

PLURALISMO SOCIAL Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA: GARANTÍAS INSTITUCIONALES DEL DEBATE PÚBLICO.

Juan Carlos Suárez Villegas

Profesor de Deontología de la información en la Universidad de Sevilla. España

I. Información y orden social. La teoría de las cinco vocales.

La comunicación social es fundamental para lograr los objetivos de igualdad de cualquier colectivo social. Su representación condiciona sus aspiraciones sociales. A fin de cuentas, la igualdad tiene un escenario cotidiano que es la convivencia y sus posibilidades de éxito dependerán de las expectativas generadas sobre su actuación. Cuando comunicamos no sólo contamos la realidad sino que la catalogamos a través de una serie de presupuestos informativos como el tipo de asociaciones, comparaciones y otras estrategias que denotan una intencionalidad comunicativa. No es importante analizar sólo lo que se dice de ciertos colectivos, sino también a propósito de qué se dice, cuándo y quién las dice, pues en cualquier información existe una densidad enorme de significado social que estratifica a los distintos agentes que aparecen en la noticia.

La decodificación del significado de una información se produce a través de las apelaciones simbólicas que aparecen en el texto y que incluye también aquellas otras que pertenecen a la noticia como discurso social: quién informa, cuáles son las fuentes informativas, las referencias personales para ilustrar su significado, cualquier otra mención personal con la que se pretende ilustrar el sentido de la noticia e incluso el propio lector y a quién se le dirigirá. La comunicación es un acto complejo en el que influyen muchos factores y cuyo significado sólo puede ser descifrado observando la noticia como un discurso cultural. Se trataría entonces de fijarnos en qué se quiere comunicar con las noticias: qué imagen de la realidad se proyecta con los elementos elegidos y el modo en que es tratada.

La peculiaridad estriba en que ahora la orden no es imperativa, sino persuasiva, mediática y capaz de aceptar la libertad, presupuesto necesario para condescender voluntariamente con la evidencia que se refleja en los acontecimientos seleccionados por el poder. La información es, por tanto, un ejercicio de poder, quizás el más sutil e intenso que pueda existir, pues se trata simplemente de escuchar, ver, leer y hacer de esta mediación el principio de conocimiento de la ciudadanía, evitando que la cortina que se extiende entre los hechos relatados descubra aquellos otros que ni siquiera son enfocados por la cámara.

La información es un poder que, además, se vende todos los días (convertido en objeto de consumo). El acto voluntario de consumir puede parecer una cierta soberbia contra la dominación de quien desea imponernos su versión de las cosas, pero lo cierto es que la información no es más que un poder dosificado lentamente; una inhalación suave con la que llenar los pulmones intelectuales y que formará parte del oxígeno ideológico para vivir en una determinada atmósfera cultural.

Podríamos concretar la función que cumple la información en la sociedad a través de lo que denominaremos la teoría de las cinco vocales.

A. Aglutina determinados acontecimientos para crear la apariencia de fenómenos a los que les concedemos una especial importancia a la luz del tratamiento mediático. Esta capacidad de asociar los elementos, los escenarios y los personajes de la realidad confiere a la información una capacidad sintáctica fundamental para su poder comunicativo. Es la primera captación que hacemos de los hechos antes de que se nos expliquen. La aparición significa la existencia de un tema y su tratamiento, en el que entran en juego muchos más aspectos sintácticos que semánticos de la comunicación. Cuestiones como el tratamiento de la imagen, el orden de aparición, su relación con las noticias precedentes o posteriores, la asociación con ciertos temas y otras estrategias informativas darán el orden y significado del acontecimiento.

E. Excluyen a los no representados como si no existiesen. Los medios tienen un poder simbólico claro en nuestra sociedad actual. El individualismo mediático ha propiciado la disolución de los foros intermedios de discusión que existían en otros tiempos, por lo que la opinión pública se crea esencialmente desde la selección que los

medios ofrecen de la realidad. Por tanto, la exclusión de la realidad lleva implícita la exaltación de aquella otra parte que emerge como solución, como socialmente relevante. La comunicación es hoy uno de los bienes que puede provocar mayor desigualdad y discriminación entre las personas.

