

Televisión, mercado y orden moral de la sociedad Una tensión delicada e inevitable

C. Catalán/J.J. Brunner

El principal factor que motiva a la sociedad a querer regular y poner límites a la televisión es el carácter históricamente revolucionario del medio. Históricas polémicas sobre el consenso moral de la sociedad pueden marcar los límites de ese intervencionismo.

En este artículo desarrollaremos un análisis, de carácter más especulativo que práctico, sobre los supuestos del régimen de responsabilidad y control públicos de la televisión. Su adopción, en efecto, representa una elección no exenta de dificultades teóricas. ¿Por qué, sin embargo, se mantiene hasta el presente el concepto de imponer a la televisión un estatuto especial? ¿Qué lleva a la sociedad a querer protegerse de este medio, al cual, sin embargo, los individuos dedican una parte significativa de su vida? ¿Por qué se comporta frente a él como si la televisión fuese aquel hechicero que ya no es capaz de dominar las potencias infernales que ha desencadenado con sus conjuros? Y al reaccionar así, ¿no abandona la comunidad una de sus más apreciadas conquistas? ¿Acaso hay alguien que no esté dispuesto a suscribir, junto con Mill, su famosa declaración que dice; "Dadme, sobre todas las libertades, la libertad de saber, pronunciar discursos y disentir libremente de acuerdo a mi conciencia"? ¿Qué razones válidas se pueden para limitar la acción de la televisión en la esfera de la libertad de expresión? ¿No podría ella, al igual que las demás industrias culturales, actuar sin regulaciones especiales en el mercado de los bienes simbólicos?

Dicho brevemente, deseamos abordar aquí algunas cuestiones que guardan relación con las ideas, las creencias y los procesos sociales que impulsan hacia la regulación pública de la televisión. Más allá de los conocidos argumentos técnico-económicos empleados para justificar esa regulación -los cuales, por lo demás, es probable que estén perdiendo rápidamente su base material de sustentación (1) (ver cuadro 1)-, queremos aquí averiguar qué otros factores, de orden sociológico-culturales, explican esa intervención y si acaso ésta puede defenderse según argumentos compatibles con principios democráticos.

La primera cuestión de la que nos ocuparemos tiene que ver con la decisión de sustraer a la televisión del régimen habitual en que operan los demás medios de comunicación, régimen este último que puede caracterizarse por dos rasgos esenciales:

- (i) por un lado, los medios operan plenamente dentro de la esfera de la garantía de la libertad de emitir opinión y de informar, sujetándose solamente a la obligación de responder por los delitos y abusos que se cometan en su ejercicio;
- (ii) por otro lado, los medios operan plenamente en el mercado, autorregulándose voluntariamente cuando lo estiman necesario y para los fines que entre ellos establezcan.

En el primer sentido suele decirse que la mejor ley de prensa es aquella que no existe. En el segundo, se dice que el libre juego de preferencias expresado en el mercado, o sea, la elección del consumidor, es suficiente para asegurar el libre flujo de información y sujeta por sí sola a los medios al control (y a la sanción económica) del público. Lo anterior bastaría, entre otras cosas, para asegurar el pluralismo de la oferta de mensajes, puesto que existe competencia entre diversas empresas de comunicación.

En cambio, según hemos visto, la televisión, en Chile y el resto del mundo, recibe un tratamiento diferente y especial. Su libertad de programación se halla regulada mediante diversos dispositivos legales (2) y su inserción en el mercado es restringida por otras tantas regulaciones que afectan a la titularidad de los medios, a las transacciones relativas a su propiedad, a sus operaciones comerciales y a su oferta de programas, todo lo cual encuentra expresión en actos de autoridad que intervienen en el mercado mediante el otorgamiento de licencias o concesiones, fijación de cuotas de producción y horarios de transmisión y, en general, a través de normas y reglas que imponen obligaciones de servicio público. Producto de lo anterior es la existencia de organismos que -como el Consejo Nacional de Televisión, en Chile, el Consejo Nacional de Radio y Televisión de México, el Consejo Superior de lo Audiovisual en Francia, la Federal Communications Commission en los Estados Unidos, el Garante en Italia, el Broadcasting Standards Council en Gran Bretaña, etc.- ejercen alguna forma de función supervisora en el ámbito de la televisión.

Cualesquiera sean las racionalizaciones ideológicas que se empleen para justificar esa doble sustracción de la televisión del régimen normal de libertades -aquellas que emanan del lenguaje y del mercado-, todas ellas comparten sin embargo un rasgo en común: reclaman de este medio, y sólo de él, una específica responsabilidad pública, incluso cuando se halla bajo dominio privado. ¿Es legítima

esta pretensión? Hay poderosos argumentos que pueden esgrimirse en favor de ella y, también, en su contra. Precisamente por eso, el debate sobre estos asuntos permanece abierto y no ha podido zanjarse. En el caso de la televisión ese debate adquiere especial intensidad por hallarse inmerso en consideraciones de orden moral.

TEMORES SIN VERIFICACIÓN EMPÍRICA

En verdad, no hay estudios que muestren que la televisión posee, en general, ese efecto sobre la virtud humana que se le adjudica; sobre todo, no existe ninguna teoría, avalada empíricamente, que muestre cómo y en qué direcciones operaría el efecto de la televisión sobre la formación y el desarrollo moral de las personas. Pero en estas materias, como ocurría antiguamente frente a "las brujas que volaban de noche en el palo de la escoba o en vehículos más livianos, como espigas o briznas de paja", no se requiere tener evidencias empíricas, ni sofisticadas teorías, para actuar, incluso para adoptar medidas de control. Visiones como las que venimos a describir forman parte del imaginario social -de la conciencia colectiva de una época- y son constitutivas, por eso, de lo vivido como real.

