

LA COMUNICACIÓN  
EN UNA SOCIEDAD LIBRE

Una crítica liberal al statu quo



Albert Esplugas Boter

LA COMUNICACIÓN  
EN UNA SOCIEDAD LIBRE

Una crítica liberal al statu quo



INSTITUTO  
JUAN D. MARIANA

Madrid, 2008



INSTITUTO JUAN DE MARIANA

Primera edición: mayo de 2008

- © Albert Esplugas Boter
- © De la presente edición: Instituto Juan de Mariana  
Calle del Ángel, 2  
28005 Madrid

Diseño de cubierta: Alonso Meléndez

ISBN: 978-84-612-3830-9

Depósito legal: M-

Fotocomposición: Paco Arellano

Impresión: Cofás

Encuadernación: Tomás de Diego

Impreso en España - *Printed in Spain*

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas por las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra en cualquier tipo de soporte o medio, actual o futuro, y la distribución de ejemplares mediante alquiler o préstamo públicos.

Gracias a María Blanco por su ayuda, al Instituto Juan de Mariana por el incentivo, y a la Universidad Pompeu Fabra y sus estudios de Comunicación Audiovisual por la inspiración.



# Índice

INTRODUCCIÓN	11
I. EL LIBERALISMO: LA ÉTICA DE LA ACCIÓN HUMANA	17
<b>Liberalismo y derechos naturales</b>	19
<b>Liberalismo y mercado</b>	28
II. LIBERTAD, PODER Y AUTONOMÍA	43
<b>Poder y coacción</b>	45
<b>Autonomía y coacción</b>	71
III. LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN COMO DERECHO DE PROPIEDAD	91
<b>Información, opinión, veracidad y fraude</b>	96
<b>Pornografía, racismo y ofensas</b>	108
<b>El derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen</b>	112
<b>El chantaje y el boicot</b>	122
<b>Apología de la violencia</b>	131
IV. DERECHOS DE AUTOR O PROPIEDAD SOBRE LAS IDEAS	139
<b>Propiedad intelectual o derechos sobre la propiedad ajena</b>	141
<b>Propiedad intelectual o derechos sobre bienes no escasos</b>	147

<b>Propiedad y recompensa</b>	150
<b>Propiedad y control</b>	152
<b>Límites arbitrarios</b>	153
<b>¿La propiedad intelectual incentiva la creación?</b>	156
<b>Protección contractual vs. copyrights</b>	161
<b>Marcas, autoría, reputación y fraude</b>	168
<b>Alternativas de mercado</b>	173
<b>V. PROTECCIONISMO CULTURAL</b>	181
<b>Bien económico, valor económico y empresa</b>	181
<b>¿Cultura versus mercado?</b>	188
<b>La cultura y los bienes de información como bienes públicos</b>	196
<b>Planificación lingüística cultural</b>	212
<b>Competencia desigual y ayudas a la cinematografía</b>	219
<b>Las subvenciones no generan riqueza</b>	231
<b>Medios de comunicación públicos</b>	236
<b>VI. EL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO Y EL RÉGIMEN DE LICENCIAS</b>	243
<b>VII. LA NACIONALIZACIÓN DE INTERNET: NEUTRALIDAD EN LA RED</b>	251
<b>CONCLUSIÓN</b>	261
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	281

## Introducción

---

**M**i primer contacto con el liberalismo tuvo lugar en las aulas de la universidad Pompeu Fabra durante mis estudios de Comunicación Audiovisual. La universidad española en general no tiene fama de inculcar ideas liberales, y el entorno de las artes y la cultura en particular es especialmente crítico con aquella corriente de pensamiento. No obstante, fue en este contexto y no en otro donde fui expuesto por primera vez al liberalismo, y en mi afán por explorar y expresar estas ideas no encontré obstáculos, antes al contrario, mis puntos de vista fueron recibidos con interés en no pocas ocasiones y mis esfuerzos fueron reconocidos.