I. Informar es una labor instrumental para cumplir otras que tienen un propósito crítico. Por eso, la función más relevante de los medios sería la de imputar responsabilidades, derechos y deberes a los distintos agentes sociales en función de los discursos y personajes en los que ellos se reconocen. Los medios de comunicación tienen una función normativa difusa que no consiste, obviamente, en expresar mandatos expresos sujetos a la condición de que sean o no cumplidos, sino más bien una insistente representación de nuestra identidad relacionada en contextos sociales que atribuyen roles y sentido a nuestras relaciones comunitarias.

O. Ordenan, en el sentido de diseñar una geografía humana de la sociedad que adquiere un sentido normativo, pues las representaciones mediáticas categorizan el valor de los distintos roles sociales en el imaginario colectivo.

U. Utilizan la realidad para producir una manufactura. Por tanto, los medios realmente “median”. Esta es quizás una facultad casi inevitable por parte de los medios de comunicación, en tanto que el ser humano mantiene una necesidad antropológica de encontrar a un intérprete del sentido de la pluralidad real como una cosa. Estaríamos ante una facultad religiosa de la comunicación como expresión del poder, un poder que, a la par que protege, oprime, un poder que pide flexibilidad a nuestra libertad para orientarla en función de sus intereses eventuales. Los medios de opinión crean, a través de la información y el resto de los contenidos de la programación, lo que se puede denominar discursos sociales, considerados expresiones microideológicas de las visiones políticas, sociales religiosas y económicas dominantes en cada momento. El discurso social de los medios constituye una radiografía en la que se puede comprobar el armazón que sostiene los intereses en juego.

En ocasiones, la realidad no se corresponde con las afirmaciones literales de los medios de comunicación, sino que más bien constituye el resultado de un proceso de selección, comparación, asociación, reiteración y focalización de los temas que deja

entrever las actitudes sociales que subyacen a los discursos. Por eso, sin que nadie exprese si está enfadado o no, podremos captar su actitud a la hora de hablar. Esta misma actitud puede ser captada a través del tratamiento que los medios formulan de la realidad social. Existen presunciones del valor de los acontecimientos en las que se pueden percibir cómo informan, creando en el público determinadas predisposiciones acerca de ciertos fenómenos sociales. A esta labor contribuye no sólo la información, sino también otros formatos audiovisuales que incluyen la gran industria ideológica del cine. No existe mejor manera de concitar ciertas emociones en la ciudadanía y asociarla a ciertos motivos que las recreaciones fílmicas en las que los sentimientos se convierten en razones. Por eso, deberíamos preguntarnos no sólo qué dicen los medios de comunicación, sino qué nos hacen sentir. ¿Qué predisposición hemos desarrollado hacia los distintos colectivos que son representados en los medios?

II. Participación e información en la sociedad de la comunicación; aspectos normativos.

La libertad personal no puede interpretarse como un simple ejercicio de extravagancias personales, sino como un coherente proyecto de vida que suele participar de diseños de convivencia comunitaria. Visto así, la libertad de expresión no debe ser interpretada como un punto de llegada en el propósito que cada individuo tenga de decir lo que piensa, sino que también se debe concebir como un estado de libertad social del que se nutre las opiniones de la ciudadanía. Desde esta óptica, la libertad de expresión constituye una institución básica del sistema democrático que debe ser garantizada por los poderes públicos a través de medidas normativas que faculten a la ciudadanía a participar como actor político en la comunicación y conocer la realidad en sus perspectivas plurales. La clave para armonizar este binomio está en un concepto de información horizontal que le permita a los ciudadanos conocer las perspectivas de otros colectivos con los que están llamados a interactuar y encontrar acuerdos que les permitan llevar adelante sus intereses dentro de un marco común de justicia.