Particularmente en situaciones de acelerado cambio social y cultural -donde, conmovidos en sus propias bases- las sociedades reaccionan esgrimiendo su derecho a defender su propia existencia, especialmente en aquellas zonas que se sienten vulnerables y amenazadas. Hoy justamente vivimos en un tiempo así. Lo que está en juego no es la organización de la economía ni de la política; hay un consenso casi universal en favor del mercado y la democracia. Como dice el sociólogo norteamericano Daniel Bell (1976:39) "el problema real de la modernidad es el de la creencia. Para usar una expresión anticuada, es una crisis espiritual, pues los nuevos asideros han demostrado ser ilusorios y los viejos han quedado sumergidos. Es una situación que nos lleva de vuelta al nihilismo: a falta de un pasado o un futuro, sólo hay un vacío".

El temor que existe, entonces, es que la televisión con su enorme poder de difusión venga a llenar ese vacío. Los teóricos del medio -desde McLuhan en adelante- han contribuido también, sin prever los efectos, a reforzar ese miedo, pues han anunciado que la televisión cambiaría el mundo y daría origen a una nueva civilización. En efecto, la televisión y, más precisamente, los programas que ella transmite, han llegado a ser percibidos por influyentes sectores de la opinión pública como un riesgo o amenaza moral; como un factor de contaminación de nuestra *ecología humana* que poluciona el medio ambiente espiritual y causa un irreparable desorden cultural. "De ahí se deriva un hombre escasamente culto, pasivo, entregado siempre a lo más fácil: apretar un botón y dejarse caer, porque todo se reduce a pasto para sus ojos (...) El telespectador está cautivado por todo y por nada, excitado e indiferente, diseminado en una opción banal que recorre la pantalla sobresaturada de momentos puntuales. Parece que en tales situaciones se puede decir "lo quiero todo: ya y ahora", como un niño pequeño cuando su padre le hace escoger algún regalo. El sujeto queda zombi, bloqueado por un aluvión de cosas que le alienan mientras le distraen y relajan de sus actividades productivas" (Rojas, 1993:75,82). En estos dos breves pasajes, tomados al azar de una de tantas de esas obras de divulgación que circulan en el mercado de los diagnósticos sobre nuestro tiempo, se sintetizan ejemplarmente los miedos que provoca la televisión:

- es adictiva, genera zombis pasivos
- sus productos son de escasa calidad, no es formativa
- cautiva irracionalmente, excita y crea indiferencia
- bombardea al telespectador, lo bloquea, dispersa y aliena
- relaja, distrae del esfuerzo productivo
- presenta opciones banales, infantiliza

Todo eso, y más, se ha dicho de la televisión; a veces con mayor profundidad, más sofisticadamente y con mayores antecedentes (Twitchell, 1992). Sobre todo, cuando se la evalúa desde el lado de la escuela, "la letanía de acusaciones dogmáticas contra la televisión es apabullante: tiene un efecto alienante sobre los niños, destruye la identidad cultural, impone la ley del mínimo común denominador, destruye el hábito de la lectura, cultiva la violencia y los instintos más negativos, hace volar en pedazos los valores de la comunidad, contribuye al *autismo* social e inhibe la comunicación. Incluso altera el propio dominio del lenguaje" (UNESCO, 1993b:16). Todo lo cual nos lleva a reflexionar sobre las paradojas que presenta la evolución de la imagen social de este medio. A mayor audiencia de la televisión en el mundo, más débil pareciera ser su legitimidad y menor su prestigio. A mayor fuerza económica y despliegue tecnológico, menor la confianza moral que despierta. Mientras más éxito tiene en permear culturalmente a las masas, menor reconocimiento recibe de parte de los grupos ilustrados.

Es esa profunda ambigüedad que se ha producido en torno a la televisión -entre su función social y su valoración- lo que, en definitiva, alimenta las resistencias que se oponen a su "doble liberación": hacia el mercado, por un lado, y en la esfera de la plena libertad de expresión, por el otro. Si a la televisión no se le reconoce su mayoría de edad hasta ahora se debe precisamente al hecho de que se le atribuye un poderoso efecto modelador de la moral individual y social pero, sobre todo, un poder disolvente y potencialmente destructivo de los valores que mantienen cohesionada a una comunidad.

Toda cultura, en verdad, es un cierto orden; un conjunto público, estandarizado, de valores comunitarios que permiten intermediar la experiencia individual. Proporciona algunas categorías básicas, un sistema clasificatorio, ciertos patrones en que ideas, creencias y valores se hallan finamente entretejidos. Sobre todo, una cultura tiene autoridad, pues cada uno de los miembros de la comunidad es inducido a compartirla porque los demás la tienen en común. Su carácter público hace que sus categorías tiendan a ser rígidas. Un particular puede revisar o no sus supuestos. Es un asunto privado. Pero las categorías culturales son un asunto público; no pueden revisarse fácilmente (Douglas, 1969:38). Es en la esfera moral donde esa tensión entre lo público y lo privado, lo colectivo y lo individual, lo rígido y lo flexible, lo dado por evidente y lo cuestionable se presenta más intensamente. Y allí, justamente, es que se teme que la televisión -librada al mercado y no regulada en el sentido de sus responsabilidades públicas- pudiera incidir negativamente con sus poderes disolventes.

UN MEDIO HISTÓRICAMENTE REVOLUCIONARIO

Un problema central que enfrenta la televisión, por tanto, es el de su legitimidad. No se trata sólo -más aún, ni siquiera es un elemento importante para nuestro argumento-, que ella goce de escaso prestigio entre ciertos círculos intelectuales. Pues no nace de allí el problema. De lo que se trata, en cambio, según queremos mostrar ahora, es del carácter históricamente revolucionario de este medio y de la industria a que da lugar, carácter que impide que el extendido uso práctico de la televisión se transforme en un principio de legitimidad (3). Además, vamos a entender la radical novedad de la televisión en un sentido distinto, casi diametralmente opuesto, al de McLuhan y sus seguidores.

