

L'ètica i *La semana del guiñol* (C+)

treball de l'assignatura *Deontologia Professional* impartida per la professora Eva Pujadas.

En un principi havíem plantejat aquest treball com un anàlisi de l'eticitat dels valors, personatges i temes tractats en els programes *La semana del guiñol*, *Ja hi som* i *Sense títol*. Tot i que havíem previst fer-ne una selecció entre aquests tres programes finalment hem optat per analitzar només els que surten a *La semana del guiñol* (Canal +) ja que ens ofereixen prou varietat i ens permeten treballar sobre una única línia d'humor, en tot cas els personatges dels altres dos programes els farem servir com a element comparatiu.

L'humor, una clau d'interpretació de la realitat?

Tot i que l'humor és un camp de treball poc estudiat hi ha dues grans àrees d'anàlisi:

- Per una banda les explicacions psicoanalítiques (basades en Freud) que entenen l'acudit com una alliberació de l'inconscient, fenòmen equiparable al que es dona el somni, durant la hipnosi... Tot i això el propi Freud s'encarrega de limitar aquesta particularitat únicament als acudits "...la relación con lo inconsciente es una cualidad peculiarísima del mismo (de l'acudit) y quizá lo que le diferencia de la comicidad." (*1). Així, mentre "*la fuente de placer del chiste tuvimos que situarla en el inconsciente*" la font del plaer còmic "*es la comparación de dos gastos, localizados ambos en lo preconscious*". Deduïm, doncs, que l'acudit és "*la aportación que lo inconsciente procura a la comicidad*" (*2).

Des d'aquest punt de vista, doncs, els acudits poden arribar a veure's com les expressions menys mediatitzades de les expressions mediàtiques. Ens expliquem, qualsevol relat televisiu (encara que busqui ser el més transparent possible) té una sèrie de filtres: la subjectivitat inherent a les persones emissores del discurs, els condicionants tècnics i tecnològics... i, l'autocensura de l'*überich*, de totes les persones que medien en el relat. Cenyint-nos a Freud en l'acudit aquesta censura desapareix, però, tot i això hem de tocar de peus a terra i pensar que Freud parla d'un humor espontani i que en la televisió la espontaneïtat és una utopia. Així doncs, malgrat que podem pensar que en la gestació de "l'acudit" l'inconscient de l'emissor està alliberat, no podem caure en l'error de considerar el discurs final com la manifestació genuïna de l'inconscient perquè entre aquesta manifestació primera i l'acudit final (el que rep el telespectador) s'ha donat un lapsus de temps, un seguit d'intervencions i mediacions de diferents persones i uns condicionants propis del mitjà (temps, ubicació...) que han "censurat" aquesta manifestació. És per això entenem que l'acudit televisiu no és ni carn ni peix; no és l'alliberació de l'inconscient en estat pur però sí que aquesta és la gènesi sobre la que s'elabora el discurs. Un exemple d'això seria l'evolució des d'una (acudit resultat d'una alliberació de l'inconscient) de les idees d'alguns dels guionistes de *La semana del guiñol* fins a la seva execució (situació còmica televisiva): estan condicionats per la movilitat i expressió dels ninots, suposem que han

de passar censura de la cadena, han de reduir o ampliar l'acudit per ocupar el temps exacte de programa...

- D'altra banda, tant Berger com Mulklay ofereixen explicacions que remeten a l'origen social de l'humor. Des d'aquest punt de vista s'enten l'humor com una interpretació de la realitat que difereix de la més estandarditzada, el discurs seriós (en paraules de Mulklay), i que moltes vegades posa de relleu mancances socials. Ja al segle XVII, el comte Shaftesbury parlava d'aquesta dualitat del discurs i de l'aportació que suposava el discurs humorístic sobre el real: *"Ya sé que ése es el caso de otros muchos que, todo lo grave y solemne que piensan ellos, creen no ha de ser tratado sino de manera grave y solemne. (...) Hay que suponer que la verdad puede soportar todas las luces; y una de esas principales luces o medios naturales a cuya luz hay que ver las cosas parece verificar un reconocimiento completo, es el "rídículo", o sea, ese modo de prueba mediante el cuál discernimos cuanto un asunto está expuesto a una justa chanza"* (*3). segons Berger, quan la comicitat i l'humor parlen del real el qüestionen, el reforcen o en proposen una evasió. Això suposa que els relats humorístics poden contribuir tant a l'assentament de l'*ethos* com a la seva dinamitació ja que, al opinar sobre aquest, ajuden a crear adhesions o oposició. En definitiva, l'humor malgrat ser considerat un gènere d'entreteniment és també informatiu (moltes vegades parla de l'*ethos*) i d'opinió (aporta un punt de vista sobre l'*ethos*), la qual cosa comporta que hom, després d'haver assimilat un relat humorístic, té un nou punt de vista sobre la realitat que pot contribuir a reestructurar el seu propi punt de vista. Per exemple, la caracterització de bufó que es fa en el programa de Miguel Ángel Rodríguez és una caricatura del personatge amb efectes còmics i fa riure. Però no és només això sinó que també aporta informació sobre la persona caricaturitzada als receptors, hem de tenir en compte que a molta de la gent que veu això si se'ls hi pregunta per Miguel Ángel Rodríguez incorporará en la seva explicació l'adjectiu de *bufó* o adjectius derivats d'aquesta imatge que s'ha donat del personatge.

