

EL MERCADO DE LAS IDEAS: UN BREVE RECORRIDO DE SU HISTORIA CONCEPTUAL

John Charney

Profesor, P. Universidad Católica de Valparaíso, Chile

La metáfora del mercado de las ideas que Paula Ahumada emplea en su artículo ‘Del mercado de las ideas a la mercantilización de la esfera pública bajo el orden constitucional en Chile’ para describir el modelo estructural que habría adoptado el sistema de medios de comunicación social chileno a partir de la Constitución de 1980, es el producto de una larga tradición del pensamiento sobre la función de la libertad de expresión en las sociedades modernas.¹ Si bien ella suele asociarse a la mercantilización de los medios de comunicación social, lo cierto es que esta tradición—que Ahumada vincula correctamente con la obra de John Milton, John Stuart Mill y Oliver Wendell Holmes—, abarca bastante más que eso. En efecto, a pesar de haber escrito en periodos históricos y contextos sociales y políticos radicalmente distintos, lo que identifica la obra de estos tres autores en materia de libertad de expresión es la conexión que trazan entre su ejercicio y la búsqueda y el descubrimiento de la verdad. En este breve comentario intentaré reconstruir la doctrina del mercado de las ideas para luego mapear algunas de las críticas más importantes que han surgido en su contra.

La primera defensa relevante a la libertad de expresión en el mundo moderno fue elaborada a mediados del Siglo XVII por el poeta y ensayista inglés, John Milton. Su *Areopagética*, un panfleto dirigido al parlamento para defender toda publicación sin necesidad de contar con licencia previa, es una reacción en contra de la censura de la que había sido objeto su libro, *The Doctrine and Discipline of Divorce*. Allí, Milton presenta lo que ha sido descrito como la más

¹ Ahumada (2017) 151-189.

perfecta manifestación literaria del ideal de la libertad de expresión.² En un discurso que combina fuerza poética con elocuencia política y misticismo religioso, Milton compara la libertad de opinión con el esfuerzo de Isis de reconstruir el cuerpo de su hermano Osiris, que había sido mutilado en mil pedazos y arrojado a los cuatro vientos por sus enemigos. Los tristes amigos de la verdad, dice Milton, imitando el gesto de Isis y a través de sus opiniones e ideas intentan reconstruir una verdad que se encuentra desperdigada en el espacio y el tiempo. Así, la censura de ideas y opiniones “desestimula toda forma de aprendizaje y promueve el detenimiento de la verdad, no solo al emperezar y achatar nuestras habilidades sobre lo que ya sabemos, sino al obstaculizar y segar cualquier descubrimiento por hacerse en el saber, tanto religioso como civil”.³

Tal como Milton, J.S. Mill defiende la libertad de expresión como un instrumento que permite el desarrollo del conocimiento y la búsqueda de la verdad: “Lo que hay de particularmente malo en imponer silencio a la expresión de opiniones estriba en que supone un robo a la especie humana (...) Si la opinión es correcta, se priva de la oportunidad de intercambiar el error por la verdad; si es incorrecta se pierde lo que es un beneficio tan grande como el anterior, la percepción clara y la impresión viva de la verdad cuando colisiona con el error”.⁴ Muchos de los argumentos ofrecidos por Milton en su *Areopagítica* fueron replicados por Mill en *On Liberty*. Lo que distingue ambas defensas a la libertad de expresión es el contexto en el que surgen. Mientras *Areopagítica* surge en un contexto marcadamente religioso y en medio de una guerra civil en la que se enfrentan los parlamentaristas con el poder absoluto de Carlos I; *On Liberty* surge luego de que las luchas por las libertades civiles y políticas de la primera mitad del siglo XIX habían logrado, entre otras cosas, el reconocimiento de la libertad de expresión, es decir, el derecho a publicar sin la necesidad de una licencia previa. Así Mill, podía abrir el segundo capítulo de su famoso ensayo, publicado en 1859, señalando que en sus tiempos ya no parecía necesario defender la libertad de expresión como

² Haller (1934) 75.

³ Milton (2008) 10.