En efecto, sostendremos que la televisión destruye definitivamente el equilibrio histórico de subordinación de los elementos de la cultura popular-masiva, a la alta cultura (4). Con ello se vienen abajo también, o se ven irremediamente trastocadas, ciertas jerarquías, conceptos, valores y esquemas de clasificación que parecían ser parte natural y esencial del "orden de las cosas". Lo bajo, lo banal, lo chabacano, lo ordinario, lo cotidiano, con sus mixturas y enredos, sus parodias y juegos, su falta de trascendencia y seriedad, su corporalidad y materialismo práctico, todo eso irrumpe a la superficie con la televisión y crea un nuevo sistema de imágenes que desborda al anterior orden cultural. La antigua intuición de que verdad, bondad y belleza van juntas y se alimentan secretamente es pulverizada por esa sucesión de 25 imágenes por segundo que forman un movimiento regular en la pantalla del televisor y que nos introducen en un mundo regido por una nueva intuición; que todo cambia y está frágilmente suspendido de imágenes. La sociedad contemporánea, mucho más que todas las que la han precedido, es icónica. En una sola jornada, niños y adultos ven centenares, incluso millones, de imágenes; "lo imaginario ya no funciona a partir de enunciados transmitidos oralmente o por escrito sino a partir de la ola -la metáfora no es excesiva- de imágenes vertidas por los media" (Vincent, 1991:192).

En su incesante producción de imágenes, la televisión no se detiene ante ningún límite. Confunde lo público y lo privado, es distante pero íntima, fría y sensual, lúdica, no toma en serio nada, revela secretos, atropella las costumbres locales, lo que es sagrado lo profana y bajo su impacto "todo lo que es sólido se desvanece en el aire". La televisión no tiene un canon, no se sujeta a ninguna categoría fija de género y es por completo ajena a las obras clásicas del espíritu. En ella todo es fugaz y, sin embargo, repetido. Crea sus propias liturgias y ceremonias, capta las de otros dominios -el político, el económico, el religioso, por ejemplo- y las despliega a todas en el mercado, desacralizándolas. Nada en la cultura escapa a su poder transformador; todo lo que toca adquiere un inevitable tono comercial y pasa a regirse por preferencias de mercado. A ella se le aplica perfectamente lo que denunciaban Adorno y Horkheimer (1974) a propósito de las industrias culturales en general: "Lo útil que los hombres esperan de las obras de arte en la sociedad competitiva es justamente, en gran medida, la existencia de lo inútil: lo cual no obstante es liquidado en el momento de ser colocado enteramente bajo lo útil".

Nada está más lejos de la televisión que lo ascético, lo virtuoso, lo absoluto, lo duradero, lo sólido, lo piadoso. Por el contrario, ella es la parte más importante de lo que Bell (1977) describe con el nombre del moderno "bazar psicodélico" en que se habría convertido la cultura norteamericana. Refleja una estética de la abundancia, incluso allí donde sus mensajes son recibidos en medio de la escasez y el analfabetismo. Pertenece, en términos de la teoría literaria, a los géneros inferiores. Es folletín,

melodrama, reality show, videoclip, consultorio sentimental, "vocabulario de la plaza pública". Tiene mucho de un "circo electrónico"; es algo así como la versión moderna, industrialmente estilizada, masificada, del antiguo carnaval popular, tal como Bajtin (1971:228) retrata su "clima de fiesta específica desprovista de piedad, la liberación total de la seriedad, el ambiente de libertad, de licencia y familiaridad, el valor de concepción del mundo de las obscenidades, los coronamientos-destronamientos burlescos, los alegres combates y guerras del carnaval, las disputas paródicas, las riñas unidas a los alumbramientos, las imprecisiones afirmativas...". Por este concepto puede decirse, parafraseando a Ortega y Gasset (1988:52), que lo característico de la televisión es "que el alma vulgar, sabiéndose vulgar, tiene el denuedo de afirmar el derecho de la vulgaridad y lo impone dondequiera".

Previo a los días en que la televisión captará el carnaval, ha dicho Twitchell (1992:65), las ferias -esas fiestas ambulantes que iban recorriendo las aldeas y que Aureliano Buendía recuerda "con sus loros pintados de todos los colores que recitaban romanzas italianas, y la gallina que ponía un centenar de huevos de oro al son de la pandereta, y el mono amaestrado que adivinaba el pensamiento, y la máquina múltiple que servía al mismo tiempo para pegar botones y bajar la fiebre, y el aparato para olvidar los malos recuerdos, y el emplasto para perder el tiempo, y un millar de invenciones más, tan ingeniosas e insólitas"- descendían directamente de la cultura popular del Renacimiento, como la describe Bajtin (1974). Ahora "el emplasto para perder el tiempo", el "aparato para olvidar los malos recuerdos", la "máquina múltiple" que produce "un millar de invenciones más, tan ingeniosas e insólitas" se ha corporizado en medio de la sociedad y ha transformado una parte de la cultura moderna en carnaval. Con la televisión, en suma, todo es posible y todo está revuelto. La reacción que esto produce en los círculos de la alta cultura está bien captada en el siguiente pasaje de una obra sobre la historia contemporánea de los Estados Unidos, en que se analiza la aparición de la televisión en la escena cultural norteamericana: "Era espantoso, y tal vez lo peor de todo fuese la sensación de que uno se ahogaba en aquel desorden. Todo empezó a parecer carente de estructura, las conexiones entre palabras y acontecimientos se hicieron confusas, las jerarquías informativas se entremezclaron y todas las antiguas categorías por medio de las cuales organizábamos el pensamiento quedaron prácticamente desmanteladas ante nuestros propios ojos. Era como una parodia inconsciente de la modalidad incorporativa en las artes populares; un verdadero tumulto" (Schickel, 1989:389).