Este concepto horizontal de la información choca frontalmente con la perspectiva empresarial que entenderá la realidad como una materia prima para elaborar productos

diseñados por exigencias del mercado, favoreciendo noticias consumibles, y un modelo vertical en el que el poder político se dirija a la ciudadanía de manera unilateral e inapelable. De este modo, se pervierte esencialmente el modelo de la información como un intercambio cívico, en el que la sociedad puede expresarse, para actuar ésta como un simple eco de las resonancias de intereses concertados por el poder político y económico. La información se convierte así más en un altavoz de reclamos comerciales y propagandísticos, eliminando cualquier espacio de igualdad que facilite y propicie las voces plurales de la sociedad civil.

Los medios de comunicación desconsideran dos condiciones básicas del concepto de información democrática: que no son los propietarios de la información, pues ésta es el contenido básico del derecho de las personas; y que no se debe tratar a las personas como una masa social. La sociología no puede hacer el juego de la ética y se debe evitar que comportamientos colectivos que son razonables por el mutuo desconocimientos que los participantes pueden tener de sus intereses críticos, sirva de pretexto para escamotear unas exigencias básicas a la hora de informar. La participación queda comprometida si la ética de la información se reduce a una mera estética de diversidad de rostros que representan grupos mayoritarios que simulan un pluralismo ya concertado por el propio sistema de poder político.

La sociedad civil tiene derecho a ocupar su espacio y erigirse en protagonista de la información en la que se puedan conocer los movimientos alternativos, las voces disidentes y aquellas posiciones que tengan algo que aportar al debate. Pero esta participación no se debe hacer desde la lógica de la industria del espectáculo, en el que cualquier actor es elegido, caracterizado y destacado más por los aspectos coloridos que le pueda prestar al circo doméstico que por el interés de sus posiciones. Desde punto de vista, la labor de los medios estaría en hacer creativo este debate para que la desigualdad comunicativa no merme el potencial de intereses, de confrontar ideas y proyectos que enriquezca la convivencia comunitaria. Los medios de comunicación, deben ser justamente esos medios para comunicarse y esta tarea incluye también capacidad para saber hacer de las cualidades profanas de los ciudadanos que acceden a los medios, oportunidades para ilustrar e incentivar el interés de la ideas que deseen exponer.

Ésta es una tarea básica del compromiso ético del informador con la sociedad, tal y como expresa de manera unánime cualquier código deontológico, pero constituye también parte del programa que inspira el pluralismo social como un principio básico del Ordenamiento Jurídico. A tal efecto, los poderes públicos deben estar atentos a dotar de eficacia a las leyes y otras instancias reguladoras de la comunicación social, como los consejos audiovisuales, que analizaremos más adelante.

Hemos de advertir que la solución liberal clásica de que los problemas de la libertad de expresión se resuelven con más libertad no resulta del todo acertada en un contexto en el que las oportunidades comunicativas vienen determinadas por la presencia de unos fuertes catalizadores de la opinión pública. Sólo si existe igualdad comunicativa entre los distintos agentes del discurso social se puede dotar de contenido al pluralismo como un valor normativo. Desde una perspectiva democrática, este desequilibrio informativo puede significar nuevas formas de censura, pues se trata de silenciar a través de la no admisión de las opiniones disidentes en los nuevos escenarios de la opinión pública.

Una de las claves éticas de la libertad de expresión consistirá en el respeto a la diversidad cultural que, en cualquier caso, no significa simple indiferencia, sino apoyar de manera decidida medidas que contribuyan a su conocimiento y a su reconocimiento. Los medios de comunicación han de ser un instrumento al servicio de una convivencia democrática. Quizás, la idea clave pueda ser resumida con una de las más bellas frases que recoge la obra de John Stuart Mill sobre la libertad:

“Cuando se encuentran personas que forman una excepción en la aparente unanimidad del mundo sobre cualquier asunto, aunque el mundo esté en lo cierto, es siempre probable que los disidentes tengan algo que decir que merezca la pena ser oído, y que la verdad pierda por su silencio” (p. 114).

