FORMATS 1
formats

Televisió, identitat nacional i esfera pública: un estudi etnogràfic aplicat a la investigació de dos programes de debat televisiu a Escòcia i Catalunya

Mònica Terribas i Sala

Aquest article planteja algunes reflexions sobre qüestions d'identitat nacional i esfera pública en dues nacions sense estat, Escòcia i Catalunya, basades en l'estudi dels processos de producció televisiva de dos programes de debat: *La vida en un xip* (TV3, 1989-92) i *Scottish Women* (Scottish Television (STV) 1987-92) (1). L'objectiu d'aquest escrit és destacar la importància que l'estudi en qüestió atorga a l'enfocament etnogràfic, fins ara poc cultivat en el terreny de la investigació dels productes dels mitjans de comunicació de massa en comparació amb altres tècniques, com ara l'anàlisi de la recepció, o l'anàlisi textual. El factor etnogràfic sembla essencial en la investigació de la comunicació per enriquir la recerca amb dades, informacions i reflexions que només l'estudi dels mitjans des dels mateixos mitjans pot proporcionar; això acosta l'investigador a l'objecte d'estudi i el fa en certa manera partícip del procés comunicatiu.

Els criteris de selecció dels objectes d'estudi

Les reflexions que presenta aquest article són fruit de l'observació i de l'anàlisi de dos programes de televisió de màxima audiència per reflexionar i estudiar sota diferents paràmetres dos conceptes, el d'esfera pública i el d'identitat nacional, en el marc de dues nacions sense estat, Escòcia i Catalunya. Aquesta recerca es planteja d'entrada dos objectius: d'una banda, observar com els processos de producció de programes de debat actuen dins del funcionament democràtic de les dues cadenes de televisió en què s'emeten i com la societat civil s'hi veu representada; de l'altra, analitzar si aquests processos de producció impliquen consideracions i actituds en relació amb les diferents concepcions d'identitat nacional dels seus països respectius, Escòcia i Catalunya.

Per aconseguir aquest objectiu, es van triar dos programes de debat de format similar, situats a les franges de màxima audiència, tenint en compte els seus marcs polítics, jurídics, socials i culturals, i també les indústries audiovisuals en les quals operaven. Es van estudiar les graelles de programació que emetien els diferents canals de televisió en el moment d'iniciar-se la recerca -juliol de 1992- i es va optar per triar dos programes:

La Vida en un Xip (DCo.SA per a TV3) i *Scottish Women* (Skyline Productions per a Scottish Television, STV). Aquests dos programes tenien característiques adients tant pel que fa a la metodologia com al propòsit de la recerca: (i) tots dos eren programes difosos en l'àmbit geogràfic de comunitats polítiques amb diferents règims d'autonomia però convivint en dos estats plurinacionals democràtics europeus, l'Estat espanyol i la Gran Bretanya; (ii) tots dos programes proporcionaven a l'espectador debats sobre temes considerats d'interès general, debats que es generaven a través de les contribucions de diferents figures: experts, testimonis i públic assistent a l'estudi; (iii) tots dos programes oferien també mecanismes d'enquesta o vot en els seus formats, i incorporaven, doncs, el vessant quantitatiu, que s'afegia a les opinions dels participants a l'estudi. Les qüestions metodològiques derivades de la comparació s'exposen més endavant.

Aquest format ofereix nivells d'anàlisi que, segons l'autor, fan llum en dues direccions. D'una banda, l'estudi del procés de producció pot mostrar la influència dels diferents actors en la presa de decisions i en el disseny del programa, i destacar les possibles contradiccions fruit de la interacció entre els contextos polítics i culturals i el dia a dia de la producció televisiva. Així doncs, la hipòtesi plantejada és que la qüestió de la identitat nacional a Escòcia i a Catalunya es posa de manifest i síaccentua quan es tracten temes que afecten directament els seus contextos sòcio-polítics i culturals (temes de llengua, de política, d'hàbits i d'adscripcions culturals) respectius.

D'altra banda, l'estudi del procés de producció analitza la possibilitat o no de representativitat de la societat civil en un estudi de televisió, i com la pràctica professional en el camp televisiu condiciona de ple el concepte d'esfera pública, originalment formulat per Jürgen Habermas (1979, 1989), i l'aboca a una transformació radical.

En aquest article, s'exposen breument tres aspectes: el plantejament de l'estudi, els condicionaments de la metodologia emprada i les conclusions principals.

