facin possible la gestió i protecció electrònica dels drets». Tot això s'ha de fer sense reduir «l'elevat nivell de protecció dels drets d'autor que tradicionalment existeix a Europa (i) establint al mateix temps un equilibri just entre els drets i els interessos de les diferents categories de titulars, i entre els d'aquests i els dels usuaris de material protegit».

Drets de reproducció i comunicació

a: Pel que fa al primer front d'actuació i pel que aquí interessa, la Proposta de Directiva gravita, bàsicament, sobre els drets de reproducció i comunicació pública

que assegurin, respectivament, l'exclusiva de la fixació de l'obra sobre un mitjà que permeti la seva comunicació i l'obtenció de còpies (art. 18 TRLPI) i la seva posada a disposició d'una pluralitat de persones sense prèvia distribució d'exemplars a cadascuna d'elles (art. 20.1 TRLPI).

En relació amb la reproducció, la Proposta accepta un concepte ampli, que inclou tant la que té lloc en línia com fora de línia, sia tangible o intangible, i tingui caràcter permanent o només temporal. Així, per exemple, porta a terme un acte de reproducció qui escaneja una obra i la col·loca en un servidor. Però també qui, previ accés a la pàgina web corresponent, fa una còpia permanent en memòria cache per facilitar noves visites; o, de forma inevitable, produeix una simple còpia efímera, en memòria RAM mentre fulleja la xarxa (browsing).

Aquesta centralitat del dret de reproducció –pas forçós en el context digital– ha fet necessari establir una excepció obligatòria per a aquells actes que, essent tècnicament reproducció en el sentit indicat, formen part d'un procés tecnològic i resulten necessaris per al legítim accés a l'obra i a la seva utilització.

D'aquesta manera, mentre l'art. 2 de la Proposta de Directiva reconeix a diversos subjectes un dret exclusiu «a autoritzar o prohibir la reproducció directa o indirecta, temporal o permanent, per qualsevol mitjà o en qualsevol forma», l'art. 5.1 precisa que tal dret «no s'aplicarà als actes de reproducció temporal (...) quan formin part integrant d'un procés tecnològic l'única finalitat del qual consisteix a facilitar l'ús d'una obra o un altre treball, i que no tinguin per si mateixos una significació econòmica independent».

Aquesta excepció obligatòria va acompanyada d'altres de facultatives de les quals, potser, el més digne d'esment sigui la renúncia de la Proposta de Directiva a entrar en la qüestió de la còpia privada digital. Si aquesta és lícita o no i si es compensarà –i de quina manera– als titulars dels drets, queda al criteri dels legisladors nacionals. Donades les incerteses, tant en relació amb les tecnologies de control com en relació amb el comportament dels usuaris, la Comissió s'ha estimat més no anar més enllà, i s'ha limitat a un estret seguiment, el resultat del qual determinarà les actuacions futures.

A Espanya, si la normativa no canvia i amb l'excepció dels programes d'ordinador i les bases de dades electròniques, la còpia privada digital rep el mateix tractament que l'analògica. No s'estableix cap distinció, per la qual cosa ambdues es beneficien del límit contemplat a l'art. 31.2º TRLPI, que permet reproduir obres ja divulgades «per a ús privat del copista». El fullejar (browsing, survol) i el mateix acte de descarregar (download) podrien entrar així en aquesta excepció. Tot i això, hi ha una diferència important entre les còpies analògiques i les digitals ja que el sistema de remuneració només està previst per a les primeres. Sobre el material informàtic (ordinadors, discos, impressores ...) no hi ha cap taxa o gravamen en benefici dels autors i d'altres titulars de drets. No cal dir que la qüestió és extremadament delicada i mereix la major atenció.

Juntament amb l'àmbit del dret de reproducció i les seves excepcions, i com a segona gran qüestió, també és necessari harmonitzar la noció de comunicació pública. Com recordaran, el Dret d'autor es basa en una nítida separació entre els espais públic i privat. D'ells, només interessa el primer. El que succeeixi en el segon queda fora del control dels titulars de drets. Ara bé, que s'ha d'entendre per públic? Hi va haver una vegada que quedava clar que el públic era el conjunt de persones reunides en un mateix lloc. Més tard es va admetre que, encara que hi manqués la coincidència física, n'hi havia prou amb la cronològica: els ciutadans que reben a casa seva una emissió televisiva no són menys públic que els que van a una sala cinematogràfica. Però, i si també manca la simultaneïtat en l'accés a les obres protegides? ...

Transmissió interactiva

La Proposta de Directiva ha acceptat, també aquí, una àmplia noció que, fora d'això, no és novetat per a la legislació espanyola. En concret, la transmissió interactiva a la carta està clarament inclosa en la definició de l'art. 20 TRLPI. Qui, per exemple, col·loca en una pàgina web una obra protegida i permet l'accés a qualsevol (amb o sense contrasenya, gratis o pagant), porta a terme, a més d'un acte de reproducció, un acte de comunicació pública. I a això no es pot fer l'objecció que aquells que accedeixen a

l'obra ho fan de forma individual, des de diferents llocs i de forma no necessàriament simultània. Si hi hagués algun dubte, el resoluria definitivament l'art. 3.1 de la Proposta de Directiva que remarca que el dret de comunicació inclou la posada a disposició «de tal manera que qualsevol persona pugui accedir (a les obres) des del seu lloc i en el moment que ella triï».

És comprensible que les naixents biblioteques virtuals pretenguin que la posada a disposició en línia es qualifiqui com a préstec virtual, per beneficiar-se així dels límits establerts per al dret de distribució. Tanmateix, és clar que aquest es limita a exemplars físics, almenys a Espanya i a d'altres països. Les biblioteques hauran de comptar, doncs, amb llicències per oferir en línia els seus fons. Una altra solució trencaria l'equilibri establert entre autors i usuaris, en detriment d'aquells.

b: El segon àmbit d'actuació té com a objecte la protecció de les mesures tecnològiques destinades a garantir el control dels actes d'explotació i permetre una gestió eficaç dels drets. En l'entorn digital, aquestes mesures tindran tanta importància com les jurídiques. Fins al punt que s'ha arribat a dir que la tecnologia i els contractes desplaçaran el Dret d'autor o, almenys, li faran perdre pes específic (4).

En funció de la llicència, la màquina –el sistema– ens permetrà realitzar certs actes i d'altres no. Per exemple, visualitzar, descarregar, copiar... Si això és possible, resulta lògic que la Proposta de Directiva es preocupi d'assegurar una protecció jurídica efectiva enfront de tota activitat –inclosa la fabricació de dispositius i la prestació de serveis– destinada a eludir els dispositius tecnològics de control (cfr. art. 6) o a suprimir o alterar la informació que permet la gestió electrònica dels drets (cfr. art. 7).

3 La responsabilitat

Quan Sony, a mitjans dels setanta, va començar a comercialitzar el seu reproductor de vídeo Betamax als EUA, Universal City Studios i Walt Disney Productions van decidir portar-la davant dels tribunals tot imputant-li una contribució directa a la massiva vulneració dels seus drets d'autor. El raonament era simple: el nou aparell servia perquè milions d'usuaris fessin còpies incontrolades de pel·lícules de les quals aquelles n'eren titulars (5). El cas Betamax plantejava

qüestions molt delicades, però almenys podia identificar-se un responsable potencial.

Potser si Internet tingués un propietari o una autoritat de control s'hauria suscitat un litigi anàleg. I amb més raó, ja que Internet és una copiadora universal de text, so i imatge, amb qualitat digital. Passa, però, que Internet no té propietari. A diferència del que passa amb altres xarxes (televisió, telèfon ...), són bàsicament els mateixos usuaris qui la posseeixin. Quan un diari, una cadena televisiva o una ràdio publiquen una informació injuriosa o difonen una obra sense adquirir els corresponents drets, l'afectat sap contra qui adreçar-se. Aquest no és el cas d'Internet i aquí radica en gran mesura el quid de la qüestió.

La responsabilitat –civil i penal– que deriva dels actes a la xarxa reclama una normativa precisa i, si és possible, d'abast supranacional. Però els problemes no esperen. I els tribunals dels diferents països els estant abordant de forma que provoca inseguretat i inquietud entre els subjectes implicats d'una manera o d'una altra. Com a mostra, n'hi ha prou a considerar la recent condemna –dos anys de presó i 100.000 marcs de multa– imposada per un tribunal bavarès a Felix Somm, antic cap de la divisió alemanya de Compuserve, com a còmplice d'un delictes de difusió de pornografia il·legal. N'hi ha prou d'accedir a Internet i introduir aquest nom –Felix Somm– en un cercador, per comprovar l'impacte, desassossec i allau de crítiques que ha provocat l'esmentada sentència (6).

En aquest i en d'altres casos sorgeixen immediatament els símls, sia per justificar l'absolució o la condemna. Per què no equiparar el flux d'informació a Internet a la transmissió boca a boca, de la qual només en responen els qui la porten a terme? Per què no destacar l'analogia entre el correu electrònic i l'ordinari aplicant als qui faciliten el servei els mateixos criteris de responsabilitat que utilitzem per a les empreses o organismes postals? I no seria millor fer un símil amb els editors de premsa o els organismes de radiodifusió? I si penséssim en els llibreters, el control dels quals sobre els continguts és limitadíssim i el seu paper d'intermediaris més evident? I, en aquesta línia, per què no considerar els servidors tan responsables o irresponsables com les companyies de telèfons? Ha de respondre un servidor d'Internet pel fet que qualsevol pugui accedir a pornografia il·lícita

i no, en canvi, una companyia telefònica que també ho fa possible? Si algú contracta un servei extern de contestador automàtic i enregistra com a missatge de benvinguda una llagoteria racista, podem demandar la companyia telefònica que l'hostatja? ...

Analogies estimulants i perilloses

Òbviament, les analogies són estimulants. Però perilloses i sotmeses a anàlisis acurades, com sap qualsevol estudiant de Dret. De moment, cal saber el paper que juga exactament cadascun dels actors del procés. La llista d'aquests pot ser molt llarga (7). Però, pel que fa al que ens interessa ara, podem reduir-la a quatre protagonistes principals:

a: El proveïdor de continguts (content provider), que pot ser una empresa o un simple usuari. Seria el cas del propietari del cibercafé de Besançon en l'afer Le Grand Secret. O el de les empreses dedicades a l'explotació de materials pornogràfics en el cas de Felix Somm.

b: El que proporciona allotjament als continguts (host service provider). Seria el cas del titular del servidor contractat per les nombrosíssimes empreses i particulars que han creat les seves pàgines web. Tenen aquesta condició, per exemple, moltes institucions i universitats que disposen de servidor propi i hostatgen abundant material –text, imatge, so– introduït sense cap control previ de la institució, pels membres de la comunitat acadèmica, tant per a ús intern com, eventualment, extern (8).

c: El proveïdor d'accés (access provider), que facilita als usuaris la possibilitat d'entrar a la xarxa i navegar-hi. Així Compuserve, en el cas Felix Somm.

d: L'operador de xarxa (network operator), titular de la infraestructura bàsica –elèctrica, telefònica, cable òptic ...– a través de la qual circula la informació.

Quin d'ells ha de respondre i quan? Només qui subministra o col·loca en xarxa el contingut, autor material i directe de l'eventual il·lícit, a vegades anònim i normalment insolvent o de solvència molt limitada? També els Internet Service Providers (ISP)? ... Establir una exempció total de responsabilitat a favor d'aquests seria inadmissible. Els titulars de drets no tenen perquè finançar la seva implantació, com no tenen perquè finançar els comptes de resultats dels que fabriquen fotocopiadores, vídeos o magnetòfons.

Però tampoc seria raonable establir una condemna en cascada, de tipus solidari, que involucri de forma automàtica a qualsevol que tingui algun tipus d'intervenció. Sobretot –i és un aspecte important– quan el proveïdor es pot trobar entre dos focs: la necessitat de complir les exigències legals, respectant els drets de tercers (sia de propietat intel·lectual o d'altres) i la necessitat de complir els seus propis compromisos amb les persones amb qui contracta. Un bloqueig precipitat o infundat del servei a un usuari o empresa, pot donar lloc a demandes abundants per incompliment contractual per part dels perjudicats.

Mentrestant, els casos s'han multiplicat, tant a Europa com als EUA. Frena, titular d'un BBS (Bulletin Board Service) condemnat perquè el seu servidor contenia, digitalitzades, 170 fotos de la revista Playboy. Netcom, proveïdor d'accés a Internet, absolt per la demanda plantejada perquè un exadepte de l'Església de la Cienciologia va col·locar a la xarxa extractes de textos del fundador de la secta, Ron Hubbard. Dataweb, proveïdor de serveis, absolta d'una demanda, també dels cienciólegs, per la col·locació de textos del mateix Hubbard a la pàgina web d'un usuari (9).

La Proposta de la Directiva sobre la Societat de la Informació podria haver estat un text adequat per definir una solució d'àmbit europeu. Tanmateix, conscientment, s'ha renunciat a fer-ho, amb l'argument que el problema no només afecta els drets d'autor i connexos sinó també altres sectors, «des de la marca comercial i la publicitat enganyosa fins a la difamació o els continguts obscens» (10). Com a qüestió transversal, es trameta una Directiva específica. «l'objecte de la qual serà aclarir i harmonitzar diversos aspectes jurídics relacionats amb els serveis de la societat de la informació, inclòs el comerç electrònic» (11). Teòricament s'havia d'elaborar en paral·lel amb la primera. Però, avui, encara no hi ha documents oficials disponibles.

A l'espera de l'harmonització europea

A l'espera de l'anunciada harmonització europea o de pronunciaments dels nostres propis tribunals, podem prendre com a referència les lleis i acords assolits en alguns països de referència. Entre els quals, Alemanya i els EUA. Les preguntes clau, com veurem, són les

habituals en els sistemes de responsabilitat per culpa. Va cometre el proveïdor la infracció directament? Si no va ser així, hauria de, o va poder conèixer-la utilitzant la diligència normalment exigible, sense violar la intimitat aliena i el secret de les comunicacions? I, en qualsevol cas, hauria hagut d'impedir-la i va poder-ho fer o posar-li fi, utilitzant mitjans tècnics tècnicament possibles, econòmicament raonables i legalment permesos?

a: La regulació alemanya forma part de la llei federal sobre els Serveis de Comunicació i Informació aprovada el 1997 (12). La qüestió que ens ocupa s'aborda al paràgraf 5 de l'article 1 (13), en els següents termes:

1a. Quan el proveïdor de serveis ho sigui també de continguts (cosa bastant freqüent), la seva responsabilitat en cas d'infracció es determinarà d'acord amb la legislació comuna.

2a. Si un proveïdor de serveis hostatja en el seu servidor continguts aliens i aquests són il·lícits, només serà responsable en la mesura que en tingui coneixement i li sigui tècnicament possible i exigible impedir el seu ús.

3a. Els proveïdors no són responsables quan faciliten l'accés a continguts aliens actuant com a simples mitjancers. Pel que fa a això, la presentació automàtica i breu de continguts aliens es considera una simple mediació d'accés.

4a. Sense perjudici de l'obligat respecte al secret de les telecomunicacions, els proveïdors que arribin a tenir coneixement que hostatgen o donen accés a continguts il·lícits, tenen el deure d'eliminar-los o bloquejar-los, sempre que això els resulti exigible i sigui tècnicament possible.

b: Als EUA, encara que no s'ha aprovat cap llei, estan en curs dues propostes (14). La primera va ser la On-line Copyright Liability Limitation Act, de 17 de juliol de 1997 (H.R. 2180), a la qual va seguir la On-line Copyright Infringement Liability Limitation Act, de 12 de febrer de 1998 (H.R. 3209) (15). Aquesta darrera, en el seu estat actual, ha passat a ser un nou títol, el segon, d'una altra proposta, la WIPO Copyright Treaties Implementation Act de 29 de juliol de 1997 (H.R. 2281), que té com a objecte donar compliment al Tractat de l'OMPI de Dret d'autor (16).

Com es pot veure, als EUA sembla que finalment han

optat per un modus operandi diferent de l'europeu. En efecte, els problemes del dret d'autor i connexos a la societat de la informació s'aborden juntament amb la qüestió de la responsabilitat. Té els seus avantatges. Però, en contrapartida, no es resolten els casos en què els drets infringits són d'una altra índole.

Responsabilitat i intimitat

Amb reserva del que pugui deparar la tramitació, el text actual de l'esmentat Títol II de la WIPO Copyright Treaties Implementation Act (H.R. 2281) (17) proposa modificar el capítol 5 del Títol 17 de l'U.S. Code (Copyrights), afegint una nova secció, les línies mestres de la qual són:

1a. L'establiment d'un règim de limitació o exempció de responsabilitat a favor dels proveïdors, distingint amb aquesta finalitat dues situacions:

a: Que el proveïdor es limiti al mer emmagatzematge intermedi i transmissió del material il·lícit a través del seu sistema o xarxa, concorrent les següents circumstàncies: que sigui un altre qui iniciï la transmissió; que aquesta i l'emmagatzematge es portin a terme a través d'un procés tècnic automàtic, sense selecció del material per part del proveïdor; i, finalment, que no es mantingui cap còpia del material al sistema o xarxa del proveïdor de forma que sigui ordinàriament accessible a receptors diferents dels previstos per qui va iniciar la transmissió i, pel que fa a aquests, no per més temps del raonablement necessari per a la transmissió. En aquest cas, queda exclosa la infracció directa (direct infringement) per part del proveïdor (18), al qual tampoc no es podrà exigir cap indemnització per haver contribuït a la infracció (contributory infringement) ni com a responsable pel fet aliè (vicarious liability) (19).

b: Que, encara que es tracti de la mera transmissió o subministrament d'accés al material il·lícit, no concorrin les circumstàncies esmentades abans. En aquest cas, el proveïdor titular del servei o xarxa tampoc no haurà d'indemnitzar per contribuir a la infracció (contributory infringement) ni com a responsable pel fet aliè (vicarious liability) sempre que: no tingui coneixement real de la il·licitud, no hi hagi elements que la facin notòria, no obtingui beneficis directament derivats de la mateixa i, finalment, tingui el dret i la possibilitat de controlar tal activitat.

2a. La salvaguarda del dret a la intimitat i el secret de les telecomunicacions. Amb aquesta finalitat, el règim de limitació de responsabilitat establert a l'apartat anterior, no es podrà condicionar al fet que el proveïdor rastregi el seu servei (monitoring) o que cerqui activament fets que denotin l'existència d'infraccions. Tampoc se li haurà d'exigir que accedeixi, supprimeixi o bloquegi l'accés al material il·lícit, si aquests actes estan prohibits per la llei.

Creació d'un espai d'impunitat

3a. La creació d'un espai d'impunitat o seguretat per a les decisions que, en relació amb el servei que presten, prenguin els proveïdors en atenció a les il·licituds aparents o denunciades per tercers. En aquest sentit es preveu al seu favor:

a: Una àmplia exempció de responsabilitat quan, actuant de bona fe davant d'un requeriment o davant de fets indicatius d'una infracció, procedeixin a retirar o bloquejar l'accés al material o serveis afectats, al marge que aquests resultin o no finalment il·lícits; així com,

b: La irrellevància, en relació amb posteriors accions judicials en contra seva, de la decisió que puguin prendre en aquest cas. En altres paraules: la decisió de retirar o mantenir el material o l'accés, no es tindrà en compte, en perjudici seu, per part del tribunal que, eventualment, pugui arribar a conèixer del cas.

4a. La declaració de la més àmplia responsabilitat (costes i honoraris d'advocats inclosos), enfront de qualsevol perjudicat (proveïdor, suposat infractor, titular de drets o llicenciatari) dels quals, sabent-ho, indueixin o portin un proveïdor a suprimir o bloquejar l'accés a materials o serveis, fent-li creure falsament que són il·lícits (misrepresentations).

Independenment del que succeeixi amb els projectes actualment en curs, als EUA els representants dels proveïdors de continguts i de serveis ja han arribat a un acord per eximir aquests darrers de responsabilitat per infraccions imputables a tercers o que es produeixin com a efecte inevitable del funcionament del servei(20).

Com es pot veure, els proveïdors de serveis no seran els deep pockets, contra els quals adreçar qualsevol demanda. Ningú no podrà dir que es mata la gallina dels ous d'or. Però, almenys, se'ls imposa una

actuació expedita i un cert grau de diligència quan tinguin coneixement que estan facilitant una infracció que poden evitar o a la qual podem posar fi. Aquest ha de ser el nord que guiï també els tribunals espanyols en aplicar les normes generals sobre responsabilitat, contractual i extracontractual, als casos que puguin plantejar-se mentre no s'aprovi l'anunciada Directiva Europea. **R.C.**

Notes

(1) No és difícil trobar a la mateixa xarxa bones explicacions sobre els antecedents i possibilitats tècniques del ciberespai (correu electrònic, llistes de correu, newsgroups, chat rooms i world wide web o www, bàsicament). Un resum suficient es pot veure a Reno v. American Civil Liberties Union (26 de juny de 1997; <http://www.qse.ucla.edu/icl/reno.html>), primera sentència del Tribunal Suprem dels EUA relacionada amb Internet i en què es va repudiar, com a contrària a la llibertat d'expressió, la censura de continguts pretesa per la Communications Decency Act.

(2) Utilitzem aquí aquesta expressió en el sentit ampli que avui és comú en el context internacional i que comprèn no només el Dret d'autor i els drets connexos (la propietat intel·lectual segons la terminologia espanyola tradicional, enquistada en la Constitució i en la llei) sinó també les patents, marques, dissenys i altres drets sobre béns immaterials.

(3) Com remarca l'Exposició de Motius de la Proposta de Directiva sobre harmonització de drets d'autor i drets afins en la societat de la informació, actualment en tràmit

(<http://europa.eu.int/comm/dg15/en/intprop/intprop/copyes.pdf>), «Els sistemes de protecció i identificació poden processar les dades personals sobre els hàbits de consum dels usuaris individuals en relació amb els treballs (sic) protegits, permetent-se així rastrejar el comportament en línia». En poques paraules, es podrà saber –se sabrà– qui ha accedit a què, quan i com.

(4) Cfr. Eric Schlatter, The intellectual property renaissance un cyberspace: Why copyright law could be unimportant on the internet, Berkeley Technology Journal, vol. 12, 1, primavera 1997 (<http://www.law.berkeley.edu/btlj/articles/12-1/schlachter.html#N+>)

(5) Sony Corporation of America et al. V. Universal City Studios Inc. Et al., 17 gener 1984 (<http://laws.findlaw.com/us/464/417.html>)

(6) Al marge de la investigació suggerida, vegeu Top Cyberspace Law Cases of 1998, de l'UCLA Online Institute for Cyberspace Law and Policy, on The Compuserve Germany Case ocupa el primer lloc dels top ten (<http://www.qse.ucla.edu/iclp/98cases.html>).

- (7) A. Strowel / J-P. Triaille (*Le Droit d'auteur, du logiciel au multimédia*, Bruxelles, 1997, pàg. 406-407) enumera fins a vuit papers, que poder ésser interpretats per persones diferents: titular de drets, productor de serveis, proveïdor de serveis, integrador de serveis, operador de xarxa, proveïdor d'infraestructura, proveïdor del sistema d'accés als serveis i, finalment, titular del terminal.
- (8) Els riscos són reals. El cas de l'estudiant que col·loca il·lícitament material protegit –concretament obres musicals de Michel Sardou– a les pàgines web que hostatja el servidor de la seva universitat, ja s'ha plantejat. Vid. *Sté. Art Music France et Ste. Warner Chappell France c/ Ecole Nationale Supérieure des Telecommunications*, Tribunal de Gr. Inst. de Paris, 14 agost 1996 (cfr. RIDA, núm. 171, gener 1997, pàg. 361 i seg., amb nota de Ch. CARON)
- (9) *Playboy Enterprises, Inc v. Frena*, 839 F. Supp 1553 (MD. Fla. 1993); *Religious Technology Center v. Netcom On-line Communication Services, Inc.*, 907 F.Supp. 1361 (ND Cal. 1995); *President Arrondissementsrechtbank's-Gravenhage*, 12/3/1996. Per als dos primers casos, es pot veure –entre molts 'altres– J. Rosenoer, *CyberLaw. The Law of Internet*, N.Y. 1997, pàg. 4 i seg. La referència al tercer la prenc d'A. Strowel / J-P-Triaille, p 410.
- (10) Cfr. Exposició de Motius.
- (11) Cfr. Preàmbul, núm. 12
- (12) *Informations- und Kommunikationsdienstes- gesetz (IuKDG)*, de 13 de juny de 1997 (<http://www.11d.de/iukdg.html>)
- (13) *Gesetz über die Nutzung von telediensten (Teledienstegesetz-TDG)*
- (14) Per al conjunt d'iniciatives que pretenen regular les xarxes digitals en els seus diversos aspectes (des del comerç electrònic a la responsabilitat, passant per la protecció de la intimitat), vid. Recent *Cyberlegislation: us Congress explores Proposals to regulate the Online World* (<http://www.qse.ucla.edu/iclp/cyberleg2.html>)
- (15) Cfr. <http://1cweb.loc.gov.copyright/penleg.html>
- (16) *TODA O WCT (Wipo Copyright Treaty)*, Ginebra, desembre de 1996. Assumirà una funció anàloga, en l'àmbit europeu, la Directiva sobre la Societat de la Informació.
- (17) Vid. Per al text actual, <ftp://ftp.loc.gov/pub/thomas/cp105/hr551pl.txt>
- (18) S'ha de tenir en compte que la infracció directa no exigeix que qui la comet actuï de forma intencionada, ni que n'obtingui beneficis econòmics. Així, per exemple, sense la limitació que es proposa, el proveïdor seria el responsable quan, per donar millor servei, procedeixi a emmagatzemar parts substancials de les pàgines web visitades pels seus clients, i porti a terme el que es coneix com a caching.
- (19) S'entén que hi ha contributory infringement, i per tant responsabilitat, quan algú col·labora de forma intencionada o conscient en la infracció que un altre porta a terme. En el cas que ens ocupa, per exemple, n'hi hauria quan el proveïdor sap o ha de saber que el material que hostatja o al qual dóna accés és il·lícit i, malgrat això, no fa res per impedir-ho. La vicarious liability afecta a qui han de respondre de la conducta d'un altre en base a la relació jurídica que el lliga amb ell. Es tracta, per tant, d'algú que té el dret i la possibilitat de controlar els actes aliens.
- (20) L'acord és del 31 de març de 1998 i part del mateix ha estat incorporada a la *WIPO Copyright Treaties Implementation Act* (H.R. 2281). Vid., amb un resum i comentari dels aspectes bàsics, *World Intellectual Property Report*, vol.12, num 5, maig 1998, 150.

Internet i la llibertat d'informació

Vicent Partal Director de Vilaweb

■ Internet y la libertad de información

La compleja estructura de Internet, su aterritorialidad y sus costes de publicación marginales convierten a Internet en un medio mucho más libre que los medios de comunicación tradicionales. Vicent Partal reflexiona acerca de la libertad de información en Internet y el nuevo papel del periodista en este medio.

■ Internet and the freedom of information

The complex structure of Internet, its non territorialness and its marginal publication costs make Internet a much freer medium than the traditional communication media. Vicent Partal reflects on the freedom of information on Internet and the journalist's new role in this medium.

■ Internet et la liberté d'information

Sa complexe structure, son absence de territorialité et ses coûts de publication marginaux font d'Internet un moyen beaucoup plus libre que les moyens de communication traditionnels. Vicent Partal fait une réflexion sur la liberté d'information sur Internet et sur le nouveau rôle du journaliste dans ce media.