No debería pasar desapercibido que de la igual libertad de todos no se sigue una libertad igual para todos en su expresión social. Como señala Owen Fiss, en su libro *La ironía de la libertad de expresión* (1999), el espíritu individualista de la concepción liberal resulta inadecuado para responder a las cuestiones de la libertad de expresión en la sociedad democrática, pues básicamente, recogiendo sus palabras, “esta teoría es incapaz

de explicar por qué los intereses de quienes se expresan deben tener prioridad sobre los intereses de los individuos acerca de los cuales se discute, o los intereses de quienes escuchan, cuando aquéllos entran en conflicto con éstos”.

¿Por qué han de prevalecer en la opinión pública los intereses de quienes pueden acceder a un medio de comunicación sin tener en cuenta los legítimos intereses de las otras partes afectadas por su ejercicio público? ¿De qué manera se garantizan los derechos de las personas que pudieran ser dañados por determinados discursos sociales? No siempre hay motivos para una demanda judicial por violación de los derechos fundamentales, pero prácticas aparentemente inocentes como la reiteración o asociación de determinadas informaciones pueden resultar un claro agravio para una persona o colectivo.

Más allá de la afectación individual, tendríamos que preguntarnos por el modo en el que determinados discursos se perpetúan en los medios de comunicación que normalizan (dan apariencia de normalidad) y normativizan (lo normal parece normativo sociológicamente) determinados ideales del imaginario colectivo. En este sentido, se ha argumentado que se deberían restringir determinadas formas de expresión del discurso dominante que pueden condicionar el propósito de igual participación de las minorías.

Por ejemplo, algunas defensoras de los derechos de la mujer han llegado a denunciar la pornografía como un producto típicamente machista que se sigue perpetuando como un discurso social que acepta la utilización de la mujer para el placer masculino. A su juicio, la permanencia de este producto en la programación constituye una vejación para las mujeres, ya que obstaculiza sus aspiraciones de libertad social. Reclaman, en consecuencia, del poder político límites para defender valores democráticos frente a otros que son puramente resultado de una sociedad de consumo. Critican, además, la democracia liberal por ser un sistema presuntamente neutralista que admite sin cortapisas los intereses de los más fuertes tanto cultural, como religiosa o económicamente. Este último requerimiento parece especialmente controvertido porque supondría afectar al ejercicio de libertad de ciertas personas para favorecer la igualdad social de otras y su disposición a participar en el debate público. Se advierte que no se trataría de una limitación de la libertad de expresión –como debates de ideas-, sino de

expresiones particulares que mantienen discursos discriminatorios como, por ejemplo, las manifestaciones xenófobas.

La libertad democrática requiere una revisión de los valores que residen en la base de los distintos ejercicios de libertad. Además de posibilitar la igualdad en oportunidades comunicativas, convendría estar atento a su igualdad real a partir de los discursos que puedan perjudicar sus aspiraciones.

Como ha indicado Fiss, el Estado no sería el enemigo natural de la libertad, sino el agente encargado de velar por ella frente a circunstancias que pueden afectar a su pleno desarrollo. Advierte con enorme acierto:

“Si el liberalismo del siglo XIX se definía por la pretensión de proteger la libertad individual y se traducía en la exigencia inequívoca de un Estado limitado, el liberalismo actual abraza el valor de la igualdad tanto como el de la libertad [...] Además, el liberalismo contemporáneo reconoce el papel que el Estado puede desempeñar para asegurar la igualdad y, a veces, incluso la libertad” (p. 20).

Esta intervención positiva a favor de la libertad de expresión por parte del Estado ha de producirse incluso cuando la amenaza sobre ella provenga de otros agentes que puedan actuar dentro del mercado. Los bienes que conciernen a la comunicación social no pueden dejarse a la discrecionalidad de quienes pueden ocupar instrumentalmente una posición para satisfacer intereses particulares. En este sentido, exigir una serie de medidas que garanticen una información de calidad y una programación respetuosa con los bienes básicos de una convivencia cívica parece fundamental para aspirar a una democracia mediática.