El plantejament de la recerca

Amb la voluntat de distanciar l'autor de l'àmbit propi, Catalunya, l'estudi que síha apuntat més amunt es va desenvolupar durant un període de dos anys a la Universitat de Stirling (Escòcia). La dedicació a l'estudi empíric i conceptual es va dividir en dos períodes: durant el primer període es va realitzar la recerca del material etnogràfic i l'elaboració de l'estudi dels dos casos, *Scottish Women* i *La vida en un xip,* amb diverses estades d'observació i realització d'entrevistes en tots dos programes; en el segon període es van analitzar les dades partint de la discussió teòrica dels dos conceptes: identitat nacional i esfera pública, en relació amb els casos d'Escòcia i de Catalunya.

El treball del primer període va consistir en estades periòdiques amb els dos equips dels programes, en què s'analitzava el material dels diferents estadis de producció, s'assistia

a totes les jornades de treball possibles i es feien entrevistes obertes en profunditat a cadascun dels membres implicats en el procés -càrrecs directius de les cadenes, directors, realitzadors, presentadors, productors, redactors, ajudants.... Tot aquest material era enregistrat i transcrit per a la seva anàlisis posterior. També durant aquest període, es van dissenyar dos formularis-enquesta, un en català i un altre en anglès, per ser distribuïts entre el públic assistent a l'estudi. Aquestes enquestes tenien l'objectiu d'esbrinar què motivava els individus a assistir a un programa de debat, d'escatir quins sentiments d'identitat nacional els definien, i veure si establien cap relació entre el programa i el seu context sòcio-polític. Les dades procedents d'aquestes enquestes -unes dues-centes en català i unes dues-centes més en anglès- es van analitzar mitjançant el programa estadístic Stat View II. Les deduccions i les conclusions a les quals aboquen aquestes enquestes donen suport als arguments defensats en la resta de l'estudi, però per manca d'espai serà impossible de referir-nos-hi en aquestes ratlles.

En el segon període, durant el qual també hi va haver contacte amb les televisions i els programes per actualitzar les dades de la recerca, el treball es va centrar en l'estudi teòric dels conceptes objecte d'anàlisi. A part de recollir breument el marc institucional de les dues cadenes, STV i TV3, i també de les productores de televisió que hi intervenien, Skyline Productions i Disseny per als Comunicadors i els Mass Media, DCo.SA., hi ha una discussió teòrica sobre la intersecció dels conceptes d'identitat nacional i esfera pública en les nacions sense estat, i com aquesta intersecció modifica i condiciona el procés de producció de la comunicació pública en aquests països.

Etnografia, comparació i televisió

L'experiència professional de l'autor en el camp de la televisió fa creure que una anàlisi dels seus productes no es pot fer exclusivament des de l'estudi del resultat d'antena, sinó que és imprescindible conèixer el procés que els ha confegit. Aquest procés no se cenyeix únicament a aprofundir en cadascuna de les fases de producció televisiva, sinó que també a tenir en compte com evolucionen els contextos externs -situació política, situació cultural, mitjans de comunicació, dinàmica del mercat audiovisual... En el moment de dissenyar l'estudi, es va considerar que de la mateixa manera que la biografia d'una persona ens fa entendre la seva manera de comportar-se en un moment determinat de la seva història, també un programa de televisió s'havia d'entendre tenint en compte les persones i les institucions que prèviament l'havien concebut i l'havien dut a terme per unes motivacions i uns objectius determinats. Aquest nivell d'anàlisi només és possible apropant-nos als objectes d'estudi i aplicant mètodes etnogràfics i comparatius. Naturalment, aquesta opció presenta alguns problemes.

Aquest no és, ni de bon tros, el primer estudi sobre els mitjans de comunicació que utilitza l'etnografia com a eina d'anàlisi. Philip Elliott (1972), Muriel Cantor (1971) i Philip Schlesinger (1987) ja havien escrit treballs en els quals feien d'observadors-participants en el procés d'anàlisi de diferents objectes d'estudi: un serial televisiu, un estudi de la producció hollywoodiana i el servei de notícies de la BBC britànica, respectivament. Així doncs, aquesta recerca partia d'experiències anteriors que havien analitzat la producció audiovisual en relació amb les polítiques comunicatives dels seus

contextos respectius. Malgrat això, l'etnografia és un terreny que té detractors. Les dues principals crítiques a aquesta tècnica d'anàlisi són la problemàtica de l'accés i el perill d'un apropament excessiu a l'objecte d'estudi.