Les dues tendències que acabem de veure expliquen que el relat humorístic dona un nou punt de vista sobre la realitat i que coparticipa amb els altres relats en la formació de la idea que el receptor d'aquests relats té de la realitat. En la línia de les teories constructivistes, hauríem d'afegir que qualsevol comunicació s'estableix a partir d'una negociació entre emissor i receptor i tant importants són els instruments dels que disposa l'emissor en l'elaboració del missatge com els recursos que farà servir el receptor per interpretar-lo i assimilar-lo. Freud parla de la importància de la sintonia entre emissor i receptor en la ironia, en els jocs lingüístics,... Aquesta manca de sintonia pot portar al fracàs del discurs, però no és l'únic fet que pot menar-hi: l'estat de les persones en el moment de la recepció, les condicions de recepció, el desconeixement d'un fet relatiu al receptor... també poden enfonsar la nostra comunicació. És per això que els discursos humorístics televisius (adreçats a un gran públic) tot i "escapar" de la censura i dels corsés de discursos més seriosos també estan condicionats perquè, com diu Allen Klein, "Ei

*humor tiene tanto poder que puede ayudar a conectar y comunicar...o con la misma facilidad, destruir una relación y distanciar a la gente" (*4).*

Caricatures, una altra clau?

Una de les vessants de la comicitat, la que anem a tractar nosaltres, és la caricaturització. La base de l'humor del programa, tot i que hi ha la parodia d'un gènere televisiu (els informatius) és la caricaturització de personatges mediàtics. És per això que abans d'entrar en l'anàlisi concret hauríem de definir que entenem per caricatura, la GEC ens hi pot ajudar "*Representació de personatges, fets, costums o hàbits socials fent ressaltar els trets més característics i aptes per produir un efecte grotesc*". En altres paraules, exagerar per fer riure. Aquí podem afegir que el plaer còmic que suscita la caricatura, segons Freud, "*(...)se dirigen contra personas y objetos respetables e investidos de autoridad. Son procedimientos de degradar objetos eminentes. (...) lleva a cabo la degradación extrayendo del conjunto del objeto eminente un rasgo aislado que resulta cómico, pero que antes (...) passaba inadvertido*" (*5). Remarquem que moltes vegades el tret és escollit per ser "lleig" com ens fa notar K. Fischer "*Lo feo, en cualquiera de sus manifestaciones, es objeto de la comicidad*" (*6).

Així doncs, com acabem de veure, les caricatures són una manifestació humorística que es basa en ressaltar uns determinats trets (els més característics, risibles o lletjos) per provocar el riure. Si, com hem dit abans, en la creació de situacions humorístiques s'ajuda en la conformació l'opinió pública hem de tenir en compte que tant la tria de trets com el comportament d'alguns personatges amb uns trets determinats influirà en aquesta conformació. Aquesta és, juntament amb el que hem explicat anteriorment, una de les raons que fan que programes com *La semana del quiñol* no siguin només programes d'entreteniment, sinó també manifestacions de repercussió social important que treballen a partir d'un codi determinat (l'humor) que no és inofensiu ni neutre. Així doncs, sota la finalitat còmica (evident) en subjauen d'altres que fan una crítica social (que tant potser positiva com negativa). L'humor de *La semana del quiñol* combina tres tipus d'humor que fan aquesta crítica social: l'enginy (que proposa jocs intel·lectuals), la mirada tràgica que reconeix el real com a tràgic i això provoca el riure i, mig encoberta, la sàtira que (amb mala llet) fa comicitat a costa d'algú.

És per això que són importants tant els criteris de selecció de personatges, de característiques a destacar, d'esbós de la manera de ser... Però això millor que ho analitzem cas per cas i, al final, n'extraguem conclusions.

Qui és qui?