Sostenemos, dicho en pocas palabras, que es el carácter históricamente revolucionario de la televisión -la radical novedad del sistema de imágenes y representaciones que ella genera, y la forma específica en que trastoca las relaciones entre la alta y la baja cultura- el principal factor que motiva a la sociedad a querer regularla y fijar límites a su poder expansivo. Es esa la causa del "gran miedo" que está por detrás de muchas de las reacciones defensivas o derogatorias que provoca la televisión (5). Como dice un analista francés, "hay un hedonismo que en sus expresiones más o menos groseras o triviales, no deja de chocar a un buen número de bellas almas" (Maffesoli, 1985). Por eso justamente se busca sustraer a la televisión de una plena integración al mercado que, a fin de cuentas, no es más que el lugar natural donde deberían encontrarse la estructura económica y la cultura, a través del libre juego de las preferencias de los públicos pertenecientes a distintos grupos sociales. Por eso, también, se busca someter la televisión a un estatuto especial en la esfera de la libertad de expresión; en este caso, para ponerle un freno moral. La primera de esas sustracciones podría no ser considerada demasiado grave. A fin de cuentas, todos los mercados -y la televisión ya se encuentra allí, aunque no plenamente por la resistencia de los partidarios del "modelo de televisión de servicio público" (Wolton,1990)se hallan regulados, con la excepción de aquellos "mercados perfectos" que sólo se encuentran en algunos textos de economía.

Pero, ¿cómo justificar, en cambio, y más aún por razones tan discutibles como son las de "bien común moral", que se substraiga a la televisión de la esfera de la libre expresión?

LOS ARGUMENTOS MORALES FRENTE A LA TELEVISIÓN

En realidad, son las mismas motivaciones que impulsan a mantener a la televisión parcialmente controlada en el mercado -el mismo temor- los que llevan a regular sus derechos en el ámbito de la libertad de expresión. Sólo que en este caso las justificaciones esgrimidas tienen que aguzarse, pues nos movemos ahora en un terreno más delicado. En efecto, aún entre los críticos más extremos de la televisión, pocos osarían sostener públicamente que es necesario limitar su libertad por el hecho de que ella transmite una concepción de mundo y crea un sistema de imágenes que tienen potencialmente el poder de dislocar el orden cultural tal como hasta ahora lo hemos conocido y vivido. Ni nadie podría razonablemente esgrimir su miedo al cambio cultural como un motivo suficiente para inhibir la libertad de expresión. De allí que el argumento restrictivo, en esta esfera, adopte un sentido

más preciso: lo que se buscaría proteger, en este caso, es un cierto orden fundamental de valores frente al poder potencialmente disolvente de la televisión.

Lo que se alega, entonces, es que este es un medio que, entregado a su libre arbitrio (y al del mercado) puede llegar a amenazar, minimizar o destruir esos valores. Pero incluso si no se asume una posición extrema en estas materias, si sólo se supone que la televisión puede tener un moderado efecto negativo sobre la moral social e individual, ¿bastaría eso para abogar por una regulación a su libertad fundamental? La respuesta a este problema puede formularse en dos planos distintos. Uno sociológico, el otro jurídico.

Desde el punto de vista de la sociología de la cultura, en verdad, el problema planteado no alcanza dimensiones dramáticas. En efecto, es de la esencia de esta disciplina sostener que no hay nada parecido a agentes íntegramente libres. Como dijo Rousseau (1972:6) hace ya tiempo: "en esclavitud nace, vive y muere el hombre; cuando nace, le cosen en una envoltura; cuando muere, le clavan dentro de un ataúd; y mientras tiene figura humana, le encadenan nuestras instituciones". La cultura, con sus socializaciones y mandatos, sus categorías y disciplinas, sus clasificaciones y creencias públicamente compartidas, acompaña al individuo desde que nace hasta que muere. Ella proporciona el orden dentro del cual existimos y sin el cual no sería posible la sociedad. Sólo dentro de ese orden -como le ocurre al pensar y al hablar en relación con el lenguaje- pueden los agentes expresarse, disentir y proponer su cambio. Esa es la razón, precisamente, por la que la sociología trata preferentemente del orden, del control, de la integración y de los sistemas y, sólo como de desajustes en su seno, se preocupa del desorden, la anomia, la desviación y lo inestructurado. Como ocurre con la mayoría de las ciencias contemporáneas, a la sociología sólo le interesan el caos y el cambio en cuanto ve surgir de allí el orden. De modo tal que desde el punto de vista de esta disciplina escéptica, algunos dirían conservadora, llama menos la atención el régimen de regulaciones que se impone a la televisión que, en el otro extremo, la relativa ingenuidad del discurso sobre el sentido y alcance absolutos de la libertad de expresión. Puede ser que la mayoría de los practicantes de la disciplina compartan ese discurso, suscriban la profesión de fe de Mill y la asuman apasionadamente, pero eso es otra cosa. Cuando así proceden, actúan como ciudadanos. El talante de su oficio, en cambio, los inclina más bien a explicarse las diferencias entre los distintos regímenes de regulación de la libertad de expresión -y de los discursos justificadores que los acompañan- que a tomar partido normativo por una u otra posición. En el caso de la televisión, la sociología buscará por eso descubrir el fundamento social del régimen de control público que se le impone, las creencias que llevan a adoptarlo y las presiones colectivas que en estos asuntos se ejercen. Buscará por eso entender cómo se organiza socialmente la libertad de expresión en este ámbito, qué condiciones explican el paso de un régimen de regulación a otro y qué factores inciden en la dictación de leyes y normas restrictivas. Hasta ahí llega su papel.

Distinto es lo que ocurre en el terreno de los principios jurídicos. Pues una cosa es lo que el sociólogo pueda o crea entender; otra diferente lo que una sociedad y sus poderes públicos estimen necesario hacer, especialmente allí donde están en juego valores decisivos por la comunidad, como la moral pública y la libertad de expresión, terreno más preciso todavía, allí donde pueden entrar en tensión los ideales democráticos y la preservación de esa moralidad pública que es también democracia, como esperamos mostrar.

Nos encontramos aquí en el terreno de la clásica polémica de principios jurídicos entre Dworkin y Lord Devlin (6), que habrá de servirnos como hilo conductor para nuestro periplo. En efecto, teniendo como trasfondo el debate ocurrido en Gran Bretaña a fines de los años 50 sobre si dejar de considerar delictivas las prácticas homosexuales en privado entre adultos que consentían en ellas, lord Devlin afirmó lo siguiente:

"en este terreno, la función del derecho ... es salvaguardar el orden público y la decencia, proteger al ciudadano de aquello que sea ofensivo o lesivo y proporcionar las salvaguardias suficientes contra la explotación y la corrupción de otros En nuestra opinión, no es función del derecho intervenir en la vida privada de los ciudadanos ni intentar imponer ningún modelo de comportamiento determinado, más allá de lo que sea necesario para llevar a la práctica los propósitos que hemos bosquejado Se ha de mantener un ámbito de la moralidad y la inmoralidad privadas que, dicho breve y crudamente, no es asunto del derecho".