Aquesta és una pregunta repetida amb insistència: Internet és més lliure del que ho són els mitjans tradicionals? Per a respondre-la cal diferenciar Internet com a mitjà periodístic i Internet com a eina, com a mitjà estrictament de difusió.

Comencem per aquí. Internet com a mitjà estrictament de difusió, és a dir, com a «conduïte» a través del qual circula informació, és el mitjà més lliure que existeix i ha existit mai. Més i tot que un dels seus pares, el telèfon.

Una de les discussions permanents sobre Internet fa referència a la censura. Aquesta discussió sol néixer entre persones desconexades de la xarxa o, com a mínim, de l'entrellat tècnic de la mateixa. Perquè qualsevol que conega com funciona no sostindrà mai una discussió semblant: tècnicament, no hi ha manera humana de censurar Internet. O, per dir-ho d'una manera més conservadora: no es veu en un horitzó relativament pròxim cap possibilitat de censurar Internet per mitjans tècnics. La discussió acaba aquí. En tot cas una mica de divulgació. El protocol TCP/IP, base de les comunicacions a través d'Internet, està dissenyat per a dividir qualsevol peça informativa en paquets de missatges. Aquests paquets «marxen» numerats de l'ordinador que els envia i «arriben» numerats a l'ordinador que els rep. Però fan el camí sense seguir cap ordre numèric i sense seguir la mateixa ruta. Fent una caricatura podríem dir que la paraula «Diari» es podria fragmentar en tretze paquets, que contenen cadascun d'ells una part de la paraula (ni tan sols una lletra sinó un fragment de codi binari). Aquests paquets viatjarien aleatòriament, uns per Austràlia, d'altres per Europa, d'altres per Amèrica, etcètera, sense respectar la numeració i només es tornarien a trobar i es «posarien en fila» a l'arribada a l'ordinador de destinació. El control d'aquest cafuny és simplement impossible a no ser que es talle el telèfon a tot el planeta o es pose un policia a cada ordinador, hipòtesis totes dues més que poc probables.

Aquesta complexa estructura d'Internet el fa pràcticament inviolable en les rutes de comunicació (no en els ordinadors, evidentment). I això converteix Internet en un mitjà encara més lliure que el telèfon perquè si algú el «punxa» només es trobarà amb una cataracta de dades inconnexes.

L'aterritorialitat d'Internet

Hi ha una segona característica, aquesta ja més pròxima al tema periodístic, que fa d'Internet un mitjà molt més lliure. Aquesta és la seua ateritorialitat. Tots els mitjans avui en dia tendeixen a ser planetaris. Però, per exemple, una televisió que vullga emetre sobre Afganistan ho té difícil. En primer lloc, cal una forta infraestructura. En segon lloc, els usuaris han de proveir-se d'antenes parabòliques que, en tercer lloc, solen ser visibles. A Internet, tanmateix, l'accés a una pàgina situada a l'habitació del costat o a una situada a l'altra punta del món es fa en condicions, exactes, d'igualtat. Aquest és un fet apreciable en aquells països on les dificultats derivades de règims no democràtics existeixen. En qualsevol cas, es tracta d'un benefici rotund en termes de competició. A l'Estat espanyol, per exemple, Telefónica mena una política de preus que resulta asfixiant per a qualsevol empresa amb un mínim d'èxit a Internet. En canvi, per menys d'una quarta part del preu tens el mateix servei als Estats Units. Aquesta possibilitat de burlar les traves resulta extraordinària, sobretot perquè l'usuari no ho nota. A VilaWeb tenim una part del diari en un servidor a la redacció de Barcelona, i una altra part en una ciutat de Florida. Cada vegada que un usuari entra en una pàgina agafa els textos a Barcelona i les imatges a Florida. És un procés absolutament transparent que l'usuari ni nota. En casos extrems aquest recurs d'aterritorialitat és impagable.

Però hi ha més. El canvi més substancial de tots és que Internet permet publicar a tothom. I aquest sí que té implicacions rotundes en el món de la comunicació, del periodisme.

Internet i la mort del periodisme

És Internet la mort del periodisme?

Quan algú vol dramatitzar respecte a la relació entre Internet i periodisme, aquesta frase sol ser recurrent. Part de raó hi ha. En aquests moments als Països

Catalans hi ha en funcionament uns 12.000 webs. Dels quals menys de 500 estan fets per periodistes, en un sentit ampli de la paraula. I la resta també té informació. Molta i molt interessant en alguns casos. Què significa això? Que els periodistes ja no dominen la difusió de les notícies?

Evidentment, a Internet això és el que passa. Hi ha més gent assabentant-se de la polèmica sobre el Quart Cinturó de Barcelona a través de la pàgina web de la Coordinadora 4C que a través dels diaris presents a la xarxa. I amb raó, cal afegir. La qualitat i la quantitat de la informació present en aquell web és impossible de combatre.

No cal espantar-se, tampoc. Això és així però alhora és cert també que els webs dels mitjans són els que reben més audiència. Fan de filtres. Però quanta audiència reben? Diuen l'EGM que al principat hi ha 582.000 usuaris d'Internet. El web més visitat és el del diari La Vanguardia que cada dia rep 4.212 usuaris (segons l'OND). Si les matemàtiques no em fallen això vol dir que l'audiència de La Vanguardia a Internet és del 0,7 per cent del total. Aquesta és la realitat.

La resta d'usuaris, on va?

La resta d'usuaris es perd (literalment) per la xarxa. Perquè l'altre gran fenomen que representa Internet i que altera de manera radical el periodisme és precisament la multiplicació dels emissors. Tenim vint o trenta diaris, setanta o vuitanta emissores de ràdio, set o vuit de televisió i dotze mil d'Internet. La magnitud òbviament no és comparable. Però ha de moure a la reflexió.

Tots sabem que en els mitjans de comunicació tradicionals la potència econòmica de qui hi ha al darrere és l'element substancial. Per sort, no l'únic. Però sí el substancial. Un bon diari pot sobreviure amb pocs diners i un mal diari enfonsar-se tot i els milions. Però crec que ningú discutirà que tenir diners és una garantia clara en el món de la premsa. I que no tenir-ne impedeix una presència en igualtat de condicions. A Internet, els costos de publicació són marginals (a no ser que tinguis un èxit gran) i per tant aquesta barrera queda salvada.

Aquest fet, el que tothom puga publicar, diferencia radicalment Internet dels mitjans precedents. I és l'element que li confereix l'atractiu i la riquesa que tant crida. És allò que la converteix en el mitjà més lliure

també, fent referència a la doble pregunta del principi, quan el mirem com a mitjà periodístic.

Internet, com a mitjà periodístic, és molt complex. I presenta problemes fascinants. Quan Assumpció Maresma i jo vàrem decidir el maig del 1995 de posar en marxa un diari a través de la xarxa, mai no hauríem pogut endevinar les hores que hem hagut d'invertir, com a periodistes, a estudiar i descobrir la «gramàtica» del nou mitjà.

Internet com a mitjà no ens necessita, als periodistes. Això val més dir-ho amb rotunditat. Per a res. Tanmateix, els periodistes podem aportar moltes coses a Internet, sobretot una tradició i unes formes que hem anat generant al llarg dels darrers dos segles. Però si nosaltres no participem d'Internet, Internet seguirà creixent sense nosaltres. I potser arribarà un dia en què una part substancial de la població se n'assabanta de notícies a través de la xarxa sense que els periodistes hi participem. Estem parlant, ja, d'un deu per cent de la població del Principat connectada. I entre tots els mitjans de comunicació que hi ha a la xarxa, segurament no arribem a tenir ni un deu per cent d'aquesta audiència.

Cartògrafs de la informació

Davant d'aquesta realitat tenim dues posicions possibles. Una és aquella que diu que el millor que podem fer és restar al marge. Consisteix a repetir sense més que allò que no està escrit per periodistes no és informació. Potser servirà per a consolar els extremistes. Però personalment em sembla una posició ridícula. Autista fins a extrems grotescos.

L'altra posició consisteix a acceptar aquesta riquesa i definir la nostra professió d'una manera diferent. A VilaWeb solem definir el treball del nou periodista com el de «cartògrafs de la informació». Ja no es tracta de dir quina és la informació. Sinó d'explicar on es troba. L'usuari, el lector, ja anirà directament a les fonts i es farà la seva opinió pròpia. El nostre treball en tot cas ha de consistir a assenyalar el mapa i mostrar al lector per quin camí transita, advertint-lo d'allò que no veu o d'allò que resta amagat. Posar en context, en definitiva. L'èxit de VilaWeb estic convençut que, en bona part, prové de la percepció per part dels usuaris

del nostre respecte envers el seu criteri.

Entenc que hi haurà qui crega que això és renunciar al periodisme. Jo no ho crec, però entenc que puga pensar això. En aquest punt crec, tanmateix, que més val que ens mirem les cares de debò.

Quan es discuteix als usuaris d'Internet la capacitat d'esdevenir periodistes gràcies a les seues publicacions sol argumentar-se l'existència d'uns codis ètics professionals que fan dels periodistes una mena de sacerdots de la veritat. Crec que precisament aquest quadern és un bon lloc per a defensar que això és una falsedat interessada.

Tots sabem que el periodista individual, en aquest país, és l'engranatge final d'una màquina de construcció d'una determinada veritat. La veritat és la veritat publicada, però la veritat publicada massa sovint té poc a veure amb la realitat. No vull entrar en exemples. Qualsevol que haja treballat uns quants anys en aquesta professió en té massa d'exemples al cap. Quantes coses no s'expliquen als nostres diaris o televisions i no s'expliquen no perquè no interessin objectivament sinó perquè no interessin subjectivament? Quantes vegades l'opinió honrada individual del periodista se sotmet a la potència de la màquina periodística, als interessos superiors? Abans de tirar la primera pedra contra Internet podria estar bé que ens la tirarem nosaltres mateixos, analitzant fins a quin punt som capaços de deformar la realitat tant o més com la deforma un usuari que s'atreveix a publicar la seva pàgina web. Aquest, almenys, no pretén que aquella visió en siga una d'objectiva sinó que sap perfectament que n'és una de pròpia.

Dit tot això només em resta afegir que jo estic absolutament convençut que els periodistes tenim unes tradicions vàlides que cal trasplantar al nou, quart, mitjà que està emergint i que, precisament perquè encara està definint-se, podem fer que fructifiquen. Aquesta és la base del nostre treball a VilaWeb. Creure que hi ha un terreny on allò que és bo del periodisme i allò que és bo d'Internet es donen la mà, intentant barrar el pas a allò que és rebutjable d'Internet i que és rebutjable del periodisme. **V.P.**

Salvador Cardús i Ros Professor titular de Sociologia.
Universitat Autònoma de Barcelona

■ Su televisión y nuestra violencia

En este artículo el autor pone en duda la relación causal simple entre televisión y violencia ya que a la hora de estudiar este fenómeno hay que tener presentes otros factores culturales. Así pues, más que considerar a la televisión como causa de violencia quizá habría que hablar de ella como ilustración de la violencia intrínseca de nuestra sociedad.

■ Their television and our violence

In this article, the author questions the simple causal relationship between television and violence since other factors are to be taken into account when studying this phenomenon. Thus, more than consider television a cause of violence, television might be taken as an illustration of the violence which is intrinsic to our society.

■ Votre télévision et notre violence

Dans cet article, l'auteur met en doute la relation causale simple entre télévision et violence, étant donné qu'il faut tenir compte d'autres facteurs culturels quand on étudie ce phénomène. Ainsi, plus que considérer la télévision comme une cause de la violence, il faudrait peut-être parler de la télévision comme une illustration de la violence intrinsèque de notre société.

Hi ha debats socials que, precisament pel fet de ser tan recurrents i d'haver estat tan extensament analitzats sense aconseguir resolucions clares, són sospitosos d'amagar alguns paranys molt difícils d'evitar. El de la relació entre televisió i violència n'és, certament, un de típic. Per això, la meua intenció en aquestes ratlles, no és pas la de dilucidar, definitivament, una relació complexa, sinó la d'apuntar alguns dels condicionaments del debat, discutir-ne alguns supòsits que, des del meu punt de vista, fan impossible una visió més nítida del fenomen i, finalment, proposar una altra manera d'aproximar-se el problema.

Els esbiaixaments d'una anàlisi

Segons la meua opinió, el debat sobre les relacions entre violència i televisió pateix un doble esbiaixament inicial en les perspectives dels qui en solen parlar, que prejutja d'entrada el fenomen, i n'impedeix una mínima objectivitat. D'una banda, hi ha l'anàlisi que en fa el món acadèmic. De l'altra, els qui adopten el punt de vista de l'educador, ja siguin pares, mestres, polítics o periodistes.

Pel que fa al primer cas, la de l'anàlisi feta des del món acadèmic i universitari, no es pot perdre de vista que la televisió li és un instrument culturalment estrany. Per a bé o per a mal, aquí no hi entraré la televisió, com a llenguatge, no només no és conegut en el treball acadèmic convencional, sinó que és vist com un adversari si no un enemic i tot. No parlo, és clar, de la seva modesta introducció a les aules com a font d'informació, tal com hi han entrat també altres noves tecnologies com ara els micròfons inalàmbrics. Em refereixo al llenguatge televisiu sobretot com a eina de pensament i d'escriptura de la producció científica. El prejudici fa pensar que, tal com abans se sostenia que el llegir podia fer perdre l'escriure, ara és la televisió com a llenguatge que és portadora de tots els virus de la banalització cultural. Hi ha, doncs, una contraposició

prèvia entre la suposada alta cultura acadèmica i la cultura popular televisiva que, sense voler, impregna els estudis científics que se'n fan. Algunes anàlisis que conec, més que no pas una aproximació objectiva a la televisió, semblen veritables ajustaments de comptes.

Parlo, és clar, d'estudis acadèmics, entre els quals no compto els que són resultat d'enquestes d'opinió. En aquest cas, l'enquesta sobre hàbits televisius ha estat més una transmissora de prejudicis i, sobretot, de mala consciència, que no pas una eina al servei del descobriment del paper de la televisió. L'enquesta, en aquest cas, és com una mena de confessió pública, que interessa i es fa pública en la mesura que sigui escandalosa, i per tant, en la seva mateixa elaboració, ja hi sol haver aquesta voluntat impúdica: entrar en la privacitat i descobrir-hi els mals costums i les pràctiques inconfessables.

Pel que fa a les aproximacions al debat sobre televisió i violència que provenen de les perspectives educadores, la situació s'agreuja, perquè hi plana una veritable mediafòbia. En aquest cas, no només hi segueixen predominant aquesta mena de prejudicis sobre la televisió com a vehicle d'una cultura-escombraria oposada a la suposada cultura emancipadora escolar, sinó que s'hi afegeix la consciència de ser davant d'un agent de socialització que fa una competència incontrolable, deslleial, a tota acció educativa. I, a més, hom s'hi aproxima des de l'ambigüitat psicològica que representa ser, alhora, crític de la televisió i, habitualment, usuari corrent. El discurs sobre la televisió, en aquest cas, trasllueix relacions personals ambigües amb l'objecte de debat, males consciències, frustració per la impotència de saber deixar de fer en privat allò que es condemna en públic. Per això, no és rar que es parli impunement de la televisió com una droga que crea addicció, utilitzant una metàfora abusiva, i que uns pocs casos veritablement patològics de dependència es posin com a model del perill a què tots estem sotmesos.

I, en aquest clima de relacions ambigües per la intromissió en la privacitat d'un nou agent de socialització del qual no se'n té el control, d'irritació en contra d'aquest nou familiar que a més d'ocupar l'espai central domèstic, aquell que abans era reservat

a la imatge del Sagrat Cor des d'on es podia «bendecir cada rincón de esta casa», ara es multiplica en totes i cadascuna de les estances familiars, en aquest marc, és clar, la televisió esdevé l'ase de tots els cops.

El paper de cap de turc que s'atribueix a la televisió, doncs, va més enllà del cas de la violència. També és culpable, la televisió, del consumisme generalitzat, de l'empobriment del llenguatge, de l'erotització desbordada, de la banalització de la cultura, dels escassos hàbits de lectura, de la crisi de les relacions familiars, de la desaparició de la infància i, sense ser exhaustius, de l'espanyolització dels catalans. Ara no entraré a desmentir que això sigui d'aquesta manera, sinó que ara vull insistir en aquest paper genèric de gran calamitat, de plaga d'Egipte, amb què se sol parlar de la televisió mentre s'adopta el paper d'educador, i que s'abandona tan bon punt s'arriba a casa i se seu davant la televisió. Aquesta ambigüitat entre conducta i pensament cal tenir-la present a l'hora de situar-se davant els debats sobre el paper de la televisió, perquè en la contundència de la condemna a la televisió sovint hi ha més ressentiment que judici serè i, en les declaracions en públic, una bona dosi de frau moral.

Primer, una provocació

Els meus dubtes sobre la facilitat amb què es fa responsable la televisió de tots els mals de la nostra societat comencen per una pregunta que m'he fet sovint, i que pot servir de provocació inicial al parell d'idees modestes que hi pot haver en aquest paper. I la reflexió és aquesta:

De manera regular apareixen casos singulars que sembla que assenyalen la televisió com a responsable de conductes violentes. La corda que travessava un carrer de Barcelona, imitant una pel·lícula emesa el mateix vespre a televisió, i que va matar el primer motorista que va passar, és un dels casos més clars que conec. Amb tot, per les informacions llegides, mai no vaig aclarir allò que realment era important de saber, és a dir, si aquells brètols havien vist la pel·lícula en qüestió, cosa no massa probable, donada la seva adscripció social i el fet que la pel·lícula s'havia fet a TV3, si la memòria no em falla. Però suposem que sí, que hi va haver conducta imitativa, per bé que això tampoc no implica una intenció criminal, sinó potser

inconsciència sobre les conseqüències de l'acció. D'altra banda, a més de les informacions sobre casos singulars com aquesta, també regularment podem llegir l'opinió d'experts amb legitimitat de científics, que gosen arribar a quantificar el nombre d'assassinats, violacions i suïcidis que cada any es produeixen a causa de la violència televisiva.

Ara bé: en una societat com la que tenim, amb els elevats graus de concentració urbana, amb l'existència d'extraordinaris contrastos econòmics i culturals en un mateix espai de convivència, quina previsió de conductes violentes farien els nostres experts en el cas d'una hipotètica supressió de tota mena de violència a la programació televisiva? Ras i curt: si ho plantejem a la inversa, crec que malgrat el caràcter discutible dels continguts de la programació televisiva, també es podria fer un càlcul de quines conseqüències violentes podria tenir el fet que la violència televisiva no sublimés les frustracions i agressivitats de tants ciutadans pressionats de manera brutal per un món ple de possibles desigs irrealitzats i irrealitzables. La meua impressió és que els casos de violència, augmentarien de manera més que espectacular.

No crec que el meu sigui un plantejament demagògic. Més aviat al contrari, em sembla demagògia irresponsable advertir, només, dels efectes nocius del mitjà televisiu, i fer-ne, permanentment, catastrofisme. El catastrofisme, més que provocar reaccions racionals, sol desresponsabilitzar al qui se'n considera víctima. A més, de la mateixa manera que a ningú se li acut suggerir la criminalització genèrica de la conducció d'automòbils per molt que, en aquest cas sí que de manera objectiva, se'n poden calcular les víctimes, tampoc no em sembla raonable fer-ho en el cas de la televisió.

Fins i tot, crec que convé adonar-se que l'exclusió de la violència a la televisió només podria ser resultat d'una altra acció d'una gran violència social i cultural: la seva prohibició explícita a través de mecanismes només a l'abast de l'Estat. Tant, que no és gens clar que no passes com amb totes les altres grans prohibicions socials, generalment amb efectes contraris als buscats. La incògnita que crec que és difícil de resoldre, doncs, és la de saber si la violència televisiva, a més de ser desencadenant de violència social, no és, simultàniament, vàlvula d'escapament o

sublimació d'altres agressivitats, com ho pot ser l'espectacle de competició esportiva o determinades pràctiques de lleure juvenil vinculades a músiques no menys agressives i viscudes en espais gairebé explosius.

La televisió com a causa, la culpa de la televisió

Una cosa que mai no he vist gens clara és com funciona l'automatisme que se suposa que fa de la televisió la causa de la violència. Una relació d'aquest tipus, formulada sense més precisions, ho pot ser tot, menys científica ni tan sols enraonada. I per dues raons: primera, perquè és extremadament difícil saber quina és la naturalesa i l'origen de la violència i, sobretot, imaginar que la violència és una cosa homogènia; segona, perquè ni que establíssim una clara correlació entre mirar la televisió i actuar amb violència, encara no podríem establir, estrictament, una relació causal entre una cosa i l'altra, com molt bé saben els que estudien estadística.

En primer lloc, deia que la mateixa noció de violència és complexa. I no només perquè cada societat té etiquetades de manera diferent determinades conductes o pràctiques com a violentes, sinó perquè hi ha grans debats científics oberts, mantinguts per escoles diverses, sense conclusions definitives, sobre el caràcter après o innat de determinades conductes violentes, amb aproximacions etològiques a les conductes grupals sobre la violència com a codi de comunicació i orientació, o amb estudis sobre la vinculació entre l'agressivitat i la gestió dels sentiments, etc. Per posar només un exemple d'aquesta complexitat, ja es veu que no seria el mateix dir que la televisió és causa de violència que dir que és causa d'agressivitat. Però, on és, exactament, la diferència?

Segonament, he dit que no és fàcil, en ciència, establir relacions causals simples. I sempre que sento sermons sobre la televisió com a causa de violència, no s'explica quin és el mecanisme concret que produeix la conseqüència. La televisió causa violència perquè inclou escenes de violència? Les escenes de violència provoquen violència perquè desenvolupen conductes imitatives?

Personalment, i amb poca cosa més que una mica de sentit comú, se m'acudeixen molts factors que

podrien contribuir a desenvolupar conductes agressives, relacionats amb la televisió, però sense que aquesta n'hagués de ser la causa. Per exemple, l'agressivitat que es deriva d'estar diverses hores quiet davant l'aparell. En aquest sentit, quan els nens surten al pati de l'escola, després d'unes hores de tensió a classe, també es mostren més agressius, i no per això es teoritza sobre l'escola com a factor de violència. Però, seguint per aquest camí, també podríem demanar-nos si més greu que no pas allò que es veu per televisió, no ho és allò que no es veu. De fet, la comunicació és feta no només d'implícits, sinó de silencis, d'absències, d'allò que es calla, ja sigui perquè se sobreentén, ja sigui perquè s'amaga. I la televisió juga aquest joc del sobreentès o de l'ocultació d'una manera sistemàtica. Així, no seria possible imaginar –i ben difícil d'estudiar– que allò que realment provoca violència, és precisament el que no es veu, el que no surt, fins i tot el que no pot proporcionar el llenguatge televisiu? En definitiva, si un dels problemes fonamentals del discurs televisiu és que crea allò que Postman anomena un pseudocontext, podria molt ben ser que fos aquesta desubicació contextual allò que afavorís conductes igualment descontextualitzades i, per tant, fàcilment qualificables de socialment agressives o violentes.

Encara en aquesta enumeració elemental de la complexitat en què es veu atrapat l'entelevisament (passeu-me el neologisme), tampoc no és menyspreable el paper de l'entorn que acompanya aquesta pràctica. El com es mira la televisió, i amb qui, i amb quines intermitències, i amb quines fidelitats a determinats programes, etc., converteixen la simple dada de les hores d'audiència en una qüestió menor. De manera que, bo i simplificant el fet, quan un missatge televisiu desencadena –si és que fos així– una conducta agressiva o violenta, encara no sabem si la causa és en les imatges vistes, o en els ulls de qui mirava. I, precisament aquest fet ens fa adonar de la importància que té la interpretació d'allò que s'ha vist, i en dos sentits. Primer, perquè la impossibilitat d'interacció amb el discurs televisiu, que avança sense saber quina cara hi fem, carrega tota la responsabilitat del malentès en l'espectador. En una conversa, l'interlocutor pot adonar-se del malentès, o fins i tot preveure les conseqüències no volgudes d'allò que

diu, i modificar l'estratègia de comunicació si veu que, per exemple, provoca irritació. Però en el discurs televisiu, només pot reaccionar l'espectador i, tot sol, ha de viure amb el possible malentès. En segon lloc, perquè suggereix que els possibles camins de solució del problema cauen en molt bona part de la banda de l'espectador i de la seva capacitat de domini racional, i no només emotiva, del llenguatge televisiu. En definitiva, que més que no pas un problema de censura de determinats continguts, o de limitació d'accés a la televisió, es podria pensar que allò que cal és més accés i més domini d'aquest nou món cultural.

Finalment, també d'una manera intuïtiva, sempre m'ha semblat que el pitjor de la televisió no era allò que feia, sinó allò que no deixava fer. Vull dir que, qui ens podria assegurar que, si la televisió té a veure amb una certa cultura de la violència, és perquè amb la seva presència, no ens deixa temps per aprendre altres formes més directes de socialitat? El mal més gran de la televisió, doncs, seria que no ens deixa llegir, o jugar, o badar tot passejant, no pas allò que ens mostra.

Per tant, la relació entre televisió i violència queda, de fet, travessada per un conjunt d'altres factors culturals que, necessàriament, esmicolen qualsevol anàlisi monocausal. Més que no pas considerar la televisió com a causa de violència, potser caldria parlar de la televisió com a il·lustració quasi perfecta de la violència intrínseca de la nostra societat. Com també és expressió d'un model econòmic consumista, o d'una cultura banalitzada, o d'unes estructures polítiques espanyolitzadores, en el cas de Catalunya. La televisió, en aquest sentit, no seria tant causa de res, sinó còmplice de tot, com nosaltres mateixos.

Hi ha, doncs, cap problema amb la violència a la televisió?

Des del meu punt de vista, en definitiva, no crec que legítimament es pugui centrar el debat sobre la presència de violència a la televisió en la qüestió de les seves conseqüències pràctiques sobre les conductes dels individus. Primer, perquè no és gens clara, com hem vist, la mena de vinculació que hi pot haver. Segona, per la raó que ja he donat de la més gran violència que podria representar una prohibició formal d'aquesta presència. Tercer, perquè podria ser

que només un accés més obert a la cultura mediàtica pogués evitar els mals usos i les males interpretacions de la violència televisiva, i no pas el desenvolupament de mecanismes limitadors i coercitius.

Tanmateix, aquesta posició, no exclou de cap manera la possibilitat d'un judici moral sobre l'exhibició de violència a la televisió. És a dir, que, precisament al marge de les seves possibles conseqüències, sí que sóc de l'opinió que cal actuar amb criteris morals a l'hora d'incloure violència a la programació televisiva. Perquè, tal com ho veig, ni en el cas de poder demostrar de manera rotunda els beneficis terapèutics i exemplars de la violència televisiva –buscant efectes dissuassius com es fa ara impunement amb els crims terroristes–, això no ens estalviaria el judici moral de la seva exhibició. Si, com he suggerit de manera provocadora però plausible, s'acabés demostrant de manera convincent –cosa improbable– que la violència televisiva redueix la violència al carrer, s'imposaria una reflexió crítica sobre la mena d'individus que som i la mena de societat que tenim, com perquè ens fes falta prendre dosis homeopàtiques –per dir-ho així– d'espectacles violents com per evitar epidèmies majors, però no justificaria mai la seva utilització acrítica.

