

Libertad de expresión: lo público y lo privado

JOSÉ JIMÉNEZ BLANCO *

EN la sociedad actual, los ámbitos de lo privado y lo público se presentan como un hervidero de problemas, porque, de una parte, la omnipresencia de los medios de comunicación de masas hace bastante difícil la defensa de la intimidad (o de la «privacidad», si utilizamos un término de la lengua inglesa); de otra parte, el derecho a la libertad de expresión, consagrado en las Constituciones democráticas, coloca a los profesionales de la información en un caso límite ante las noticias que afectan a la intimidad de los famosos.

Todo esto dejaría de ser un problema si la sociedad en su conjunto mantuviese una actitud inequívoca en el respeto a la intimidad. Pero no es así. Por un lado, todo el mundo suscribiría la proposición de que cada cual es el responsable de su propia vida y puede hacer con ella lo que tenga por conveniente. Pero, de otro lado, cualquier «debilidad» del prójimo es aireada a los cuatro vientos cada vez que simplemente se sospecha que la conducta ajena no se atiene a las normas establecidas, o dicho de otra manera, que se sale de lo corriente.

Para ser objeto de un chismorreó, que se torna en acusación a las primeras de cambio, no hace falta más que la «debilidad» la protagonice un famoso.

El vecino de la puerta de al lado, los compañeros de trabajo, las amistades, incluso los familiares, pueden ser portadores de chismorreos en el ámbito de la vida cotidiana. Basta una mera sospecha, que primero será rumor y más tarde acusación o calumnia, para que la conducta de cualquiera pueda ser objeto de censura. Ésta puede ir desde la broma hasta cerrarle el cerco y negarle el saludo. Todo empieza por una confidencia, sobre la que se da por supuesto que se guardará el secreto; a continuación se pone en marcha un boca a boca cuyos límites sólo alcanzan a unos pocos; en determinado momento, la confidencia traspasa ese círculo, y las ondas se van haciendo cada vez más amplias, hasta un punto en que se convierte en noticia.

Todavía estamos en el ámbito de la vida cotidiana; por tanto, en la órbita de una relativa privacidad. Pero en el momento en que se ha convertido en noticia, el paso al ámbito de lo público, y concretamente al foro de los medios de comunicación de masas, es inevitable. Pero no sería posible si el respeto a la intimidad fuese

* Sevilla, 1930. Catedrático de Sociología de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense.

una costumbre en la vida corriente. Lo que se ha perdido en la sociedad actual es el límite que separa lo privado de lo público, precisamente porque existen medios de comunicación social y profesionales de la información. La información no se transmite sólo oralmente, sino técnicamente —medios y profesionales—, que sólo en muy escasa medida existían en sociedades anteriores a la nuestra.

Y esto acontece cuando por todas partes oímos que nos encontramos en una sociedad «permisiva», en que la pintada del Mayo del 68 «prohibido prohibir» se ha incorporado a nuestra cultura.

También aquí, de una parte, coexiste la actitud permisiva con la actitud de censura; de otra, la máxima tolerancia como virtud social con una intransigente intolerancia, que comporta censura, castigo y marginación. Sobre todo si la «debilidad» tiene que ver con asuntos de sexo. Descubrir las flaquezas del prójimo, que son las mismas que las de todo el mundo, parece un entretenido juego al que se entregan las sociedades llamadas permisivas. Nadie prohíbe nada, pero ¡ay! de aquél que se atreva a violar algunas normas, que para mayor sorpresa ya apenas nadie reconoce como sagradas. Pero si se puede desenmascarar al vecino de la puerta de enfrente, todo el mundo, incluyendo los que hacen las mismas cosas, se siente celoso guardián de la moral tradicional, entrando en total contradicción lo que «se dice» con lo que «se hace».

Todo lo dicho llevaría a tener que afirmar que persisten valores tradicionales, en el peor de sus sentidos, en el seno de una sociedad que se considera moderna justamente porque se cree permisiva y tolerante. De otra parte, una sociedad que sigue funcionando como si no existiesen medios de comunicación de masas, y continúa propagando confidencias como si nunca hubieran de saltar el límite de la vida cotidiana y de la intimidad de unos pocos. Esto último sería otra comprobación de la persistencia de valores tradi-



clónales, a despecho de la «modernidad y progreso» que se airea por todas partes, pero que se convierte en denuncia de la hipocresía de la sociedad actual, que hace buenos a los puritanos y victorianos de épocas anteriores.