Esta dimensión comunicativa de la igualdad social ha sido advertida por la profesora Victoria Camps (1994), quien ha indicado que sería erróneo cifrar el objetivo igualitario en el simple reparto de recursos económicos. La igualdad ha de afectar a la integración en los distintos espacios que suponen un reconocimiento de la dignidad de la persona. Así, examinando las implicaciones del proyecto de justicia “rawlsiano” para favorecer a los menos beneficiados socialmente, señala a propósito de la comunicación social:

“Los bienes básicos son de distinto tipo. No todo se resuelve económicamente aunque, sin duda, éste es el principio para solventar muchos problemas. Rawls entiende que uno de los bienes básicos radica en poseer lo que él llama ‘las condiciones fundamentales de autoestima’. En el caso de colectivos aún necesitados de protección, como el de las mujeres o el de los inmigrantes, es ese bien el que debe garantizárseles. Conseguirlo es, por supuesto, darles acceso a todo lo que signifique poder tener una vida productiva propia, sin dependencias económicas de otros. Acceso al trabajo, a la educación, a la salud física y psíquica, a la información. Pero significa también luchar para que las costumbres cambien a fin de que el respeto mutuo entre las personas sea una realidad. El tratamiento igual no depende sólo de ordenamientos legales: depende de la voluntad personal de ver en el otro o la otra un semejante”.

II. Hacia el pluralismo informativo.

Podríamos decir que la libertad de expresión en la presente era de los medios de comunicación significa principalmente un pluralismo tanto en la estructura social de los medios de comunicación, garantizando el concurso de agentes con miradas ideológicas y sociales diversas sobre la realidad, como medidas sustantivas en el proceso informativo para asegurar la presencia de voces distintas en el debate social. Vamos a sugerir diferentes modalidades en las que debería manifestarse el pluralismo como cualidad esencial de la libertad de expresión.

El Derecho de réplica

Consiste en el acceso de las personas afectadas por la información a ofrecer su propia versión de los hechos a fin de paliar la situación de inferioridad de quien se convierte en objeto de la información. No se trata del simple derecho de la rectificación, que concierne a la inexactitud de los datos ofrecidos en la noticia, sino más bien del derecho que asiste al sujeto afectado por una información para ser escuchado por la opinión pública.

La existencia de unos potentes medios de comunicación social condiciona de manera determinante la relación entre quien tiene la posibilidad de hablar y quien se ve

convertido en objeto informativo. Parece comprensible, para restituir una cierta igualdad en la libertad de ambas partes, que la ley contemple un derecho de réplica por parte de quienes se vean afectados por el tratamiento informativo que se le ofrece al público. A este respecto, el profesor Artemi Rallo Lombarte ha indicado que:

“El reconocimiento del derecho de réplica frente a opiniones constituye una exigencia ineludible en la democracia contemporánea. La formación de una opinión pública libre requiere, cada vez más, superar la pasividad del público y garantizar el libre contraste de criterios, opiniones e ideas. La modificación del marco legal, extendiendo el objeto de la rectificación/réplica a las opiniones y ampliando la legitimación activa para el ejercicio del derecho, resulta imprescindible para avanzar hacia la ampliación de las posibilidades del ciudadano para responder a las informaciones que le conciernan, incluyendo aquí aquéllas en las que subyace un 'interés público'. Se trata de progresar, no tanto en el orden de la participación ciudadana en el proceso de la comunicación, como en la necesidad de interactuar en él tratando de convertir en multilateral lo que no es, en esencia, más que un proceso unilateral”. (2000, p. 351).

El derecho de réplica satisface uno de los requerimientos de la honestidad informativa, al aceptar el medio que su propio rigor sea examinado a la luz de la versión que puedan ofrecer las partes afectadas sobre el tratamiento que haya recibido un determinado acontecimiento. Esta cualidad del derecho de réplica tendría un doble beneficio. Por un lado, dotar a la información de un carácter abierto y dinámico que permita la interacción entre el medio, el público y los protagonistas de la noticia. Por el otro, supondría una prueba *a posteriori* sobre la diligencia informativa que contribuiría a combatir males endémicos del periodismo como la prisa o la falta de comprobación serena de asuntos de gran importancia para las personas implicadas.

