



Regulación de contenidos de los medios: *Big Brother*, entre el derecho y la ética

Issa Luna Pla

El análisis de la regulación de contenidos en los medios de comunicación es continuamente dirimido entre el derecho y la ética, incluso, la solución muchas veces es una combinación de ambas normas. Sin embargo, el hecho de que una persona respete y reconozca sus propios derechos humanos se cuestiona en el programa del *Big Brother*. Este aspecto no ha encontrado un lugar en el estudio del derecho de los medios de comunicación, donde el análisis cultural se ha excluido de la teoría de esta ciencia abstracta. ¿La única solución al problema de regulación de contenidos es acaso la convicción individual y conciencia en la cultura de los derechos humanos y el Estado de derecho? (Palabras clave: *Big Brother* y derecho, regu-
cho a la vida privada, humanos, regulación del
dios de comunicación.)



U no puede pensar que no hay mucho de nuevo en el programa del *Big Brother* en cuanto a la materia de regulación de contenidos se refiere; es el mismo dilema de siempre: ¿se debe prohibir por medio de una ley o regular a través de normas éticas? Sí, en el fondo del problema encontramos este dilema tan común hoy en día, sobre todo cuando se trata de derechos fundamentales como el “derecho a la vida privada”, “a la intimidad”, o incluso, “el derecho a la propia imagen”. Pero hay algunos aspectos que no dejan de definir al programa del *Big Brother* como algo distinto de lo que estamos acostumbrados a ver en la TV; es una polémica diferente a aquella que despiertan los *Talk Shows* o las telenovelas con relaciones homosexuales o “sacrílegas”. Creo que una palabra hace la diferencia entre estos casos: hiperrealismo. Sabemos

que existen personas por las calles que —según algunos— hacen cosas aberrantes por dinero, que su autoestima es definitivamente baja o nula, que no tienen pudor, o que demuestran su falta de moral y una formación alejada de las “buenas costumbres”. Pero cuando se trata de un programa en los medios de comunicación lo que no podemos admitir es que estas aberraciones sean expresadas y difundidas directamente por los mismos que las poseen, y no por unos actores profesionales que se piensa que, en la vida real, no son tan ridículos como sus personajes.

El programa de *Big Brother* no nos permite el beneficio de la duda, no deja nada a la imaginación, no mitiga el sentimiento de “pena ajena” que nos provoca ver a personas de carne y hueso siendo ellos mismos en circunstancias de casi absoluto monitoreo. Este hiperrealismo en un programa de TV es lo que molesta a varios sectores de la sociedad, especialmente aquéllos conservadores. Sin embargo, para el análisis del derecho éste aspecto se refleja de manera distinta.

88

Sabemos que el derecho a la vida privada, a la intimidad y a la propia imagen son derechos humanos que protegen un ámbito de la personalidad humana en el que se asegura la estabilidad, tranquilidad psicológica, la dignidad moral y el honor de una persona. Pero, ¿qué pasa cuando un individuo renuncia voluntariamente a todo o parte de ese ámbito del derecho humano a la vida privada, intimidad e imagen?, es decir, ¿qué pasa cuando el individuo dice convencido: “qué tanto es tantito cuando ganaré dinero y fama”? Aquí la pregunta principal, y adelantando el trasfondo de la discusión, es la siguiente: ¿hasta qué punto el derecho puede y debe reglamentar estos derechos fundamentales cuando se encuentran voluntariamente cedidos por el sujeto de derecho a las fuerzas del mercado, del poder económico o político?

Imaginemos un poco esta situación en otro caso. Pensemos en un ciudadano estadounidense, precavido y asustado después del 11 de septiembre. Este ciudadano necesita sentirse seguro y protegido por las autoridades estatales y exige seguridad pública para él y su familia. Para lograr esto, el gobierno de los Estados Unidos adopta una ley llamada “Patriot Act” donde, en nombre de su propia seguridad, los ciudadanos estado-

unidenses han cedido una parte de su “derecho a la vida privada y a la autodeterminación informativa” sobre las bases de datos para que el gobierno controle, manipule su información personal en función de detectar intentos o intenciones de ataques terroristas. Esto está sucediendo actualmente en aquel país; cada ciudadano ha dado al gobierno el beneficio de la duda para que éste último levante cualquier tipo de investigación sobre aquel que invoque o no la sospecha de delincuente o terrorista. Bueno, este es un ejemplo de cuando un individuo renuncia a una parte del territorio de su vida privada cediéndolo a una autoridad estatal. En *Big Brother*, no necesariamente los participantes lo ceden al gobierno, sino quizás, a sus propios intereses que pueden ser desde el arte hasta lucrar con su vida privada —es decir, con sus pasiones y contradicciones más íntimas. Esto último es innegable, porque si los productores del programa reclutan a participantes que llevan una vida estable, sistemática, monótona, que tienen un carácter pacífico, aburrido o flemático, desde luego que no obtendrán el drama hiperrealista que vende millones entre los anunciantes y alimenta el morbo del espectador. ¿A qué tipo de normas corresponde regular el comportamiento de este individuo “ridículo y dramático”? ¿debe hacerlo una ley o un código de ética? Es más, pregunto aún con más atrevimiento, ¿se debe regular el comportamiento de este “exhibicionista”; o mejor, su difusión en los medios de comunicación? Si es así, ¿con qué propósitos?