El que sí és cert és que l'existència d'un judici moral sobre la violència televisiva, obliga a una anàlisi particular de cada cas. Ja no és la violència en generat allò que esdevé inacceptable, com a responsable d'hipotètiques desgràcies, sinó que és l'exhibició d'un acte violent concret, i el seu context d'interpretació i de justificació, allò que el pot fer moralment lícit o no. I, no cal dir-ho, sempre des d'un criteri obert que accepti la possibilitat de criteris discrepants.

Si cal mostrar la carnisseria d'un atemptat terrorista, si cal exhibir els horrors de l'holocaust, o la cruesa de les imatges d'un accident de circulació, l'emissió d'uns dibuixos animats d'agressivitat implícita o simbòlica o la visió de la violència explícita d'una gran obra d'art cinematogràfica, aquestes no són decisions que puguin ser considerades de manera genèrica sense crear un confusionisme d'efectes perversos, ni tampoc sense comptar amb el paper que hi té no només el qui decideix emetre les imatges, sinó els qui decideixen veure-les, als quals no s'ha de tractar,

condescendentment, com a criatures indefenses.

Cal, en definitiva, situar el debat al seu lloc. Una qüestió és la de les conseqüències d'una presència de coses molt diverses que, abusivament, anomenem violència televisiva, i que des del meu punt de vista, no són gens clares. L'altra, és la del judici moral que cada cas, o si es vol, cada tipus, de violència televisiva mereix tant sobre la decisió de qui ha donat instruccions d'emetre-la, com de la decisió de qui ha volgut contemplar-la. Una violència, d'altra banda, que tant pot ser en les intencions de qui ensenya com, també, en els ulls de qui mira. I és que aquella problemàtica ambigüitat evangèlica –Jesús tant condemna a qui escandalitza com a qui es deixa escandalitzar–, també és present en el debat que ens ocupa.

Potser el millor final d'aquestes ratlles, com a model de desdramatització i de teràpia en contra de la mediafòbia és aquell Mantra dels mitjans, The Media Mantra, de Jon Katz, i que diu això:

«No és pas tan complicat. Els puc entendre. Puc prendre les meves pròpies decisions sobre la televisió, els valors i la moralitat. No he pas d'escollir entre la cultura tradicional o els nous mitjans. I també puc viure una vida feliç i realitzada fins i tot si mai no entro a la World Wide Web.

Sigui quina sigui la cosa que vulguin veure o deixar de veure, sigui quin sigui el temps que hi passin, els meus fills no estan indefensos ni en perill a causa de les pel·lícules, els xous de televisió, la música o els ordinadors. Molts nens –especialment els de classe baixa– sí que pateixen una terrible violència, i necessiten més i millors pares, millors escoles, menys pistoles i drogues i moltes, moltes oportunitats de treball. Si és que em preocupen els nens, els he d'ajudar.

Però si realment vull protegir el meu fill, m'he d'assegurar que tingui més -i no pas menys- accés a aquest nou món cultural i tecnològic. Mai més no el consideraré estúpid per veure coses que a mi no m'agraden. No pot ser que estiguem sempre en peu de guerra. He d'aconseguir un contracte social amb el meu fill que el protegeixi i el guiï a través de la seva nova cultura i que porti pau i racionalitat a casa. Amén.» **S.C.**

Miquel Porter i Moix Catedràtic d'Història del Cinema.
Universitat de Barcelona

■ El televidente violentado

En las emisiones televisivas se presenta toda una serie de violencias: físicas, psíquicas y emocionales que atañen a la ética, a la estética y a la dialéctica de los contempladores, con un uso arbitrario de violencias sonoras, conceptuales y visuales, sin tener en cuenta el grado de preparación ni la capacidad de respuesta crítica por parte de la mayoría, o incluso peor, abusando precisamente de naturales y conocidas carencias criteriológicas, evidentes en la formación de gran parte del público. La única solución positiva radica en la formación crítica del contemplador.

■ The embarrassed tv spectator

Television broadcasts present a whole sequence of types of violence, physical, psychological and emotional, that impact on the spectators' ethics, aesthetics and dialectics without taking into account most people's degree of preparation or capacity of critical response or, worse yet, they actually abuse the natural and well known lack of criteria which is evident in the education of a great part of the people. The only possible solution lies in developing the spectator's critical ability.

■ Le téléspectateur violenté

Dans les émissions télévisées, il y a toute une série de violences: physiques, psychiques et émotionnelles, qui concernent l'éthique, l'esthétique et la dialectique des téléspectateurs, avec un usage arbitraire de violences sonores, conceptuelles et visuelles, sans tenir compte ni du degré de préparation ni de la capacité de réponse critique de la part de la majorité ou, peut-être pire encore, en abusant précisément des lacunes critériologiques naturelles et connues qui sont évidentes dans la formation d'une grande partie du public. La seule solution positive réside en la formation critique du téléspectateur.

Quan va néixer, el cinema fou acollit i aclamat com «un gran progrés científic», com a «perfeccionament de la fotografia» i fins com a «darrera meravella del segle XIX». Ben aviat, però, en convertir-se en una diversió de gran èxit i esdevenir el que posteriorment s'ha anomenat un espectacle de masses, va ésser atacat des dels més diversos fronts.

Es varen adduir raons que anaven des de la moral social o l'ètica religiosa a la salut, pública i privada. Se l'acusà d'«escola del crim», «pervertidor dels costums», d'«inductor del pecat», de «foment de la violència» i, en general, de contribuir al rebaixament cultural, dels gustos estètics i de les conductes ètiques.

Una gran figura de l'església catalana publicà –de manera anònima, això sí– un fulletó amb el significatiu títol d'«El Cinema, un Moloch modern», en què se li atribuïa tota mena de penjaments, posava la feligresia en guàrdia contra els prejudicis morals i culturals que se'n derivaven i els amenaçava amb les penes derivades dels efectes que provocava, definint-lo com «intrínsecament pervers». Aquests atacs es convertiren en autèntiques campanyes de descrèdit, de manera especial durant la plenitud del Noucentisme però els seus arguments continuaren essent utilitzats amb posterioritat i, de manera ben específica, en els períodes històrics més involutius –dictadura de Primo de Rivera, bienni negre republicà, franquisme–. Aquesta actitud fou promoguda, de manera especial, pels estaments religiosos però fou àmpliament seguida per bona part dels pedagogs, fins i tot laics, i assumida per les autoritats governatives. Pel que fa a la salut, es posà en guàrdia sobre els prejudicis oftalmològics que se'n podien derivar, en estar l'espectador tant de temps en una sala fosca i amb la vista fixada en un raig de llum parpellejant. Un segon perill es veia en la probable aparició de trastorns nerviosos, de manera especial entre els infants o els

ancians. També s'advertí del perill sanitari que representava la reunió d'uns públics embotits en sales tancades i poc ventilades, amb la possibilitat de fer proliferar tot tipus de paràsits i de propiciar la transmissió de malalties infeccioses, entre les quals se citaven sovint la tisi i la sarna.

La promiscuïtat era vista com un dels perills majors sobre el qual moralistes, metges i autoritats coincidien. En efecte, tots pensaven en possibles malifetes –no només de caràcter sensosexual– que podien perpetrar-se en la semiimpunitat de la sala fosca. Aquest fou un dels factors majors que justificaren una primera legislació restrictiva, en una adaptació de la ja vigent Ley de Policía de Espectáculos per als altres entreteniments públics a porta tancada. Val la pena dir que, almenys en un aspecte, l'esmentada mesura tenia aleshores una clara raó de ser: la facilitat d'ignició de les cintes de nitrat havia estat la causa d'autèntiques catàstrofes i per tant unes precaucions per a una ràpida evacuació d'uns locals més aviat precaris i sovint construïts amb abundància de fusta i teles eren clarament necessàries.

De totes maneres, el cert és que en general les crítiques aparentment més serioses partien d'una confusió bàsica: les màquines cinematogràfiques no podien ésser ni bones ni dolentes, des d'un punt de vista ètic o estètic. Les obres resultants provenien dels usos que es feien dels aparells i no d'aquests mateixos. El bé o el mal, si existien, no eren implícits en els mitjans sinó, en tot cas, en les idees i les mirades dels autors.

L'anomenada «caixa tonta» i els seus crítics

De manera semblant a allò que succeí amb el cinema passà també amb la televisió. Quan tot just el sistema televisiu començava la seva expansió pública als EUA, l'administració federal demanà a dues prestigioses universitats uns estudis sobre les probables repercussions socials i individuals de la seva utilització. El resultat de les enquestes sobre la qüestió presentaren el fenomen quasi com una panacea universal: serviria per a preservar o, fins i tot, augmentar la unió de les famílies, evitaria més d'un divorci, faria baixar la taxa d'alcoholisme, doncs els homes restarien a la llar en comptes d'anar-se'n a la taverna, col·laboraria eficaçment en les tasques

didàctiques, a l'elevació del nivell cultural i a la democratització i cohesió informatives de tots els ciutadans... Vint anys després, el mateix govern tornà a demanar a les mateixes universitats uns informes sobre la realitat de l'ús de la televisió, a nivell federal i, en conjunt, la resposta extreta de les enquestes resultava diametralment diferent: la varietat de criteris entre membres d'una família respecte del que s'havia de mirar o sobre la conveniència en l'ús produïa autèntics problemes, el nombre de divorcis no havia disminuït sinó augmentat, l'alcoholització que anteriorment es practicava als establiments ara es feia a la llar, precisament davant dels televisors i s'estenia no només als pares de família sinó a la resta de la mateixa. D'altra banda, la necessitat d'acontegar públics molt diversos i de nivells culturals molt desiguals es va resoldre pel més baix i pel que fa a la cohesió informativa tampoc s'acompliren les previsions ans al contrari: en comptes de la riquesa democratitzant dels matisos o les opinions s'afavorí l'uniformisme.

Aquest fenomen observat als EUA ha resultat aplicable a tots els països, quan no n'hi ha hagut de pitjors: emissores úniques, paraestats, estatals i, fins i tot, dictatorials. Una de les conseqüències ha estat la d'aplicar a la TV el qualificatiu de caixa tonta –silly box– cometent, una vegada més, el mateix error: si hi ha «tonteria» és en els que la manegen o l'usen i no pas en una tecnologia complexa que no es mou si no la mouen. Però per les mateixes raons no resulten pas més llestos aquells que adrecen les seves crítiques i fins i tot les seves ires contra els productes en comptes de fer-ho contra els que els fabriquen i els que ho permeten.

Un món violent o uns ciutadans violentats?

S'han sentit o llegit moltes veus en contra de l'excés de violència que apareix a les pantalles dels televisors domèstics. Veus que es queixen, més o menys raonablement, de l'excés d'assassinats i altres crims que apareixen, que es mostren, una vegada i una altra, no tan sols en peces de ficció sinó també a les crues realitats documentals dels telenotícies. El cert és que la vida humana ha comportat sempre una considerable dosi de violència. Quan, en plena campanya anticinematogràfica, molts capellans, moralistes laics

i pedagogs es queixaven del cinema com a escola del crim, un home de criteri, Gabriel Alomar, va respondre dient-los que Esquil, Sòfocles, Eurípides i Shakespeare devien ésser també professors de les «escoles del crim» doncs, en qüestions de matar i de violentar, no s'havien pas perdut en manies ni havien escatimat detalls. De fet, qui vulgui saber de violències i de crims, no ha de fer altra cosa que repassar les teogonies o les cosmogonies i llibres anomenats sagrats de la gran majoria de religions i quedarà ben servit. No té doncs res d'estrany que els humans obrin en conseqüència.

El mínim repàs a les programacions televisives a l'abast de tots els catalans ens dóna una abassegadora presència de malvestats de tota mena, amb la mort i la sang, per descomptat, però també la presència de moltes altres formes de violència i això és el que més hauria de preocupar-nos. Una cosa és emetre violències i una altra cometre violències, una cosa és presentar ficcions o documents violents i l'altra és violentar l'espectador.

Avui per avui, la televisió ha esdevingut a casa nostra una indústria i com a tal compta amb els seus sistemes de comercialització. La llibertat del mercat porta, vulguis-no-vulguis, a la competència i és en nom d'aquesta que existeix una aferrissada lluita per l'audiència, aconseguida per tots els mitjans possibles, fins i tot rebaixant o menyspreant els més bàsics principis ètics, estètics i dialèctics. L'excusa que «l'audiència demostra que això és el que la gent vol» no és vàlida: seria com repartir drogues o armes amb possibilitats destructives a tothom, amb la justificació que «la gent ho vol».

A la televisió s'hi anuncien medicaments, però s'adverteix que cal un control mèdic dels mateixos. A la televisió no està permesa la publicitat del tabac o d'altres productes que poden resultar nocius, individualment o socialment, però per televisió, en canvi, s'emeten missatges dirigistes i fins en les emissions anomenades informatives, les «notícies» són matisades –quan no clarament deformades– segons les ideologies dominants dels grups o persones que són propietaris dels canals.

A les emissions televisives s'hi presenten tot un seguit de violències: físiques, psíquiques i emocionals que atenyen l'ètica, l'estètica i la dialèctica dels

contempladors, amb un ús arbitrari de violències sonores, conceptuals i visuals, sense tenir en compte ni el grau de preparació ni la capacitat de resposta crítica per part de la majoria o, potser pitjor, abusant precisament de naturals i conegudes mancances criteriològiques que són evidents en la formació de bona part del públic.

Formació crítica del contemplador

La crida als instints més primaris, el recurs a les baixes passions, les trampes conceptuals, la prèdica d'una competitivitat basada en el «jo més que tu» o el «jo vaig bé...», les hipocresies de les dobles o triples morals... que no són realitats implícites en el fet televisiu sinó que resulten explícites per l'ús que se'n fa i per molt que hom invoqui els lloables principis de la llibertat de pensament i d'expressió com a justificant, i precisament per preservar aquesta llibertat, cal que hi hagi una pedagogia de l'espectador. La codificació o el control restrictius poden semblar convenients o fins i tot necessaris per a pal·liar certs abusos, però l'única solució positiva rau en la formació crítica del contemplador.

Tots els ciutadans estem dotats de sentit comú però no tots tenim el mateix grau de formació de la voluntat, d'educació del gust, de preparació moral o de capacitat emocional. Tots els ciutadans tenim, en principi, la possibilitat d'engegar o d'apagar l'aparell televisiu quan ens sembla convenient però no tots els ciutadans, per qüestió d'edat o de preparació prèvia, som al mateix nivell a l'hora de decidir què ens convé o què no ens convé. Amb la multiplicació de l'oferta i l'aparició dels canals temàtics, junt amb una informació prèvia suficient, podrà reduir-se el risc d'error en la tria. De la mateixa manera que el lector pot triar entre una novel·la rosa i una de negra, entre un llibre d'assaig i un de poemes, el televident podrà prendre la seva opció, però mentre no arriba aquest moment –que, de totes maneres, no exclou la necessitat d'una formació prèvia– i mentre la majoria no tingui possibilitats d'accés, econòmic o tecnològic, a l'esmentada tria i hagi de recórrer als canals generalistes, el teleespectador haurà d'armar-se no tan sols davant una allau de violència sinó, sobretot, per a no ésser violentat.

I un espectador violentat no pot ser un espectador lliure! **M.P.**

Xavier Obach Domenech Periodista

■ La violencia en los informativos de televisión

La imagen impactante o violenta se ha convertido en criterio informativo, independientemente del hecho periodístico que le da cobertura. El autor de este artículo expone algunas de las causas más importantes del aumento de la violencia en los informativos. Las principales razones giran alrededor de las leyes del mercado. Pero también hay que pensar en qué es lo que nos atrae de las imágenes espectaculares y morbosas. Las imágenes impactantes provocan emociones fuertes y, en cierta forma, la acumulación de éstas puede alterar nuestra capacidad de relacionarnos con el mundo real.

■ Violence in televised information programmes

The impactful or violent image has become the information criterion independently of the news event it covers. The author of this article expounds some of the main causes of the increase in violence in news programmes. The main reasons revolve around the laws of the market place. But we must also think about how spectacular and gruesome images appeal to us. Impactful images provoke strong emotions and a steady diet of these images can somehow alter our ability to relate with the real world.

■ La violence dans les journaux télévisés

L'image impactante ou violente est devenue un critère d'information indépendamment du fait journalistique qui lui donne une couverture. L'auteur de cet article donne quelques-unes des principales causes de l'augmentation de la violence dans les journaux télévisés. Les principales raisons tournent autour des lois du marché. Mais il faut aussi réfléchir à ce qui nous attire dans les images spectaculaires et morbides. Les images impactantes provoquent des émotions fortes et d'une certaine manière, leur accumulation peut altérer la capacité de nos relations avec le monde réel.

Ràfega d'entrada bloc internacional. El presentador de l'informatiu de televisió fa un posat més greu del normal i mira fixament la càmera: «Les imatges que veuran tot seguit han estat enregistrades per un aficionat i són molt dures, són imatges que en qualsevol cas els infants no haurien de veure...». La família que mira el televisor a l'hora de sopar deixa la cullera en suspensió entre la boca i el plat ... els infants també. Potser la mare ha dit: «Nen, no miris» però el nen segueix embadalit davant del soldat que ensorra un tret sobre el front d'un traïdor, un jove que es llança des d'un gratacels en flames per morir sobre el camió dels bombers, unes fotografies de dones amb els pits seccionats repartides per Amnistia Internacional per denunciar la tortura. El pare sentència: «No entenc com deixen emetre aquestes coses a l'hora de sopar». «I ara els esports» anuncia el presentador amb una cara més relaxada. El nen no s'ha espantat tant com el presentador havia donat a entendre. «Demà, més», pensa.

És veritat, demà més. Ahir n'hi havia menys d'imatges violentes als informatius de televisió, ara en canvi tenim la seguretat que demà en veurem més.

Notícies impactants o imatges impactants?

Imatges periodístiques violentes n'hi ha hagut sempre, es van publicar fotografies molt fortes durant la Guerra Civil espanyola, es van emetre imatges esgarrioses dels camps d'extermini nazis o de les catàstrofes naturals dels anys 60 i 70. La diferència entre la situació anterior i l'actual té a veure amb el criteri informatiu que s'ha fet servir per seleccionar-les. Abans el que podíem veure eren imatges impactants de la notícia ... ara un fet es converteix en notícia pel fet que disposem d'imatges impactants, encara que el fet sigui d'aquells que són sistemàticament descartats en els consells de redacció.

Una inundació al sud-est asiàtic amb 200 morts tindrà moltes dificultats per ser seleccionada com a

notícia, però si tenim imatges de la tragèdia d'una família amb dos nens atrapada dins d'un cotxe enmig del riu que mor ofegada entre els crits dels seus familiars, obrirà l'informatiu. Probablement el presentador dirà: «Imatges com aquesta són un exemple de les greus inundacions de les quals els informarem tot seguit», quan, si fos sincer, hauria dit: «Aquestes imatges tan impactants han succeït al sud-est asiàtic en unes inundacions que no tenen el més mínim interès informatiu. Passem a altres temes».

És un signe del temps: La imatge impactant-violenta convertida en criteri informatiu pel simple fet d'existir, independentment del fet periodístic que li doni cobertura o fins i tot en oberta contradicció amb els criteris periodístics tradicionals. (Aquest és el cas de la selecció com a notícia d'un fet que va passar fa mesos o fa anys que és considerat notícia pel fet que es donen a conèixer imatges del fet. Cosa que xoca amb el criteri d'actualitat que tradicionalment ha imperat en qualsevol mitjà informatiu).

Causes concretes de l'augment de la violència

Com hem arribat fins aquí? Què ha passat en els darrers anys perquè hi hagi més imatges violentes que abans als informatius de televisió? La resposta a aquesta pregunta té diferents aspectes que cal anar sumant.

Hi ha més càmeres que abans: La gravadora domèstica s'ha popularitzat arreu del món industrialitzat. A Espanya, fa deu anys, els propietaris de càmeres domèstiques no passaven de 70.000. ara són més d'un milió i mig, a un 15% de les llars hi ha una càmera. Si hi ha més càmeres repartides per les cases és més senzill captar els primers moments de confusió i desesperació que passen quan acaba d'esclatar una bomba. També és probable que algú des de la platja hagi enregistrat l'incendi d'una motora. D'entre els milers d'hores que tots els propietaris de càmeres graven cada dia és probable que hi hagi alguna imatge impactant o sorprenent.

És més fàcil distribuir que abans. Les agències de distribució d'imatges emeten més que mai. No fa gaire temps, l'única agència d'imatges que es feia servir a Espanya eren els «intercanvis» d'Eurovisió. Ara hi ha on triar. Les tarifes d'ús dels satèl·lits s'ha reduït, Reuters, Visnews i AP-TV farceixen els canals de

televisió amb centenars de minuts d'imatges en brut lliures de drets per als abonats. També cal comptar amb els canals 24 hores de notícies que són utilitzats per emissores petites com a font d'imatge que abans no tenien. Ara és més fàcil que una imatge espectacular s'escampi arreu del món.

Hi ha més mercat per a la imatge espectacular. Gairebé tots els països tenen un programa o més que viuen de repetir imatges punyents i espectaculars. N'hi ha un que triomfa als canals del continent Americà en castellà que arrenca la seva secció més gruixuda amb un contundent *Así está el mundo*. Aquí no ens podem queixar. Tenim accés a mitja hora diària d'impactes TV en un horari que no fa tant de temps estava reservat per a *Barrio Sésamo*. Programes com aquest paguen prop de 50.000 pessetes per seqüència emesa als aficionats que els les fan arribar. Comprant imatges a preu de rebaixes tot l'any i amb un decorat de realitat virtual s'omplen trenta minuts diaris de pressupost mínim i rendibilitat publicitària màxima.

Les emissores de televisió generalistes travessen, de l'aparició de les cadenes privades (1990), una crisi econòmica greu que les força a establir una forta competència entre elles a la recerca de més ingressos, és a dir, de més audiència.

Hi ha menys vergonya que abans a l'hora d'emetre aquesta mena d'imatges. Abans, quan la informació a la televisió es mesurava fent servir criteris com credibilitat o fiabilitat, els editors intentaven que el seu producte no es quedés marcat com a frívol i tenien més en compte factors com el prestigi de la cadena. Per això hi havia certa tendència a no abusar d'aquest producte o a retirar de les seqüències violentes les imatges més explícites i impactants. Ara que el prestigi dels informatius es mesura en punts d'audiència, la recerca de l'èxit ha acabat també fent la seva entrada en les redaccions dels programes informatius. Les pujades i les baixades d'espectadors es viuen amb la mateixa passió que hi ha entre els equips de producció de les telesèries. La difícil situació financera de les cadenes i la incertesa respecte al futur laboral de cadascú fan la resta. Si l'espectacularitat ven, l'espectacularitat és bona. No són pocs els responsables dels informatius que viuen aquesta situació amb resignació o amb palesa incomoditat; tot i això l'accepten.

En aquesta quadratura ha lliscat un argument que té vida pròpia. El conjunt de: oferta d'imatges / distribució eficaç / punt de venda / benefici econòmic necessita d'un factor clau que s'escapa del control industrial del producte audiovisual informatiu, la nostra llibertat d'escollir.

Entre els sentiments i la morbositat

Què ens atrau tant de la imatge espectacular? De debò som tan morbosos? Som així o ens han fet així?

Com a aportació al debat he optat per fer una mica d'introspecció en els meus gustos televisius: Detesto Impacto TV, però he de reconèixer que no apago el televisor immediatament, espero per veure com acaba la seqüència que m'estan ensenyant. No m'agraden els toros, però la segona setmana de juliol faig una pausa en l'esmorzar per veure en directe l'«encierro» de les festes de San Fermín. Sóc un fan de les motos i vibro amb els pilots catalans que lluiten per les primeres posicions, però si a la meitat de la carrera hi ha una caiguda vull tornar a veure la repetició. Finalment, si un presentador d'un informatiu diu: «Aquestes imatges no les haurien de veure els nens», em giro cap al televisor.

M'he tornat mig esquizofrènic? Sóc un assassí en potència? Sóc un camp de batalla de pulsions freudianes? Què fa que vulgui veure el que detesto?

L'única explicació raonable que trobo és adonar-me que les imatges impactants em provoquen sensacions fortes. Tensió a les carreres de motos, sensació de risc en l'«encierro», curiositat i horror en el cas d'Impacto TV, dolor si veig un cas de tortura en un informatiu. Tensió, risc, curiositat, dolor ... No vull avergonyir-me per sentir tot això. Són sentiments que formen part de l'essència dels éssers humans. No vull que ningú m'obligui a ignorar aquests sentiments en nom dels corrents intel·lectuals dominants ni del «televisivament correcte». He après a estimar els meus sentiments i les meves contradiccions, aprecio el debat i la reflexió sobre ells, però sóc contrari als que volen imposar la fredor de la seva racionalitat sobre si mateixos i sobre els sentiments dels altres.

El darrer element a tenir en compte està relacionat amb la suma acumulativa que anem fent en la nostra ment a base d'anar incorporant minuts d'assassinats, dones torturades, tragèdies naturals i impactes de tota

mena. Fins a quin punt podem estar segurs que aquesta progressió a l'infinit d'emocions fortes no està afectant la nostra visió del món? Podem garantir que la nostra sensibilitat envers el patiment dels altres queda intacta després de veure tantes imatges de patiment? Estem alterant d'alguna manera la nostra capacitat de relacionar-nos amb el món real quan anem «fent crosta» a base d'impactes que curteixen els nostres sentiments? Si la televisió informativa està pujant el llindar de percepció respecte al que és violent, excepcional i intolerable ... fins a quin punt no està afavorint conductes violentes qualificades de normals i tolerables donat que cada dia apareixen als informatius?

La violència com a esquer

Intentant lligar tots aquests elements, la situació queda així. El material que ens impacta emotivament fa que ens estiguem més estona davant del televisor i en conseqüència que més gent vegi la següent franja d'anuncis. Com més punts de rating aconsegueixi aquesta franja (GRP), més cars seran els anuncis i més diners ingressarà l'emissora que ha emès el material impactant. En resum: les cadenes de televisió fan servir les imatges impactants de fets violents com a esquer que ens reté dins la xarxa i els fa aconseguir més diners. L'apartat de conseqüències per a la població de l'acumulació d'imatges impactants no entra en aquest resum, simplement perquè no es té en compte.

L'entrada dels informatius en la lògica comercial fa que sigui molt pessimista respecte a la possibilitat d'esperar canvis. No es tracta de raons polítiques negociables o d'empreses sanejades que poden plantejar-se prescindir de part dels seus ingressos. Es lluita fins a la darrera pesseta en un entorn de tants-en-tens-tant-vals i els criteris ètics es valoren francament poc darrerament.

Si la condemna irreflexiva diu: «Deixeu d'emetre imatges violentes perquè no està bé que ho feu», la condemna reflexiva ha d'anar més lluny: «Ja n'hi ha prou d'utilitzar les desgràcies de les persones amb ànim de lucre / Ja n'hi ha prou de recórrer als nostres sentiments sense restriccions / Ja n'hi ha prou d'ignorar la responsabilitat dels informatius de televisió en la percepció del món real».