La carrera, centrada en el ámbito del cine, la radio, la televisión, la publicidad y la cultura, incluía una notable asignatura de ciencia política que me introdujo a las ideas de Hayek, Locke, DeTocqueville y otros autores liberales. El detonante, sin embargo, fue una asignatura de historia del cine ajena a la filosofía política. Entre las películas clásicas que debíamos visionar para esa asignatura se encontraba *El manantial* de King Vidor, basada en la novela de Ayn Rand del mismo título. La película, un homenaje al individualismo y al libre mercado, me impactó profundamente y allí empezó mi «inmersión ideológica». Mi educación «informal» fue desde entonces paralela a mi instrucción formal en las aulas. El contenido de las clases, así como la bibliografía recomendada para complementarlas, a menudo chocaba con mis incipientes ideas favorables al libre mercado. Me producía cierta frustración el hecho de que las ideas hostiles al liberalismo camparan un poco a sus anchas, sin que apenas tuvieran competencia

y nunca fueran cuestionadas. No es que en la carrera se creara ideología, la inmensa mayoría de profesores y asignaturas no tenían vocación adoctrinadora, al menos no explícita y deliberada. Más bien el discurso académico presuponía una determinada ideología en sus planteamientos. Incluso cuando se contraponían puntos de vista alternativos normalmente se hacía en el marco de ese paradigma ideológico, sin llegar a cuestionarse los fundamentos del mismo.

Este trabajo pretende compensar ese déficit de competencia. Es un intento de refutar o poner en entredicho las ideas políticas subyacentes en el discurso académico imperante. He querido abarcar prácticamente todos los ámbitos que estaban cubiertos en mi carrera. Quizás haya pecado de ambicioso en este sentido, pero pensé que valía la pena intentar desmonopolizar el máximo de áreas posible.

En este trabajo esbozaré los fundamentos de una sociedad libre basada en la propiedad privada y las relaciones voluntarias para luego pasar a enjuiciar la intervención del Estado en aquellas parcelas relacionadas con la comunicación y la cultura. La finalidad del estudio no es proponer políticas concretas ni hacer un examen pormenorizado de la situación de la comunicación audiovisual y el periodismo en España, sino oponer al *statu quo* comunicativo un escenario teórico no intervenido ofreciendo al lector una suerte de «manual» sobre la libertad de expresión y la comunicación en general desde una perspectiva liberal, una guía que ayude a identificar dónde y en qué medida la situación actual no se corresponde con los principios rectores de una sociedad libre.

Recurriré a la historia y a la actualidad del sector únicamente para ilustrar la teoría e ir orientándola hacia puntos de interés. En este trabajo me propongo ofrecer las herramientas teóricas necesarias para interpretar y juzgar la realidad del panorama audiovisual y periodístico desde una óptica distinta a la estatista predominante. Mi intención es presentar una visión alternativa,

diferente de la versión «oficial» pregonada tanto por la derecha como por la izquierda. Una visión que está ausente en las aulas y que también es bastante atípica fuera de ellas.

El lector debe poner en suspenso sus ideas preconcebidas en relación con términos como «liberal», «liberalismo», «mercado», «capital», «empresas», «consumo» o «economía». Si queremos que la discusión sea sustancial y no meramente semántica los interlocutores debemos asociar el mismo significado a las mismas palabras. Es necesario procurar comprender lo que la otra parte intenta transmitir más que asociar a un determinado concepto las ideas que éste nos sugiere, sobre todo cuando los términos que utilizamos están tan cargados de connotaciones como en este caso.

Es también conveniente no intentar ubicar las distintas posturas expresadas a lo largo del trabajo en el clásico eje izquierda-derecha. El liberalismo se resiste a tan estrecha clasificación, que por otro lado no está claramente definida (¿qué defiende la izquierda? ¿qué defiende la derecha?) y sólo contribuye a embrollar el debate. Tanto la izquierda como la derecha (en su sentido contemporáneo) beben en algunos aspectos de la tradición liberal, por lo que no es extraño encontrarse a veces con posturas liberales que uno ubicaría en puntos opuestos de este eje.

En el primer capítulo, «El liberalismo: la ética de la acción humana», bosquejaré los fundamentos y las implicaciones básicas del liberalismo como ética y filosofía política. Argüiré que la ética de la libertad es la única acorde con la naturaleza del hombre y del mundo en que vive. Acto seguido, contrapondré el carácter voluntario y productivo del mercado, esa red de interacciones a que da lugar la ética liberal, a la esencia coactiva y distorsionadora de la intervención del Estado en la sociedad.