Naturalment, en aquest cas totes dues crítiques eren pertinents. D'una banda, l'accés a ser un observador-participant d'un programa de televisió és problemàtic. Com en altres camps professionals, hi ha uns codis i un cert secretisme que impedeixen que persones alienes hi tinguin cabuda i encara menys en formin part per fer-ne a posteriori un judici acadèmic. Aquesta situació genera anticossos en les persones objecte d'estudi i pot esdevenir un entrebanc insalvable. En el cas que ens ocupa, aquest accés al terreny no va ser mai un problema preocupant. Primer, perquè en el cas català l'investigador havia format part durant tres anys de l'equip de producció de *La vida en un xip* i en el cas escocès perquè l'experiència professional prèvia i el fet d'estar adscrit a una universitat britànica, hi van facilitar l'entrada. També, possiblement, perquè a la Gran Bretanya hi ha més tradició en l'ús d'aquesta mena de tècniques. Els professionals escocesos van tenir una actitud més cooperadora en el traspàs d'informació i en l'accés a les fonts primàries (dossiers dels programes, reunions de direcció, entrevistes, accés a la documentació històrica...) que els professionals catalans. En relació amb aquests últims, no seria just, però, no dir que molt d'aquest material ja havia estat recollit per l'investigador abans de començar la recerca.

L'altra crítica a l'etnografia és l'apropament a l'objecte d'estudi: l'investigador podria ser seduït pels actors i el projecte, i perdre la capacitat crítica, la voluntat d'objectivitat que ha de presidir l'anàlisi. Aquest també podia haver estat un problema que afectés l'estudi. En el cas de *La vida en un xip* per raons òbvies, atès que l'investigador havia estat responsable d'algunes àrees del programa i havia estat vinculat a la productora DCo.SA de feia anys. El fet que durant el període de recerca l'equip de *La vida en un xip* es mantingués allunyat i que el programa acabés la seva emissió al juny de 1992 van facilitar el distanciament. En el cas escocès, sorprenentment, aquest procés va ser potser més complicat, ja que l'investigador va poder establir una relació distesa i cooperant amb els equips de producció, i fins i tot hi va haver una certa complicitat professional en alguns estadis de la recerca. Malgrat això, el fet de ser un estranger mantenia una distància que va resultar positiva a l'hora d'escriure.

Val la pena assumir aquests dos riscos que presenta l'etnografia, la dificultat d'accés i la problemàtica de l'apropament -que seria una mena de síndrome d'Estocolm-, perquè el tipus d'informació obtinguda és imprescindible i no sembla haver-hi cap més manera d'accedir-hi. Tanmateix, aquests dos obstacles són relativament poc importants en comparació amb els beneficis que superar-los pot tenir per a la recerca (Hammersley, 1992).

L'altre vessant de la metodologia emprada és la comparació. Hi ha qui pensa que comparem per descobrir similituds; però l'enriquiment no prové de les similituds que reforcen els models, sinó dels contrastos que descobreixen nous paràmetres d'anàlisi. Com diu Teune (1990: 47)

'El principal objectiu de recerca que es persegueix en comparaar països amb finalitats teòriques és la varietat, pràcticament tot l'àmbit de l'experiència humana'.

No són pocs els estudis que s'han dedicat a analitzar comparativament els sistemes de comunicació, els mitjans de diferents països i els formats (Browne, 1989; Etzioni-Halevy, 1989; Edelstein, Ito i Kepplinger, 1989; Silj, 1992; Prado, 1992; Gifreu i Saperas, 1994). Però aquesta potser és la primera vegada que la comparació s'ocupa de dos productes concrets de la televisió, fets per persones amb noms i cognoms en un moment de la història determinat i amb unes motivacions i una línia editorial concretes.

El fet d'haver triat Escòcia i Catalunya es justifica per algunes coincidències estructurals: (i) ambdues són nacions amb un estatus polític distintiu dins dels seus estats respectius, (ii) ambdós països depenen a múltiples nivells de l'aparell estatal central, especialment pel que fa a mitjans de comunicació, (iii) ni el poble català ni el poble escocès no són especialment actius a l'hora de voler modificar el seu estatus polític actual, (iv) ambdós països estan governats per sistemes democràtics europeus en els quals la llibertat d'informació està garantida i els productes dels mitjans de comunicació poden ser vehicles d'expressió de la identitat dels pobles.