En pocas palabras, esta tesis aboga por distinguir entre el delito y el pecado y niega al Estado el derecho a salvar el alma humana mediante restricciones impuestas por el derecho. Pero concede que éste podría ponerse en acción para salvar el "alma de la sociedad", que es justamente lo mismo que sostienen los defensores de la regulación pública de la televisión. A cualquier sociólogo, claro está, una proposición de esta naturaleza le parecerá de inmediato razonable, pues acostumbra a partir del

supuesto de que la sociedad se protege frente al individuo, igual como éste lucha por librarse de las instituciones que lo encadenan. Pero dejemos eso de lado por el momento.

Según Dworkin, el contradictor en este debate, hay tras la posición de lord Devlin dos argumentos distintos pero entrelazados: uno que se basa en "el derecho de la sociedad a proteger su propia existencia" y otro que "parte del derecho de la mayoría a seguir sus propias convicciones morales defendiendo su medio social de aquellos cambios a los cuales se opone". Aquí nos ocuparemos sobre todo del primero, que es invocado por quienes favorecen un régimen de responsabilidad y control públicos para la televisión.

En esencia, dicho argumento sostiene que, aun en una sociedad moderna y pluralista, existen ciertos estándares morales que la mayoría excluye de la tolerancia y que impone a quienes disienten de ellos (7). Una sociedad no podría sobrevivir sin adoptar algunos de esos estándares, "porque para su vida es esencial cierto consenso moral. Toda sociedad tiene derecho a preservar su propia existencia y, por consiguiente, derecho a insistir en alguna forma de conformidad tal". Si la sociedad tiene ese derecho, tiene también la facultad de usar las instituciones y las sanciones de su derecho para imponerlo, "de la misma manera que lo usa para salvaguardar cualquier otra cosa, si es esencial para su existencia". Lord Devlin sostiene, sin embargo, como haría cualquier defensor razonable de la regulación pública de la televisión, que este derecho de la sociedad debe sujetarse a ciertos principios restrictivos, de los cuales el más importante es que "debe haber tolerancia de la máxima libertad individual (y de los medios, agreguemos nosotros) que sea congruente con la integridad de la sociedad".

¿Cuándo, entonces, estaría la sociedad en condiciones de ejercer ese derecho? Según lord Devlin, cuando el sentimiento público frente a una determinada práctica que contraviene el consenso moral es fuerte, persistente e inexorable, llegando a ser de "intolerancia, indignación y repugnancia". Con base en ese criterio, comenta Dworkin, lord Devlin concluye que "si nuestra sociedad aborrece lo suficiente a la homosexualidad, se justifica que la proscriba (...) debido al peligro que significa la práctica para la existencia de la sociedad". Del mismo modo, suele argumentarse en el ámbito de la televisión, por ejemplo, que, dado en la sociedad un semejante aborrecimiento por la pública exposición de imágenes de homosexuales, estaría en su derecho a proscribirlas.

LAS MINORÍAS MORALES ANTE LA TELEVISIÓN

¿Qué sostiene Dworkin, en cambio, frente a este tipo de argumentación? Dicho brevemente, que el argumento de su colega británico "implica un acto de prestidigitación intelectual".

¿Por qué? Porque

"supuesto que es concebible que el cuestionamiento de una moralidad pública auténtica y profundamente arraigada puede amenazar la existencia de la sociedad, y por ende haya de ser colocado por encima del umbral de preocupación del derecho, ¿cómo hemos de saber cuándo un peligro es lo suficientemente claro y presente como para que justifique no solamente la indignación, sino la acción? ¿Qué más se necesita, aparte del hecho de una apasionada desaprobación pública, para demostrar que nos hallamos en presencia de una verdadera amenaza?"

En esta respuesta pueden distinguirse tres líneas de ataque a la posición de tipo devliniano. La primera, apenas insinuada en ese pasaje, consiste en preguntarse si acaso debemos dar por sentado el supuesto de que un cuestionamiento de la moral arraigada constituye una amenaza a la sociedad. Un tercer participante en esta polémica, el jurista H.L.A. Hart, a quien Dworkin cita, dice al respecto de ese supuesto que "es una tontería equiparable a sostener que la existencia de la sociedad se encuentra amenazada por la muerte de uno de sus miembros o por el nacimiento de otro" y agrega que, en cualquier caso, sería difícil aportar pruebas en su favor (8). A este último respecto, el de las pruebas, hay quienes podrían argumentar, sin embargo, que justamente en el ámbito de la televisión, por su naturaleza masiva, cualquier comunicación de esa naturaleza conlleva el riesgo de esa amenaza y por ende, para reducir ese riesgo, ella debe ser regulada en cuanto a su libertad de programación. Es posible que esa objeción tampoco pasara el examen de Hart y Dworkin. ¿Acaso podría sostenerse que la transmisión por este medio de una entrevista realizada a una pareja de homosexuales constituye una auténtica amenaza a la moralidad pública? ¿O cuántas transmisiones de ese tipo se requeriría para constituir la amenaza? ¿Cómo probar que la amenaza existe o es inminente?

Además, hay un subargumento adicional que aquí puede emplearse en la misma línea de ataque de Dworkin contra Devlin. En efecto, cabe preguntar: si una moralidad pública está socialmente arraigada ¿cómo podría explicarse que pueda ser tan fácilmente cuestionada? Si resulta cuestionada, lo más probable es que su arraigo sea superficial, caso en el cual el argumento en favor de su protección se expone a otro ataque, cual es, que resulta intolerable "que cada uno de tales status quo morales haya de tener el derecho de preservar por la fuerza su precaria existencia".