Insisteixo que sóc francament pessimista. La lògica del mercat supera fins i tot els editors i directius que la utilitzen. Des de fa anys refugio les meves esperances respecte a una relació més sana entre la televisió i la societat en l'esforç educatiu. S'estan produint canvis molt esperançadors en la legislació educativa, en l'interès del professorat per formar-se en el llenguatge dels mitjans i també en els alumnes. A tot arreu on s'ha començat a treballar a l'aula el llenguatge de la televisió com un factor essencial de les àrees de llengua, coneixement del mitjà o expressió, els resultats han estat molt positius. En general, els joves dels darrers cursos de secundària de les noves generacions són molt receptius al debat sobre els mitjans de comunicació. La lògica que fan servir, si se'ls facilita informació seriosa sobre el funcionament de la indústria de la televisió, està molt més a la vora del pensament crític del que s'acostuma a dir quan es parla d'ells.

Al capdavant d'un procés formatiu continuat en aspectes com la televisió informativa és molt probable que haguem incidit ben poc en els hàbits televisius dels alumnes i que segueixin essent espectadors d'impactes televisius diversos. No hem de confondre els objectius. No es tracta de fer de les noves generacions clònics dels gustos dels seus professors o dels seus pares. Si comencem la formació en els mitjans de comunicació condemnant els que són els sentiments espontanis dels espectadors i creant culpabilitat en el que reconeix que li agrada un producte que és mal vist pel pensament intel·lectual dominant, el més probable és que la televisió ens guanyi la partida. La finalitat és aconseguir una relació més transparent amb la televisió. «Jo sé el que és el que tu m'estàs venent i he après a no fiar-me del tot de tu». El xip de la sospita raonable ens fa dubtar, ens convida a buscar noves fonts d'informació i de passada ens fa una mica més persones. **X.O.**

Carles López i Cao Responsable de Documentació
Tècnica i Control Audiovisual del CAC

Mercè Mota i Provencio Tècnica d'Estudis del CAC

■ La representación de la violencia en la televisión

El Consejo de lo Audiovisual de Cataluña ha elaborado un estudio cuantitativo sobre la representación de la violencia en la televisión. La aplicación de instrumentos de análisis, como el índice Gebner o el dig, ha permitido medir el número de secuencias violentas emitidas, su duración, intensidad y gravedad. Este artículo expone de forma sucinta los resultados de la investigación.

■ The representation of violence on television

The Audio-visual Council of Catalonia has produced a quantitative study of the representation of violence on television. The application of analytical instruments like the Gebner Index or the DIG index has made it possible to measure the number of violent sequences on the air. This article summarises the results of this research.

■ La représentation de la violence à la télévision

Le Conseil de l'Audiovisuel de la Catalogne a élaboré une étude quantitative sur la représentation de la violence à la télévision. L'application d'instruments d'analyse comme l'index Gebner ou l'index dig a permis de mesurer le nombre de séquences violentes émises, leur durée, leur intensité et leur gravité. Cet article donne de manière résumée les résultats de cette étude.

La representació de la violència a la televisió

La representació de la violència a la televisió és un tema d'àmplia i creixent repercussió social. Hi ha una preocupació per la repercussió de la violència narrada sobre la població i, molt concretament, sobre els infants i adolescents. Sense entrar en la discussió de les diferents teories elaborades sobre aquest tema, sí que es pot afirmar que existeix un cert consens en torn a l'afirmació de la influència de la televisió en el procés de socialització de la infància i la joventut. És per això que el Consell de l'Audiovisual de Catalunya va decidir elaborar una investigació quantitativa sobre la representació de la violència a la televisió. La mostra analitza tota la programació de ficció emesa entre les 14 i les 24 hores per les cadenes nacionals i estatals que es reben a tot Catalunya per via hertziana durant la setmana del 15 al 21 de juny de 1997. L'estudi fa servir instruments d'anàlisi ja utilitzats per d'altres estudiosos i per d'altres instàncies de regulació.

L'índex de Gerbner quantifica la violència segons el nombre de seqüències violentes que s'emeten (prescindint de la gravetat o intensitat que tinguin) i de la participació dels protagonistes en actes violents. L'element amb més pes en la configuració de l'índex és el percentatge d'emissions amb almenys un acte de violència. L'índex DIG (duració, intensitat i gravetat), posat a punt pel CSA francès vol fer una aproximació més qualitativa a la violència televisiva i per això fa jugar els criteris de la duració de la seqüència, de la gravetat de l'acte representat i de la intensitat d'aquesta representació.

L'anàlisi de 139 hores de ficció ha fornint aquesta investigació de nombroses dades i imatges sobre la representació de la violència a les pantalles. Aquesta anàlisi ha desvetllat una sèrie de constatacions que ara exposem de forma resumida.

1 Els productes procedents dels EUA (analitzats a la mostra) són més violents que els originaris d'Europa.

I ho són en quantitat (el 80 per cent dels actes de violència), en temps (el 85 per cent del temps de violència), en gravetat (el 90 per cent dels crims, 120 dels 130 homicidis) i en intensitat (19 dels 20 espais amb l'índex DIG més alt).

Les causes són, de ben segur, diverses i la nostra investigació no n'ha fet objecte d'estudi. Sí que podem, però, entreveure algunes de les relacions significatives amb factors tals com les pautes culturals vigents als EUA i a Europa o l'especialització de la indústria audiovisual americana en productes d'acció o, fins i tot, per una hipotètica tria esbiaixada dels programadors de l'Estat espanyol.

La producció japonesa, en aquesta mostra composta exclusivament per dibuixos animats destinats a un públic infantil (cap producció per a adults, de l'estil Bola de Drac) té, igualment, una franca tendència a incloure elements de violència d'una forma si no intensa sí genèrica.

2 Els canals de televisió no programen pensant en l'horari de possible presència d'infants davant les pantalles ni en l'horari que protegeixen la DTVSF i la Llei 25/1994, que en fa la transposició.

En efecte les dues hores més violentes (en intensitat i gravetat) són les que hi ha entre les 17 i les 19 hores. És a dir, exactament aquelles que se suposen de més gran presència infantil, o almenys aquelles en les quals uns pares i unes mares poden esperar no trobar continguts no adequats per als seus fills, tot i que el punt de màxima audiència en el grup entre 4 i 15 anys es dona entre les 21.30 i les 22.30. Caldria veure si les franges per a infants de matí i de migdia reproduïen aquest fet.

Tot i així, la programació adreçada als infants i adolescents (per exemple, la que s'emet dins dels magazines infantils), és més violenta en quantitat, intensitat i gravetat, que aquella que s'adreça als adults.

3 En tots els supòsits s'observa que les cadenes són menys violentes i més respectuoses amb les limitacions horàries que les cadenes privades.

El comportament de les dues fórmules de televisió és

clarament diferent sigui quin sigui el sistema de mesura emprat. Els quatre canals públics obtenen un índex de Gerbner i un índex DIG sempre per sota de la mitjana, de manera que l'índex de Gerbner mitjà de les públiques és un 50 per cent més baix que el de les privades i l'índex DIG mitjà d'aquestes triplica el d'aquelles. La mateixa conclusió obtindrem si valorem el temps de violència, el temps de crims i el nombre d'actes violents d'aquests grups de cadenes.

La distribució temporal dels actes de violència ens indiquen, també, aquesta forma diferent d'entendre la programació: mentre les públiques concentren la seva violència en hores nocturnes, les privades ho fan, preferentment, entre les 17 i les 19 hores. Un cas que requeriria una especial atenció és el d'Antena 3, on l'últim acte violent de la mostra té lloc a les 20.20 h, la qual cosa no tindria més transcendència si no fos per la intensiva concentració de violència entre les 17 i les 19 h.

Canal+ es declara, sigui quin sigui el paràmetre utilitzat, com la televisió més violenta. Com a televisió codificada, però, mereix una anàlisi específica.

4 El missatge que es dona sobre la violència respon a uns estereotips molt definits.

La violència és cosa d'homes: l'acte violent tipus el fa un home, protagonista, adult, sobre una altre home, protagonista o personatge habitual. Els actes són, majoritàriament, proactius (per pròpia iniciativa) i negatius o reactius (en reacció a una situació o a una agressió) i positius. És a dir, existeix un missatge implícit en els actes de violència: els dolents fan un ús de la violència per iniciativa pròpia, mentre que els bons ho fan en defensa pròpia. Aquest estereotip apareix molt més nítidament en la ficció nord-americana mentre que la violència a la ficció europea presenta un discurs menys pla i introdueix d'altres possibilitats.

Els dolents, però, tenen més mala punteria que els bons: les seves temptatives d'homicidi són, en termes relatius, molt més nombroses que els seus homicidis. Per contra, el discurs sobre la violència sanciona positivament que els bons triïn l'homicidi com a principal resposta de defensa en contes d'altres formes més suaus.

D'altra banda, la dona, que ocupa normalment

papers subordinats, té un comportament violent força igualitari respecte de l'home. Els actes contra dones, però, són presentats majoritàriament de forma negativa.

5 Els índexs utilitzats són molt útils quan es fa una comparació entre les cadenes de la mateixa mostra i relativament útils si es vol fer una comparació amb d'altres estudis.

Tot i que els índexs semblen reunir els requisits establerts per a tot indicador estadístic (potència, estabilitat i absència de biaixos), s'han de tenir certes prevencions. Així, per exemple, comparar la violència (en termes DIG o Gerbner) entre una mostra canadenca de l'any 1993 i la catalana de 1997 és, com a mínim, problemàtic.

Pel que fa a la nostra investigació, aquesta metodologia ha possibilitat la formulació de comparacions entre les diferents cadenes (vegeu figures 1 i 2).

Figura 1. Índex de Gerbner per cadenes

Canal	Índex
TVE1	80,72
TVE2	49,06
TV3	99,12
CANAL33	95,23
TELE 5	124,60
ANTENA3	127,30
CANAL+	149,35

Figura 2. Índex DIG per cadenes

Canal	DIG
TVE1	100,82
TVE2	29,47
TV3	137,25
CANAL33	186,09
TELE5	343,23
ANTENA3	262,56
CANAL+	502,91
Mitjana de les cadenes	223,19

Violència qualitativa i violència gratuïta

La investigació desenvolupada pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya, tot i el caràcter purament quantitatiu que té, obre un seguit d'interrogants i de noves vies d'estudi.

Així ens podem preguntar per la rellevància real i efectiva de la quantitat de la violència a la televisió. No caldria avaluar de forma molt més detinguda el missatge que es dona sobre la violència, allò que és qualitatiu, més que no pas un recompte de fets?

La Directiva de Televisió Sense Fronteres (DTVSF), en el seu article 22, parla de violència gratuïta. Però què significa l'adjectiu gratuït aplicat a la representació de la violència? Quan depassa la violència la línia d'allò permès socialment?

Altres treballs, amb d'altres plantejaments i d'altres objectius, hauran d'anar responnent a aquests interrogants. **C.L. - M.M.**

Enric Frigola Viñas Productor Programes Infantils TVE

■ Violencia, programación infantil i responsabilidad social

La violencia en la televisión y sus efectos entre niños y jóvenes es un tema muy debatido y una cuestión difícil de resolver. La sensibilización hacia este tema por parte de las empresas televisivas y de sus programadores es un punto esencial, aunque también es necesario que padres y educadores asuman su parcela de responsabilidad.

■ Violence, childrens' programmes and social responsibility

Violence on television and its effects on children and youth is a very debated issue and a difficult question to solve. The sensitivity of television companies and their programmers for this issue is essential but parents and educators must also assume their part of the responsibility.

■ Violence, programmation pour enfants et responsabilité sociale

La violence à la télévision et ses effets sur les enfants et les jeunes est un thème très débattu et une question difficile à résoudre. La sensibilité pour le sujet de la part des entreprises de télévision et de leurs programmeurs est une question essentielle, mais il faut aussi que parents et éducateurs assument leur part de responsabilité.

De tots els temes lligats al món de la televisió, la violència és, sens dubte, el que més ha fet parlar i escriure en els últims anys. La violència i el seu impacte suposadament advers en la personalitat dels individus que la miren –especialment nens i joves– s'ha convertit en una qüestió de naturalesa interdisciplinària. Els seus múltiples aspectes són assumptes investigats en diverses vessants científiques: psicologia, teoria de les comunicacions, sociologia, pediatria, etc.; això és bo, perquè es tracta, efectivament, d'una situació extremadament complexa que només pot avançar a través de la col·laboració, el diàleg i el creuament d'informacions i d'investigacions d'especialistes dels diversos camps i sectors.

Malgrat l'interès demostrat pels mass media pels estudis realitzats en tot el món fins ara, la violència a la televisió, en la pràctica, no tan sols no és un tema resolt sinó que fa l'efecte que és més present que mai a les pantalles, davant del desconcert de la societat, més sensibilitzada però més confusa que mai. Sovint sembla que el discurs i el debat sobre la violència emesa per televisió i la repercussió en els nens s'ha convertit en la coartada per eludir la responsabilitat de les diverses instàncies involucrades en el tema. Parlar-ne esdevé un acte de valor gairebé simbòlic: la realitat de les lleis, de la indústria televisiva i fins i tot dels costums socials, sembla que facin gairebé impossible de poder canviar la situació actual.

A Arkansas (EUA), la passada primavera, dos nens d'11 i 13 anys, vestits amb robes militars i armats amb escopetes de caça van matar cinc persones i ferir-ne algunes més. Immediatament, veus de tot el món s'uniren per reflexionar sobre el fet i, com era de preveure, la televisió en va sortir mal parada. Cada vegada que passa un succés semblant, puntualment els mitjans de comunicació convoquen els experts a reflexionar. Però per tal de captivar audiència, la infantil inclosa, a la televisió res no es detura. Les denúncies

que es fan sovint –no sempre amb base sòlida, cal dir-ho– no aconsegueixen modificar res. Si més no, això sembla.

El debat sobre la violència a la petita pantalla i els seus efectes, relativament recent a la societat europea, va començar als EUA fa uns 50 anys i en tot aquest temps no sembla que els nord-americans hagin resolt la situació, més aviat tot al contrari: és el país que més seriosament s'ha pres la conveniència de fer funcionar l'anomenat xip antiviolència, que cap govern de la Unió Europea es decideix ara per ara a adoptar per llei, malgrat les recomanacions en aquest sentit del Parlament Europeu.

Continguts massa violents?

Nou de cada deu espanyols considera que les diverses cadenes de televisió emeten continguts massa violents, fins i tot dintre de l'horari infantil, abans de les deu de la nit. L'enquesta és del CIS (març 1977) i revela també que la majoria d'enquestats (6 de cada 10) considera que els pares són els responsables d'evitar que els nens vegin programes violents o inadequats. Però si hem de creure una altra enquesta feta pel mateix organisme, són pocs els nens que no veuen el que volen. La proliferació de receptors a la llar, a la pròpia habitació de la mainada, facilita aquests quasi lliure accés a tota mena de programes.

Aquestes dades em porten a plantejar el que, des del meu punt de vista, constitueix un dels aspectes fonamentals del problema: desconcert general, manca de referents àmpliament consensuats; manca d'informació, segurament. En realitat... què en sabem de la violència i els seus efectes entre nens i joves, els educadors de professió, els pares, els creadors artístics, els publicitaris, els professionals de la televisió, les associacions de telespectadors, la societat en general...? Ara per ara, són compatibles les lleis vigents amb una aplicació més o menys estricta de qualsevol mesura destinada a bandejar o reconduir la violència de les nostres pantalles...?

No fa gaire, el Govern Central admetia que es tracta d'un problema de difícil solució, fins i tot dins l'horari infantil, ja que les lleis no consideren infracció que s'emeti violència no «gratuïta» i reconeixia que els programadors de televisió tenen el dret constitucional d'organitzar les seves emissions d'acord amb els seus

criteris i interessos. Veiem, doncs, que la sensibilitat pel tema, per part de les empreses televisives i els seus programadors, és una qüestió essencial; però... ni que volguéssim tots plegats, seríem capaços de posar-nos d'acord en la valoració de quan una seqüència de ficció és «gratuïta» o no ho és...?

Toros i Bola de Drac

Fa poc, durant una reunió de treball celebrada a Bratislava amb l'assistència d'experts de les televisions públiques europees en programació infantil i juvenil, es va emetre una opinió –àmpliament compartida per molts dels presents– segons la qual no s'entenia com a Espanya es permetia la transmissió de curses de braus en horaris de màxima audiència infantil. És cert que es tracta d'una qüestió que a Catalunya sobretot s'ha debatut algunes vegades, però... no deixa de ser una contradicció, en qualsevol cas, que el Parlament de Catalunya proposi que els menors no puguin assistir a l'espectacle en viu i, en canvi, res no els impedeixi veure'l per televisió amb tota mena de detalls. Efectivament, en data 5 de juny de 1997, s'instava el Govern perquè, d'acord amb la Llei d'atenció i protecció d'infants i adolescents, s'aprovés un decret que regulés l'accés a les curses de braus i combats de boxa, i en prohibeixi la seva entrada als menors de 14 anys. Proposta carregada de raó, segurament, i de bones intencions, però que queda absolutament neutralitzada per la realitat televisiva. Com tantes d'altres, em fa l'efecte que aquesta qüestió no ha estat mai objecte d'investigació seriosa per determinar-ne les conseqüències. Els toros, a Espanya, formen part de la tradició popular i són acceptats sense cap reticència per bona part de la societat; a un programador o responsable televisiu li ha de resultar molt difícil prendre decisions amb les dades que té a les mans: ningú no sap ben bé quins efectes, immediats o a llarg termini, poden ocasionar en els nens aquestes transmissions, que una bona part de la societat demana i que el mercat publicitari considera rendibles. La festa dels toros, violència contra els animals feta espectacle, és o no és violència gratuïta?... L'acceptació social d'aquesta tradició justifica una emissió per televisió a les cinc de la tarda?

Un altre exemple el tenim en Bola de Drac, de totes

les sèries d'animació segurament la més criminalitzada per col·lectius d'educadors, psicòlegs, associacions d'espectadors. No hi ha unanimitat, ni molt menys, en la valoració que se'n fa. El passat mes d'abril llegíem una carta al director d'un diari barceloní, signada per un guionista i escriptor, que deia que la sèrie era «instructiva pel missatge subjacent de companyonia i honorabilitat que s'amaga rere la carcassa de violència. Que els nens i joves aprenien a discernir entre el bé i el mal...». És clar que aquesta carta va ser contestada, mostrant desacord amb aquesta teoria, però aquell guionista no està sol en la seva valoració. El que per a uns és blanc per a d'altres és negre i segurament que, en la majoria dels casos, ni uns ni altres, en manifestar les seves opinions, n'han vist més d'un capítol. Això passa també sovint.

El mes de març de 1998 es va celebrar a Londres el Congrés Mundial de la televisió infantil on, entre moltes altres declaracions, es va fer públic que segons una enquesta realitzada a la majoria de països europeus, Tom i Jerry és la sèrie animada preferida pels nens, encara ara. A Londres també, poc abans, un grup d'experts havia declarat la guerra a la popular parella per la seva condició violenta. Recomanaven estudiar detingudament el seu contingut perquè ells estaven convençuts que no eren dibuixos animats tan innocents com s'havia pensat durant anys i anys. El pes d'opinions negatives ha caigut també sobre Bugs Bunny, a qui els psicòlegs de tot el món qualifiquen de subliminalment violenta pel seu sexisme. I nosaltres que ens quedàvem tan tranquils quan la programàvem, o la deixàvem veure als nostres fills... Tampoc no han mancat denúncies en contra de sèries com Heidi o Marco, clàssiques ja a hores d'ara, per l'angoixa que provoquen en els telespectadors més petits, en opinió d'alguns experts un estat anímic que pot fer més mal que moltes escenes de caràcter violent.

Una regulació difícil

Qui decideix què és verd, què és taronja, què és vermell, deia fa poc Jordi Vilajoana, Director General de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió. A començaments de febrer d'enguany s'anunciava que TV3 i Canal 33, a partir de setembre, avisarien els seus telespectadors amb els colors del semàfor sobre

el contingut dels seus espais. Dos mesos més tard, Vilajoana admetia que no era una qüestió fàcil de resoldre, per la dificultat que suposa marcar barreres que sempre poden interpretar-se com operacions polítiques, religioses o de censura a la llibertat d'expressió o de creació. Per altra banda –tot i que sembla que aquesta proposta del CAC té prou consens– no tothom està d'acord en l'eficàcia dels avisos d'escenes violentes o d'explícit contingut sexual, ja que poden actuar també d'estimulants com a reacció d'allò que es prohibeix. Als EEUU, a partir de l'any 2000, tal com ja s'ha dit abans, serà obligatori l'anomenat xip antiviolència. Tots els televisors que es fabriquin o comercialitzin després de l'1 de gener hauran de portar incorporat aquest circuit que permetrà bloquejar o codificar determinades imatges. Aquesta norma s'ha pres en contra de l'opinió d'una bona part de la indústria audiovisual i d'algunes grans cadenes (NBC o BET per exemple, així com de molts experts en dret constitucional que consideren que la censura que aquest nou mètode comporta no servirà de res, i a més atempta contra la llibertat d'expressió.

40.000 homicidis a l'any

Tot i això, aquesta acció es perfila ara per ara com un bon camí per tal que la indústria televisiva reflexioni i rectifiqui, i els pares i educadors assumeixin també la seva parcel·la de responsabilitat. A França sembla que aquesta iniciativa ha començat a donar els seus fruits. El passat mes d'abril, el Consell Superior de l'Audiovisual (CSA) feia pública una enquesta segons la qual l'audiència dels programes de contingut violent havia baixat un 35% durant 1997. Les diverses cadenes havien acceptat, el desembre de 1996, una classificació dels programes amb signes preventius per tal de ser identificats pels telespectadors. L'enquesta sobre la seva utilitat ha permès també detectar que el missatge és respectat pel públic comprès entre els 4 i els 10 anys, però que no té cap mena d'impacte entre els joves de més de 15 anys. En realitat, el que han fet les cadenes de televisió ha estat desplaçar els programes amb continguts més violents cap a hores altes de la nit, fora de l'abast, si més no teòric, de la mainada.

En qualsevol cas, massa dubtes, si més no per a mi,

per poder actuar amb eficàcia davant d'una realitat evident: el nen, el més indefens dels consumidors, té accés a les programacions d'una televisió sotmesa, com segurament mai no ho havia estat, a les lleis d'un mercat que creu que la violència és una manera gairebé segura, i sovint barata, de conquerir telespectadors, de guanyar trofeus, que és el que són els televidents per a molts productors, directius i programadors. Fer televisió de qualsevol tipus costa molts diners; les cadenes públiques, sotmeses a fortes lloques de plantilles i sistemes de funcionament poc adequats a la realitat actual, sovint ofereixen models de programació més propis d'empreses privades, per tal de mantenir un grau d'audiència i competitivitat que permeti la seva continuïtat i subsistència. I quant als canals privats sembla que el seu objectiu de guanyar diners, o perdre'n pocs, els fa oblidar sovint que són també un servei públic i que en aquest imperi tan poderós de la indústria televisiva no és admissible el tot s'hi val.

Tot i les teories catàrtiques –que tenen força partidaris arreu del món– segons les quals les accions violentes a la televisió redueixen en els nens les de la vida real, sembla evident que la contemplació de 40.000 homicidis a l'any, els que qualsevol nen europeu pot veure en aquest moment, no els ha de deixar indiferents, sobretot als més petits, incapaços de distingir entre la realitat i la ficció fins ben entrada l'adolescència; poc conscients entre el que volen i el que els convé. Que una persona, quan arribi als 18 anys, hagi passat més temps veient la televisió que en qualsevol altra activitat, excepte dormir, és una dada que clama l'atenció.

Sembla bastant acceptada la tesi que la violència no és innata en el ser humà i que es cultiva essencialment durant els primers 10 anys de vida; l'ambient familiar, l'entorn social i el missatge que rebin els nens a l'escola o a través de la televisió seran factors determinants per a alimentar o no la fascinació natural que provoca la violència quan aquesta es mostra en el seu aspecte més cru i injustificable; quan és del tot gratuïta. Quan la majoria d'escenes amb atacs físics o verbals mostren absència absoluta de penediment, crítica o càstig per a l'infractor, quan els personatges més atractius de les sèries en són els protagonistes.

El fet que, segons un estudi del CAC l'horari televisiu

de 5 a 7 de la tarda és el que registra més concentració d'actes violents, no pot deixar-nos indiferents; que a Espanya un 30% d'espectadors de 4 a 12 anys vegin la televisió entre 10 i 11 de la nit, horari en què les cadenes es veuen deslliurades de l'obligació de respectar la normativa europea, és certament preocupant. A casa, qui sinó els pares en són els responsables, però pel que sembla per aquesta banda, tampoc les coses van prou bé: un milió de nens davant la tele a aquesta hora de la nit són molts nenes. O falta una gran consciència social, o la disposició europea, adoptada també pel Parlament de Catalunya no s'ajusta a la realitat i s'hauria de revisar. O tot plegat.

Una altra tendència desconcertant, que sembla prendre cos en els últims anys, si més no al nostre país, és la pèrdua d'interès pels dibuixos animats i programes infantils a partir dels 8 o 9 anys, i una afició cada vegada més gran pels programes teòricament destinats als adults. Médico de família va ser l'any passat l'espai televisiu més vist pels nens espanyols de 4 a 12 anys: 28 dels 50 programes amb més audiència entre espectadors d'edats esmentades, van ser capítols d'aquesta sèrie; la resta, altres telecomèdies, pel·lícules, o programes que mostren imatges de violència real, que tenen un fantàstic nombre d'adeptes joves.

Malgrat aquesta complexitat, creiem, però, que de passes se'n poden anar donant, mentrestant, molt especialment en aquelles franges específicament dedicades als nens. La televisió que es fa actualment aquí és essencialment entreteniment, i si aquest entreteniment és fet a consciència esdevé automàticament educatiu. És des d'aquesta perspectiva que creiem que és possible intentar trobar la manera d'explicar històries equilibrades sense els enganys dels contes de fades però també sense violència física ni verbal. Procurar que la televisió esdevingui una eina capaç de no robar al nen el temps que li cal per a desenvolupar altres activitats socialitzadores i creatives, tan necessàries sobretot durant els primers anys de vida. Entretenir des de la responsabilitat, intentant no matar la seva imaginació, buscant la manera de potenciar iniciatives més enllà de l'entorn televisiu. Això és factible si des dels estaments directius de les cadenes se sap entendre la importància

que té aquesta qüestió i facilita els mitjans i els al·licients que calguin per tal de tractar-la a fons.

Un conveni poc eficaç

No sembla que el Conveni d'autoregulació signat l'any 1993 sigui l'eina més eficaç per a afrontar el problema amb tota la seva complexitat; carregat de bones intencions no obliga a res. La declaració que proposa és tan genèrica en els seus plantejaments que tothom pot fer-ne una interpretació a la mida dels seus interessos. Admetent que hi ha moltes dificultats per a delimitar un concepte sociològic o ètic de la violència, segurament que fóra més efectiu que cada empresa s'obligués a tenir el seu propi codi deontològic, desenvolupant en accions més concretes l'esperit d'aquella declaració consensuada fa cinc anys. Document que hauria de ser elaborat i aprovat conjuntament per directius i treballadors, per tal d'assegurar-ne l'aplicació responsable, sense traumes.