⁴ Mill (2005) 21.

una garantía en contra de gobiernos tiránicos o corrompidos. Esto no quiere decir, sin embargo, que las amenazas al ejercicio de esta libertad hubieran desaparecido. De acuerdo a Mill, solo se habrían desplazado desde el aparato gubernamental hacia (lo que él llamaba) la tiranía de las mayorías. Por eso es que Mill sostiene que la “protección en contra de la tiranía del magistrado no es suficiente; es necesario además protección en contra de la tiranía de la opinión y sentimiento dominante, en contra de la tendencia de la sociedad de imponer, por medios distintos que las sanciones civiles, sus propias ideas y prácticas como normas de conducta sobre aquellos que disienten”.⁵

Esta es la tradición de la que se nutre O.W. Holmes cuando ya en el siglo XX y al otro lado del Atlántico, vincula la libertad de expresión con el descubrimiento de la verdad y lo hace a través de la famosa metáfora del mercado de las ideas en su fallo disidente en *Abrams v United States*. Allí Holmes señala que: “cuando los hombres sean conscientes de que el tiempo ha interrumpido tantas batallas de fe, podrán finalmente creer, aún más de lo que creen en los propios fundamentos de su conducta, que la mejor forma de alcanzar el fin deseado es a través del libre intercambio de ideas—que la mejor prueba de la verdad es el poder de las ideas que logran ser aceptadas en la competencia del mercado y que la verdad es la única base sobre cual sus deseos pueden ser debidamente satisfechos”.⁶ Si Milton y Mill afirman que la interferencia estatal en los debates de ideas y opiniones afectan el descubrimiento de la verdad, Holmes agrega que ella solo puede alcanzarse a través de las lógicas del mercado. Si los esfuerzos de Milton y de Mill se enfocan en identificar la función de la libertad de expresión; los de Holmes se enfocan en asignar a esa función una estructura particular—la del mercado. Y a pesar de la precariedad de su fórmula—es una metáfora en una opinión disidente—su fuerza retórica ha permitido que ella sea utilizada sistemáticamente—y no solo en Estados Unidos—tanto para defender políticas de *laissez-faire* en los sistemas de medios de comunicación social, como para atacarlas.⁷ En lo que sigue concentraré la atención en estas últimas.

⁵ Mill (2005) 19.

⁶ *Abrams v United States*, 250 US 616 (1919), 630.

⁷ Napoli (1999) 166.

Múltiples son las críticas que se han formulado en contra de la tradición del mercado libre de las ideas. Quizás las más consistentes son aquellas que rechazan la conexión—lógica y empírica—entre la libertad de expresión y la verdad. Según Hannah Arendt la verdad no se entrega con facilidad al libre intercambio de ideas y de opiniones puesto que los modos de comunicación que caracterizan la búsqueda de la verdad son radicalmente distintos a los modos de comunicación que caracterizan el debate abierto y libre de ideas. Mientras los primeros son coercitivos y no se ajustan a las reglas de la persuasión y de la deliberación, los segundos son flexibles y toleran, sin mayores problemas, estrategias retóricas destinadas a convencer a sus destinatarios.⁸ Por ello es que cuando los modos de comunicación que caracterizan el descubrimiento de la verdad se trasladan a la esfera pública, la libertad puede verse seriamente afectada. Asimismo, cuando las técnicas de la retórica se trasladan al terreno de las verdades (fácticas o racionales), es la verdad la que corre serio peligro. Es por este motivo que así como los medios de comunicación social son adecuados para la conducción de la discusión política; las instituciones educacionales y los centros de investigación ofrecen mejores condiciones para el desarrollo del conocimiento y el descubrimiento de la verdad.