En el segundo capítulo, «Libertad, poder y autonomía», responderé a los críticos que conciben las relaciones económicas y las desigualdades jerárquicas como fórmulas de dominación y de poder coactivo, concluyendo que sólo el Estado invade derechos individuales intentando dirigir una evolución que debiera ser

espontánea. También defenderé que la publicidad no condiciona o determina las acciones de los individuos en sentido estricto. La publicidad influye, y no cabe considerar «artificiales» o «falsas» las valoraciones subjetivas fruto de influencias externas en un entorno social (no más, al menos, que cualquier otra preferencia que no sea instintiva).

En el tercer capítulo, «La libertad de expresión como derecho de propiedad», definiré el derecho a la libertad de expresión como una manifestación del derecho de propiedad más general que cada individuo tiene sobre su persona y sus posesiones, e impugnaré la legitimidad del derecho a la información, de la cláusula de conciencia y del derecho de rectificación, por entender que restringen el derecho a expresarse en libertad. Asimismo, argumentaré en contra del derecho al honor, y parcialmente contra el derecho a la intimidad y a la propia imagen. Rechazaré toda regulación orientada a fiscalizar los contenidos en el sector audiovisual y periodístico, ya sea bajo la rúbrica de la protección del menor, ya sea bajo la rúbrica de la tolerancia y el respeto hacia las sensibilidades ajenas. Defenderé la legitimidad (que no la moralidad) del chantaje, del boicot y de la apología de la violencia. El límite se situará en los derechos de los demás sobre su persona y sus bienes, no en sus particulares sensibilidades. Por otro lado, en el mercado se generan suficientes incentivos para la estandarización de conductas morales valoradas por los consumidores.

En el cuarto capítulo, «Derechos de autor o propiedad sobre las ideas», argumentaré en contra de los *copyrights* o derechos de autor, por constituir monopolios legales sobre bienes no escasos y violar los derechos de propiedad sobre bienes tangibles. También cuestionaré su relevancia como fuente de incentivos para la creación artística, y exploraré alternativas de mercado para hacer frente al problema de las copias indiscriminadas.

En el quinto capítulo, «Proteccionismo cultural», pondré en duda el aparente conflicto entre el arte y el mercado, y criticaré

el concepto de «bien público», empleado con frecuencia para justificar la intervención del Estado en la cultura. Cuestionaré el afán constructivista de moldear la cultura al servicio de grupos de interés y del Estado-nación, en lugar de separarla del Estado y dejar que se desarrolle espontáneamente. Argumentaré en contra de las ayudas gubernamentales (subvenciones, cuotas de pantalla, etc...) a la cinematografía y a otras actividades artísticas, así como de los medios de comunicación públicos.

En el sexto capítulo, «El espectro radioeléctrico y el régimen de licencias», defenderé la privatización del espectro radioeléctrico y la supresión de las barreras de entrada en el sector, que sirven a intereses políticos y favorecen a las empresas establecidas a expensas de potenciales empresas competidoras y de los consumidores.

En el séptimo capítulo, «La nacionalización de internet: neutralidad en la red», acometeré contra la regulación de la neutralidad en la red argumentando en favor de un internet en el que los propietarios de las redes puedan atender las distintas necesidades de los usuarios prestando servicios diferenciados y discriminando en precios.

Finalmente, en la conclusión, repasaré las principales ideas desarrolladas en el trabajo, reflexionaré en torno a los condicionantes de una sociedad libre y el modo de alcanzarla, y especularé sobre las razones que llevan a tanta gente a respaldar posiciones intervencionistas.

Una idea central que impregna este estudio sobre la comunicación y la cultura es que la libertad y su corolario social, el libre mercado, da buenos resultados, funciona. Es una conclusión a menudo bastante contra-intuitiva, especialmente en los casos más extremos. No en vano Adam Smith hablaba de la «mano invisible del mercado». El papel del sistema de precios y del test de ganancias y pérdidas no es evidente para el profano. Es paradójico, al menos en apariencia, que un sistema movido en buena medida por intereses egoístas sea socialmente beneficioso. Uno de

los propósitos de este trabajo es hacer «inteligible» este proceso de mercado, mostrar cómo funciona y qué beneficios aporta a la sociedad.

Quizás haya quien se pregunte si lo que pretendo en realidad con este trabajo es hacer una guía liberal sobre la comunicación o más bien una guía políticamente incorrecta sobre la comunicación, intentando polemizar defendiendo lo indefendible. Esta percepción, sin embargo, sólo ilustra hasta qué punto el *statu quo* se aparta del modelo liberal y hasta qué punto defender las implicaciones lógicas de la ética de la libertad se ha vuelto políticamente incorrecto.