Voler comparar programes de televisió fets en aquestes dues nacions sense estat té també un altre objectiu: veure com el procés globalitzador de l'Europa occidental de final de segle, en què les identitats culturals reben la influència dels productes dels mercats estrangers, repercuteix en el disseny dels seus productes.

L'estudi comparatiu revela punts de contacte, però també, i principalment, contrastos que fan llum sobre les pràctiques professionals en relació amb les dues cultures polítiques que emmarquen l'estudi.

Les aportacions de la recerca

Cap estudi, per ampli que sigui el seu objecte de recerca, no pot ser prou exhaustiu per escatir tots els interrogants que es formulen al voltant de qüestions tan complexes com la identitat nacional d'un poble i la representativitat de la seva esfera pública, present o no en els mitjans de comunicació. Aquest, però, vol haver contribuït a fer una mica de llum al voltant de la implicació que aquests conceptes tenen en l'àmbit de la comunicació de massa.

D'entrada, a partir del resultat de les enquestes fetes a membres del públic dels programes *La vida en un xip* i *Scottish Women*, l'estudi corrobora el pensament d'altres autors (Moreno, 1986; Parés i Maicas, 1988; Gifreu i Corominas (ed), 1991) sobre l'existència de sentiments d'identitat duals -adscripció a més d'una identitat col.lectiva: britànica i escocesa, espanyola i catalana, britànica i europeua, catalana i europea, etc. Aquestes enquestes també posen en relleu que els assistents als platós d'aquests programes atribueixen a aquests la capacitat d'esdevenir plataformes de discussió representatives de les seves societats, i creadores d'opinió pública. D'antuvi, aquesta

constatació dóna suport a la hipòtesi que, efectivament, els programes de televisió poden funcionar com a espais on una porció de l'esfera pública, entesa per Habermas com un espai en el qual la societat civil discuteix els seus objectius i el seu significat, és possible. Si és així, la qüestió és veure com i de quina manera això es fa possible dins de l'entramat de producció del món audiovisual.

L'estudi posa en relleu les contradiccions que comporta fer productes de televisió condicionats per polítiques de comunicació properes a les seves identitats nacionals respectives que siguin alhora productes competitius en la dinàmica del mercat audiovisual. També mostra les contradiccions d'uns sistemes de comunicació amb un alt grau d'autonomia en el terreny editorial, però amb fortes dependències financeres i estructurals de la indústria britànica i espanyola. Una de les conclusions de l'estudi és que l'actual negoci de l'audiovisual a Europa fa que la televisió de les nacions sense estat, com també la de les cadenes estatals, doni més prioritat a la pressió del mercat i als aspectes econòmics que no pas als culturals, o com a mínim, que la seva compaginació sigui difícil i sovint incompatible. En els estudis de cas exposats això es posa de manifest, per exemple, en la tendència de tots dos programes a ocupar-se de temes populars de debat que garanteixen audiència, i en el fet de triar els participants a l'estudi d'acord amb la seva capacitat d'expressar-se d'una manera vistosa, general i clara, o segons la seva experiència personal -exposició d'experiències vitals colpidores i atípiques-(2).

En relació amb les indústries audiovisuals escocesa i catalana, l'anàlisi comparativa indica que ambdues reben la pressió de la liberalització dels mercats i la influència de polítiques de regulació del sector que afecten el control del contingut, bé sigui per la via jurídico-parlamentària, com és el cas de les corporacions públiques de radiodifusió, bé sigui mitjançant comitès i comissions de control autònoms, com és el cas de la Gran Bretanya. Això fa que tant la Scottish Television (STV) com TV3 hagin d'actuar en funció d'aquesta pressió, i la conseqüència immediata és el disseny de programes competitius en el mercat, populars i accessibles per al gran públic. *Scottish Women* i *La vida en un xip* mostren els efectes d'aquesta situació en la seva evolució històrica -incorporació de nous elements en el programa, o el pas del Departament d'Informatius No Diaris al d'Entreteniment, com va ser el cas d'Escòcia-, però també en les decisions editorials i en un enfocament del discurs adreçat a crear espectacle durant les seves emissions.

En aquest sentit, tots dos casos, *Scottish Women* i *La vida en un xip*, evidencien un procés d'homogeneïtzació en el món audiovisual que es mostra en els formats, en els gèneres i en els estils de producció, també propers a altres programes de debat britànics i nord-americans com *The Oprah Winfrey Show* (EUA) ó *Kilroy* (GB). (3) Malgrat això, tots dos programes s'adapten a les seves cultures polítiques respectives -el cas escocès presenta mecanismes de control del contingut aplicats abans de l'emissió del programa, mentre que en el cas català es confia en l'habilitat del conductor del programa durant el debat.