Paral·lelament a la situació actual i a les mesures que es poden anar adoptant, apareix cada vegada amb més força el punt de vista dels qui creiem que l'educació en els mitjans a l'escola, després de l'edat preescolar, fóra segurament la manera més eficaç de prevenció, que permetria preparar el nen davant l'espectacle de la violència –real i fictícia– de la qual difícilment se'n pot escapar, i afavoriria el seu efecte

catàrtic. Fóra, a més, un enriquiment cultural important que l'ajudaria a afrontar altres situacions a la vida. Per sort, cada vegada hi ha més professionals de l'educació que reclamen la possibilitat de poder dedicar unes hores del temps escolar al tractament pedagògic del missatge televisiu. A Catalunya, naixia l'any passat la plataforma Xarxa d'Educadors i Comunicadors, amb la idea d'organitzar una trobada permanent de reflexió i debat per part de persones dels dos àmbits interessades en la incidència de l'educació en els mitjans de comunicació i la presència de la comunicació en les aules, en la línia apuntada al començament que només la col·laboració conjunta dels diversos sectors implicats pot donar resultats positius.

A finals del segle xx, i sobretot de cara al vinent, es perfila una societat mediàtica en la qual el consumidor ha d'estar educat per a saber desxifrar els missatges que li arriben. Potenciar la seva capacitat crítica és, doncs, una tasca educativa essencial que, ara per ara, els programes escolars no contempen. Reclamar competències en aquest sentit, i que els mitjans de comunicació –la televisió sobretot– assumeixin la seva responsabilitat social, forma part de les reivindicacions d'aquesta Xarxa de nova creació.

El debat, només acaba de començar. **E.F.**

Alejandro Perales President de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)

■ La violencia como valor añadido

La publicidad no se limita a condicionar decisiones de consumo sino que además influye en la creación de estereotipos y en la conformación de actitudes, valores y conductas.

Se tiene la idea de que la publicidad propone valores diferentes a los de la violencia. Se trata de una visión de la publicidad asociada al placer, a la comodidad, a la alegría de vivir. Sin embargo, un análisis más profundo pone de relieve la existencia de un gran número de mensajes violentos y, muchos de ellos, dirigidos a jóvenes y niños.

■ Violence as added value

Publicity does not just condition consumer decisions but also influences the creation of stereotypes and the conformation of attitudes, values and behaviour.

There is the generalised understanding that publicity proposes values different from violence. Publicity is seen to be associated with pleasure, comfort, the joy of living. Nevertheless, a deeper analysis highlights the existence of a good number of violent messages, many of which address youth and children.

■ La violence comme valeur ajoutée

La publicité ne se limite pas à conditionner des décisions de consommation, elle influe aussi sur la création de stéréotypes et sur la conformation de comportements, de valeurs et de conduites.

Il existe l'idée généralisée que la publicité nous propose des valeurs différentes de celles de la violence. C'est une vision de la publicité associée au plaisir, au confort, à la joie de vivre. Pourtant, une analyse plus profonde met en relief l'existence d'un grand nombre de messages violents, dont la plupart sont destinés aux jeunes et aux enfants.

Conten que a Charles Dickens li fou presentat en una festa de societat un altre invitat com a «expert en metafísica xinesa». El conegut escriptor anglès, captivat, tractà durant tota la nit de parlar amb tan fabulós expert, i finalment pogué preguntar-li:

«I com s'ha convertit vostè en expert d'allò tan especialitzat i aliè al nostre món com la metafísica xinesa?»

Molt senzill, va dir el savi, una vegada vaig llegir un llibre de metafísica; després vaig llegir un llibre sobre Xina, i m'he limitat a creuar la informació».

Valga aquesta anècdota -si més no, ben trovata- com a metàfora dels dubtosos lligams que la recerca comunicativa sol establir entre violència i publicitat. La qüestió és: hi ha quelcom d'específic en eixa relació o es tracta simplement de reflexionar sobre la publicitat i sobre la violència per a després «creuar la informació»?

Violència versus publicitat

La majoria dels que ens ocupem, des de camps diferents, de l'anàlisi quantitativa i qualitativa dels continguts dels mitjans de comunicació dediquem molt de temps a reflexionar sobre la publicitat. Això és degut al fet que segurament són la publicitat i la ficció (per damunt de la informació i l'opinió) els gèneres comunicatius amb més influència entre els ciutadans; influència que, en el cas de la publicitat, no es limita únicament a condicionar les decisions de consum, sinó que també influeix en la creació d'estereotips i en la conformació d'actituds, valors i conductes de caràcter psicosocial.

Tanmateix, la majoria de les nostres reflexions sobre la violència s'adrecen a la informació, a la ficció, fins i tot als espais educatius, deixant de banda normalment els missatges publicitaris.

Perquè passa això? En primer lloc per l'entesa generalitzada que la publicitat ens proposa un món els valors del qual són fonamentalment i diametral

diferents als de la violència. Com assenyalen Divina Frau-Meigs i Sophie Jehel, «el contingut dels espots publicitaris funciona quasi a la inversa dels continguts dels programes violents: reposa sobre el riure, l'humor, la pau d'un món optimista on la violència no existeix pas (...) l'amor etern, la felicitat dins de la família i la bellesa d'un món de luxe i voluptuositat. És com si els valors positius de la societat estiguessin refugiats als espots».

Aquesta visió d'una publicitat associada al plaer, al confort, a la joie de viure pel que fa als seus continguts i a la seua retòrica, es veuria a més a més complementada amb les seues característiques de distribució i consum: la repetició i la redundància com a elements que potencien l'eficàcia del missatge, però que també creen un espai nostrat, familiar, conegut, de certesa i eliminació del desfici.

Publicitat i infància

Des d'aquesta posició la reflexió sobre la violència i la publicitat hom circumscriu normalment als anuncis adreçats als joves i, sobre tot, als infants. En ells, tal i com passa també a la programació juvenívola i infantil en contrast amb la resta d'espais, la violència es mostra de forma explícita, toixa i abundant.

Els estudis del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en línia amb les recerques realitzades a França, als EAU o les canadenques, assenyalen eixa presència d'elements de violència fàctica o verbal especialment en la publicitat de joguines per a xiquets (violència de gènere, doncs): ninots guerrers, vehicles, CD-ROMS, compactes, etc. Caldria reflexionar també sobre la inducció a comportaments mimètics perillosos que de vegades està present en aquest tipus d'anuncis, així com sobre la dificultat dels xiquets i les xiquetes de menys anys per a diferenciar entre espots i programes (les pròpies estratègies de màrqueting ho fan moltes vegades molt complicat) o per comprendre el paper de la publicitat en la indústria audiovisual.

La idea que la violència mostrada en la publicitat afecta greument sobretot els infants s'ha convertit en un lloc comú majoritàriament acceptat, que explica l'existència en molts països d'una legislació limitadora de la mostra d'aquesta violència. A l'Estat Espanyol, les normes d'admissió de publicitat de TVE de 1984 no admeten pas anuncis que inciten a la violència i, en

relació a la publicitat infantil, prohibeixen els anuncis que exalten el bel·licisme o la violència, que reproduïen armes o mitjans que puguin resultar perilloses per als infants o que escenifiquen de manera activa ambients bèl·lics concrets.

Després de l'anul·lació de les dites Normes per la Sentència del Tribunal Suprem arran del recurs de l'AEA, s'aproven sengles Normes el 1987 i 1990 que mantenen les prohibicions. Tanmateix, amb la transposició de la Directriu de la Televisió sense Fronteres i malgrat allò recollit a l'avantprojecte, es produeix una minva en aquest esguard protector: la Llei 25/1994 es limita a assenyalar que no es podrà, sense motiu justificat, presentar els nens en situacions perilloses, sense cap referència a les joguines bèl·liques.

La violència com a valor afegit

Les coses, però, són una mica més complicades. Una anàlisi sistemàtica dels anuncis difosos pels diferents mitjans de comunicació posa en relleu l'existència d'un bon nombre de missatges violents. Missatges més o menys explícits, que poden ser sotavalorats per un simple cop d'ull, però que hi són molt presents.

En primer lloc, des del punt de vista dels continguts, hi ha una tendència progressiva a mostrar la violència en el discurs publicitari com a valor afegit de la masculinitat (des dels anuncis de perfums fins als de televisors o alimentació). I també com a argument per a fer por en campanyes institucionals dissenyades per aconseguir no que es faci quelcom (adquirir béns i serveis), sinó que no es faci quelcom (maltractaments de dones, drogoaddicció, sida, trànsit).

D'altra banda, des del punt de vista retòric, la violència està també cada vegada més present per la via de l'humor. A través de l'humor, un dels trets més identificadors de la publicitat al tombant del segle, es mostra una agressivitat paròdica, desdramatitzada, que té com a conseqüències la banalització de la violència, la proposta al receptor d'una falsa consciència d'invulnerabilitat, la manca d'empatia amb el dol dels pròxims (cada volta més «els altres» i menys «nostres altres»), etc.

I finalment, més enllà dels aspectes retòrics o de contingut, no manca qui associa el propi fet publicitari

a valors com l'èxit, la competitivitat, la dominació, la imposició de la voluntat pròpia per damunt de la dels altres, etc. Missatges que, com a tals, mantenen una relació amb la violència més estreta del que hom podria pensar.

Com deia Pascale Weil, els pecats capitals de la tradició judeocristiana són, en substància, l'argumentació publicitària per antonomàsia. Així, si el valor afegit dels productes anunciats pot ser l'avarícia, la luxúria, la supèrbia, l'enveja o la mandra, també pot ser-ho l'ira; és a dir, l'agressivitat i la violència. (Veure Frau-Meigs, D. i Jehel, S.: *Les Écrans de la Violence*, Economica, Paris 1997). Ambdues autores, a més a més, creuen que hi ha una relació funcional entre la felicitat representada als anuncis i l'inconfort psychologique de

la resta de continguts que no es deu pas a l'atzar.

La importància psicològica de la repetició com a element proveïdor de confiança bàsica es pot veure a: Bredero de Santos, M.E.: *Como as crianças contam as histórias que lhes contamos*, Alter/Ego núm. 1, Lisboa 1986; a *La publicitat de les joguines adreçada als infants*, CAC, Barcelona 1997 i 1998; *La publicidad y el menor*, Documento de l'AUC, Madrid 1998; Ferrandis, O.: *Insegnare la TV*, ULS, Roma, 1997.

En canvi els publicitaris fan un discurs negador de la seua pròpia influència. Per una posició semblant des del món universitari veg. Goldstein, J. *Publicidad, niños y adolescentes*. *Autocontrol de la publicidad*, núm. 20, març 1997; o Weil, P. i Moi Emoi, *Les Éditions d'Organisation*, Paris, 1986. **A.P.**

Notícies

Premis a la investigació sobre comunicació de masses

Els X Premis a la Investigació sobre Comunicació de Masses, que convoca el Centre d'Investigació de la Comunicació (CEDIC), adscrit al Consell de l'Audiovisual de Catalunya, han estat atorgats als treballs: «Comunicació responsable: l'autoregulació dels mitjans», d'Hugo Aznar Gómez; «El concepte de la llegendari-

ta a la tipografia de premsa, d'Anna Diloy, i «Els comportaments i hàbits de consum, televisiu del nen en l'àmbit familiar, de Núria García Muñoz.

Hugo Aznar, guardonat amb el premi dotat d'un milió de pessetes, és professor d'ètica i deontologia del centre de Ciències de la Informació de la Universitat CEU San Pablo de València. Els accèssits,

dotats de cinc-cents mil pessetes cadascún, han estat per a Anna Diloy de la Universitat Pompeu Fabra i per a Núria García Muñoz de la Universitat Autònoma de Barcelona.

L'acte de lliurament d'aquests premis va comptar amb la presència del filòsof Antonio Marina que va pronunciar la conferència: «El timo de la sociedad de la información».

L'onzena convocatòria dels Premis ja s'ha fet pública i convida a participar treballs de recerca que tractin temes de l'àmbit de la comunicació social des d'una perspectiva sociològica, cultural, econòmica, jurídica, professional o tecnològica. El termini de presentació dels treballs finalitzarà el 30 de novembre de 1998. (DOGC, Núm.2636, 11.5.1998)

Dr. Francesc Xavier Altarriba i Mercader

Director de l'Institut d'Estudis Psicològics i Socials

■ Mujer, televisión y homogeneización cultural

En nuestra realidad y en la ficción audiovisual la mujer adopta unos estereotipos anclados en el tiempo.

Generalmente, se nos presenta a los medios audiovisuales, a la agresividad y a la violencia como una forma de intentar resolver conflictos. En este artículo se exponen las tipologías que recogen los modelos femeninos y que se enseñan en nuestro espacio audiovisual. Analiza asimismo las causas más habituales de expresión de violencia hacia la mujer.

■ Woman, television and cultural homogenization

In our world and in audio-visual fiction, woman adopts some stereotypes anchored in time. In audio-visual media, aggressiveness and violence are generally presented to us as ways to try to solve conflicts. This article expounds the typologies that female models conform to and that are shown in our audio-visual space. It also analyses the most common causes of expressing violence around women.

■ La femme, la télévision et l'homogénéisation culturelle

La femme adopte dans notre réalité et dans la fiction audiovisuelle des stéréotypes ancrés dans le temps. Généralement, dans les médias audiovisuels, l'agressivité et la violence nous sont présentées comme une façon de tenter de résoudre les conflits. Dans cet article, figurent les typologies recueillant les modèles féminins et qui sont montrées dans notre espace audiovisuel. Sont également analysées les causes les plus habituelles d'expression de violence envers la femme.

Han passat molts anys des que Freud i Melanie Klein ens parlessin de l'Eros i el Thanatos, la vida, el sexe, l'erotisme i la sensualitat versus la mort, la destrucció, l'aniquilació i el sotmetiment. Avui per avui, no obstant, l'Eros i el Thanatos són dos conceptes clau pels quals aposten fortament els mitjans de comunicació en general, i els audiovisuals en particular. La imatge descaradament eròtica, el so voluptuosament incisiu i ambdós seductorament imperatius, formen part de la quotidianitat expressiva i còmplicament comunicativa de la nostra comunitat mediàtica, implicant-se en aquest cas tant la publicitat com la programació de ràdio i televisió.

No obstant, es constata un doble missatge en aquest sentit. Per un cantó els mitjans de comunicació es fan ressò i defensors, valedors i garants de la democràcia, de la igualtat i de l'equitat entre les persones independentment de les seves situacions, condicions, edats i gèneres, formació i valors. I en canvi, per una altra banda exploten freqüentment la malauradament denominada «guerra de sexes» tant a nivell d'eslògans com de concursos, culebrots, sèries i telefilms. De la fusió de l'Eros amb el Thanatos en neixen els comportaments sàdics i masoquistes, els quals sovint formen part de les trames i els guions de moltes produccions, principalment televisives.

Uniformització de les tipologies femenines

La dona adopta a la nostra realitat i ficció audiovisual uns estereotips ancorats en el temps, és a dir, la bella cruel, la vella malèfica, la innocent generosa, la victimista i dependent, l'abnegada i sofrida, la sexual i eròtica insaciable i l'executiva dura i implacable. Amb aquestes tipologies es recullen pràcticament la totalitat dels models femenins que s'ensenyen en el nostre espai audiovisual actual. Aquesta uniformització i condensació tipològica del gènere femení, crea un reduccionisme classificador que a més de limitar les peculiaritats originals de qualsevol dona, simplifica un

pretès abordatge de coneixement i domini de l'etern femení. Reduint més encara la forma de presentació de la dona, en molts dels productes audiovisuals actuals, la veiem com la dolenta que rep el seu càstig a través del domini masculí, o bé com la ingènua a qui igualment es castiga i de qui se n'abusa, per la seva imperdonable confiabilitat. És a través d'aquests dos models que s'articula la violència física i psíquica que té la dona com a objecte: és objecte del desig que ha provocat en un imaginari masculí, el qual s'ha limitat a respondre enfront dels estímuls percebuts i interpretats en clau de gènere, com creu que correspon per raons d'expectativa cultural intangible. La força i la brutalitat masculina expressada com a violència física o bé com a possessió intel·lectual són estereotips freqüents associats a la imatge de l'home dominant. La dona hi respon transmutant la humiliació en erotisme, tot intentant controlar a partir de dominar les claus d'accés al seu cos com a mercaderia. A partir d'aquests eixos, s'estableixen les coordenades dins les quals prenen forma les històries aculturals, directament adreçades a produir sensacions més que reflexions.

Son la ràdio i principalment la televisió les hereves actuals de l'antiga tradició d'explicar contes. Els contes acostumen a fer seguir a la persona que els escolta, per un itinerari emocional que capti la seva atenció i que sorprengui la seva reflexió. Estan fets d'emocions, de sensacions i de sentiments, els quals estenen el seu domini més enllà de la lògica i de la raó. Els contes d'avui dia ja no els detalla ni l'avi ni l'àvia, sinó que revestits d'una influenciable ingenuïtat ens apropem a aquestes narradores infatigables que són la ràdio i la televisió, que quan ens parlen o ens ensenyen violència, també ho fan amb l'ensenyança que el dolent és castigat, i el bo ultratjat serà motiu de l'afront posterior del dolent. Es tanca així un cicle, en el qual la violència és causa d'un efecte, i un efecte d'una causa, la qual trenant-se dialècticament, confegeix una forma, particularment humana, de resoldre els conflictes i de configurar estils de vida.

La frustració i els conflictes

Pensem també que la fàcil i excessiva sexualització de les relacions entre gèneres, les quals ja trobem en programes televisius en els quals els nens i les nenes

carregats de simbologia adulta, imiten estereotips de gènere a partir dels quals es relacionen sota la mirada entusiasta i rendida dels seus propis pares, afavoreixen reproduccions estandarditzades i estereotipades de prejudici sexual de rol. Tanmateix, fins en els dibuixos animats se'ns descobreix un univers de llenguatges verbals i proverbials que tendeixen a perpetuar una relació de dependència home-dona. Però bé, tota l'oferta ha de trobar en el mercat una demanda que la justifiqui, i ben segur si se'ns ofereixen aquests productes audiovisuals, principalment televisius, és perquè existeix el desig i la intenció del seu consum per part de la població.

Però que és primer? Una oferta que estimula, condiona, o determina un consum? O bé una demanda que provoca, per les lleis del mercat, una producció d'una oferta que la satisfaci? Probablement ambdues opcions són certes i es produeixen al mateix moment. Però quines són les causes més habituals d'expressió de violència vers la dona? Sense ànim de ser exhaustius en podríem enumerar algunes de les més significatives, entre les quals destacaríem les següents:

La frustració: La dona en el guió realitza algun comportament que crea una situació de crisi, a causa d'una insatisfacció del desig o necessitat de l'altre, la qual s'expressa amb voluntat de resoldre's de forma violenta. El que es fa realment, és eliminar la contestació i la percepció estètica de la diferència, més que resoldre fins on sigui possible els motius o les dificultats que han afavorit la percepció de dificultat, tot intentant reduir o anul·lar la presència de l'altre com a contrari.

Els conflictes: Aquests fenòmens provoquen sovint una eclosió reactiva-agressiva per acumulació o per desgast de manifestacions emocionals que en alguns moments s'escapen de la via racional, manifestant-se l'agressivitat com a protoviolència, la qual en intel·lectualitzar-se esdevé violència com a atribut típicament humà.

Instint de conservació de la pròpia identitat

Enfront de situacions i condicions amenaçadores, els protagonistes temptegen comportaments de fuga o de lluita, similars als de qualsevol espècie animal. Freqüentment en els guions d'alguns productes

audiovisual es fa ús de les circumstàncies amenaçants de la identitat d'un subjecte per tal de permetre un espai dramàtic amb la major tendència d'aculturalitat, per tal d'afavorir a nivell horitzontal la identificació o el rebuig amb els protagonistes de la història. Del que es tracta fonamentalment és de mobilitzar emocions. La defensa d'un mateix i dels seus béns és un extraordinari recurs per justificar l'agressió, ensenyant les diverses formes en què es pot fer possible i reeixida.

Com a resposta a la percepció de la injustícia: Intentant resoldre de manera filogenètica o primària la neutralització del desequilibri percebut.

Com a forma d'execució i defensa de les situacions de domini i possessió per part de l'altre: L'agressivitat intenta ser en aquests moments una via ràpida que reequilibri la situació.

Resposta de defensa-atac enfront de la percepció de perill: El que comporta la percepció per part del subjecte de la seva condició de fragilitat i vulnerabilitat.

Valors i ideologies: A partir de la descripció i penetració de determinats valors en les formes de fer habituals de les persones, es pot mostrar com aquests es troben enfrontats amb d'altres de signe contrari o mútuament excloents, afavorint la forma de relació entre criteris oposats un model cultural que genera per imposició, més que per convivència o coexistència, reaccions i comportaments agressius i/o violents.

Biografies: Un dels recursos del guionista per a dibuixar-nos situacions d'agressió a la dona, és introduir en l'espai dramàtic personatges amb una història passada que els condiciona i fins i tot els determina a ser conseqüència i objecte del seu comportament violent. Sovint el determinisme exclou el sentiment, la imputabilitat i la culpa.

Situacions de defensa enfront d'atacs de l'altre: Sovint s'atribueixen a la dona conductes retolades com agressives quan són simplement actituds assertives enfront d'una situació o opinió, o bé són

resposta a un atac, provocació o coacció de l'altre.

Estimulació sexual: La sexualitat femenina i el seu reclam eròtic es visualitza com a una invitació a l'apropiació de la mateixa, independentment del desig real del propi subjecte femení. Això és violència.

Imporsar o convèncer

El gran perill de l'agressivitat i la violència vers la dona al nostre temps, radica en el fet que se'ns presenta sovint com una forma d'intentar resoldre acceleradament aquells comportaments o formes de fer que són contraris al poder hegemònic. La busca de consens és un procés de negociació que pot esdevenir llarg i amb necessitat de crear plantejaments per part del qui té la força, el qual no sempre està disposat a fer-ho. Freqüentment se'ns ensenya més a imposar que a convèncer, i això sols és possible en un marc de violenta injustícia encara que l'estètica en què se'ns presenti sigui de pau i ordre.

Creiem que en una societat plural és lògic i fins i tot necessari que tots els col·lectius de persones obtinguin productes audiovisuals que els permetin formar-se, informar-se o senzillament distreure's dins l'àmbit dels seus interessos i preferències. Però hem d'assumir que en base a l'enorme influència dels mitjans audiovisuals a l'abast, com a creadors de moral i models de referència, es produirà l'absorció i introversió de les claus dels seus valors per part dels subjectes que prefereixin, o solament puguin, importar pautes de comportament i fins i tot formes de raonament, abans que crear-ne de pròpies. La simbologia del clonatge biològic ens pot servir per a entendre la perillosa uniformització cultural de les nostres societats occidentals, regida i impulsada per una cultura de la satisfacció i el consum enteses com a mercaderies que es poden resoldre totalment en un mercat de disseny. **FX. A.**

Margarita Rivière Periodista

■ Modelos de belleza, la violencia sutil de la imagen

Margarita Rivière pone de manifiesto la existencia de otro tipo de violencia, más sutil, más lenta, más «imperceptiblemente cotidiana». La imposición dictatorial de modelos éticos o estéticos únicos es una manera mal disimulada de violencia que incluso en algunos casos extremos desemboca en determinadas patologías, como la anorexia o la bulimia.

■ Models of beauty, the subtle violence on the image

Margarita Rivière reveals the existence of another, more subtle, slower, more «imperceptible from day to day», kind of violence. The dictatorial imposition of single, unique models of ethics or aesthetics makes for a poorly disguised violence that, after all, in some extreme cases, leads to pathologies like anorexia or bulimia.

■ Modèles de beauté, la violence subtile de l'image

Margarita Rivière fait remarquer l'existence d'un autre type de violence, plus subtile, plus lente, plus «imperceptiblement quotidienne». L'imposition dictatoriale de modèles éthiques ou esthétiques uniques implique une forme mal dissimulée de violence, qui au bout du compte débouchent dans certains cas extrêmes sur des pathologies comme l'anorexie ou la boulimie.

Violència. Aquesta és la paraula, perquè la violència també pot ser subtil, callada, lenta, persistent, persuasiva i imperceptiblement quotidiana. Perquè existeixi violència no cal que flueixi un devessall de sang, cal només introduir al cervell la guspira del desig, l'atractiva llavor que germinarà poc a poc i desenvoluparà, gràcies a aquesta subtil pressió de l'entorn, un estil de vida i una forma de mirar.

Perquè hi hagi violència només cal la imposició pacient i insistent d'un model únic (ètic i estètic) i, per tant, excloent. La publicitat, la moda, la propaganda, persuasors ocults segons l'oblidada doctrina clàssica, saben molt bé com aconseguir grans triomfs sense fer córrer la sang: es tracta que l'ésser humà abraçi gustosament idees, corrents estètics i productes en una conversió «voluntària», acceptada i, per què no? «raonada».

Si ens posen davant dels ulls milers i milers de vegades la mateixa escena encantadora de Lauren Bacall i Humphrey Bogart seduïnt-se mútuament rere el fum d'una cigarreta, podem acabar fumant, tal com ha fet mitja humanitat gràcies a la irresistible persuasió, la màgia i el prestigi assolits per la cigarreta com a element d'elegància, seducció i afirmació social. Contràriament, avui el fumar s'ha convertit en vici, en droga dura i en un atemptat contra la salut, no obstant això la màgia d'aquelles (i de noves) escenes encantadores tenen encara el seu pes. El del tabac és un cas exemplar i polèmic que mostra com el pes d'una cultura, la nord-americana, imposa un hàbit innecessari, i alhora malsà, que ments tant brillants com Wiston Churchill van intentar justificar amb afirmacions tan enginyoses com que «fumar mata els microbis», que tots els fumadors hem tingut en els llavis alguna vegada. És molt senzill: l'ésser humà mira, veu, selecciona d'acord amb les normes de poder social i imita allò que l'apropa a allò que és «socialment correcte». I això ho fa vulgui o no, a vegades fins i tot per sobreviure, per la qual cosa no

dubta a violentar-se a si mateix.

Només els molt excèntrics o els artistes es rebel·len davant el que se sanciona com a valor social: és lògic quan el risc que es corre és el de l'exclusió. Així que la qüestió bàsica és saber qui decideix els valors que han de regir la nostra convivència i, per tant, posen els mitjans perquè aquests valors tinguin vigència. Tot i que, potser, ara mateix, i pel que fa a la televisió (i la publicitat) és paradigmàtic, sigui absurd parlar d'un 'qui' totpoderós i maquiavèl·lic ja que sembla que tot succeeix en un inconscient encadenament, un encadenament violentament embolcallador, que gira al voltant d'un sol déu omnipotent: el déu del benefici econòmic i la seva imbatible religió mercantil.

Tot això pot portar a pensar que el déu diner no és innocent i que imposa la seva llei a contrapèl i, evidentment, amb incontenible però dissimulada violència. I aquest és, sens dubte, un dels més controvertits temes de la nostra època.

Però, qui pot negar que competir és lluitar, lluitar amb la intel·ligència de la violència? Qui negarà que el sexe, l'escàndol, la fama, la venjança, la religió, els sentiments o la bellesa s'han convertit en productes de gran mercat com mostra la televisió? I, qui s'atrevirà a negar que en la presumptament «asèptica» competició econòmica s'ha anat imposant paulatinament el «tot val» i, fins i tot, aquella suau i atractiva violència que fa bells els triomfadors i forma part de la «nova» intel·ligència de l'èxit?

En el cas concret de l'estètica, dels models de bellesa, la novetat rau en el desenvolupament, al llarg de la segona meitat del segle xx, d'un veritable culte a la imatge i a l'aparença que han desembocat en un frenesí industrial de primer ordre: tal és el negoci de la imatge, la moda i el cos. Ningú, ni els més reticents, ni els homes que van estar alliberats aquests tipus d'obligacions, escapa a l'embolcalladora violència del que és estèticament correcte.