Pensemos en un político ahora. Por su condición de figura pública, se considera que en un Estado de Derecho, el político tiene un ámbito de vida privada más reducido que un ciudadano común, mismo que es cedido voluntariamente en nombre del interés público y el derecho de las personas a la información. Sin embargo, los actos relacionados con su vida privada son publicados en los medios a manera de noticia y no de programa de entretenimiento —aunque a veces los dramatismos de al-



89

guno que otro se convierten en materia de divertimento. Estos límites que determinan hasta dónde un individuo *puede y debe* ceder su derecho a la vida privada, a la intimidad y a la propia imagen no solamente dependen hoy en día del principio de derecho en el que prevalece el interés público; esto ya es poco para las necesidades de nuestras sociedades actuales. El límite en cuestión depende también de la propia voluntad y responsabilidad del individuo sobre su persona; es decir, de su propia decisión sobre el uso o desuso de su autoestima, sus intereses personales, su tranquilidad psicológica así como su formación moral y religiosa. Este es un dilema sociológico y cultural para la disciplina del derecho a la vida privada, la intimidad y la propia imagen.

Mientras los estudiosos del derecho resuelven sus dilemas y mejoran los vínculos de esta ciencia abstracta con las ciencias sociales, o mejor dicho, mientras un análisis cultural del derecho no sea incluido dentro de las teorías y metodologías del derecho, se sugiere solucionar los conflictos del contenido de los medios y la programación de éstos a través de la ética. El hecho de que en una sociedad exista una fuerte corriente de pensamiento conservadora o liberal que busque influir en el contenido transmitido por los medios de comunicación no es un mal de nuestro tiempo; al contrario, es un beneficio que permite dar una referencia entre los extremos y límites que existen en algún problema social o político, de manera que se trabaje por ubicar la solución dentro de lo más céntrico posible. El programa de *Big Brother* puede programarse o no en la barra familiar, puede no salir al aire o simplemente controlar las exageraciones, pero hoy en México, esto depende de la sociedad civil y su capacidad de convocatoria y movilización. Estas acciones se basan en la ética y no pueden ser sujetas a decisiones maniqueas o extremistas, sino solucionar un problema de la mejor manera posible sin causar otro mayor. La sociedad civil de México no puede darse ya el lujo de permanecer silente y ausente ante lo que no está dispuesta a aceptar; sin su participación organizada se corre el riesgo de seguir perdiendo la visión de los extremos y los límites en derechos fundamentales que urge delimitar de acuerdo con las necesidades de sus poseedores contemporáneos.

El sitio *virtual* de las ciencias de la comunicación*

Gaëtan Tremblay

Las ciencias de la comunicación se han desarrollado desde los años sesenta bajo el manto de las ciencias sociales. En los años ochenta las ciencias sociales entran en una profunda crisis arrastradas por el desgaste del enfoque estructuralista. En este trabajo el prof. Tremblay revisa minuciosamente los elementos constitutivos de las ciencias de la comunicación y plantea la disyuntiva entre un enfoque social y otro profesionalizante. (Palabras clave: Ciencias de la comunicación, cientralismo, sociedad de la información, Marshall McLuhan.)



Las ciencias de la comunicación¹ se institucionalizaron de las últimas décadas. Desde el fin de la segunda guerra mundial, y a

comunicación¹ se institucionalizaron de las últimas décadas. Desde el fin de la segunda guerra mundial, y a

* Este artículo se publicó por primera vez en francés en la revista *Loisir et Société*, vol. 21, núm. 1, Québec, Presses de l'Université du Québec, printemps 1998, pp. 173-192. Se reproduce aquí gracias al editor. La realidad virtual está de moda en la era de Internet y del multimedia. El adjetivo (virtual) junto al nombre (realidad) evoca una asociación casi estafalaria por las relaciones ambiguas y hasta contradictorias que tienen esos dos términos. Ante ese uso actualmente propagado, nos sentimos obligados a inscribir la palabra virtual entre comillas en el título, para llamar la atención sobre el hecho que lo usamos en su sentido propio: lo posible, lo probable, lo potencial que proponemos imaginar aquí a partir de una reflexión sobre la historia y el presente.

¹ De entrada hay en juego un problema terminológico. ¿Por qué hablar de ciencias de la comunicación en plural y no en singular? ¿Será para evitar los problemas de identidad