La segunda línea de ataque en la estrategia argumentativa de Dworkin consiste en preguntarse cómo podemos saber cuándo una práctica amenazante del consenso moral es lo suficientemente clara y presente como para que justifique no sólo la indignación sino la acción del derecho. Sostiene que si el mismo lord Devlin había aceptado como una restricción que en estas materias debe procederse cauta y cuidadosamente, debiendo existir tolerancia de la máxima libertad individual que sea congruente con la integridad de la sociedad, entonces no basta con recurrir a los sentimientos de indignación y repudio de la opinión pública para justificar la acción del derecho, pues esto significaría que, "después de todo, no es necesaria otra cosa que la desaprobación pública apasionada" para decidirse a actuar.

En el caso de la televisión, como hemos mostrado, la situación se complica todavía más en este punto, pues allí las reacciones de indignación y repudio provienen, mayormente, de grupos minoritarios pero poderosos, con amplio acceso a las esferas del poder y a los medios escritos de comunicación. Son por lo general esas "minorías morales" las que más intensamente pugnan por el control de la programación televisiva, en tanto que el público consume desaprensivamente su ración diaria de lo que las élites consideran "basura". Algunos dirán que precisamente por eso, por la desaprensión y relativa indefensión de las masas, es necesario limitar a la televisión. Es el argumento típico de las élites iluministas portadoras de las tradiciones de la alta cultura. Pero ese argumento se adelanta al razonamiento que aquí estamos siguiendo y habrá de ser retomado más adelante.

La tercera línea de ataque desplegada por la estrategia dworkiniana consiste en preguntar: ¿qué más se necesita, aparte del hecho de una apasionada desaprobación pública, para demostrar que nos hallamos en presencia de una verdadera amenaza? Pues una cosa, dice Dworkin, es afirmar que esa reacción pública es suficiente para trazar un criterio-umbral a partir del cual es posible que la sociedad deba manifestar su legítima preocupación por algo que puede amenazarla, pero otra, más exigente, es encontrar "una razón afirmativo-dispositiva para la acción, de modo que cuando el criterio está claramente satisfecho, el derecho puede proceder sin más".

En efecto, puede ser que las reiteradas transmisiones de violencia a través de la pantalla de televisión den lugar a una pública reacción de indignación, ¿pero bastaría eso para prohibirlas y restringir el derecho a la libre expresión? ¿No podría pensarse, por ejemplo, que si esa reacción es auténtica y sostenida, bastaría por sí sola para producir el efecto defensivo buscado? Como ha mostrado Hirschman (1970), en cualquier mercado -y esto se aplica también al de la televisión- caben siempre dos movimientos de repulsa, que él llama *voice* y *exit*. Es decir, el reclamo público, la indignación, por un lado y, por el otro, el retiro de una preferencia, la abstención de seguir consumiendo una marca o producto determinado; es decir, apagar el televisor o cambiar de canal. ¿No bastarían con usar cualquiera de esas dos opciones de mercado para satisfacer la condición *devliniana* de defensa de la moralidad pública amenazada?

Toda esta discusión es en verdad altamente relevante para fundamentar o desahuciar -en términos de teoría jurídica- la noción de si acaso la sociedad tiene efectivamente un derecho a regular la televisión bajo el supuesto de que sus programas cuestionan -o pueden llegar a hacerlo- la moral públicamente arraigada en la sociedad.

El argumento de tipo *devliniano* podría invocarse, por ejemplo, como una justificación *ex ante*, preventiva, de defensa del consenso moral. Sus partidarios podrían sostener, en efecto, que precisamente porque hasta aquí se ha aceptado la idea de que debe existir una regulación de la televisión, demarcatoria de los límites de tolerancia social, ha existido la posibilidad de movilizar al derecho cuando ellos son sobrepasados. Lo anterior explicaría, también, que hasta aquí la televisión -a pesar de sus tendencias inherentemente amorales- haya tenido que respetar el consenso moral, bajo el riesgo de incurrir en las sanciones que la ley impone. Podrían, además, usar con eficacia el segundo argumento de lord Devlin -aquél que afirma el derecho de la mayoría a seguir sus propias convicciones morales defendiendo su medio social de aquellos cambios a los cuales se opone-, alegando que, de no existir una regulación público-moral de la televisión, entonces ésta (llevada por una intensa competencia de mercado, por ejemplo), lo más probable es que terminaría transmitiendo programas pornográficos, con lo cual todo el *tono* moral de la comunidad terminaría por cambiar, incluso si inicialmente sólo unos pocos hubieran estado a favor de la libre circulación de imágenes pornográficas.

Es justamente tal posibilidad, podrían decir, la que plantea la necesidad de imponer los estándares de moralidad de la mayoría y de crear un régimen institucional que permita oponerse a los cambios que se buscan introducirle; sobre todo cuando se sabe que tras ese particular afán de cambio no hay una auténtica pretensión de libertad sino meramente el deseo de lucrar con las pasiones de los miembros de la comunidad. Podrían aquí, incluso, citar en su favor a Dworkin, cuando en conexión con el tópico de la pornografía dice que "éste es un ejemplo -y no es el único- de nuestro deseo de que el derecho nos proteja de nosotros mismos". En fin, podrían alegar que todo esto es posible de hacer respetando el principio de tolerancia a la máxima libertad individual que sea congruente con la integridad de la sociedad, como postulaba lord Devlin.