Hem decidit treballar, no tant a partir d'anàlisi de personatges concrets sinó treballar-los en grups que hem creat. Hem decidit fer-ho així perquè tots els personatges que surten en el programa ho fan perquè estan dins d'algun d'aquests grups que són els considerats d'interès per

imitar ja que són referents fàcilment identificables pel públic potencial. Aquesta teoria queda confirmada si recorrem al *Sense títol s/n* o al *Ja hi som* ja que molts dels personatges imitats en aquests programes coincideixen amb els que imiten a *La semana del quiñol* o pertanyen al mateix col·lectiu (així el Pere Elies o la Padrina Josefina del *Sense Títol* podrien equivaldre a *l'abuelo*, el *Palomino* pertanyeria al mateix grup que el Jesulín de Ubrique (també caricaturitzat a *Ja hi som*). El col·lectiu de gent relacionada amb el món de l'esport del *Ja hi som* pertany al mateix grup que en Raül, en Luis Fernández o Jesús Gil (a més, molts d'ells coincideixen), i del grup de la "faràndula" en aquest programa en tenen una col·lecció (des de la Rocío fins al Julio Iglesias) .

Abans d'endinsar-nos en l'anàlisi dels personatges només fer un petit esment a l'utilització d'un format televisiu com a punt de partida per a crear la parodia o les caricaturitzacions: el telenotícies. D'aquest format se'n copia el títol (*las noticias*), la disposició escènica, l'estructura narrativa, l'aspecte estètic, el llenguatge,... però es corrompeix introduint-hi personatges, temes i situacions còmiques en lloc de les pressuposades serioses. A continuació, sense més dil·lacions, anem a analitzar els diferents grups.

Els polítics són els personatges més caricaturitzats del programa. Els polítics són personatges públics coneguts per la majoria de la població a través dels mitjans de comunicació; la gent, però, creu que el gènere televisiu més adequat per obtenir informació sobre els polítics són els informatius (perquè tenim la concepció que és en aquests programes on es parla del real amb la màxima transparència i objectivitat). Tot i això des dels informatius no se'ns dona una radiografia completa del personatge sinó que se'ns parla d'ell seguint la codificació pròpia dels Telenotícies (resposta a les 6W, immediatesa...); a més, moltes vegades els polítics poden arribar a interferir en la informació (recordem que els canals públics estan controlats per l'Estat). En canvi, quan hom posa un programa d'humor no busca assabentar-se'n de la situació política de l'Estat sinó riure, malgrat això (encara que com a receptors no ho busquem) se'ns està transmetent una sèrie de valors referents als personatges caricaturitzats que en completen el perfil. La transcendència d'aquest fet pot ser molt més rellevant del que en un primer moment podia semblar quan es comprova (jo ho veig en el meu entorn i en mi mateixa) que molta gent té només aquest únic punt de vista (l'humorístic o caricaturesc) sobre algun polític. Així, molta gent (deprés d'haver vist el programa) diuen que Esperanza Aguirre és la que s'ha empollat la *Enciclopedia Álvarez*; Jordi Pujol l'*amant* d'Aznar; Fidel Castro un xerraire de futbol...

En parlar dels polítics no podem deixar de parlar de què molts dels personatges caricaturitzats són representants de la població i molta gent s'hi pot sentir identificada. Per tant riure (dels *defectes*) d'algú a qui has escollit per a que et suposa acceptar-lo amb les seves virtuts i defectes, podem entendre això si ho comparem amb la teoria de l'enamorament que sosté Eric Fromm i que diu que quan algú t'agrada és que només t'has fixat en els clotets de la galta però, quan t'enamores, l'acceptes tot ell (amb les seves virtuts i els seus defectes). Per

això, per un votant del PP o de CIU o del PSOE o d'IU... riure's de la caricatura d'un dels seus representants suposa, en definitiva, riure's d'un mateix.

Els esportistes també són un altre col·lectiu caricaturitzat en *La semana del quiñol*. Com els polítics, els esportistes són també uns personatges públics coneguts per la gent a través dels mitjans de comunicació. Tot i que el seu relleu i el seu paper dins el sistema social no és equiparable al dels polítics per molta gent pot ser molt més virulenta la caricatura que es fa de Raúl o Luis Fernández que al que es fa de qualsevol polític. Entenem això en un ara i aquí on el fanatisme al futbol supera qualsevol altre tipus d'afició. Caricaturitzar als esportistes suposa atribuir-los un rol notori de personatges populars que ens són presentats al mateix nivell i de la mateixa manera que els polítics (Raúl és entrevistat igual que Jordi Pujol, Luis Fernández és disfressat com després també ho serà José María Aznar; però, d'altra banda també es fa una crítica del món del futbol amb algun dels gags (el de Fidel Castro o el de l'home que en lloc de cap té una pilota de futbol). Així doncs, la caricaturització dels esportistes serveix no només per oferir una nova visió sobre els personatges sinó també una crítica al sistema.