L'estudi destaca la televisió com a actor del procés de construcció o reconstrucció de la

identitat nacional i cultural d'un país, en tant que també mitjançant aquest mitjà es transmeten les idees de persones i les imatges que conformen una part de la identitat col.lectiva. Aquest procés de construcció de la identitat col.lectiva està condicionat per les dependències que les televisions i els programes tenen dels seus marcs d'operació -europeu, estatal i autonòmic- i es modifica i altera en funció d'aquests. L'alt nivell de competitivitat de les cadenes també contribueix a fer programes que satisfacin el màxim nombre de sensibilitats polítiques i culturals de l'audiència, i per tant síallunyin d'assumir compromisos en un context d'identitats nacionals duals com és el cas que ens ocupa.

En el context de la identitat col.lectiva que afecta Escòcia i Catalunya, l'estudi corrobora la dita catalana *tants caps, tants barrets*. Això és: en qüestió d'identitat nacional cada persona -i això afecta cada actor del procés de producció televisiu- se sent d'una manera determinada i les seves creences afecten la seva presa de decisions, particularment en aquest camp d'intercanvi ideològic de la comunicació social. Per tant, malgrat que tant STV com TV3 adoptin unes determinades directrius en el terreny comunicatiu en coherència amb les conviccions ideològiques i polítiques que les van crear i que les sostenen, la manera com un programa de televisió pot mostrar aquestes directrius és mediatitzada i conduïda pel sedàs que representa la cadena de producció, és a dir, la transformació que pugui ocórrer en el contacte amb els seus actors i també amb els imponderables del dia a dia. Si els equips dels programes són estables -com és el cas de *La vida en un xip*-, la influència dels autors del disseny i de la seva línia editorial és més coherent i menys penetrable; en canvi, la inestabilitat dels equips de *Scottish Women* i la seva vinculació durant llargs períodes als esquemes de producció de la STV aboquen el programa a les tesis i a les indicacions properes a les dels directius de la cadena.

En tots dos programes es plantejava la dificultat de fer debats sobre qüestions polítiques i es tendia a vehicular temes d'identitat nacional mitjançant el vessant cultural -llengua, folklore, tradicions, esport... Aquesta era una estratègia orientada a popularitzar qüestions de transcendència política i a suavitzar la polèmica que generen aquests temes en els pobles escocès i català. Però també reforçava una tendència comuna de tots dos programes a allunyar-se de qüestions d'àmbit públic i apropar-se als dominis de la vida privada de l'individu -intimitat, sexualitat, salut, món laboral, quotidianitat, creences- en sintonia amb una evolució comuna a tot líàmbit de l'esfera pública en les societats complexes de final del segle XX.

Aquesta tendència aparta de les agendes temàtiques dels programes qüestions que afecten l'estructura de la societat civil, com és ara el marc institucional i polític en el qual és immersa. L'entreteniment esdevé progressivament objectiu prioritari, i es deixa sovint en segon terme la informació i la formació d'opinió que els havien definit en els seus inicis.

Els equips de producció de tots dos programes tenen en compte qüestions com la procedència geogràfica dels participants, els seus accents o hàbits lingüístics i les seves

opinions. Aquests aspectes es tenen en compte no per rebutjar gent segons les preferències dels productors, sinó per mantenir un equilibri que allunyi les queixes que sovint es reben de l'audiència. (4) Per tant, l'estudi posa de manifest que malgrat les seves intencions o conviccions, els professionals de la televisió han de tenir en compte tant l'estat polític de les nacions sense estat respectives com els seus conflictes d'identitat dual.

L'anàlisi d'emissions concretes en què s'havien debatut qüestions com la nació, la llengua, la identitat nacional o les tradicions mostrava que aquestes qüestions eren especialment delicades, tant per als participants com per a l'audiència -més agressivitat durant les intervencions, més participació, més pressió de *lobbies*. Potser per això, ambdós programes evitaven posicionar la línia editorial en pro de cap actitud i rarament proposaven enunciats que els signifiquessin. En el cas de *La vida en un xip*, cal destacar que la ideologia dels productors es posava sovint en boca dels personatges de ficció del dramàtic *La Granja* que s'emetia a l'inici del programa per situar un context quotidià comú als espectadors.