ACREDITAR UN CONSENSO SOCIAL

En cambio, quienes se inclinan por el argumento de Dworkin estarían en condiciones de llevar a cabo el triple ataque antes descrito contra las posiciones *devlianas*. Podrían preguntar si acaso cualquiera de las restricciones que se proponen frente a la televisión satisfacen los criterios invocados para justificarlas. Tendrían que cuestionar si la exposición a través de las pantallas de material sexual explícito, o de videoclips como *justify My Love* de Madonna, efectivamente amenazan el consenso moral de la sociedad o si acaso su prohibición sólo sirve el fin de conservar ciertos status quo morales precarios (9). Asimismo, tendrían que preguntar qué valores o principios constituyen auténticamente parte de ese consenso, y cuáles son meramente una expresión particular y selectiva de los mismos. Así, por ejemplo, si la sociedad estima que debe protegerse a la familia, ¿cuándo se está más cerca del consenso moral de esa sociedad? ¿Cuándo se admite que en la pantalla se refleje la diversidad de prácticas y opiniones que respecto de ella existen o cuándo se impone respeto por el matrimonio monogámico? Podrían, además, cuestionar el uso del criterio de la reacción indignada del público como motivo suficiente para movilizar al derecho en defensa de la moral y las buenas costumbres, alegando que no puede imponérselo indiscriminadamente pues se correría el riesgo de eliminar el derecho de las minorías a tener expresión. Asimismo, tendrían que reclamar su derecho a ser persuadidos de que tal reacción está fundada genuinamente y no expresa sólo una colección de prejuicios.

ENTRE UNAY OTRA POSICIÓN, ¿HACIA DONDE INCLINARSE?

Podría sostenerse que la posición de lord Devlin con su énfasis en los fundamentos morales de la integración social, tal como aquí la hemos reconstruido para efectos del análisis, está bien para la sociología pero no satisface el criterio liberal de justicia en una sociedad democrática, punto este último donde los derechos del ciudadano -y de la televisión- estarían seguramente mejor cautelados por una argumentación de tipo *dworkiniána*. La pregunta crucial que se plantea entonces es si acaso esta última clase de argumentos hace posible fundar una regulación de la televisión en términos de consenso moral *devliano* si el asunto debe dejarse entregado, lisa y llanamente, a las estrategias *hirshmanianas* de los agentes en el mercado.

Desde el punto de vista de la sociología es difícil imaginar que una sociedad pudiera abdicar a defender su orden moral público. Sería como abdicar al derecho a proteger su propia existencia, según concordarían en decir lord Devlin y Dworkin. Pues para este último, "lo escandaloso y erróneo no es su idea (de lord Devlin) de que la moralidad cuente, sino su idea de qué es lo que cuenta como moralidad comunitaria".

¿Cómo, entonces, procedería un legislador *dworkiniáno* frente a estos asuntos, por ejemplo para justificar la regulación pública de la televisión en términos de protección de un orden de valores o de moralidad pública?

Sugiere Dworkin, como primer paso, que "un legislador escrupuloso a quien se diga que existe un consenso moral debe verificar las credenciales de tal consenso". En efecto, no basta meramente con invocar una serie de principios y valores para dar por verificada su existencia. Sobre todo en un estado democrático hay que escuchara la sociedad, argumentar públicamente y concordar tras un cuidadoso proceso de deliberación en qué consiste ese consenso. No se satisface ese criterio, por lo tanto, alegando que la moral es objetiva y que sus mandatos se deducen del orden natural. Ese argumento sólo puede encontrar asentimiento entre quienes suponen la existencia de ese orden y aceptan que éste tiene una única descripción correcta (Rorty, 1991).

Tampoco puede deducirse el consenso moral de las encuestas o de las reacciones públicas de indignación. Aquellas suman opiniones pero no necesariamente proporcionan una razón de adhesión moral. Estas otras pueden ser provocadas, manipuladas o meramente expresar una momentánea y ciega pasión social. Ni cabe tampoco argumentar en estos asuntos, a la manera como lo hace el liberalismo *progresista* más cercano a las posiciones posmodernas del todo *hale*, que sólo la libertad individual cuenta y que sólo ella es fuente de valores. En efecto, la moral es ante todo un hecho social. Esa es la primera lección de sociología (Durkheim, 1966:12): "una moral es siempre la obra de un grupo y no puede funcionar más que si este grupo la protege con su autoridad. Está hecha con reglas que dirigen a los individuos, que los obligan a actuar de tal o cual manera, que imponen límites a sus tendencias y les impiden ir más lejos. Ahora bien, no hay sino un poder moral, y por consiguiente común, que sea superior al individuo y que pueda imponer legítimamente la ley, y es el poder colectivo" investido en las instituciones democráticas (10).

Todo el proceso de regulación público-moral de la televisión, si ha de tener algún sentido para la libertad y la sociedad -combinando ideales democráticos y de moral social depende de ese desarrollo, sutil y complejo, de acreditación de un consenso moral. En efecto, la existencia de un consenso moral,

según dice Dworkin, se basa en una apelación a la sensación compartida que tiene el legislador de cómo reacciona su comunidad ante alguna práctica no-habitual, anómala o desfavorecida.

"Pero en esta misma sensación se integra la percepción de los fundamentos en que se basa generalmente esa reacción. Si ha habido un debate público con participación de editorialistas de los periódicos, discursos de sus colegas, el testimonio de grupos interesados y su propia colaboración, todo eso aguzará la conciencia que tenga el legislador de cuáles son los argumentos y las posiciones en juego. Tales argumentos son los que debe tamizar, intentando determinar cuáles son prejuicios, o racionalizaciones, cuáles presuponen principios o teorías generales de los que no se podría suponer que fuesen aceptados por gran parte de la población, y así sucesivamente. Puede ser que cuando haya terminado este proceso de reflexión encuentre que no ha quedado demostrada la afirmación de un consenso moral. (...) Un legislador que procede de esta manera, que se niega a confundir la indignación popular, la intolerancia y la repugnancia -o la presión de minorías morales activas de cualquier tipo, agregamos nosotros- con la convicción moral de su comunidad, no es reo de elitismo moral. Está haciendo todo lo posible por imponer una parte distinta y fundamentalmente importante de la moralidad de su comunidad, un consenso que es más esencial para la existencia de la sociedad tal como la conocemos... "

Ese consenso "más esencial para la existencia de la sociedad" consiste, precisamente, en aceptar que la moralidad comunitaria cuenta pero que no cualquier contenido infundado, caprichoso, indignado o movilizado por grupos influyentes constituye la moralidad comunitaria. Consiste en aceptar que si "debe haber tolerancia de la máxima libertad individual que sea congruente con la integridad de la sociedad", como quería lord Devlin, entonces no puede substraerse el proceso de formación del consenso moral del debate público ni obrar su protección al margen de los principios democráticos.