Els personatges de la "faràndula" són també objecte de caricatures de *La semana del quiñol*. Tot i això entre aquest grup i els dos anteriors hi ha una diferència substancial: mentre que els polítics o els esportistes són personatges mediàtics i públics per la seva professió, els personatges de la "faràndula" són més coneguts per la seva caricaturització que per ells mateixos. Anem a l'exemple: Jesulín de Ubrique. Com a personatge no és només conegut perquè és imitat sinó que també ho és per al seva professió: torero, i perquè surt en un determinat gènere mediàtic: la premsa del cor. Tot i això, personatges com aquest li deuen molt als programes d'humor que els caricaturitzen ja que moltes vegades la seva aspiració no és tan fer la feina que se'ls hi suposa com sortir a la televisió per allò que fan o diuen. Hem de fer notar, doncs, la diferència que hi ha entre els polítics l'objectiu dels quals és fer política, els esportistes l'objectiu dels quals és practicar l'esport i els personatges dels quals estem tractant ara l'objectiu del qual és sortir a la televisió. Així doncs, mentre que els caricatures que es fan sobre polítics, esportistes o personatges mediàtics (els que veurem a continuació) poden doblar al subjecte caricaturitzat ja que es posa de relleu un dels seus defectes, és diferent en el que nosaltres hem anomenat "personatges de la faràndula" ja que, per ells, sortir per la televisió és més aviat un orgull. Així doncs, les caricatures d'aquest tipus de personatges s'han de veure des d'un altre punt de mira i la crítica social que vehiculen també ha de ser entesa diferentment. Tot i això res no és ni blanc ni negre i hi ha molts polítics que pel seu comportament es podrien inscriure com a personatges de la "faràndula" i alguns d'aquests que podrien ser reconeguts per la seva professió pública.

Finalment ens queden dos grups a mencionar els **personatges mediàtics** (podem incloure aquí els personatges de professió pública que no entren dins de cap dels grups anterior, com podria ser José María Carrascal) i **els estereotips genèrics** (aquells personatges que no estan

escollits per ser qui són sinó per pertànyer a un grup social determinat, aquí parlariem de *l'abuelo*, el psico-lingüista o el científic). D'aquest darrer grup només fer-ne un petit apunt, si per si sols els estereotips ja contenen una selecció de característiques genèriques i que s'adscriuen a qualsevol persoantge pel sol fet de pertànyer a un determinat grup en cariacturitzar els estereotips el que es fa es exagerar encara més aquestes característiques i, en conseqüència, reforçar "la validesa" d'aquest estereotip. Parlar del tractament dels estereotips però, seria feina per un altre treball.

Així doncs, en retratar els personatges se'ns està donant una visió metonímica de la realitat: se'ns dona la part humorística com a tot. Això seria greu si aquest fos l'únic punt de vista que l'espectador pogués tenir i no seria ètic oferir aquesta única visió sobre els personatges ja que seria oferir una visió notoriament deformada d'ells. Tot i això entenem l'humor com un sanejament social ja que, com venim explicant, ens ofereixen un punt de vista sobre els persoantges que moltes vegades és oblidat en els altres gèneres o que és tractat de manera anecdòtica. Si a nivell individual s'admira la qualitat que tenen algunes persones de saber riure's d'un mateix perquè això suposa l'assimilació dels propis defectes això és també extrapolable a nivell social: una societat normalitzada és la que ha après a riure's d'ella mateixa (on hom pot riure de la pròpia política, dels seus persoantges més significatius, de la cultura...). A més, la caricatura vehicula una crítica que permet donar a conèixer i, potser adonar-nos-en nosaltres mateixos, dels nostres propis defectes que són representats de manera hiperbòlica. En definitiva, programes com *La semana del quiño!* fan riure però allò que ens ha fet riure ha estat una visió determinada de la societat i d'alguns dels seus personatges.

Notes.

(*1). FREUD, 1970. Pàg. 156.

(*2). FREUD, 1970. Pàg. 188.

(*3). SHAFTESBURY, 1995, pàgs. 132-133.

(*4). KLEIN, 1991, pàg 66.

(*5). FREUD, 1970. Pàg. 181.

(*6). FREUD, 1970. Pàg. 8.

Bibliografia.

FREUD, Sigmund. *El chiste y su relación con lo inconsciente*. Madrid: Alianza Editorial (col. El libro de bolsillo, 162), 1970 (2a)

KLEIN, Allen. *¿Y tú de qué te ríes?*. Barcelona: Ediciones B (col. Llave maestra, 7), 1991
(1a)

SHAFTESBURY. *Sensus communis. Ensayo sobre la libertad de ingenio y humor*.
València: Pre-textos, 1995.