Tots els professionals entrevistats durant la recerca admetien que la qüestió de la identitat nacional era un tema delicat tant a Escòcia com a Catalunya, i que la conflictivitat de parers s'expressava en reunions i en preses de decisions. En relació amb això, la STV tenia una política poc clara i als seus directius se'ls feia difícil definir què era la identitat nacional i cultural escocesa. A Catalunya, l'existència d'una estructura audiovisual sòlida i la consolidació progressiva de l'ús i la comprensió del català ajudaven a definir actituds i límits respecte a aquestes qüestions.

Juntament amb aquesta problemàtica, l'estudi dels casos *Scottish Women i La vida en un xip* obre camp a algunes qüestions sobre la transformació de l'esfera pública en les societats occidentals.

Aquestes qüestions síaborden partint del supòsit que tant *Scottish Women* com *La vida en un xip* estaven formats amb potencial per esdevenir 'porcions de l'esfera pública' de la qual va començar a parlar Habermas, i que han desenvolupat altres estudiosos com Garnham (1986), Cohen (1985), Curran (1991), Scannell (1989), Blumler (1992), Keane (1991) i Tomlinson (1991). Segons apunta Tomlinson (1991), encara són necessàries comunitats viables de judici cultural, a través de les quals els individus puguem entendre per què vivim com vivim. Un debat televisiu pot, per què no?, contenir el potencial per ser-ne un dels escenaris. Aquests fòrums són en certa manera un vehicle per a l'expressió de la societat civil. La qüestió és veure com s'hi veu representada i si aquesta representació és possible partint de l'anàlisi de producció dels dos programes objecte d'estudi. La pràctica diària permet que la televisió sigui realment un actor social en aquesta esfera pública racional i equilibrada?

D'entrada, les enquestes indiquen que els participants en els programes atribueixen a aquests aquesta capacitat, i el seu impacte social en els diaris i alguns casos de repercussió concreta en la societat (programes sobre el trasplantament d'òrgans havien

contribuït a augmentar el percentatge de donants, formació de grups de menopausa arran d'un programa sobre el tema) també ho indiquen. En canvi, val a dir que la majoria de persones implicades en el procés de producció no són gaire conscients d'aquesta dimensió.

Efectivament, l'elaboració dels programes de debat televisius indica que el seu disseny busca prioritàriament fer un producte competitiu en el mercat audiovisual, lluny de la dimensió de servei públic que havia inspirat les graelles de programació fins fa un parell de dècades. Les petites cadenes de televisió de les nacions sense estat també estan atrapades pels efectes globalitzadors de la transnacionalització i la competitivitat que comporta la liberalització dels mercats. La necessitat de construir una esfera pública que contingui els principis de diàleg democràtic, racionalitzador i representatiu de la societat civil tal com la defineix Habermas no és prou ferma per combatre els imperatius del mercat, que desplacen alhora les funcions formatives i informatives a la cua de les prioritats de l'audiovisual.

En el panorama actual no hi ha lloc per a un concepte pur d'esfera pública i cal replantejar-lo en funció dels processos de globalització que estan vivint totes les comunitats culturals. Cal tenir en compte la incorporació del concepte d'"entreteniment" en els nous codis de construcció cultural i civil de les societats occidentals. El domini de la *res publica* es va barrejant progressivament amb el domini de l'àmbit privat, que intervé en el primer per materialitzar-lo i individualitzar-lo segons els valors de la societat postmoderna que descriuen Melucci (1990) i Bauman (1990). Hi ha també una progressiva despolitització que va ensorrant a poc a poc els principis de l'esfera pública concebuda per Habermas. L'estudi de les agendes temàtiques d'ambdós programes corrobora que anem en aquesta direcció.

Aquesta esfera pública que podria ser representada a la televisió es va despullant d'una intel.lectualitat en molts casos incapaç d'adaptar-se al discurs audiovisual, mancat de matisos i d'espai per a la disquisició acadèmica. L'esfera pública que permet la televisió dóna pas a una nova intel.lectualitat despolititzada i popular, que s'adreça a la gran majoria amb els mecanismes de seducció que té el mitjà (Gella, 1976; Elliott, 1976). Tanmateix, ambdós programes de debat mostren que, contràriament a l'exclusió que fa Habermas dels actors polítics en l'esfera pública, les institucions de poder reconeixen l'impacte d'aquests programes i intenten intervenir-hi. També és clau en aquests formats el paper del presentador, que destaca no només com a part activa de l'expressió d'opinions i idees, sinó també com a àrbitre i potenciador del diàleg dins d'aquests espais públics.