Què s'ha d'entendre per «estèticament correcte»? Està claríssim que el mercat ofereix, mitjançant la publicitat i els mitjans de comunicació en general, prototips relativament variats femenins i masculins. Cal dir, però que tots ells reuneixen certes característiques comunes: joventut, aspecte saludable, energia i dinamisme, i perfecció aparent. Les dones, per exemple, han tingut la nina Barbie com a referent

principal encarnada per un grapat de models d'èxit com Claudia Schiffer al llarg de diversos lustres.

Còpies d'un model ideal

Els homes han après que allò estèticament recomanable raïa en el que es coneix com un «cos Danone». Cremes de bellesa, tractaments per aprimar-se, dietes, exercici físic, alimentació light, però també medicació o cirurgia han sorgit al voltant d'aquesta veritable mania per «programar el cos». El vestit, el pentinat, l'«estil» aparent han ajudat a aconseguir que, per primer cop en la història s'hagi posat a l'abast de qualsevol la possibilitat de «transformar-se a si mateix en una còpia del model ideal».

Fins aquí res és especialment anormal o excessivament diferent al que ha estat la història humana, la qual ha ofert en les seves diverses èpoques models estètics determinats. El que realment és diferent, certament, es basa en el caràcter massiu del fenomen i en la violència insistent del missatge d'ortodòxia de l'estètica. Els americans han encunyat l'expressió *fashion victims*, una versió moderna i més dramàtica que la clàssica «esclaus de la moda», per a designar als qui sucumbeixen a aquesta pressió ambiental transmesa pels mitjans, entre els quals destaca el paper de la televisió. L'existència de «víctimes» és reveladora de la violència de certs missatges.

La sèrie Dallas, per exemple, va introduir nous models estètics femenins, però la premsa del cor va divulgar tota la mitologia de Diana de Gal·les, un altre prototipus de la dona contemporània. La magresa, per exemple, no només s'ha convertit en sinònim de bellesa o salut sinó que, com una veritable dictadura, ha provocat per primer cop a la història, l'extensió de patologies com l'anorèxia i la bulímia. Les dades són esfereïdores: segons el psiquiatre Josep Toro, cap de Psiquiatria Infantil i Juvenil de l'Hospital Clínic de Barcelona, la mortalitat entre els anorèctics i els bulímics va arribar a ser d'un 18 per cent a Espanya el 1995; la malaltia afecta entre el mig i l'u per cent de la població de risc a Occident (que són sobretot noies entre els dotze i els vint-i-quatre anys) però fa vint anys la proporció era de l'u per mil i els metges diuen que l'edat de risc es rebaixa constantment: ara pot començar, tranquil·lament, als nou anys, sense

distinció de sexes. «Els nous herois no només són prims sinó que pateixen i moren per ser-ho», deia el psiquiatre barceloní.

Darrere d'aquesta ànsia de perfecció estètica batega l'assumpte profund de la identitat: de fet el control del cos i de la pròpia imatge es basa en la conformació de la pròpia identitat, la qual s'ha convertit també en producte i un pot escollir-la, a voluntat, en el supermercat del qual els mitjans en són l'aparador. Ja que la qüestió és aquesta: els mitjans de comunicació són els divulgadors, els transmissors, els

aparadors i els testimonis actius d'aquesta violència larvada i persistent que per primer cop, en el seu aparell estètic, causa morts reals i deixa un reguitzell d'incomptables víctimes començant pels més joves.

No vull acabar aquesta lleugera descripció d'un fenomen tant complex sense apuntar que, al meu parer, només el compromís radical com la pluralitat, també estètica i pluricultural, pot aturar els efectes perversos d'aquest joc diabòlic que ha convertit, amb violència mal dissimulada, la identitat humana en un negoci rendible a través de la imatge. **M.R.**

Notícies

Participació en la commemoració del 50è aniversari de la Declaració Universal de Drets Humans.

El 10 de desembre de 1948, l'Assemblea General de les Nacions Unides va aprovar la Declaració Universal de Drets Humans, després d'un intens treball de preparació, i de negociacions que va portar a celebrar fins a 1400 votacions sobre la majoria de paraula i de clàusules. Els 30 articles de la Declaració proclamen el principi essencial de la igualtat i la no discriminació, el dret a la vida, a la llibertat i a

la seguretat, i els drets econòmics, socials i culturals. La Declaració va ser aprovada, en el seu moment, per 48 Estats membres de les Nacions Unides. Avui el nombre d'Estats que l'han acceptada és de 185. Per remarcar la vigència d'aquesta Declaració, la Generalitat de Catalunya ha constituït una comissió encarregada de coordinar les iniciatives que sorgeixin i els actes que se celebrin. D'aquesta Comissió el CAC en forma part, a nivell de màxima representació.

Consens pel que fa a la senyalització de programes.

A la trobada del Fòrum d'Instàncies de regulació dels mitjans audiovisuals dels països mediterranis, celebrada a Atenes el juny del 1998, els experts dels països representats van debatre àmpliament la situació de la protecció de la infància i de l'adolescència en els programes de televisió. Els reunits es van mostrar molt favorables a la senyalització de determinats programes, com un punt d'equilibri que permet la responsabilitat

zació de pares i difusors sense condicionar el dret a la llibertat d'expressió. En aquesta reunió, la segona que es fa d'ençà la Declaració de Barcelona de novembre del 1977, hi van participar representants de Grècia, Itàlia, Portugal, França i Catalunya. Per a la propera reunió, a celebrar l'any vinent a Lisboa, els reunits van acordar per unanimitat convidar els representants de les instàncies reguladores d'Israel, Malta, Tunísia, Turquia i Xipre.

Marta Saurina Professora del Departament de Periodisme i Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra

■ Jornadas sobre medios de comunicación audiovisual y violencia

Este artículo resume las aportaciones de estudiosos y profesionales de los medios audiovisuales realizadas en el seminario «La pantalla violenta. Ficción y realidad», organizado por la Universidad Pompeu Fabra y el Instituto Goethe de Barcelona. La violencia y los medios audiovisuales fue el tema que se estudió, tanto desde el punto de vista de los analistas de la recepción como del de los creadores de ficción cinematográfica, documentales e informativos.

■ Encounters on audio-visual communication media and violence

This article summarises the contributions of scholars and professionals of audio-visual media made at the seminar, «The Violent Screen. Fiction and Reality» organised by the Universitat Pompeu Fabra and the Goethe Institut of Barcelona. Violence and audio-visual media was the topic covered both from the point of view of those that analyse the reception and that of the creators of film fiction, documentaries and information programmes.

■ Journée sur les médias audiovisuels et la violence

Cet article résume les interventions de spécialistes et de professionnels des médias audiovisuels réalisées lors du séminaire «L'Écran violent. Fiction et réalité», organisé par l'Université Pompeu Fabra et le Goethe Institut de Barcelone. La violence et les médias audiovisuels, tel est le thème qui a été travaillé, tant du point de vue des analystes de la réception que de celui des créateurs de fiction cinématographique, de documentaires et de journaux télévisés.

Jornades sobre mitjans de comunicació audiovisuals i violència

El Departament de Periodisme i Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra i el Goethe Institut de Barcelona van organitzar, el passat mes d'abril, un seminari sobre mitjans de comunicació audiovisuals i violència titulat «La Pantalla violenta. Ficció i realitat». Les jornades, que van tenir lloc a la UPF, es van estructurar en dues sessions diàries amb un participant alemany i un de català per sessió (excepte el primer dia en què el ponent fou el cineasta Agustín Díaz Yanes), moderades totes elles per diferents professors de la UPF. El principal objectiu del seminari era fer una aportació original a la qüestió de la violència i els mitjans audiovisuals tenint en compte tant el punt de vista dels analistes de la recepció com el dels creadors de ficció cinematogràfica, de documentals i d'informatius.

La primera jornada es va iniciar amb la sessió dedicada a «La violència i la creació». Es va llegir la ponència del prestigiós director de cinema Michael Haneke, que a última hora va excusar la seva presència. Haneke, l'obra del qual sempre versa sobre la violència i els seus efectes en la societat, va centrar la seva ponència sobretot en les formes de representació de la violència. El director austríac afirma que la seva pel·lícula *Funny Games* mostra el fet i que l'espectador és el còmplice innocent dels fets. També destaca que la violència assoleix i entreté una gran massa de públic perquè provoca la desconexió de la vida quotidiana de l'espectador. D'aquesta manera l'espectador, a través de l'agudització de les condicions i de la violència, troba una via d'escapament d'aquesta quotidianitat. I el procés s'aconsegueix combinat amb humor i sàtira.

Díaz Yanes i una metàfora de Godard

El participant espanyol de la primera sessió va ser el guionista i director de cinema Agustín Díaz Yanes, guionista del film *Demasiado Corazón* o *Baton Rouge* i que va obtenir el premi Goya a la millor pel·lícula i al

millor director per Nadie hablará de nosotras cuando hayamos muerto. Va moderar la sessió Domènec Font, guionista, realitzador i cap de l'àrea d'Història dels Estudis de Comunicació Audiovisual de la UPF.

Díaz Yanes va iniciar la seva ponència tot afirmant que la violència, juntament amb la representació del sexe i els sentiments-melodrama, constitueixen els espectacles predilectes del ser humà. I va apuntar que la violència travessa la narrativa humana des de La Iliada a la pel·lícula Grupo salvaje, en un camí de progressiva trivialització i irrealització que arriba fins a l'actualitat.

Per Díaz Yanes el cine, gairebé en la seva totalitat, es basa en la violència. Thriller i western són fills de la violència i basen la seva grandesa en la indagació, l'explicació i la formalització d'aquesta. I no és d'estranyar, perquè el cine és un art popular que s'inspira en la vida mateixa, i a més (i això és el que l'allunya d'altres manifestacions artístiques) el cine és un art fonamentalment realista, tant que de vegades la mateixa vida l'imita. Va afirmar que probablement tots desitjàvem la fi de la violència en el món, malgrat que això signifiqués la fi de bona part del cinema més interessant. Però creu que la majoria de les crítiques contra la violència, especialment les nord-americanes, són habitualment hipòcrites i reaccionàries, sobretot perquè vénen de persones i institucions que han lloat una de les persones més violentes de la història del cine, Walt Disney, al qual considera un corruptor de menors. Però després de tot considera que sempre serà pitjor un xip antiviolència que una pel·lícula de Disney, perquè tots estem farts de la violència immoral i banal. Seguint Jean-Luc Godard, va afirmar que un traveling només és moral si és necessari. I el mateix succeeix amb la violència: només es legitima artísticament si és necessària per a la trama, intel·ligible per a l'espectador i justificable per als seus autors. D'altra banda, gran part de les escenes violentes en els films d'acció actuals són pures coreografies sense integració narrativa. Díaz Yanes va acabar la seva ponència tot afirmant que matar algú és quelcom molt seriós, encara que sigui al cinema, i va afegir que no es toca una pistola si no es vol disparar, i no es dispara si no es vol matar algú.

Tres preguntes sobre la violència

Quant a la segona sessió, sobre «Les formes de

recepció de la violència en la ficció», el seminari va comptar amb la participació de Renate Luca, professora de la Facultat de Ciències de l'Educació de la Universitat d'Hamburg, i investigadora especialitzada en la recepció per part dels joves de la violència representada als mitjans de comunicació; i Xavier Pérez, professor de narrativa audiovisual dels Estudis de Comunicació Audiovisual de la UPF i coautor del llibre La llavor immortal. Els arguments universals en el cinema. El moderador de la sessió fou el guionista de televisió i professor del taller de guionatge dels Estudis de Comunicació Audiovisual de la UPF, Piti Español.

Renate Luca va formular tres preguntes: d'on procedeix la violència mostrada; com es presenta aquesta violència, i qui la veu. L'autora va centrar la seva ponència sobre la recepció per sexes de la violència en les pel·lícules i va exposar els problemes que es troben en la investigació de la violència en els mitjans. Va afirmar que els models de la investigació busquen respostes a la pregunta sobre la relació entre la violència en els mitjans i la violència real, però considera que els defectes d'aquesta investigació són la monocausalitat i la fixació de l'agressivitat, perquè es descuida la perspectiva de la víctima. Pel que fa a la perspectiva personal en la recepció dels mitjans, la recepció de la violència és específica per sexes, en especial nenes i dones. Considera que la perspectiva de la víctima és l'empatia. Per últim, Renate Luca va afirmar que després de veure pel·lícules de terror els nois tenen fantasies de ple poder i les noies tenen fantasies d'impotència; als nois els falta l'empatia i a les noies els falta la distància.

Xavier Pérez va centrar la seva ponència en els efectes que provoquen en el públic les pel·lícules de ficció: a més de la comprensió de la història que s'explica, la retòrica del film crea estratègies perquè la seva contemplació produeixi plaer (a través de l'humor, el suspens, la complicitat intel·lectual, les imatges gratificants, etc.), i perquè creï algun tipus de solidaritat amb la moral, ideologia o visió del món que els creadors del film hi transmeten. Com que les obres artístiques són per naturalesa ambigües, no sempre és fàcil reduir aquesta ideologia a unes proposicions morals inflexibles; no sempre és fàcil dir si una pel·lícula que inclou escenes violentes en el seu interior fa o no fa apologia de la violència.

La violència com a mirall

Segons Xavier Pérez, majoritàriament el tipus de recepció que el cinema ha plantejat al públic al llarg dels seus primers anys d'existència és una recepció vinculable en part al concepte aristotèlic de catarsi: un cinema que aspira a crear en el públic una experiència de purificació de les seves pròpies angoixes, en veure-les objectivades davant seu mitjançant una representació. Aquesta representació pot arribar a produir plaer fins i tot en aquells aspectes més crus o escabrosos. No necessàriament l'espectador que gaudeix veient escenes violentes en pantalla desitja veure-les en la vida real. Pel ponent, qualsevol lectura d'una obra de ficció on l'espectador confongui aquesta representació amb una visió pura de la realitat ha de ser considerada una lectura aberrant, a menys que en el propòsit dels autors hi hagi una deliberada i provocativa conducció de la mirada cap a aquesta confusió. Les pel·lícules de violència exacerbada que constantment són invocades com a models cinematogràfics perillosos per als models de conducta dels seus espectadors, no són precisament pel·lícules que generin dificultat en la seva lectura: són productes estandarditzats, inscrits en tradicions de gènere criminal normalment de caràcter evasiu. Qualsevol conversió del que es veu a la pantalla amb un model de vida que el film vulgui imposar suposa una lectura aberrant de l'efecte evasiu que es pretén aconseguir. Un film no és suficientment poderós per imposar cap conducta si no hi ha un àmbit social i una deseducació política i estètica propicis a imposar-lo. L'efecte evasiu i de consum ràpid de moltes pel·lícules amb ús constant de la violència pot ser ideològicament conservador, però no és autosuficient per obligar l'espectador a imitar les accions violentes que es veuen en pantalla. A qualsevol forma de censura sobre una pel·lícula de ficció, per violenta que sigui, cal preferir una educació estètica i política que permetin valorar les pel·lícules de ficció per allò que són. Xavier Pérez va concloure la seva ponència tot afirmant que només una educació que sàpiga situar l'art audiovisual, fins i tot el més violent, en el seu marc de lectura real –que és el marc de la contemplació estètica– pot ajudar a responsabilitzar els ciutadans en la lluita per un món millor, i adreçar les seves ànsies censores cap a les fàbriques d'armes reals (que van

existir molt abans que les pel·lícules) i no cap a les obres de ficció que es limiten a esdevenir mirall de les contradiccions del món en què vivim.

Un document sobre l'ultradreta alemanya

La segona jornada, sobre «La representació de la violència en la imatge documental», es va iniciar amb la projecció del documental Torfsturm («Assalt de torba»), de la cineasta i periodista Dagmar Gellert, que va acompanyar durant gairebé un any en la seva vida quotidiana un grup de joves ultradretans de Bremen. Aquests tenen entre 17 i 18 anys, són de classe mitjana i transmeten una imatge de «bons nois» malgrat que no són inofensius, perquè de sobte pot esclatar una combinació explosiva de fam d'experiències noves i por de la vida, sovint en forma d'atacs violents contra estrangers i persones d'idees diferents. El documental no mostra els atacs en ells mateixos, però els joves els descriuen amb tota franquesa. Dagmar Gellert evita de forma conscient qualsevol comentari crític a la pel·lícula i mostra l'evolució i l'existència discrepants dels joves d'ultradreta. D'aquesta manera descriu les dues cares de la normalitat i l'extremisme en el cas dels joves que tenen por de no poder afirmar-se en el si de la «societat de l'èxit».

La segona sessió, sobre «Les formes de recepció de la violència en la imatge real», va comptar amb la participació de Helga Theunert, directora científica de l'Institut de Joventut, Cinema i Televisió de Munic que realitza estudis de psicologia, pedagogia i sociologia sobre la percepció dels mitjans per part dels infants i dels joves; i Montse Quesada, catedràtica de Periodisme Especialitzat dels Estudis de Periodisme de la UPF. La sessió va ser moderada per Mercè Ibarz, professora d'història del cinema a Catalunya dels Estudis de Comunicació Audiovisual de la UPF. Helga Theunert va centrar la seva ponència en la relació entre nens de vuit a tretze anys i la violència en televisió. Montserrat Quesada va centrar la seva intervenció en la informació violenta i les imatges sobre violència que habitualment omplen els programes informatius dels mitjans audiovisuals. Parteix de la idea que la nostra societat és violenta i que els mitjans de comunicació han d'informar d'aquests fets violents, de la mateixa manera que han d'informar d'altres fets que no tenen

la característica de violents. Però per la Dra. Quesada les qüestions fonamentals són: com s'informa dels fets violents des dels programes informatius de televisió i de quins fets violents cal informar a la població. I distingeix la violència pública de la violència privada. Tradicionalment el periodisme ha cobert la violència pública, que és la que afecta una gran quantitat de persones i on aquestes persones són anònimes. La violència privada, en canvi, sempre s'ha deixat pels programes no informatius, pels programes magazines on els implicats en els fets violents ja no són persones anònimes, sinó persones amb nom i cognoms que, voluntàriament, s'avenen a explicar a càmera la seva història dramàtica. Per la ponent les objeccions venen quan els programes informatius obliden la seva funció cabdal d'informar d'allò que és important per a la ciutadania, i cauen en el joc fàcil i de vegades també rendible d'aprofitar el format informatiu per oferir continguts i imatges de violència privada protagonitzada per persones que s'identifiquen davant de la càmera de televisió.

Afegeix que la violència per si mateixa té un alt contingut d'espectacle i d'acció i aquests són els dos elements fonamentals per atreure l'atenció de grans quantitats de públic. Si es fa una lectura crítica del que ens venen en els informatius de televisió es troben gran quantitat d'exemples que posen en qüestió tota la teoria del periodisme existent sobre aquest tema.

Així doncs, va deixar constància de cinc conclusions:

- 1** Que la violència real de la qual s'informa en els informatius de televisió és seleccionada exclusivament pel criteri d'espectacularitat de les imatges, desatenent els criteris periodístics clàssics de noticiabilitat com ara la rellevància i el significat de la informació o la preeminència de les persones implicades en els fets.
- 2** Que les televisions es mostren àvids d'imatges impactants que puguin atreure audiències cada cop més àmplies, per competir directament amb la programació no informativa.
- 3** El tractament de la imatge violenta en els informatius de televisió és encara molt deficitari. No només no es respecta allò elemental que es recull en el Codi Deontològic dels Periodistes, sinó que moltes vegades també es fereix de manera greu i gratuïta la sensibilitat dels telespectadors, tot proporcionant una informació que no ens és necessària per

considerar-nos i sentir-nos ciutadans correctament informats.

4 L'excés de violència real en els informatius de televisió es tradueix en una clara desinformació generalitzada de la població, i en una altra cosa encara més terrible: en un fort sentiment de por que tots patim sense arribar a identificar cap causa objectiva que el justifiqui. Aquesta por és també una de les causes més evidents d'insolidaritat entre les persones.

5 Per acabar va fer una crida d'atenció en el sentit de dir que si els informatius de televisió no treballen amb més rigor i amb més professionalitat els criteris de noticiabilitat per seleccionar la informació, els telespectadors acabarem escoltant-nos les notícies amb la mateixa actitud de relaxació, esbarjo i passivitat que adoptem quan anem a veure una pel·lícula. I si això passa els mitjans de comunicació hauran perdut la funció i el respecte que es mereixen en les societats democràtiques i pluralistes.

Mecanismes de regulació de la violència

La primera sessió de la tercera jornada, sobre «Violència i societat», es va dedicar a analitzar els mecanismes de regulació de la violència per a/en els mitjans de comunicació audiovisuals. Els participants van ser per part alemanya Fölker Hönge, especialista en temes relacionats amb la protecció jurídica i educativa dels joves en els mitjans de comunicació i delegat permanent del Departament de Joventut del land d'Hessen a l'FSK (Autocontrol Voluntari de l'Economia Cinematogràfica); i per part catalana Carles López, analista dels mitjans i responsable de documentació tècnica i control de l'audiovisual del Consell de l'Audiovisual de Catalunya; i Salvador Alsius, degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya, cap de l'àrea de Periodisme Audiovisual dels Estudis de Periodisme de la UPF, i especialista en deontologia professional en la informació televisiva. Va moderar la sessió Josep Gifreu, degà dels Estudis de Comunicació Audiovisual de la UPF.

Carles López va centrar la seva ponència en tres parts: una descripció del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), que neix per llei del Parlament de Catalunya amb la finalitat de vetllar per l'acompliment de les normes que regulen els continguts de la programació audiovisual (ràdio i televisió). Va explicar

que es tracta d'un òrgan col·legiat integrat per un president i dotze vocals nomenats entre persones de reconeguda competència tècnica i professional, i que actua per pròpia iniciativa o a instància de part (com particulars, associacions o empreses); recull les queixes, proposa sancions i assessora l'Administració i exerceix tasques d'arbitratge. La segona part de la seva ponència la va dedicar al tema de la violència a la televisió, que constitueix un dels temes estudiats pel CAC en la mesura en què és una de les principals preocupacions del telespectador. Pel ponent es presenta el problema de definició del concepte de violència gratuïta, jurídicament rellevant, que està prohibit per la legislació. I sosté que arribar a una definició d'aquest terme està en la base de qualsevol actuació que pretengui assolir un cert consens social; només posteriorment es podrà parlar de sistemes de control com ara el xip antiviolència o la senyalització dels programes.

Finalment, Carles López va explicar com s'ha concretat en aquest camp l'actuació del CAC: a part de la participació en seminaris i jornades, en la realització d'un estudi quantitatiu de prospecció (basat en l'ús de l'índex de Gerbner i de l'índex DIG) i l'encàrrec d'un altre tipus qualitatiu a un equip de recerca universitari.

L'exemple de la guerra de Bòsnia

Per la seva banda, Salvador Alsius va apuntar que a l'hora d'avaluar les normes autoreguladores sobre l'exhibició de la violència a la televisió, cal fer una distinció entre les imatges de ficció i les reals, deixant de banda aquí la problemàtica distinció epistemològica entre les idees de ficció i de realitat.

Bàsicament hem de considerar com a «reals» les imatges que reproduïxen esdeveniments que s'han produït. Aquestes imatges són ofertes majoritàriament en els espais de caràcter informatiu, que habitualment són presentats com a tals i reconeguts com a tals per part dels espectadors. Però els codis deontològics de la professió periodística fan molt poques referències al tema de la violència. Cal tenir en compte que els valors ètics pels quals s'ha de regir la tasca periodística entren sovint en conflicte els uns amb els altres. Segons el ponent, molt sovint ens trobarem amb el fet que un valor com és la llibertat d'informació (i el corresponent dret de la societat a rebre una informació

concreta i veraç) queda confrontat amb altres valors com la justícia o la responsabilitat. En el cas que ens ocupa, els periodistes han de posar sovint a la balança l'interès informatiu d'un tema determinat i els perjudicis que es puguin causar a un sector de l'audiència o al seu conjunt, com per exemple de tipus psicològic. El Dr. Alsius va plantejar un cas clàssic com el de les imatges de guerra i va posar la qüestió sobre si s'hauria hagut de deixar d'oferir imatges crues de la guerra a Bòsnia pel fet de tractar-se d'imatges «violentes». Assegura que existeixen uns límits, però en general la gran majoria dels periodistes respondrien negativament a la pregunta anterior en gairebé tots els casos. Més aviat es diria que la difusió d'imatges d'aquell conflicte potser va contribuir a la seva liquidació. Va afirmar també que, si bé en altres àmbits cal reconèixer que el capteniment ha d'imposar-se, això apareix poques vegades clar quan del que es tracta és de la possibilitat de deixar d'emetre –en un context informatiu– unes imatges de fets «reals» en base al mal psíquic que puguin causar o al perill de suscitar conductes imitatives. Naturalment en aquesta apreciació hi ha implícita la idea que els telespectadors, en general, discriminen molt bé quan es tracta d'imatges fictícies i quan d'imatges reals. Alsius va assenyalar com a hipòtesi la idea que la ficció crea una predisposició perceptiva que fa disminuir les «defenses» dels telespectadors més dèbils (com els nens), mentre que les imatges reals passen per un filtre diferent que pot més aviat suscitar respostes de rebuig o aversió a la violència. Però assegura que una consideració com aquesta és molt difícil de demostrar, com tot allò que fa referència als efectes de la televisió. En qualsevol cas és cert que, fins i tot en ambients o sectors professionals en els quals existeix un alt grau de sensibilització deontològica, aquest tema no sol ser considerat entre les qüestions més preocupants.

No a la demonització dels mitjans

La darrera sessió, sobre «La violència en els mitjans i la violència en la realitat», va tenir com a participants Fred Schell, pedagog especialista en mitjans de comunicació i director de l'Institut de Joventut, Cinema i Televisió de Munic, que ha desenvolupat una gran activitat tant de tipus teòric com de tipus pràctic en el

camp del treball actiu amb joves; i Andreu Claret, periodista, exdelegat de l'Agència EFE a Catalunya, actual membre del Comitè Organitzador del Fòrum 2004, i professor de Periodisme Polític a la UPF. Va moderar la sessió el Dr. Jaume Guillaumet, director del Departament de Periodisme i de Comunicació Audiovisual de la UPF.

Fred Schell va organitzar la seva ponència en dues parts: la primera se centra en les bases de l'anàlisi de la violència en els mitjans; i la segona entorn de les possibilitats i exemples que deriven d'una anàlisi pedagògica de la violència.

Per l'altre ponent, Andreu Claret, la comunitat científica està tan condicionada com qualsevol altra persona per apriorismes culturals i polítics a l'hora d'abordar la relació entre la violència en els mitjans i la violència en la realitat, de manera que cal adoptar una actitud prudent i escèptica malgrat l'interès del tema. Creu que és necessari interrogar-se sobre la influència dels mitjans en la configuració de comportaments socials, individuals o col·lectius i adoptar una actitud crítica a favor de la tolerància i en contra de la violència. No obstant això, considera que és possible que s'exageri o es descontextualitzi la influència dels mitjans de comunicació en la violència, particularment en col·lectius com el de la joventut. No nega que en ocasions els mitjans poden servir per animar comportaments criminals, però creu que on sorgeixen els dubtes és en els efectes del sistema mediàtic com a tal sobre

l'existència d'actituds violentes, tema molt delicat i complex. Però malgrat que els mitjans sovint tenen una actitud de simplificació i d'autoculpabilització extrema quan recullen en grans titulars la quantitat de morts que veuen els nens en pantalla i els índexs de criminalitat infantil, el que cal fer és buscar el lloc del nen en la societat en relació a múltiples fenòmens com la desestructuració de la família, l'atur o l'urbanisme segregador. Segons el ponent, aquesta actitud d'exageració i hipertròfia de la importància dels mitjans és rendible per als propis mitjans. Considera que el periodista, i més àmpliament els mitjans, no poden eludir la responsabilitat respecte de la violència i dels efectes socials de la informació, però l'anàlisi d'aquests fenòmens és necessàriament complexa. D'altra banda, creu que els polítics tenen una gran responsabilitat en la forma d'abordar la qüestió.