Así como la sociedad reclama el derecho a proteger su existencia moral, el ciudadano no debiera aceptar que -en el terreno de la televisión o en cualquier otro- se le imponga, sin el debido proceso de acreditación, una idea de qué es lo que cuenta como moralidad pública. En esa tensión inevitable existen los regímenes de regulación aplicados a la televisión y se ejercen los derechos de ésta y del público a gozar de su libertad.

NOTAS

(1) Estos y otros interrogantes constituyen las principales pautas de un trabajo de investigación centrado en el sector de las agencias de información en España, y del que se expondrán aquí de manera abreviada las conclusiones más destacadas con el objetivo de ofrecer una visión global de este ámbito de la comunicación

(2) A todas luces superadora de la clasificación recogida en la ley de Prensa e Imprenta de 1966 que subdividía a las siguientes agencias en: de información general; de información gráfica; de colaboraciones y mixtas, sin decir nada de estas últimas.

(3) FERNÁNDEZ BLAS, C.: "Inventario de la prensa en España", en ICE, noviembre de 1980, pág. 9.

(4) Debido a la existencia de gran número de colaboradores y *freelancers* que trabajan de forma inestable para las agencias en determinadas ocasiones esta cifra se puede multiplicar por 4 ó 5.

(5) Se ha considerado el total de empleados de las agencias EFE y Europa Press, sin separar los distintos servicios que mantienen en la actualidad estas agencias (televisión, radio, reportajes, etc.).

(6) La primera media, 44 7, corresponde al cálculo del número de empleados contando los 1.009 trabajadores de la agencia EFE, la segunda más real de 10,03 personas por empresa excluye ésta por su desproporcionado peso respecto al resto de agencias de información general.

(7) En 1992 EFE tenía 20 delegaciones en España (sin contar la sede de Madrid) repartidas por España y 53 delegaciones en el exterior cubriendo todo el mundo, en especial el centro y el sur de América(8) Hart sugiere además que un supuesto tal sólo podría sostenerse si se tiene una determinada visión de la sociedad; digamos, una visión durkheimiana. En realidad, sin embargo, la cuestión aquí no es una de disputa entre distintas visiones sociológicas de la sociedad-terreno en el cual la posición de Hart en cualquier caso se vería en serio riesgo- sino de las maneras cómo las sociedades se entienden a sí mismas.

(8) En la actualidad, los servicios audiovisuales para la agencia EFE son los más rentables, ya que representan un 41 por ciento de ventas del total de los servicios, obtenidos tan sólo con un cuarto de personal.

(9) El videoclip de Madonna *justify My Love* fue prohibido por MTV en los Estados Unidos: y su transmisión fue sancionada en Chile. La analista cultural Camille Paila (1992:3) escribió respecto del primero de esos hechos algunas frases que vale la pena citar porque muestra la ambigüedad que envuelve a cualquier juicio relativamente sofisticado frente a estas materias: *justify My Love is an serie, sultry tableau of jaded androgynous creatures, trapped in a decadent sexual underground. Its hypnotic images are drawn from such sadomasochistic films as Liliana Cavani's The Night Poner and Luchino Visconti's The Damned. (..) justify My Love is truly avant-garde ata time when that word has lost its meaning in the flabby art world. It represents a sophisticated European sexuality of a kind we have not seen since the great foreign films of the 1950s and 1960s. But it does not belong en a mainstream music channel watched around the clock by children' (...) The video is pornographic. It's decadent. And it's fabulous, MTV was right te ban it, a corporate resolve long overdue, Parents cannot possibly control television, with its titanic omnipresence"*,

(10) Es de suyo evidente que no hablamos aquí ni de los fundamentos -filosóficos, teológicos o de cualquier naturaleza de la moral; que se tornan decisivos cada vez que discutimos las pretensiones de verdad de una posición moral: ni de la precedencia ontológica de la conciencia individual. Nos movemos, en cambio, en el terreno más modesto de la validez social de los principios morales, lo que Durkheim llamó "una física de las costumbres y el derecho".

(11) EFE demanda 4.756 millones de pesetas (4.209 millones netos sin incluir el IVA) y actualizados con el IPC.

(12) Tanto la ley 37/ 1988 de 28 de diciembre del Presupuesto General del Estado; como la ley 4/1990 del 29 de junio del Presupuesto General del Estado; y la ley 31/1990 también del Presupuesto derogaron todos los tipos de ayudas a la prensa y las agencias informativas.

CUADRO1 EL GRAN MIEDO FRENTE A LA TELEVISIÓN

1. ¿SE PODRA CONTROLARA LA TV EN EL FUTURO?

Según acaba de manifestar uno de los propietarios de medios más poderosos del mundo, las tecnologías están 'galopando por encima de la vieja maquinaria reguladora, tornándola casi obsoleta en varios países': Hasta e/presente, la legislación sobre comunicaciones se ha dividido en tres sectores: (i) para la prensa, que en general no admite regulaciones, (ii) para la telefonía y los servicios postales, basada en el principio del acceso común, y (iii) para la televisión que sujeta el medio a reglas relativas a la propiedad y el contenido. Según alegan los futurólogos de las comunicaciones, para que se pueda desarrollar la industria de los multimedia, la televisión deberá ser tratada igual que la prensa y las comunicaciones electrónicas deberán ser des-reguladas. De hecho, se sostiene, la interactividad de la nueva industria -al igual que hoy ocurre con la telefonía-hará muy difícil monitorear y mucho menos censurar- los contenidos que ingresen a las redes. Los propietarios de redes no deberían ser legalmente responsables: por los contenidos transmitidos, salvo que sean propietarios ellos también. Ni debieran estar bajo la obligación de censurar materiales ofensivos. Tampoco deberían existir cuotas nacionales de programación. Toda persona tendría derecho a acceder alas redes y a comunicarse libremente o a traer a su pantalla los contenidos que elija.

Fuente: Heileman (1994a).

(13) Caso de la agencia vasca Areta Films que ejerce la corresponsalía de EFE Televisión en el País Vasco.