Per tot això cal concloure que, tenint en compte com van ser concebuts i produïts aquests dos programes de televisió i havent fet un seguiment dels seus processos de producció respectius, és clar que l'esfera pública és lluny de construir-s'hi seguint la concepció equilibrada, racional i democràtica que proposa Habermas. Els programes estan sotmesos a unes pressions i a unes dinàmiques que els allunyen d'aquest objectiu. Encara més, en el context de les nacions sense estat, això s'accentua per la complexitat política i cultural, que hi afegeix sentiments contradictoris i conflictius, i pel fet que,

per prevenció a expressar-los, els responsables dels programes tendeixen a allunyar les qüestions d'àmbit públic i les substitueixen per les d'àmbit privat en els debats televisius.

Malgrat aquestes restriccions, però, no podem descartar una evolució cap a estadis més favorables tenint en compte la futura creació de nous canals de televisió, més propers al ciutadà (televisions locals), i la voluntat democratitzadora de les institucions polítiques i culturals per racionalitzar els desequilibris que provoca la ferotge economia de mercat. És per això que el valor intrínsec del format del debat televisiu per assolir aquests objectius no es pot ignorar.

La televisió, a través dels debats i de molts altres formats, expressa la transformació de la societat civil i ens indica la manera com l'esfera pública s'ha d'anar construint d'acord amb aquests canvis. La televisió no ha de renunciar a fer compatibles el propòsit d'entretenir la seva audiència i el de ser un mitjà de transmissió d'idees, d'informacions i d'inquietuds que afecten tots els membres de les diferents col.lectivitats nacionals i culturals. La televisió és un instrument que permet la comunió de milers de persones al voltant d'una qüestió o d'un fet -un casament reial, un partit de futbol, els resultats d'unes eleccions, una cerimònia d'obertura d'uns jocs olímpics, un debat sobre discapacitats físics, una discussió sobre la separació matrimonial, no són totes aquestes qüestions, expressions de la identitat individual i col.lectiva? Així doncs, si la televisió fa possible aquests moments de comunió, hem de considerar que els programes tenen el potencial per millorar l'equilibri de forces dins d'aquests espais i aconseguir una esfera pública més representativa i propera als interessos dels ciutadans, també televidents.

L'anàlisi de *Scottish Women* i *La vida en un xip* mostra com els programes s'articulen en relació amb la seva funció com a: (i) productes econòmics dins d'un mercat, (ii) productes culturals capaços de proveir aquest mercat de coneixements, d'idees i de punts de vista plurals, (iii) productes condicionats per institucions que marquen posicionaments diversos, en lluita en el procés de producció, i, finalment, (iv) programes fets per persones amb el seu propi concepte del que diu l'"opinió pública" i el "sentit comú" per elaborar-los.

Totes i cadascuna d'aquestes dimensions s'interrelacionen i modifiquen el resultat final. De l'encreuament de les reflexions fruit dels diferents estadis de producció és d'on s'obté un coneixement més profund del producte, del procés comunicatiu, del mitjà, i, fins i tot, de la cultura i del país. L'investigador que s'apropa mitjançant els ulls de l'etnografia al seu objecte d'estudi s'adona de la complexitat d'actors que treballen en la consecució d'un objecte televisiu, i de com aquesta complexitat no pot ser reflectida des d'òptiques metodològiques que no s'apropen a l'entramat productiu de la fàbrica televisiva. (5)

NOTES

1 Aquest article basa el seu contingut en els objectius i la metodologia aplicat en

l'elaboració de la tesi doctoral "Television, National Identity and the Public Sphere. A comparative study of Scottish and Catalan discussion programmes", dirigida pel Dr. Philip Schlesinger, director de l'Institut de Recerca sobre Cinema i Mitjans de Comunicació de la Universitat de Stirling (Escòcia).

2 En l'estudi de cada cas hi ha quadres d'anàlisi dels temes dels dos programes de debat durant la seva existència, i també l'anàlisi de la tipologia dels diferents actors -experts, testimonis i públic. El rol del presentador també és analitzat en relació amb la seva capacitat d'orientar el discurs cap a aspectes generals, propers al gran públic.

3 Tots dos programes partien de dinàmiques molt similars, i utilitzaven els mateixos procediments de selecció de temes i de participants.