El mercado de las ideas, como ideal regulativo, no solo ha sido criticado por su función epistemológica. Tal como Ahumada, muchos otros han atacado a esta tradición porque defiende al mercado como la estructura adecuada para mediar esta función. Entre estas críticas destaca la crítica de la economía política de los medios de comunicación social. De inspiración marxista, ella se ha nutrido de las ideas de Noam Chomsky, Herbert Marcuse y Robert McChesney, entre muchos otros. Esta crítica intenta demostrar por qué tanto desde un punto de vista normativo, como desde uno empírico un sistema de medios de comunicación social organizado en torno a las lógicas del mercado es incapaz de proporcionar descripciones adecuadas de la realidad social. Si bien sus aproximaciones pueden divergir, sus conclusiones son similares: la mercantilización de la esfera pública tiene como resultado la reproducción del *statu quo*. En su ya célebre obra, *Manufacturing Consent*, Herman y Chomsky

⁸ Arendt (1977) 241.

intentan demostrar a través de diversos casos de estudio que las fuerzas del mercado y de la autocensura hacen de los medios de comunicación social poderosos aparatos ideológicos que de manera sistemática y eficiente cumplen una función de propaganda destinada a resguardar los intereses económicos, políticos y sociales de las clases dominantes.⁹ Marcuse, por otro lado, sostiene que la tolerancia liberal sobre la que se construye la defensa a la libertad de expresión es esencialmente regresiva. Esto se debe a que las sociedades capitalistas, en las que el poder y las riquezas se encuentran mal distribuidas, tienden a integrar en una totalidad los intereses de aquellos que se encuentran en posiciones antagonistas. Lo hace a través del incremento de las condiciones de vida y la concentración del poder. Así, los intereses del trabajador se identifican con los del empresario, los del consumidor con los del productor, los del intelectual con los de su empleador. Aún cuando las voces que desafían las lógicas del sistema son toleradas en la discusión pública, su significado pierde toda su fuerza en favor de un significado general que pacifica el conflicto social. Así, lo que aparece como una discusión imparcial y objetiva, no lo es. No lo es porque tal objetividad es inauténtica. En efecto, lo bueno y lo malo, lo justo y lo injusto, lo correcto y lo incorrecto vienen predefinidos por quienes seleccionan y definen el orden de los hechos que aparecen en la esfera pública, impidiendo el desarrollo autónomo de las facultades racionales de sus destinatarios. La solución de Marcuse es radical: “para hallar por sí mismos qué es verdadero y qué es falso para el hombre en la sociedad existente, habría que invertir la tendencia” y esto equivale a suprimir la tolerancia liberal, la libertad de expresión, e intercambiarla por un sistema que deje espacio solo para discursos emancipadores.¹⁰

Un tercer cuerpo de críticas que se han levantado en contra de la doctrina del mercado de las ideas tiene su origen en la teoría democrática. Y es que a pesar de que Ahumada sugiere que hay compatibilidades entre las defensas democráticas a la libertad de expresión y el mercado de las ideas, ellas se reducen a aquellas teorías que ven en los medios de comunicación un mecanismo de control y de límite al ejercicio del poder estatal, como es la que

⁹ Chomsky & Herman (1994) 306.

¹⁰ Marcuse (2010) 114.

defiende Vincent Blasi en ‘The Checking Value in First Amendment Theory’.¹¹ Sin embargo, hay otras teorías democráticas que justifican la importancia de la libertad de expresión por motivos muy distintos al anterior y que son críticas del modelo del mercado de las ideas. Una de ellas es la que elabora John Meiklejohn—uno de los precursores de las defensas democráticas a la libertad de expresión en Estados Unidos. Meiklejohn comparte la idea de que la libertad de expresión cumple una función epistemológica, sin embargo, traslada esta función al terreno de la discusión y deliberación política. Según Meiklejohn la libertad de expresión es un instrumento fundamental para el autogobierno colectivo. A través de la discusión y deliberación pública es posible identificar aquella verdad ética sobre la que se construye el pacto político y a partir de la cual es posible distinguir los cursos correctos de acción desde una perspectiva política. Meiklejohn rechaza categóricamente que el mercado sea el mecanismo adecuado para hacer posible esta función. Según Meiklejohn, el mercado de las ideas propuesto por Holmes supone que como individuos pensantes no tenemos la obligación de examinar nuestras ideas para asegurarnos que ellas sean dignas de un ciudadano que participa de las decisiones relevantes de la comunidad política a la que pertenece. Por el contrario, ese examen se deja entregado a la libre competencia del mercado y de esa forma, “pensamos no como miembros del cuerpo político (...) sino que como campesinos, obreros sindicalizados, empleadores, inversionistas (...) y nuestro fin, mientras discutimos en tales capacidades, no es el de encontrar la verdad. La competencia del mercado se hará cargo de aquello. Nuestro propósito es hacer el punto, ganar la pelea, hacer nuestra demanda plausible, y mantener la presión. La degradación intelectual que esta interpretación de la libertad de expresión ha producido es casi increíble”.¹²

