

**EL SHOW DE TRUMAN
Y LA INFORMACIÓN DE LO PÚBLICO,
LO PRIVADO Y LO ÍNTIMO**

Magdalena Adrover Gayá

Comunicación Audiovisual – Curso 2009/2010

Ética y Deontología de la Información

0.- Índice

1.- Introducción	4
2.- El Show de Truman	4
3.- Definiciones.....	4
4.- ¿Cuándo informar? Lo público	5
5.- El Show de Truman: Lo público	5
6.- ¿Cuándo informar? Lo privado	5
7.- El Show de Truman: Lo privado	6
8.- ¿Cuándo informar? Lo íntimo	6
9.- El Show de Truman: Lo íntimo	7
10.- El Show de Truman: Otras cuestiones éticas	8

1.- Introducción

Para mi trabajo, he elegido la película “El Show de Truman”, que considero que está directamente relacionada con el tema de “La información de lo público, lo privado y lo íntimo”. Además, espero que nos sirva para plantearnos otras cuestiones éticas relacionadas con los medios de comunicación.

2.- El Show de Truman

El argumento de la película se centra en Truman Burbank, un hombre corriente y algo inocente que vive en una idílica población donde todo es perfecto. Lleva toda la vida allí, y nunca ha salido más allá de los límites del pueblo. En realidad, es el protagonista de “The Truman Show”, un *reality show* de gran audiencia que consiste en el seguimiento, las 24 horas del día, de la vida del protagonista.

Un día, el protagonista empieza a sospechar, pero los productores del programa, y en especial el director, harán todo lo posible por evitar que averigüe la verdad y arruine a la cadena.

3.- Definiciones

En referencia al tema que nos ocupa, he extraído las definiciones de lo que es público, privado e íntimo del diccionario de la Real Academia Española.

Así, lo público se refiere a lo que es sabido por todos, lo que está patente y a la vista de toda la sociedad. Lo privado se refiere, en cambio, a lo particular y personal de cada individuo, que suele ser conocido únicamente por las personas cercanas. Por último, lo íntimo es lo que se refiere al interior de la persona, el espacio reservado del pensamiento; para Carlos Soria, la intimidad no admite ficción o dramatización, ya que es genuina y sólo existe en la medida que el hombre es consciente de ella y comprende su sentido.

Hay que tener en cuenta que éstos son términos difíciles de definir, ya que la línea que los separa es también cultural; por lo tanto, lo aplicable en nuestra sociedad puede no serlo en otra. Asimismo, la percepción de lo que es público o privado también ha cambiado a lo largo de la historia.

4.- ¿Cuándo informar? Lo público

Así como entendemos que existen diferencias entre lo público, lo privado y lo íntimo, entendemos también que a la hora de informar se deben poner ciertos límites.

Siguiendo el libro de Carlos Soria, lo público es el ámbito de las empresas informativas; todo lo público es informable, y las excepciones que se impongan deben ser mínimas y justificadas por algún derecho más importante aún que el derecho a la información; como serían el derecho a la paz. En este sentido, la Constitución Española establece, en el artículo 16, que “se garantiza la libertad ideológica, religiosa y de culto de los individuos sin más limitación, en sus manifestaciones, que la necesaria para el mantenimiento del orden público protegido por la ley”; si entendemos que las empresas informativas están llevando a cabo una manifestación de su libertad ideológica mediante un medio de reproducción determinado, el paralelismo del derecho a la paz con el mantenimiento del orden público se hace patente.

Los medios de comunicación en sí mismos son parte de lo público, y deben ser un ejemplo de transparencia. Esto es porque la publicidad de lo público se justifica precisamente porque versa sobre asuntos públicos, que forman parte del conocimiento común y que están a la vista de todos.

5.- El Show de Truman: Lo público

En la película se nos muestra cómo absolutamente todo lo privado se ha convertido en público, algo que va contra la ética, como veremos a continuación, ya que al no tratarse de asuntos públicos, su comunicación no está justificada.