4 Aquest era el cas de *Scottish Women*, que al llarg de la seva història havia acumulat centenars de cartes al director en els diaris i articles d'opinió en què es criticava la presència de persones d'accent no escocès a la platea.

5 Vegeu l'estudi que fan Livingstone i Lunt (1992; 1994) sobre el format dels debats televisius.

BIBLIOGRAFIA

Bauman, Z. (1990) "Modernity and Ambivalence", a *Theory, Culture and Society*, 7(2-3): 143-69. London.

Blumler, J. (1992) *Television and the Public Interest. Vulnerable Values in West European Broadcasting.* London. Sage.

Browne, D. R. (1989) *Comparing Broadcast Systems. The Experiences of Six Industrialised Nations*. Iowa. Iowa University Press.

Cantor, M. (1971) *The Hollywood Producer: His Work and His Audience*. New Brusnwick, NJ. Transaction Books. Nova edició (1988) amb una nova introducció. New York. Basic Books.

Cohen, J. L. (1985) "Strategy or Identity: New Theoretical Paradigms and Contemporary Social Movements", *Social Research*, 52(4): 663-716.

Curran, J. (1991) "Rethinking the Media as a Public Sphere", a P. Dahlgren and C. Sparks (eds) *Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere*, London. Routledge.

Edelstein, A. S., Ito, Y. and Kepplinger, H. M. (1989) *Communication and Culture. A Comparative Approach.* New York and London. Longman.

Elliott, P. (1986) "Intellectuals, "Information Society" and the Disappearence of the Public Sphere", a *Media, Culture and Society. A Critical Reader*. London. Sage. pp. 105-115.

Elliott, P. (1972) *The Making of a Television Series*. London. Constable.

Etzioni-Halevy, E. (1987) *National Broadcasting Under Siege. A Comparative Study of Australia, Britain, Israel and West Germany*. London. MacMillan.

Garnham, N. (1986) "The Media and the Public Sphere", a P. Golding, G. Murdock and P. Schlesinger (eds) *Communicating Politics. Mass Communication and the Political Process.* Leicester. Leicester University Press.

Gella, A. (ed) (1976) *The Intelligentsia and the Intellectuals. Theory, Method and Case Study*. London. Sage.

Gifreu, J. i Corominas, M (eds) (1991) *Construir l'espai català de comunicació*. Barcelona. Generalitat de Catalunya, Centre d'Investigació de la Comunicació.

Gifreu, J. i Saperas, E. (1994) *Estudi dels formats dels noticiaris televisius a la Unió Europea.* (inèdit)

Habermas, J.

(1979) "The Public Sphere", a A. Matterlart and S. Siegelaub, *Communication and Class Struggle*, vol.1: 198-201. New York. Internal General.

(1989) *The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge. Polity Press.

Hammersley, M. (1992) *What's Wrong with Ethnography?* London and New York. Routledge.

Keane, J. (1991) *The Media and Democracy*. Cambridge. Polity Press.

Livingstone, S. and Lunt, P.

(1992) "Expert and Lay Participation in Television Debates. An Analysis of Audience Discussion Programmes", a *European Journal of Communication*, vol.7: 9-35. London.

(1994) *Talk on Television. Audience Participation and Public Debate*. London. Routledge.

Melucci, A. (1990), *Nomads of the Present. Social Movements and Individual Needs in*

Contemporary Society. London. Hutchinson Radius.

Moreno, L. (1986) *Identificación dual y autonomía política: los casos de Escocia y Catalunya*. Madrid. Asociación Internacional de Sociología.

Newcomb, H. (1991) "The Creation of Television Drama", a K. B. Jensen Bruhn and N. W. Jankowski (eds) *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London and New York. Routledge. pp.9 3-107.

Scannell, P. (1989) "Public Service Broadcasting and Modern Public Life", a P. Scannell, P. Schlesinger and C. Sparks (eds) *Culture and Power. Media, Culture and Society Reader*. London. Sage. pp. 317-348.

Schlesinger, P. (1987) *Putting "reality" together*. London and New York. Methuen.

Silj, A. (ed.) (1992) *La nuova televisione in Europa.* vol III. Gran Bretagna, Spagna. Milano. Gruppo Fininvest.

Teune, H. (1990) "Comparing Countries: Lessons Learned", a E. Øyen *Comparative Methodology*. London. Sage. pp. 39-62.

Tomlinson, J. (1991) *Cultural Imperialism.* London. Pinter Publishers.