La democracia se caracteriza por un pluralismo efectivo que tiene entre sus primeras exigencias facilitar que las distintas partes sean escuchadas. El ejercicio de la réplica constituiría una buena prueba para contrastar la diligencia del propio medio y

también la coherencia de las opiniones que se viertan en el mismo, a luz de las aclaraciones que puedan realizar las partes.

Pluralismo en la información política

A la legítima comparecencia pública de los responsables políticos debe seguirle en los medios la aparición de representantes de otras fuerzas políticas y sociales en el debate público. Es el pluralismo político expresado en la asignación de cuotas de pantalla a los distintos representantes de los partidos con representación parlamentaria.

La aparición del medio televisivo, además de constituir un escenario privilegiado para explicar las razones que justifican las iniciativas políticas, permite a los individuos adquirir un plus de popularidad y afectividad. Se produce un fenómeno de familiarización informativa que lo asemeja a un contacto casi físico, lo que propiciará en los destinatarios una actitud más relajada a la hora de atender sus discursos. Se antoja necesario, dada la capacidad persuasiva de la televisión, establecer criterios claros sobre la cuota de pantalla para evitar que el ejercicio del poder se instrumentalice como una constante propaganda política de la fuerza mayoritaria.

Este derecho de cuota de pantalla ha sido regulado, por ejemplo, en Francia, con la regla de los tres tercios, que establece la repartición del espacio de declaraciones televisivas en tiempos iguales entre representantes del gobierno, portavoces de la mayoría parlamentaria y los partidos de la oposición. Se evita así que la actividad política del gobierno se convierta en un subterfugio electoralista para beneficiarse del afecto de la presencia en pantalla. Esta medida, celosamente controlada por el Consejo Audiovisual del país, permite detectar ciertos favoritismos informativos. Una posibilidad que no es meramente disuasoria, sino que ya se ha ejercido. Por ejemplo, durante el primer semestre de 1994, el Consejo Superior de lo Audiovisual (CSA) de Francia inició un expediente sancionador, tanto a medios públicos como privados, por haber favorecido la presencia del gobierno en la programación frente a la mayoría parlamentaria o la oposición. Obviamente, dicha regla ha de ser aplicada con sentido común. No se trata de minutar cualquier intervención. Por otro lado, cuando sea una intervención en un espacio informativo o cualquier otro formato de relevancia para el debate social, también se debe prestar atención a los contextos informativos en los que aparece.

Otro criterio que se sigue en Francia y que parece pertinente en la lógica de la libertad política, consiste en concederle la última palabra a la oposición, evitando así que se produzca el efecto pernicioso de una aparente justificación del gobierno a las críticas que se le realizan. Su autoridad debe derivar de sus decisiones y no de sus justificaciones mediáticas. Corresponde a la oposición avisar a la ciudadanía sobre los discursos y las iniciativas del poder.

“Francia ha institucionalizado la idea de que una declaración formal del presidente de la República o del primer ministro tiene que ser, necesariamente, seguida por declaraciones de portavoces de las fuerzas políticas discrepantes, que pueden compartir o, al contrario, discrepar de las declaraciones formuladas por la primera autoridad. En este sentido uno de los indicadores del pluralismo es dar a las fuerzas de la oposición la posibilidad de decir la última palabra, permitiéndoles responder a toda declaración política general o de intenciones que formule el Gobierno” (J. Botella, 2001, pp. 33-34).

El pluralismo y las cuotas de pantalla

La televisión debe trasladar el debate político a la sociedad, pero también debe encauzar el debate social para dotarlo del estatus político que le corresponde a la sociedad civil y que debería servir de fuente de legitimidad a las acciones del poder. La política, en un sentido estricto, corresponde a los partidos parlamentarios, pero en la concepción democrática debe abarcar de manera muy especial el debate de la sociedad. La política no sería nada más que el epicentro de una acción de autogobierno de la ciudadanía que expresa de manera latente su voluntad en la opinión pública. En gran medida, esta opinión pública recala en la información de los medios, sin llegar a establecer una identificación arriesgada entre ambas. Sin embargo, dado que los medios se han convertido en los escenarios simbólicos del imaginario colectivo, estos tienen el deber político, en su sentido democrático, de atender a las diferentes sensibilidades sociales para intensificar el debate público. Se trata de dar la palabra a la pluralidad de grupos sociales de acuerdo con la pertinencia de los temas que se abordan.