6.- ¿Cuándo informar? Lo privado

Lo privado no es de dominio público. En principio, no se debería informar sobre ello aunque, por supuesto, existen excepciones: el consentimiento, a través del cual se convierte lo privado en público; pero sobre todo, se puede informar de lo privado si los hechos de los que se quiere informar tienen una conexión clara y directa con el ámbito de lo público.

A la hora de informar sobre algo que pertenezca al ámbito privado, debemos plantearnos cuál es la finalidad de esta acción; si es realmente útil o necesaria su

comunicación, o si se trata de un dato irrelevante para la sociedad, pero que supone una invasión del ámbito privado de la persona.

Existen casos en que el comportamiento privado de un personaje relevante se publica, debido a que tiene un valor de ejemplo para la sociedad, y también porque el ámbito privado es menor cuanto más relevancia social tenga una persona. No obstante, siguen existiendo los límites. Pongamos, por ejemplo, el rumor que corrió sobre que Aznar tenía una amante. Se trata de una información poco ética por dos motivos: primero, porque no estaba corroborada; pero sobre todo porque se trataba de un detalle de la vida privada del político que nada tenía que ver con el ámbito público; por supuesto, habría sido distinto si le hubiese comprado un vestido o la hubiera invitado a cenar con dinero del estado o del partido; ya que en este caso habría estado relacionado con el uso indebido de fondos públicos.

7.- El Show de Truman: Lo privado

Como hemos mencionado antes, en la película lo privado se transforma en público, puesto que toda la vida del protagonista es retransmitida por televisión; no obstante, no se da ninguna de las excepciones que justifican que lo privado sea comunicado.

Truman desconoce que está siendo filmado; de hecho, él cree que todo es real hasta la mitad de la película, que se corresponde con aproximadamente 30 años de vida. Esto implica que no ha dado su consentimiento para que los demás accedan a su ámbito privado.

Además, lo que la televisión muestra de Truman, su forma de vivir y los actos que lleva a cabo, no están directamente relacionadas con ningún asunto público ni de interés general; por lo que no se da la otra excepción posible al principio de que lo privado no debe ser informado.

8.- ¿Cuándo informar? Lo íntimo

Lo íntimo sólo es informable si se dan dos condiciones: La primera requiere que la intimidad haya sido exteriorizada libre y voluntariamente por la persona, y la segunda requiere que esa exteriorización tenga alguna relevancia para la comunidad.

Por lo tanto, sólo la voluntad personal puede convertir la intimidad en objeto de información, y precisamente por ello es frágil; es decir, que al dar a conocer la intimidad, ésta

se destruye, pasando a formar parte del ámbito en el que se haya exteriorizado, y que normalmente es el privado. Para poner un ejemplo, los sentimientos que una persona nos provoca forman parte de nuestra intimidad, pero en cuanto se los contamos a alguien, pasan a formar parte del ámbito privado entre esa persona y nosotros, dejando de ser un pensamiento íntimo. Esto también implica que cuando damos a conocer algo que pertenece a nuestra intimidad, ya nunca volverá a pertenecernos exclusivamente, la hemos exteriorizado y no podemos volver a interiorizarlo.

La intimidad debe ser respetada, así como la decisión de exponerla. Pero hay que tener en cuenta antes de comunicarla si el ámbito en el que vamos a hacerlo y la finalidad perseguida son las adecuadas; hay cosas que deben darse a conocer sólo en el círculo más cercano, y resulta impropio e inadecuado desplazar ese tipo de información privada al ámbito público.

Las personas podemos perseguir cualquier objetivo cuando exteriorizamos nuestra intimidad; por ejemplo, actualmente se da mucho la comunicación de la intimidad a cambio de dinero; pero hay que tener en cuenta el segundo punto por el que es justificable esta publicidad: debe ser beneficioso o tiene que tener relevancia para la comunidad.