Segons Andreu Claret la demonització dels mitjans és un mal enfocament d'aquesta qüestió i entronca amb una antiga tradició tecnofòbica que inculpa les noves tecnologies. En aquest sentit cal plantejar-se el paper dels mitjans com a reflex de situacions polítiques, socials i culturals. I com a conclusió va afirmar que ha de ser denunciada i combatuda la faceta negativa de la dimensió global dels mitjans, que han d'interrogar-se sobre el seu propi paper i comprometre's a no alimentar actituds legitimadores de la violència. Prejudicis, estereotips, xenofòbia i violència gratuïta han de ser desterrades i formar part dels codis deontològics dels periodistes i de la mateixa societat. **M.S.**

Lluís de Carreras i Serra

President del Consell de l'Audiovisual de Catalunya

■ Representación de la violencia en los medios de comunicación. Legislación vigente en Catalunya

Las normas relativas a la violencia en televisión se estructuran alrededor de una doble vertiente: por una parte, aquellas cuya finalidad es preservar la dignidad de las personas o de los colectivos étnicos y sociales minoritarios y, por otro lado, las que se refieren concretamente a la protección de la juventud y la infancia. El autor de este artículo, pone de manifiesto que su aplicación se vuelve difícil debido a que nos movemos en un campo en el que los conceptos jurídicos son muy indeterminados y pueden ser interpretados con un amplio margen de subjetividad.

■ Current legislation in catalonia on representing violence in communication media

The norms that have to do with violence on television are structured along a double plane: on one hand, those that aim to preserve the dignity of the human person or of ethnic groups or social minorities and, on the other hand, those that refer specifically to the protection of youth and children. The author of this article highlights that their enforcement has become difficult due to the fact that we move in a field in which legal concepts are very blurry and can be interpreted with an ample margin of subjectivity.

■ La représentation de la violence dans les medias. Législation en vigueur en catalogne

Les lois relatives à la violence à la télévision sont structurées à partir d'un double aspect: d'une part, celles dont le but est de préserver la dignité de l'être humain ou des collectifs ethniques et sociaux minoritaires et d'autre part, celles qui concernent concrètement la protection de la jeunesse et l'enfance. L'auteur de cet article, fait remarquer que leur application devient difficile à cause du fait que nous évoluons dans un domaine dans lequel les concepts juridiques sont très indéterminés et qu'ils peuvent être interprétés avec une grande marge de subjectivité.

Representació de la violència als mitjans de comunicació. Legislació vigent a Catalunya

La Directiva de Televisió Sense Fronteres (89/552/CEE) estableix al capítol V (Protecció de menors), article 22 que:

«Els Estats membres adoptaran les mesures oportunes per garantir que les seves emissions de televisió no incloguin programes que puguin perjudicar seriosament el desenvolupament físic, mental o moral dels menors i, en particular, programes que incloguin escenes de pornografia o violència gratuïta. Aquesta disposició també abastarà els programes que puguin perjudicar el desenvolupament físic, mental o moral dels menors, llevat que es garanteixi, per l'elecció de l'hora d'emissió o mitjançant tota classe de mesures tècniques, que els esmentats menors en el camp de difusió no veuen ni escolten normalment les esmentades emissions». En el segon paràgraf d'aquest article, es preveu que «els estats membres també vetllaran perquè les emissions no continguin cap incitació a l'odi per motius de raça, sexe religió o nacionalitat».

Aquesta disposició és confusa ja que, d'una banda, sembla distingir els programes que afectin menors entre els que els poden perjudicar seriosament, entre els quals s'inclou els de «pornografia o violència gratuïta», i els altres que no es podran emetre en horari de protecció.

La Llei espanyola de transposició de la Directiva (Llei 25/1994, de 12 de juliol), actualment vigent, reproduïx fidelment els conceptes de la Directiva, però la matisa en algunes qüestions interessants:

a: A l'art. 17.2 fixa la franja horària de protecció de menors entre les sis i les vint-i-dues hores, i estableix que els programes que continguin escenes de pornografia o violència gratuïta només podran realitzar-se fora d'aquest horari i hauran d'advertir del seu contingut per mitjans acústics i òptics. A continuació afegeix: «El que així es disposa serà també d'aplicació als espais dedicats a la promoció de la mateixa programació».

b: Al primer epígraf d'aquest article, es disposa que les emissions de televisió (s'ha d'entendre en qualsevol franja horària) no inclouran «ni escenes o missatges de qualsevol tipus que puguin perjudicar seriosament el desenvolupament físic, mental o moral dels menors, ni programes que fomentin l'odi, el menyspreu o la discriminació per motius de naixement, raça, sexe, religió, nacionalitat, opinió o qualsevol altra circumstància personal o social».

Modificació de la Directiva

La Directiva de Televisió Sense Fronteres ha estat modificada per la 97/36/CE (del Parlament Europeu i del Consell, de 30 de juny de 1997). Al títol del capítol V, a més de «Protecció de menors» s'hi afegeix «...i ordre públic», desglossant-se l'antic art. 22 en tres articles diferenciats, amb la pretensió d'aclarir la confusió a què fèiem referència.

En efecte, ja en el preàmbul figura el següent «Considerant: que és necessari precisar les normes per a la protecció del desenvolupament físic, mental i moral dels menors; que l'establiment d'una distinció clara entre els programes que són objecte d'una prohibició absoluta i aquells que poden ser autoritzats amb la condició que s'usin mesures tècniques apropiades, han de permetre donar una resposta a l'objectiu d'interès general perseguit pels Estats membres i la Comunitat».

No obstant, no sembla que la precisió hagi aclarit gran cosa, ja que el nou art. 22 té la següent redacció:

1 Els Estats membres adoptaran les mesures oportunes per garantir que les emissions de televisió dels organismes de radiodifusió televisiva sota la seva jurisdicció no incloguin cap programa que pugui perjudicar seriosament el desenvolupament físic, mental o moral dels menors i, en particular, programes que incloguin escenes de pornografia o violència gratuïta.

2 Les mesures a què es refereix l'apartat 1 també abastaran altres programes que puguin perjudicar el desenvolupament físic, mental o moral dels menors llevat que es garanteixi, per l'elecció de l'hora d'emissió o mitjançant tota classe de mesures tècniques, que, normalment, els menors que es troben en la seva zona de difusió no veuran ni escoltaran les esmentades emissions.

3 A més, quan els esmentats programes s'emetin

sense codificar, els Estats membres vetllaran perquè els precedeixi un senyal d'avertiment acústic o estiguin identificats mitjançant la presència d'un símbol visual durant tota la seva durada.

En un article diferenciat, el 22 bis, es reproduïx la prohibició de no discriminació per entendre que aquesta és una qüestió d'ordre públic general i no específica de la protecció de menors: «Els Estats vetllaran perquè les emissions no continguin cap incitació a l'odi per motius de raça, sexe, religió o nacionalitat». Prohibició, per tant, absoluta.

Finalment, a l'art. 22 3er es preveu l'estudi de mesures per facilitar el control patern sobre la programació que pot afectar els menors, entre elles la possibilitat d'implantar l'anomenat xip antiviolència, amb la següent redacció textual:

1 La Comissió prestarà especial atenció a l'aplicació de les disposicions del present capítol a l'informe previst a l'article 26.

2 La Comissió, en el termini d'un any a partir de la data de publicació de la present Directiva, en contacte amb les autoritats competents de l'Estat membre, portarà a terme una investigació dels possibles avantatges o inconvenients d'altres mesures destinades a facilitar el control exercit pels pares o tutors sobre els programes que poden veure els menors. Aquest estudi abastarà, entre altres coses:

- la necessitat que els aparells de televisió nous estiguin equipats amb un dispositiu tècnic que permeti als pares o tutors filtrar determinats programes.
- l'establiment de sistemes adequats de classificació,
- el foment de polítiques de televisió familiar i d'altres mesures educatives i de sensibilització,
- la presa en consideració de l'experiència adquirida en aquest àmbit dins i fora d'Europa, així com les opinions de les parts interessades com els productors, educadors, especialistes en mitjans de comunicació i associacions pertinents.

Actualment, s'està tramitant a les Corts espanyoles la transposició de la Directiva 97/36/CE. Haurem d'esperar, doncs, l'aprovació de la llei corresponent per veure les novetats o matisacions que pot presentar.

Límits de la publicitat

Pel que fa a la publicitat, l'art. 12 de la Directiva de 1989 preceptua que aquesta no podrà:

«a) atemptar contra el respecte a la dignitat humana. b) incloure elements de discriminació per raça, sexe o nacionalitat. c) atemptar contra les conviccions religioses o polítiques. d) fomentar comportaments perjudicials per a la salut o per a la seguretat. e) fomentar comportaments perjudicials per a la protecció del medi ambient».

La modificació de la Directiva de 1997 no presenta grans novetats en aquest punt, a no ser l'extensió de l'aplicació de l'art. 12 a la televidua.

Majors concrecions ofereix la Llei espanyola 25/94 de transposició de la Directiva: a l'art. 9 considera il·lícita, a més de fer referència a les previsions de la Llei 34/1988 General de Publicitat,

«La publicitat per televisió que fomenti comportaments perjudicials per a la salut o la seguretat de les persones o per a la protecció del medi ambient; atempti al respecte degut a la dignitat humana o a les conviccions religioses o polítiques; o discrimini per motius de naixement, raça, sexe, religió, nacionalitat, opinió o qualsevol altra circumstància personal o social. Igualment, serà il·lícita la publicitat que inciti a la violència o a comportaments antisocials, que apel·li a la por o a la superstició o que pugui fomentar abusos, imprudències, negligències o conductes agressives. Tindrà la mateixa consideració la publicitat que inciti a la crueltat o al maltractament envers persones o animals, o a la destrucció de béns culturals o naturals».

Rebuig dels programes violents

En la línia de les Directives europees, el Conveni Europeu Sobre Televisió Transfronterera (Consell d'Europa) de 5 de maig de 1989, ratificat per Espanya per Instrument de 19 de gener de 1998 (B.O.E. 22 d'abril de 1998), es refereix a les programacions violentes en el següent art. 7è. :

Responsabilitat del radiodifusor

1 Tots els elements dels serveis de programes per la seva presentació i contingut, hauran de respectar la dignitat de la persona humana i els drets fonamentals aliens.

En particular no hauran de:

- a:** Ser contraris als bons costums i en especial contenir pornografia.
- b:** Posar en relleu la violència ni incitar a l'odi racial.

2 Els elements dels serveis de programes que puguin perjudicar el ple desenvolupament físic, psíquic i moral dels nens o adolescents no s'hauran de transmetre quan, a causa de l'horari de transmissió i de recepció, aquests els puguin veure.

3 El radiodifusor tindrà cura que les notícies televisades presentin fidelment els fets i els esdeveniments i que afavoreixin la lliure formació d'opinions.

Derivat d'aquest Tractat, un altre text que pot servir-nos d'orientació, és la Recomanació del Comitè de Ministres del Consell d'Europa R (97) 19, de 30 d'octubre de 1997, que formulà als Estats membres sobre la representació de la violència en els mitjans de comunicació electrònics, en la qual s'estableixen directrius a partir de l'art. 10 de Conveni, i que dóna paràmetres a observar per determinar el caràcter justificat o injustificat de la representació de la violència segons el tipus de programa de què es tracti, o dels actes representats, o de l'accés lliure o codificat, entre d'altres.

No podem oblidar altres textos de dret internacional referits específicament a la protecció de menors, en els quals hi ha referències concretes a la difusió de la violència als mitjans de comunicació, com és el cas de la Convenció de Nacions Unides sobre els Drets dels Infants, aprovada per l'Assemblea General el 20 de novembre de 1989 i ratificada per Espanya a finals de 1990, així com la Carta Europea de Drets del Nen aprovada pel Parlament Europeu per resolució A3-0172/92.

Dignitat humana i protecció de la infància

De la lectura d'aquests textos es desprèn que les normes relatives a la violència en televisió s'estructuren en una doble vessant: d'una banda, les que tenen per finalitat preservar la dignitat de la persona humana o dels col·lectius ètnics i socials minoritaris i, de l'altra, les que es refereixen concretament a la protecció de la joventut i de la infància.

Aquest desdoblament troba el seu emparament constitucional en els articles 10.1, 14 i 20.4 de la Constitució Espanyola. Segons l'art. 10.1 CE, «la dignitat de la persona, els drets individuals que li són inherents, el lliure desenvolupament de la personalitat, el respecte a la llei i als drets dels altres

són fonament de l'ordre polític i de la pau social». L'art. 14 CE proclama la igualtat dels espanyols davant la llei, «sense que pugui prevaler cap discriminació per raó de naixement, raça, sexe, religió, opinió o qualsevol altra condició o circumstància personal o social».

I l'art. 20.4 CE, després de reconèixer els drets a la llibertat d'expressió i d'informació, disposa: «Aquestes llibertats tenen el seu límit en el respecte als drets reconeguts en aquest títol (els drets fonamentals), en els preceptes de les lleis que els desenvolupen i, especialment, en el dret a l'honor, a la intimitat, a la pròpia imatge a la protecció de la joventut i de la infància».

Les previsions constitucionals són d'aplicació a tots els mitjans de comunicació, tant públics com privats. Tots els mitjans han d'assumir que els drets humans han de preservar-se en les seves emissions, donat que influeixen en major o menor grau la societat –molt especialment els menors–. No és lícit l'argument del «tot per l'audiència», amb el qual es pretén defensar –emparant-se en una falsa concepció de la llibertat d'expressió– que no es poden posar límits a una programació que tingui audiència, perquè això denota que hi ha una demanda dels espectadors: en un Estat de Dret, els límits els posen les lleis, en el nostre cas la pròpia Constitució i les normes jurídiques que d'ella deriven.

La preservació de la dignitat de la persona, del respecte als valors d'igualtat i la protecció de la joventut i de la infància es troben també com a principis inspiradors de la programació en les lleis estatals d'ordenació de la televisió. Així en l'Estatut de la Ràdio i la Televisió (Llei 4/1980, art. 4), la Llei del Tercer Canal (Llei 46/83, art. 5), la Llei de Televisió Privada (Llei 10/1988, art. 3), la Llei de Televisió Local per Ones (Llei 41/1995, art. 6). En la Llei de Telecomunicacions per cable (Llei 42/1995) s'estableix a l'art. 12.2: «Els programes de televisió, en particular, i els serveis de telecomunicacions per cable, en general, que puguin atemptar contra les normes de protecció de la joventut i de la infància i altres béns o drets protegits, s'hauran d'oferir als abonats de forma independent, en la forma que s'estableixi reglamentàriament». La Llei Orgànica 1/1996 de Protecció Jurídica del Menor, supletòria en aquest punt

a Catalunya, estableix a l'art. 5 normes referents al «dret a la informació», entre les quals destaquem el següent paràgraf: «En particular, (les administracions públiques) vetllaran perquè els mitjans de comunicació en els seus missatges adreçats als menors promoguin els valors d'igualtat, solidaritat i respecte als altres, evitin imatges de violència, explotació en les relacions interpersonals o que reflecteixin un tracte degradant o sexista».

Matisacions de la legislació catalana

També en les disposicions catalanes d'ordenació dels mitjans de comunicació es recullen com a principis inspiradors de la programació, la preservació dels valors de dignitat i igualtat i la protecció de la joventut i de la infància. Així, en la Llei de creació de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (Llei 10/83, art. 14), el Decret de Regulació del Règim Jurídic de les Televisions Locals per Ones terrestres (Decret 320/1996, art. 3), i la Llei de Regulació de la Programació Audiovisual distribuïda per Cable (Llei 8/1996, art. 3). La disposició addicional d'aquesta última llei estableix que aquests principis inspiradors seran també d'aplicació «a totes les concessions de la gestió indirecta del servei de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència».

A més, les disposicions catalanes presenten algunes matisacions destacables en relació a la normativa estatal. Així, l'art. 6 de la Llei 8/1996 fixa límits als continguts de la programació audiovisual que, en virtut de la seva disposició addicional, són aplicables, a més de les emissions distribuïdes per cable, «als canals de televisió gestionats directament per la Generalitat i als canals el títol habilitant dels quals correspon d'atorgar a la Generalitat, sigui quin sigui el mitjà tècnic de difusió». També remet a aquest article el darrer paràgraf de l'art. 13 del Decret 320/1996, regulador del règim jurídic de la televisió local per ones. L'art. 6, reproduït literalment, diu:

Límits als continguts de la programació audiovisual
La programació audiovisual distribuïda per cable s'ha d'atenir als límits que segueixen:

a: La programació de televisió distribuïda per cable ha de respectar la Llei de l'Estat 25/1994, del 12 de juliol, per la qual s'incorpora a l'ordenament jurídic espanyol la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinació de

disposicions legals, reglamentàries i administratives dels estats membres relatives a l'exercici d'activitats de radiodifusió televisiva, i el que disposa la secció segona del capítol V de la Llei de Catalunya 8/1995, del 27 de juliol, d'atenció i protecció dels infants i els adolescents i de modificació de la Llei 37/1991, del 30 de desembre, sobre mesures de protecció dels menors desemparats i de l'adopció.

b: Els programes de televisió que poden atemptar contra les normes de protecció dels joves i dels infants o d'altres drets protegits s'han d'oferir als abonats de forma independent i clarament identificada. S'han de fixar per reglament els mecanismes per al compliment d'aquestes condicions.

c: L'operador ha d'oferir a l'abonat la possibilitat d'utilitzar tecnologies existents en el mercat per tal de limitar l'accés des del seu receptor als espais a què fa referència l'apartat b), i li ha de subministrar, sense cost suplementari, aquest suport tecnològic.

Acotacions a la televisió per cable

El desenvolupament reglamentari d'aquesta norma el constitueix l'art. 4 del Decret 265/1997, de desplegament d'alguns aspectes de la Llei, que segons la seva disposició addicional també és aplicable «als canals de televisió gestionats directament per la Generalitat, així com aquells altres el títol habilitant dels quals hagi estat atorgat per la Generalitat, amb independència del mitjà tècnic de difusió televisiva».

Article 4. Protecció dels menors davant la programació difosa per cable

Els programes de televisió, els serveis de difusió de televisió per cable, els de vídeo segons demanda i els de vídeo a la carta que puguin atemptar contra el desenvolupament físic, mental o moral dels menors, o perjudicar-los seriosament, i, en tot cas, les emissions que incloguin escenes de pornografia o violència gratuïta, s'hauran d'adaptar a les limitacions següents:

a: Horari: únicament podran oferir-se entre les vint-i-dues hores i les sis hores.

b: Advertiment: amb caràcter previ a la seva difusió, caldrà informar sobre el seu contingut per mitjans acústics i òptics.

c: Distintiu visual: durant els cinc primers minuts d'emissió caldrà incorporar a la pantalla de forma

permanent i visible el corresponent símbol en color vermell que s'especifica a l'annex d'aquest Decret.

d: Presentació, comercialització i accés selectiu: quan es difonen per cable, s'hauran d'oferir de manera separada i no podran formar part del paquet bàsic de contractació. Així mateix, l'operador ha d'oferir a l'abonat la possibilitat d'utilitzar tecnologies existents en el mercat per tal de restringir l'accés des del seu receptor a aquesta mena d'espais, sense cost complementari per aquest motiu.

Mitjans de comunicació i drets dels menors

Especial rellevància té a Catalunya la Llei 8/1995, de 27 de juliol, d'atenció i protecció dels infants i adolescents, que modifica parcialment la Llei 37/1991 sobre mesures de protecció de menors. Aquesta Llei dedica íntegrament els articles 33 a 38 a la protecció dels menors enfront de la publicitat i dels mitjans de comunicació, i es preveuen sancions en cas d'incompliment. Pel seu interès, es transcriuen íntegrament aquests articles.

Article 33. Imatges, missatges i objectes

L'exhibició o l'emissió pública d'imatges, de missatges o d'objectes no poden ésser perjudicials per als infants i els adolescents ni incitar a actituds o conductes que vulnerin els drets i els principis reconeguts per la Constitució i per la resta de l'ordenament jurídic vigent.

Article 34. Publicacions

Les publicacions que inciten a la violència, a les activitats delictives o a qualsevol mena de discriminació o que tenen un contingut pornogràfic o qualsevol altre que és perjudicial per al desenvolupament de la personalitat dels infants i els adolescents no poden ésser ofertes ni exposades de manera que restin lliurement a llur abast.

Article 35. Material audiovisual

No és permès de vendre ni de llogar a infants i adolescents vídeos, videojocs o qualsevol altre material audiovisual que contingui missatges contraris als drets i les llibertats fonamentals reconeguts per l'ordenament jurídic vigent, que incitin a la violència i a activitats delictives, a qualsevol mena de discriminació o que tinguin contingut pornogràfic. No és permès tampoc de projectar-los en locals o espectacles en què sigui admesa l'assistència d'infants

o d'adolescents ni de difondre'ls per qualsevol mitjà entre infants o adolescents.

Article 36. Premsa, ràdio i televisió

1 Les programacions de la ràdio i de la televisió, en les franges horàries més susceptibles d'audiència d'infants i adolescents, han d'afavorir els objectius educatius que permeten aquests mitjans de comunicació i han de potenciar els valors humans i els principis de l'Estat democràtic i social.

2 De conformitat amb el que disposa la Llei de l'estat 25/1994, de 12 de juliol, de transposició de la Directriu 89/552/CEE, sobre la coordinació de disposicions legals, reglamentàries i administratives dels estats membres relatives a l'exercici d'activitats de radiodifusió televisiva, les emissions dels canals propis de televisió de la Generalitat i dels serveis de televisió el títol habilitant dels quals correspon d'atorgar a la Generalitat han de complir els requisits següents:

a: Les emissions de televisió no han d'incloure programes ni escenes o missatges de qualsevol tipus que puguin perjudicar seriosament el desenvolupament físic, mental o moral dels infants i els adolescents, ni programes que fomentin l'odi, el menyspreu o la discriminació per motius de naixement, ètnia, sexe, religió, nacionalitat, opinió o qualsevol altra circumstància personal o social.

b: Els espais dedicats a la promoció de la programació pròpia i els programes susceptibles de perjudicar el desenvolupament físic, mental o moral dels infants i els adolescents i els que continguin escenes de pornografia o de violència gratuïta solament poden ser emesos entre les deu de la nit i les sis del matí i han d'ésser objecte d'advertiment auditiu i visual sobre llur contingut.

3 Les emissores de radiodifusió la concessió de les quals correspon a la Generalitat, durant una franja horària de protecció especial dels infants i els adolescents, que s'ha de determinar per reglament, no han d'emetre programes ni missatges que incitin directament o indirecta al consum de substàncies que poden generar dependència, que són de caràcter violent o pornogràfic ni de qualsevol altra índole perjudicial per al desenvolupament físic o mental o el comportament ètic dels infants i els adolescents.

4 Les administracions públiques han de vetllar perquè els infants i els adolescents no tinguin accés, per mitjà

de les telecomunicacions, a serveis que poden danyar llur desenvolupament.

5 La Generalitat ha de procurar que tots els mitjans de comunicació social dediquin als infants i als adolescents una atenció educativa especial.

6 Els mitjans de comunicació social que emeten o tenen difusió en el territori de Catalunya han de tractar amb cura especial tota informació que afecti infants o adolescents, evitant de difondre'n el nom, la imatge o les dades que permetin la identificació, quan apareixen com a víctimes, testimonis o inculpats en causes criminals, llevat del cas que ho siguin com a víctima d'un homicidi o un assassinat; o quan es divulgui qualsevol fet relatiu a llur vida privada que n'afecti la reputació i el bon nom.

7 Els mitjans de comunicació social que emeten o tenen difusió en el territori de Catalunya no poden divulgar les dades relatives a la filiació dels infants i els adolescents acollits o adoptats.

Publicitat per a infants i publicitat feta per infants

Article 37. Publicitat adreçada als infants i als adolescents

1 Amb la finalitat de protegir adequadament els drets dels infants i dels adolescents pel que fa a la publicitat divulgada en el territori de Catalunya que els és adreçada, se n'han de regular per reglament els límits, atenent especialment els principis següents:

a: D'acord amb el nivell de coneixement de l'audiència infantil i adolescent, i conscients del seu estat formatiu, els anuncis no han d'incitar a la violència o a la comissió d'actes delictuosos, ni a qualsevol mena de discriminació.

b: Les prestacions i l'ús d'un producte s'han de mostrar de manera que sigui comprensible, coincident amb la realitat i amb un llenguatge senzill i adaptat al nivell de desenvolupament dels col·lectius infantils i adolescents als quals s'adreça.

c: Si el preu de l'objecte anunciat supera la quantia de pessetes determinada per reglament, ha de constar de forma clara i manifesta en l'anunci de l'objecte.

d: Hom ha d'evitar els missatges que continguin discriminacions o diferències per raó del consum del producte anunciat.

2 Els principis a què es refereix l'apartat 1 han d'ésser exigibles a la publicitat emesa pels mitjans de

comunicació social que emeten i tenen difusió en el territori de Catalunya.

3 De conformitat amb el que disposa la Llei de l'Estat 25/1994, la publicitat emesa pels canals de televisió propis de Catalunya o pels serveis de televisió el títol habilitant dels quals ha d'ésser atorgat per la Generalitat no ha de contenir imatges o missatges que puguin perjudicar moralment o físicament els infants i els adolescents i, així mateix, ha de respectar els principis següents:

a: No ha d'incitar directament els infants i els adolescents a la compra d'un producte o d'un servei explotant llur inexperiència o llur credulitat ni a persuadir llurs pares o tutors o els pares o els tutors de tercers perquè comprin el producte o els serveis de què es tracti.

b: No ha d'explotar en cap cas la confiança especial dels infants i els adolescents en llurs pares, professors o altres persones.

c: No pot, sense un motiu justificat, presentar infants i adolescents en situacions perilloses.

4 Es prohibeix totes les formes de publicitat de locals de joc i de serveis o d'espectacles violents o que incitin a la violència i de caràcter eròtic o pornogràfic en publicacions principalment adreçades als menors d'edat que es distribueixin a Catalunya, i també la publicitat emesa per televisió o per ràdio durant les franges horàries de protecció especial dels infants i els adolescents, amb els límits establerts a l'apartat 2.

5 Els menors d'edat són protegits respecte a la publicitat de begudes alcohòliques i de productes de tabac en els termes del que disposa la Llei 20/1985, de 25 de juliol, de prevenció i assistència en matèria de substàncies que poden generar dependència, modificada per la Llei 10/1991, del 10 de maig.

Article 38. Publicitat protagonitzada per infants i adolescents

1 La participació d'infants i adolescents en anuncis publicitaris que promouen la venda de begudes alcohòliques o de productes de tabac resta prohibida en els termes establerts per la Llei 20/1985, modificada per la Llei 10/1991.