Estos debates no se han de atener a reglas cuantitativas de representación, sino más bien a reglas cualitativas, basadas en la diversidad de opiniones. Incluso cabría sugerir que aquellas que fuesen más desconocidas tendrían, en buena lógica, una mayor legitimidad para ser explicadas. Se trataría, con este mecanismo, de devolver el debate de las ideas a posiciones originales donde su fuerza residiría en su capacidad de convicción racional y no en simple prejuicios sociales.

Otra medida que se podría poner en marcha a este respecto, sería la de contribuir a un mejor conocimiento de estas minorías por parte de la ciudadanía, lo que intensificaría el mercado de ideas y modos de vida, a la vez que propiciaría una conciencia de integración dentro de la pluralidad social. Es decir, no se escucharían sus posiciones desde una consideración de “los otros”, sino desde una parte del “nosotros” que entiende la vida social con ópticas diversas.

No existe libertad sin pluralidad, ni tampoco integración sin la capacidad de haber sido escuchado. Por tanto, la libertad de expresión es un valor social que permite a los ciudadanos concebirse como sociedad civil, con un proyecto común que depende de la capacidad de diálogo que desarrollen entre todos. Una sociedad que no sepa escuchar tampoco sabrá actuar como tal, sólo estará a expensas de la fuerza de una parte frente a otra.

¿Es el Gobierno quien debe poner medidas en marcha? Se argumenta que conceder al Estado esta facultad sería olvidar que la libertad de expresión clásicamente ha sido una libertad contra él. Autores como Ronald Dworkin (1996) sostienen que el hecho de que puedan existir ciertas prácticas o ideologías que no sean respetuosas con los derechos de otras personas no constituye una razón para establecer restricciones a la libertad de expresión. El principio básico de la libertad de expresión democrática radica en que las expresiones que odiamos tienen el mismo respeto a ser protegidas que cualquier otra. Por eso, deberíamos entender las limitaciones del derecho como una muestra del carácter irreducible de “la ética” para el funcionamiento de la libertad de expresión y, por ende, de la democracia.

Cabría entonces formular, no sin cierto desconsuelo, la siguiente pregunta: ¿para qué ha servido esta reflexión si no se puede limitar jurídicamente la libertad de expresión de los más poderosos? Pues bien, este fracaso del Derecho es el gran triunfo ético de la

democracia, pues la democracia es ética o no es nada. Y para que exista democracia tiene que existir igualdad, y la igualdad es un ideal ético antes que jurídico.

La respuesta a las exigencias de la libertad de expresión derivada de la existencia de unos medios de comunicación hay que fundarla en el ámbito de la ética y, más concretamente, de la ética profesional. No se trataría de una respuesta individual, sino de una reconsideración del propio sistema democrático teniendo en cuenta de qué modo sus propósitos se ven afectados por los medios.

La libertad de prensa es una institución básica de la democracia que se materializa a través de la actividad asumida por los medios de comunicación. En los próximos capítulos abordaremos la importancia de la ética individual y la ética profesional del periodismo como claves para entender el sentido de la libertad de expresión en la sociedad actual.