En última instancia, corresponde a los profesionales evaluar el valor comunitario de la intimidad que se va a hacer pública. Cosa que, como podemos ver hoy en día en todos los programas del corazón, no se lleva a cabo.

9.- El Show de Truman: Lo íntimo

En la película, hay varias ocasiones en las que Truman comparte su intimidad, pero lo hace en el ámbito privado, con su amigo o con su mujer.

No obstante, al ser retransmitido por televisión el momento en que el protagonista exterioriza su intimidad, se convierte en algo público. Esta transmisión se realiza sin consentimiento ni voluntad del protagonista, lo que supone una falta de ética.

Además, los sentimientos que el protagonista confiesa no tienen ninguna relevancia para la comunidad, lo que hace que se incumpla el segundo requisito para que la publicidad de la intimidad esté justificada.

Pero esa no es la única vulneración de la intimidad que sufre el protagonista; las cámaras le filman las 24 horas del día, por lo que incluso los momentos en los que está solo,

cuando es realmente él, son retransmitidos y convertidos en asuntos de ámbito público sin que él lo sepa.

Es curioso que, cuando el director accede a tener una entrevista con otro canal de televisión para hablar sobre el *reality*, le describen como un “celoso guardián de su intimidad”, que, en cambio, muestra la vida íntima de Truman sin ningún sentimiento de culpa.

Un ejemplo de ello es esta secuencia (Secuencia 1: Truman frente al espejo), donde podemos ver que están filmando un momento en el que el protagonista piensa que está completamente solo y, por tanto, realiza acciones que a lo mejor no haría si hubiera gente presente o supiera que le están viendo.

10.- El Show de Truman: Otras cuestiones éticas

Además de los aspectos que hemos comentado a fondo, hay otras cuestiones éticas que surgen cuando vemos la película; algunas de ellas son generales, y otras más concretas, en relación a los medios de comunicación. No tenemos tiempo de detallarlas todas, pero quería nombrar al menos las más importantes:

¿Es ético engañar para conseguir nuestros fines? ¿Se puede hacer cualquier cosa por audiencia? El propio argumento de la película nos muestra una actitud poco ética: crean un mundo que rodea a Truman, una mentira donde lo único real es él. Y todo para conseguir beneficios y audiencia. A pesar de que me parece una actitud completamente contraria a la moralidad, el propio director no parece tener ningún reparo ni sentido de la culpabilidad en este sentido, incluso podría decirse que se siente orgulloso de sus actos; esta es una escena que lo muestra claramente (Secuencia 2: Entrevista al director)

Cuando Truman descubre que está viviendo una farsa, siguen impidiéndole que abandone el programa; ¿es ética esta actitud? Cuando Truman descubre la verdad e intenta escapar, le siguen poniendo impedimentos, como una tormenta, para que no se vaya. Pretenden controlarle, convencerle para que abandone su propósito.

¿De quién es la responsabilidad? Como dice Soria, a la hora de atribuir la responsabilidad a un determinado ser en la cadena de las empresas informativas, surge lo que él considera una de las enfermedades síquicas de la ética de las empresas informativas: el síndrome de transferencia de responsabilidad. Este síndrome provoca que nadie quiera

hacerse cargo de las decisiones que se han tomado o de las informaciones que se han publicado; a veces incluso se culpa al público.

La cuestión de quién es responsable de que Truman viva engañado implica una cadena de responsabilidades; está claro que el creador del programa tiene su parte de responsabilidad pero... ¿Es ético realizar tu trabajo sin plantearte sus consecuencias? ¿Es ético no plantearse las consecuencias de lo que vemos en televisión? En este caso, se trata de un gran engaño en el que participan no sólo los directivos de la empresa comunicativa, sino también los que trabajan en el show y los propios espectadores, que lo consienten. De hecho, al final del film, cuando el programa termina, uno de los espectadores simplemente se gira hacia su compañero y pregunta ¿qué ponen luego? No parece una buena actitud mirar la televisión sin plantearse los contenidos que nos muestra.