Pero el problema por antonomasia de nuestra sociedad en el paso de lo privado o íntimo a lo público, no se reduce a la plataforma de publicidad que puedan significar los medios masivos. El problema se magnifica cuando lo público traspasa el nivel de la espontaneidad de la vida cotidiana y su eventual reflejo en los medios y se instala en el ámbito de lo público como identificado con el Estado. Entonces, la publicidad sobre lo íntimo no sólo se convierte en «secreto» del que dispone el Estado para los fines del poder político, sino también —dada la titularidad estatal de medios de comunicación— de la posibilidad de disponer de información sobre la intimidad de los ciudadanos, que puede ser aireada a discreción para conferir prestigio o para quitarlo.

El mecanismo que hemos descrito, desde los ámbitos de la vida cotidiana a los de la publicidad técnica e institucional, se convierte en la posibilidad de entrar a saco en las esferas de intimidad, con finalidades que la razón de Estado nunca puede convertir en lícitas, aunque estén a la orden del día. La intimidad se convierte en un valor *político* de usos múltiples, todos ellos igualmente institucionales en las sociedades democráticas.

En un viejo artículo de Lazarsfeld y Merton sobre las funciones de los medios masivos de comunicación, de 1954, se señalaba que una de ellas es la función de conferir prestigio. Cuando algo llama la atención de esos medios se entiende que es merecedor de interés y eleva el «status» de prestigio y popularidad de los agraciados con esa suerte. Es, por supuesto, el llamado «star system» empleado para artistas de cine y televisión, ídolos deportivos y, también, de líderes políticos. Lo que en aquella fecha no pudieron prever esos autores es otra función añadida con el tiempo, a saber, la función de destruir prestigio. Ahora se trata de llamar la atención sobre las «debilidades» de una intimidad, lo que entra en juego como arma para desprestigiar a rivales, disidentes u oponentes. Este es un poder del que sólo ha dispuesto el Estado anteriormente con el género «libelo». En este momento, unos minutos de televisión pueden destruir una reputación, que antes necesitaba tal vez años para llegar a los ciudadanos. Pero esta instantaneidad no le quita el carácter de «libelo», y, contra el parecer de muchos, entiendo que debería existir una defensa jurídica ante estos ataques, no sólo a la intimidad, sino al uso de la publicidad de la intimidad para socavar, cuando no destruir, el prestigio de alguien.

El mismo Estado, y su correspondiente Gobierno, que puede ser muy permisivo en las leyes que promulga, no renuncia a utilizar los medios técnicos de que dispone para censurar y descalificar a los ciudadanos que molestan. Lo que, de una parte, se ha declarado que no es delito, en un instante puede provocar la sanción social, mucho más eficaz que cualquier medio jurídico, de otra parte. Esta puede ser significativamente la contradicción —una de tantas— del Estado actual: una doble moral de nuevo cuño que tiene una cara de permisividad —no prohíbe, no sanciona jurídicamente una conducta—, y otra cara, potenciada por los medios

masivos de comunicación, que expone a la censura y sanción de los ciudadanos la misma conducta que ha despenalizado. En el juego de la lucha política, que parece no tener reglas, estas armas de denuncia ponen de manifiesto la contradicción de promulgar leyes muy «progresistas» y de utilizar al mismo tiempo todos los medios técnicos para exponer a la sanción de la sociedad, mucho más «tradicional», las conductas de los disidentes, enemigos u oponentes, para que reciban de la ciudadanía una repulsa que con las leyes en la mano no sería posible.

Pero el asunto se complica todavía más cuando la utilización de los medios no se limita a los de titularidad estatal. Se complica cuando el Estado también mediatiza a los medios de titularidad privada, aunque no sea más que para evitar críticas. Parece que todo Gobierno, incluidos los democráticos, es alérgico a la crítica, es decir a la función de los medios de socavar prestigios, erosionar liderazgos o cuestionar programas. Si la libertad de expresión no sirve para eso, ya me dirán en qué consiste este derecho constitucional. En los medios de titularidad pública, callado va dicho que están al servicio del Gobierno de turno y que toda crítica, excepto la del adversario, está fuera de lugar.

Su lugar son los medios de titularidad privada, y éstos parecen ser el objetivo a mediatizar en la presente situación. He aquí lo realmente grave. Si la *crítica, política* desaparece, lo que surge en su lugar es el hombre unidimensional, al que se le ha arrebatado su capacidad crítica, según denunció hace dos décadas Herbert Marcuse. En ésas estamos.