Bibliografía

- AMORÓS, C. (1994). “Igualdad e identidad”, en A. Valcárcel, comp. *El concepto de igualdad*. Ed. Pablo Iglesia. Madrid.
- BAGDIKIAN, B. H. (1986). *El monopolio de los medios de comunicación*. Fondo de cultura económica. México.
- BARENDT, E. (1987). *Freedom of Speech*. Clarendon Press. Oxford.
- BOTELLA, J. (2001). “¿Pluralismo en los medios audiovisuales? *Cuadernos del Consejo Audiovisual de Cataluña*, nº 11, El pluralismo informativo en los medios audiovisuales.
- BOURDIEU, P. (1997). *Sobre la televisión*. Anagrama. Barcelona.
- CAMPS, V. (1999). “La responsabilidad ética de los medios informativos”, en E. Bonete, ed., *Ética de la comunicación audiovisual*. Tecnos. Madrid.
- CAMPS, V. (2004). Opinión pública, libertad de expresión y derecho a la información, en J. Connil y Gozávez, V. (coord). *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Gedisa Barcelona.
- CHOMSKY, N., EDWARD, S. H. (1995). *Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Grijalbo. Barcelona.
- CHOMSKY, N. (1992). *Ilusiones necesarias. Control del pensamiento en las sociedades democráticas*, Libertarias/Prodhufi, Madrid.
- CORTINA, A. (2004). “Ciudadanía activa en una sociedad mediática”. En J. Connil y Gozávez, V. (coord). *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Gedisa Barcelona.
- DEBORD, G. (1990). *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Anagrama. Barcelona.
- DWORKIN, R. (1996). *Freedom's Law. The Moral Reading of the American Constitution*. Harvard University Press. Cambridge Mass.
- DWORKIN, R. (2000). ¿Entran en conflicto la libertad y la igualdad?, en P. Barker (comp.), *Vivir como iguales*. Paidós. Barcelona, pp. 57-80.
- ESCOBAR, G. (2000). “Libertad de expresión y democracia en Owen Fiss”. *Revista Española de Derecho Constitucional*, nº 58.

- ESTEVE PARDO, J. (2002). *Autorregulación. Génesis y Efectos*. Aranzadi. Navarra,
- FISS, O. (1999). *La ironía de la libertad de expresión*. Gedisa. Barcelona.
- GARZÓN, E. (1993). “El problema ético de las minorías étnicas”, en L. Olive (comp.) *Ética y diversidad cultural*. México, pp. 31-57.
- IMBERT, G. (1992). *Los Escenarios de la Violencia. Conductas anómicas y orden social en la España Actual*. Icaria. Barcelona.
- J. CONNIL Y GOZÁLVEZ, V. (coord.). (2004). *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Gedisa Barcelona.
- LAPORTA, F. (1997). “El derecho a informar y sus enemigos”, en *Claves de la Razón Práctica*, nº 72.
- LOCKE, J. (1988). *Cartas sobre la Tolerancia*. Tecnos. Madrid.
- MAC KINNON, Ch. A. (1995). *Hacia una teoría feminista del Estado*. Cátedra. Madrid.
- RALLO LOMBARTE, A. (2000). La Garantía del pluralismo informativo en Francia. *Revista Española de Derecho Constitucional*, nº 50.
- SARTORI, G. (1988). *Teoría de la democracia*. Alianza. Madrid.
- SARTORI, G. (1992). *Elementos de Teoría Política*. Alianza, Madrid.
- SARTORI, G. (1998). *Homo Videns*. Taurus. Madrid.
- SCHILLER, H. (1979). *Los manipuladores de Cerebros*. Barcelona. Gedisa.
- SUÁREZ, J. C. (1999). ed., *Medios de Comunicación y autocontrol. Entre la ética y el Derecho*. Mad. Sevilla.
- SUÁREZ, J. C. (2001). *Análisis Ético de la Información*. Mad. Sevilla.
- SUÁREZ, J. C.(2001). *Principios de Ética Profesional. A propósito de la actividad informativa*. Tecnos. Madrid.
- THOMPSON, J. B. (1998). *Los media y la modernidad*. Paidós. Barcelona.
- VALCÁRCEL, A. (1993). *Del miedo a la igualdad*. Crítica. Barcelona.
- VALCÁRCEL, A., Comp. (1994). *El concepto de Igualdad*. Ed. Pablo Iglesias. Madrid.
- VAN DIJK, T. (1997) *Análisis del discurso y racismo*. Paidós. Barcelona.

VIDAL BENEYTO, J. (coord). *La ventana global*. Taurus. Barcelona.

VILLAVERDE MENÉNDEZ, I. (1995). *Los derechos del Público*. Tecnos. Madrid.