2 La publicitat de begudes alcohòliques emesa pels canals de televisió propis de Catalunya o pels serveis de televisió el títol habilitant dels quals ha d'ésser atorgat per la Generalitat no pot adreçar-se

específicament als menors d'edat ni en particular presentar infants i adolescents consumint aquestes begudes, sens perjudici del que estableix l'apartat 1 i de conformitat amb el que disposa la Llei de l'Estat 25/1994, de transposició de la Directriu sobre l'exercici d'activitats de radiodifusió televisiva.

3 Els menors d'edat no poden ser utilitzats en anuncis publicitaris divulgats en el territori de Catalunya que promouen activitats prohibides als menors.

4 L'aplicació del que disposa l'apartat 3 resta limitada als criteris establerts per l'article 37.2.

Dificultats i propostes concretes

Finalment, procedeix comentar que malgrat tot aquest cúmul de disposicions, la seva aplicació esdevé difícil donat que ens movem en un camp en què els conceptes jurídics són molt indeterminats. Per exemple, la Directiva de Televisió sense fronteres prohibeix l'emissió de violència gratuïta. Això ens porta al punt que la violència que no es consideri gratuïta pot mostrar-se per televisió. No hem de confondre el terme violència amb perversitat o necessitat de prohibició. No podem ocultar que la violència existeix en la societat i que, des del punt de vista informatiu, no pot ocultar-se en una societat democràtica. Per això hem de preguntar-nos què significa exactament violència gratuïta: Quan una escena violenta mereix el qualificatiu de gratuïta? Vol dir violència excessiva, banal, innecessària en funció del desenvolupament de l'obra? Vol dir violència mostrada amb exagerada complaença, recreada amb morbositat? On es troba el límit, quan serà condemnable i quan no? O vist des de l'altra cara de la moneda: quan o com ha de mostrar-se la violència per tal que no eduquem malament els nostres infants o joves protegint-los en una urna de cristall? Quan realment els afecta negativament?

En la interpretació d'aquests termes hi ha un ampli marge de subjectivitat, de forma que és molt possible que allò que una persona consideri que constitueix violència gratuïta, una altra pugui trobar-ho perfectament tolerable. I és evident que aquests són conceptes canviants, que evolucionen segons l'època o el tipus de societat en què es produeixen.

Una de les funcions que tenen encomanada els consells audiovisuals europeus és la de vetllar pel compliment de les normes comunitàries a què ens

hem referit, entre les quals són de singular importància els continguts violents en horari de protecció de menors. En el cas del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, aquestes funcions estan previstes en els paràgrafs a) i b) de l'article 12.2 de la Llei 8/1996. Aquesta és una funció que ha de portar-se a terme preferentment mitjançant el diàleg amb els mitjans de comunicació, per tal de reflexionar conjuntament, sense excloure professionals de l'educació, la psicologia o la pediatria, sobre les emissions que

han de quedar dins o fora de l'horari de protecció. I per tal d'arribar a pactes d'autoregulació o a la implantació de mesures tècniques o la utilització de símbols visuals, que ajudin els pares a desenvolupar la seva responsabilitat respecte als seus fills en poder disposar d'una suficient informació sobre les emissions audiovisuals, de la qual ara no disposen. En aquest sentit, el CAC s'ha pronunciat ja a favor d'establir un sistema de senyalització òptica i acústica que segueixi el model francès. **LI.C.**

Notícies

El CAC admès a la Plataforma Europea d'Institucions Reguladores.

En la reunió celebrada per l'EPRA (European Platform of Regulatory Authorities) el passat mes de maig a Fredrikstad, Dinamarca, va ser aprovada l'admissió, en aquest organisme, del Consell Audiovisual de Catalunya. Aquesta admissió va obligar a una modificació del reglament de l'EPRA que, fins aquell moment, només contemplava la presència d'una sola institució reguladora per país, requisit que dificultava la presència de la representació catalana. La petició catalana va ser atesa en aplicació de la Carta Europea de Llengües Regionals i Minoritàries ac-

tualment en vigor. L'EPRA va ser creada l'abril del 1995, a Malta, amb l'objectiu de posar a l'abast dels representants dels organismes de regulació un fòrum de discussió i intercanvi sobre la regulació audiovisual vigent als diferents països europeus. A la reunió de Fredrikstad hi van participar prop de cinquanta experts en representació de vint-i-un països.

Presentació de l'informe del CAC al Parlament de Catalunya.

En la sessió que la Comissió de control de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió va celebrar el dia 15 de maig al Parlament de Catalunya, el president del CAC, Lluís de Carreras, va presentar la memòria d'activitats corresponent a l'any 1997. Després d'assenyalar la singularitat del CAC –perquè no existeix cap organisme semblant en tot l'Estat espanyol–, la Memòria explica els objectius fixats: donar-se a conèixer al ciutadà, a fi que el CAC pugui recollir les seves queixes i suggeriments en tot allò que fa referència als continguts audiovisuals; revestir les ac-

tuacions del CAC, en el terreny de la mediació, d'una gran força moral donat que la institució, ara com ara, no té poder sancionador; pressionar per tal que les cadenes estatals de ràdio i televisió, sobre les quals el CAC no té jurisdicció, tinguin, també el seu àmbit de regulació; i donar un nou impuls al Centre d'Investigació de la Comunicació (CEDIC) aprofitant la seva adscripció al CAC. Així mateix, la Memòria inclou els estudis i informes realitzats pel CAC –dinou d'interns i sis d'externs– i els vuit dictàmens emesos sobre diversos aspectes conflictius en el camp de la programació audiovisual.

Decisions del CAC

1/98

R 6/97

**Relativa a l'animació
figurada sense indicacions
en l'espai «Barbie Teve»**

Antecedents

1 Mitjançant escrit registrat en aquest Consell l'11 de desembre de 1997, la senyora M. G. va formular un reclamació que es fonamenta en els fets següents:

Dins el programa «Mucha Marcha», emès per TVE2, el dia 26 de novembre de 1997, a les 14 hores, s'inclou un espai anomenat «BARBIE TEVE», en el qual es fa servir animació figurada sense fer-hi cap indicació en pantalla.

2 Admesa a tràmit la reclamació, els Serveis del Consell varen visionar el vídeo de l'espai esmentat i varen constatar que en un moment determinat apareix una nina anomenada Shelly, que camina sola damunt d'una taula i que rep un vestit que li dona una altra nina, que en l'argument de l'espai es presenta com la seva germana, anomenada Barbie. Es veu el moviment de la mà d'aquesta nina i de l'altra que li agafa el vestit i se l'emprova. Les nines es mouen per si mateixes, sense que aparegui cap mà que les ajudi a fer-ho i sense indicar que es tracta d'animació figurada.

3 En data 10 de febrer i de 5 de març de 1998, el Comité de Coordinació va analitzar l'informe elaborat pels serveis del Consell de l'Audiovisual de Catalunya i va acordar sotmetre la corresponent proposta de decisió a la Comisió de Relacions Sectorials, que va emetre el seu informe favorable en data 23 de març de 1998.

4 En data 6 d'abril de 1998, el President del Consell va presentar la corresponent proposta de decisió al Ple del Consell.

Fonaments

1 L'espai «BARBIE TEVE» és un programa de curta durada, aproximadament 10 minuts, realitzat per l'empresa «Bassat Ogilvi & Matter», per compte de l'empresa promotora «Mattel España, SA». L'espai de referència s'inserta dins el programa «Mucha Marcha», que s'adreça específicament als menors i que és emès per TVE2.

Tot i que l'espai «BARBIE TEVE» adopta la forma externa d'una pel·lícula d'animació, en la qual es presenta a les nines en situacions diverses, és clar que la seva finalitat s'ha de considerar una emissió publicitària en el sentit de l'article 3.b) de la Llei 25/1994, de 12 de juliol.

2 En tractar-se d'un espai publicitari de joguines, l'exigència del requisit de veracitat en la presentació dels béns esdevé més rigurosa, per tal d'evitar el recurs abusiu de determinades tècniques que poden induir a confusió als destinataris del missatge. Per això, diversos codis deontològics de publicitat inclouen disposicions específiques relatives a la publicitat de joguines. Així, l'apartat 5è dels principis generals edl codi deontològic de la publicitat infantil, signada per l'Associació Espanyola de Fabricants de Joguines i les Associacions de Consumidors i usuaris, estableix que,

«Los comerciantes deben extremar sus cuidados para no inducir a error a los niños/as. Un anuncio no debe, directa o indirectamente, estimular unas expectativas poco razonables sobre la calidad del producto o sobre sus prestaciones. Hay que comprender que los niños/as tienen imaginación y que el juego de la simulación constituye una parte importante de su crecimiento; los anunciantes no deben explotar la capacidad imaginativa de los niños/as.»

En el mateix sentit, l'article 26, apartat E, del Codi de Conducta Publicitària, aprovat per l'Associació d'autocontrol de la publicitat, disposa que «Es tindrà especial cura a assegurar

que els anuncis adreçats als nens no han d'induir a error pel que fa al seu tamay real, valor, naturalesa, durabilitat i rendiment del producte anunciat.»

Les Normes Reguladores de l'emissió de publicitat per TVE SA, aprovades pel Consell d'Administració de l'Ens Públic (BOE n. 95 de 20.04.1990), en el seu apartat 13.b. estableixen que:

«En las demostraciones del uso de los juguetes quedará muy claro si se accionan de manera manual o mecánica, evitando a los niños cualquier confusión derivada de los efectos de animación de los anuncios».

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya va emetre el dictamen 2/97, de 2 de juny, en el qual es formulaven diverses recomanacions relatives a la publicitat de joguines.

La recomanació adreçada als fabricants i publicistes diu, textualment:

«La publicitat de joguines ha de ser clara i no dur a confusió als infants.

La publicitat de joguines ha de tenir una cura especial a evitar que l'infant no es decebi en fer-se una idea errònia del seu aspecte, qualitat, mida o capacitat. Així es recomana no conferir moviment a cap joguina o part d'aquesta, si no forma part dels seus atributs reals. En el cas de nines i ninots, caldria presentar, per exemple, la mà que els mou. En el cas de les construccions, l'acció d'encadellar».

3 En l'espai publicitari «BARBIE TEVE» hi ha seqüències en què apareix una mà com element que activa el moviment de les nines, però en altres seqüències s'utilitza la tècnica d'animació figurada per a representar unes accions que les nines no poden realitzar d'una manera autònoma per sí mateixes. Sembla evident que en totes aqestes situacions caldria representar la mà que les activa o indicar en pantalla que el moviment de les nines és animació figurada, per evitar la confusió dels menors respecte les qualitats de les joguines.

Per tot l'anterior, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya,

Ha decidit

Primer L'espai publicitari «BARBIE TEVE» ha incomplert la recomanació emesa pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya en el seu Dictamen 2/97, de 2 de juny, en conferir moviment a la joguina, tot i que aquest moviment no forma part dels seus atributs reals i en prescindir en seqüències concretes, de la representació de la mà que les mou o indicar en pantalla que es tracta d'animació figurada.

Segon En conseqüència, es considera plenament fonamentada la reclamació formulada per la senyora M.G., si bé no es considera oportú denunciar el fet al Ministeri de Foment, tota vegada que no hi ha antecedents de reiteració d'aquesta conducta, avaluant-se suficient comunicar-ho al mitjà de comunicació afectat per a la seva correcció.

Tercer Aquesta decisió es comunicarà a la senyora M.G. En absència de consell audiovisual amb competència a l'Estat espanyol, es dóna trasllat d'aquesta de cisió al Director general de l'Ens Públic de RTVE, al President del Consell d'Administració de l'Ens Públic de RTVE, i al Director del programa «Mucha Marcha».

2/98

R 1/98

Relativa a la falta de respecte al món de la infància en determinats tipus de diàlegs

Antecedents

1 En data 2 de febrer de 1998, el senyor J.B.C. i la senyora M.S., s'adrecen al Consell de l'Audiovisual de Catalunya manifestant la seva queixa pel programa de TV3 «Ja hi som», emès el dia 1 de febrer i dirigit pel senyor Alfons Arús, atès que en el marc d'un concurs dins el programa de referència, programa que era gravat amb anterioritat a la seva emissió, es va establir el següent diàleg entre el presentador i una nena de curta edat que hi participava:

- «Qui és el teu xicot?

- no recordo el nom, però ara ja no ho és, perquè és un guarro, sempre vol que li xupin la pixirra...»

Els autors de la queixa consideren que l'actitud del presentador en estimular aquest tipus de diàlegs evidencia una falta de respecte al món de la infància i una vulneració dels drets dels nens que no es pot emparar en la llibertat d'expressió.

2 En la seva reunió plenària del 23 de març, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, de conformitat amb allò establert a l'article 12.2. b) de la Llei 8/1996 de 5 de juliol, acordà donar tràmit a l'esmentada reclamació.

3 En data 3 d'abril de 1998, el president del Consell es dirigeix al Director General de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, senyor Jordi Vilajoana i Rovira; al Director de Televisió de Catalunya, senyor Lluís Oliva i Vázquez de Novoa; al Director del programa «Ja hi som!», senyor Alfons Arús, donant trasllat de la queixa del senyor J.B. i senyora M.S. i donant al senyor Arús un termini per a presentar les seves al·legacions. S'ha rebut resposta per part del senyor Josep Lluís Vilaseca i Requena, Cap d'Assessoria Jurídica i apoderat de Televisió de Catalunya, que en escrit de data 28 d'abril de 1998, al·lega que, les manifestacions realitzades per la menor s'han d'entendre emparades en l'article 11.2 de la Llei 8/1995, de 27 de juliol, d'atenció i protecció als infants i adolescents i de modificació de la Llei 37/1991, de 30 de desembre, sobre mesures de protecció dels menors desemparats i de l'adopció, com a exercici de l'expressió de l'opinió en afers que li afecten; que el programa, i més concretament, el concurs que objecte de la queixa, en cap cas es pot titllar d'un espai televisiu que, per la seva estructura i funcionament, pugui atemptar contra els infants i la dignitat de les persones, més tenint en compte que la presència d'infants i les entrevistes que es fan als mateixos, tenen el consentiment dels pares i que el cas objecte de la queixa no es troba afectat a la Llei 8/1995, que prescriu que els mitjans de comunicació social han d'evitar de difondre el món, la imatge o les dades que en permetin la identificació d'infants o adolescents, entre d'altres supòsits, quan es divulgui qualsevol fet relatiu a la vida privada que n'afecti la reputació i el bon nom.

Fonaments

1 Del visionat del programa es despren que les escenes que són objecte de reclamació estaven previament gravades, la qual cosa implica que no es van produir de forma inevitable com quan els programa s'emet en directe.

L'aplicació de l'article 11.2. de la Llei 8/95 d'atenció i protecció dels infants i adolescents a les manifestacions de la nena anomenada Alba, que al·lega el representant legal de Televisió de Catalunya, SA, es de difícil encaix al cas que ens ocupa, ja que no creguem que les manifestacions de la menor responguin a la necessitat d'expressar una opinió sobre un tema que l'afecta en els seus drets, sinó que es limita a contestar una pregunta que li fa el presentador del programa que difícilment un menor d'edat es resisteix a contestar. No es tracta, per tant, de la lliure expressió d'una opinió, sinó de valorar l'oportunitat de la seva difusió en un programa d'audiència infantil. Entenem que si el programa s'hagués emés en directe, cap responsabilitat cabria atorgar a la seva realització. Però podria haver-se evitat la difusió atenent a que l'entrevista havia estat prèviament gravada.

2 Amb independència, doncs, de que sigui opinable la correcció de l'emissió en horari infantil de la frase relativa a que la nena Alba ja no té novio «perquè és un guarro (..) perquè sempre vol xupar la pixirra», si seguim amb les següents seqüències de la mateixa «entrevista gravada», haurem de conclure que es vulnera l'article 36.6 de la Llei 8/95 quan el presentador del programa pregunta com es deia el nen que havia deixat de ser el «novio» d'Alba. I a la resposta que aquest nen es diu Adrià, el presentador del programa insisteix: «Adrià que més?», a la qual cosa Alba contesta amb el nom i el cognom del nen, cosa que

l'identifica plenament davant el seu entorn social, els més que probables espectadors companys d'escola o coneguts dels infants.

Entenem que aquesta identificació és subsumible en l'últim insert de l'article 36.6 de la Llei 8/95, que prescriu que els mitjans de comunicació han d'evitar difondre el nom dels infants «quan es divulgui qualsevol fet relatiu a llur vida privada que n'afecti la reputació i el bon nom». És evident que al nen Adrià en res l'afavoreix la difusió del seu nom lligat als fets que l'Alba l'imputa i que això pot causar-li problemes de desenvolupament en el medi social en què es mou, especialment a l'escola.

Per tot l'anterior, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya,

Ha decidit

Primer Considerar que el programa «Ja hi som» emés el dia 1 de febrer de 1998 no ha tractat correctament l'entrevista de la nena anomenada Alba, tota vegada que estava «previament gravada» i, en conseqüència, s'hagués pogut evitar la difusió de la part en que aquesta nena explica en un programa difós en horari infantil i dedicat especialment als menors d'edat, les raons que l'han dut a «deixar el seu novio».

Segon Considerar que la identificació d'un menor en l'esmentat programa «gravat» relacionant-lo amb fets que poden afectar la seva reputació dins el medi social en què es desenvolupa vulnera l'article 36.6 en el seu incís final.

Tercer Comunicar aquesta resolució als denunciants.

Quart Comunicar aquesta decisió al Director General de la CCRTV, al Director de Televisió de Catalunya, SA. i al Director del programa «Ja hi som!» per tal de que, en el successiu, vetllin perquè les escenes prèviament gravades no continguin incorreccions que puguin afectar la reputació o la intimitat dels menors.

3/98

R 8/98

Sobre l'emissió de curses de braus en horari infantil

Antecedents

Mitjançant escrit registrat el dia 19 de maig de 1998, el senyor Gustavo Salen, vicepresident de l'Associació Nacional per a la Protecció i el Benestar dels Animals, s'adreça al Consell i manifesta la preocupació de l'Associació a la qual representa per l'emissió a la televisió pública de curses de braus en horari infantil, ja que considera que la violència de l'espectacle pot repercutir negativament en la formació moral dels infants, i sol·licita el suport del Consell a la proposta d'excloure l'emissió d'aquests espectacles de l'horari infantil.

Admesa a tràmit la sol·licitud, el Comitè de Coordinació, en sessió del dia 21 de maig, va elaborar la proposta de decisió que fou informada favorablement per la Comissió de Mitjans de Comunicació i la Comissió de Publicitat i Relacions Sectorials en la reunió conjunta del dia 25 de maig.

En data 15 de juny el President va presentar la corresponent proposta de decisió al Ple del Consell.

Fonaments

1 La Llei 25/1994, de 12 de juliol, per la qual s'incorpora a l'ordenament jurídic espanyol la Directiva 89/552/CEE sobre coordinació de disposicions legals, reglamentàries i administratives dels Estats membres relatives a l'exercici d'activitats de radiodifusió, prohibeix les emissions de televisió que puguin perjudicar seriosament el desenvolupament físic, mental o moral dels menors. Per contra, les emissions que siguin susceptibles de provocar un perjudici als menors no són objecte d'una prohibició expressa, encara que només es podran realitzar entre les vint-i-dues i les sis hores. La Llei fa esment específic dels programes que continguin escenes de pornografia o de violència gratuïta, com a categories

de programes susceptibles de provocar un perjudici als menors. La Llei 25/1994 s'aplica tant a les televisions públiques com a les privades.

2 Per altra banda, cal tenir en compte que els espectacles taurins han estat objecte d'una regulació legal específica continguda a la Llei 10/1991, de 4 d'abril i al Reglament d'aquests espectacles, aprovat pel Reial Decret 145/1996, de 2 de febrer. Els espectacles taurins s'inscriuen, per tant, en una determinada tradició cultural que és objecte de reconeixement i protecció legal, sense perjudici de la lliure opinió que cadascú pugui tenir d'aquest tipus d'espectacles.

3 Per tot això, és criteri d'aquest Consell que no s'ha d'adoptar cap mesura de regulació addicional orientada a la protecció dels menors que prohibeixi o restringeixi incondicionalment determinades emissions d'espectacles que són de lliure accés en la societat o l'accés als quals es troba restringit específicament a determinades franges d'edat i en condicions determinades. El que és legal fora de la televisió també ha de ser legal en ella.

A més, hi ha mesures menys restrictives que es poden considerar més eficaces, com els sistemes de senyalització i el control patern en els sistemes d'accés condicional.

En el cas de la televisió tradicional, pública i privada, la protecció dels menors es basa en l'horari de difusió dels programes, el que no obsta perquè, sobre una base voluntària, s'estableixin sistemes de senyalització que tenen per objecte informar els telespectadors sobre la naturalesa dels programes susceptibles de perjudicar els menors. Aquests sistemes poden facilitar l'exercici del control responsable per part de pares i educadors.

Per tot l'anterior, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya,

Ha decidit

Primer El legislador ha de ser qui estableixi les restriccions relatives a l'accés dels menors als espectacles taurins i, donat el cas, a l'emissió dels mateixos per la televisió, encara que, mentre no hi hagi una prohibició expressa, es poden instrumentar mesures menys restrictives com l'adopció d'un sistema de senyalització dels programes que puguin perjudicar el desenvolupament físic, mental o moral dels menors.

Segon Tanmateix cal indicar que, en base a les previsions contingudes a la Llei 10/1990, de 15 de juny, sobre la policia dels espectacles, les activitats recreatives i els establiments públics i a la Llei 8/1995, de 27 de juliol, d'atenció i protecció dels nens i adolescents, la Direcció General del Joc i Espectacles del Departament de Governació de la Generalitat de Catalunya ha anunciat a la premsa que està preparant una reglamentació específica per als espectacles taurins en relació als menors. Quan s'aprovi aquesta reglamentació, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya elaborarà un dictamen sobre la necessitat d'incorporar a la programació de les televisions les restriccions relatives als menors que es deriven de la reglamentació vigent.

Tercer Aquesta decisió es comunicarà a l'Associació Nacional per a la Protecció i el Benestar dels Animals.

4/98 **R 7/98**

Relativa a un anunci de l'empresa Fotoprix on una fila de persones amb trastorns de creixement esperaven ser «ampliats»

Antecedents

1 Mitjançant escrit registrat en aquest Consell el dia 11 de maig de 1998 i tramès per l'Oficina Municipal d'Informació al Consumidor de l'Ajuntament de Barcelona, el senyor JM.O. de N. va formular una reclamació que es fonamenta en els fets següents:

El dia 13 d'abril de 1998 va ésser emès per televisió un anunci de l'empresa «Fotoprix» en el qual es podia veure una fila de persones amb trastorns evidents de creixement que, en l'argument de l'anunci, esperaven ser «ampliats» en un 30%.

2 Admesa a tràmit la reclamació, el Comitè de Coordinació del Consell va procedir a visionar

el video de l'anunci i va emetre l'informe corresponent.

3 En data 25 de maig de 1998, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en la reunió conjunta de la Comissió de Mitjans de Comunicació i de la Comissió de Publicitat i Relacions Sectorials, va acordar donar trasllat a l'empresa «Fotoprix» de la reclamació formulada per tal que formulés les alegacions que estimés oportunes.

4 En data 19 de juny de 1998, va tenir entrada en aquest Consell, l'escrit signat pel senyor X.G., Director de Marketing, actuant en nom i representació de «Fotoprix», en el que manifestava que l'empresa havia pres la decisió de retirar definitivament l'emissió del spot objecte de reclamació i lamentava que l'anunci hagués provocat interpretacions com l'expressada en l'escrit del senyor JM.O. de N., tot indicant que els actors que hi apareixien eren professionals i que, en cap moment, la campanya ha pretès utilitzar a persones disminuïdes per a burlar-se de les seves deficiències.

5 En data 25 de juny de 1998, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya va informar favorablement la proposta de decisió sobre l'anunci de referència.

6 En data de 6 de juliol de 1998, el President del Consell va presentar la corresponent proposta de decisió al Ple del Consell.

Fonaments

1 L'anunci de l'empresa «Fotoprix» és un spot d'estructura convencional en el qual apareixen diverses persones afectades de nanisme, és a dir, de pes i de talla inferior al normal, formant una fila i text sobreimprès que diu: «tus fotos un 30% más grandes. Fotoprix, lo mejor en foto».

2 Sembla que l'argument del spot combina, tant en la seva imatge com en el text escrit, dos elements per tal de publicitar una determinada oferta en matèria de revelat de fotografies: els transtorns del creixement i una oferta d'ampliació en un 30% de les fotografies.

La utilització de disfuncions orgàniques, que afecten a col·lectius concrets de persones que s'identifiquen precisament a partir de la seva diversitat, per a finalitats publicitàries com la que és objecte de la present reclamació, vulnera el principi de dignitat de la persona recollit en l'article 3 de la Llei 34/1988, d'11 de novembre, general de publicitat, que qualifica d'il·lícita la publicitat que atenti contra la dignitat de la persona o vulneri els valors i drets reconeguts en la Constitució.

3 Cal destacar que l'empresa «Fotoprix» ha senyalat en el seu escrit d'al·legacions que malgrat no haver tingut la intenció de referir-se en to pejoratiu de les deficiències de les persones amb transtorns del creixement ha procedit a retirar definitivament l'anunci i ha expressat les seves disculpes per no haver valorat convenientment l'impacte que podia haver provocat la campanya publicitària.

Per tot l'anterior, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya,

Ha decidit

Primer L'espot de l'empresa «Fotoprix» ha incomplert l'article 3 de la Llei General de Publicitat en vulnerar el principi de dignitat de la persona, ja que utilitza una disfunció orgànica que afecta a un col·lectiu de persones perfectament caracteritzat amb una finalitat merament publicitària, sense consideració i el respecte deguts a aquella situació en la qual es troben les persones afectades per transtorns del creixement.

Segon En conseqüència, es considera plenament fonamentada la reclamació formulada pel senyor José M. Oriol de Nadal. No obstant això, i atès que l'anunci ha estat retirat a iniciativa de la pròpia empresa «Fotoprix» no es considera necessari realitzar cap actuació posterior, a no ser de constatació de la bona actitud de l'esmentada empresa en la solució de l'afer.

Tercer Aquesta decisió es comunicarà al senyor JM.O. de N. i a l'empresa «Fotoprix».

SUMARI

2

■ Presentació

El timo de la sociedad de la información

José Antonio Marina

Les xarxes i la seva problemàtica jurídica

Xavier Casas

Internet i la llibertat d'informació

Vicent Partal

■ Dossier: Televisió i violència

La seva televisió i la nostra violència

Salvador Cardús

El televident violentat

Miquel Porter

La violència als informatius de televisió

Xavier Obach

La representació de la violència a la televisió

Carles López / Mercè Mota

Violència, programació infantil i responsabilitat social

Enric Frigola

La violència com a valor afegit

Alejandro Perales

Dona, televisió i homogenització cultural

Xavier Altarriba

Models de bellesa, la violència subtil de la imatge

Margarita Rivière

Jornades sobre mitjans de comunicació audiovisuals i violència

Marta Saurina

Representació de la violència als mitjans de comunicació.
Legislació vigent a Catalunya

Lluís de Carreras

■ Decisions

Si us interessa aquesta publicació demaneu-la al:



**CAC
Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya**

Gravina 1, 1r.
08001 Barcelona
Tel. 270 12 30
Fax 412 63 29
E-mail: audiovisual@correu.gencat.es



**Generalitat
de Catalunya**