También dentro de la tradición democrática se ubica la crítica que Robert Post hace al mercado de las ideas. Siguiendo de cerca el ideal deliberativo de Habermas, Post rechaza categóricamente la función epistemológica de la libertad de expresión. De acuerdo a él la búsqueda de la verdad requiere de

¹¹ Blasi (1977) 521.

¹² Meiklejohn (1965) 73-74.

(a) libertad de pensamiento y (b) su sujeción a prácticas estrictas que definen lo que califica y lo que no califica como verdadero conocimiento.¹³ Mientras la libertad de expresión puede asegurar lo primero, no puede asegurar lo segundo. Tal como Arendt, Post concluye que las revistas académicas y los centros de investigación son espacios más apropiados para el desarrollo del conocimiento y la búsqueda de la verdad. La libertad de expresión busca, por el contrario, dotar de legitimidad al sistema democrático. A través de ella los ciudadanos pueden hacer visibles sus demandas y cuando esas demandas son procesadas por el sistema institucional y logran convertirse en normas jurídicas, se cumple el ideal democrático que consiste en que los ciudadanos se sientan, en algún sentido relevante, autores de las normas que los regulan.

Por supuesto que la crítica al modelo del mercado de las ideas no se agota en las que se han esbozado aquí. La crítica cultural a los medios de comunicación social, que tiene su origen en la obra de Marshall McLuhan, así como las defensas a la libertad de expresión como instrumentos que permiten el desarrollo de la autonomía individual o de la identidad personal, como las que han formulado Ronald Dworkin y Joseph Raz, respectivamente, son también relevantes.¹⁴ Sin embargo, las críticas aquí expuestas ofrecen, a mi juicio, un espectro amplio de herramientas que pueden servir de complemento al análisis que Ahumada realiza en su artículo. En primer lugar, aquellas críticas que atacan al mercado de las ideas desde una perspectiva funcional, como la de Arendt y la de Post, proporcionan marcos teóricos alternativos para la función de la libertad de expresión y para la organización de los sistemas de medios de comunicación social. El modelo de la esfera pública, en el cual los ciudadanos participan de la deliberación sobre aquellos asuntos que son relevantes para la vida en común, no se nutre de recursos epistemológicos en su defensa a la libertad de expresión. Lo importante es que la discusión gire en torno a asuntos que sean relevantes para la vida en común y que los ciudadanos cuenten con las herramientas necesarias para participar en esas discusiones y para tomar decisiones políticamente relevantes. Desde este punto de vista la libertad de expresión no puede ser el producto de la mera

¹³ Post (2011) 478.

¹⁴ Dworkin, R. (1992); J Raz, (1991).

ausencia de interferencia estatal en el ámbito de la discusión pública, como fluye de la doctrina del mercado de las ideas. Por el contrario, el Estado tiene un rol relevante en la organización y funcionamiento de los medios de comunicación social. Para que la función democrática sea posible, es necesario impedir la concentración en la propiedad de los medios de comunicación social, estimular la participación en la discusión pública de todos los grupos políticamente relevantes y asegurar que las personas se vean expuestas no solo a ideas y opiniones que coincidan con las suyas, sino que también aquellas con las que se enfrentan. Todo esto requiere de una función activa por parte del Estado, función que no parece ser compatible con el modelo del mercado de las ideas.

Finalmente, también son relevantes aquellas teorías que defienden la función epistemológica de la libertad de expresión, pero que rechazan el modelo de mercado como sistema adecuado para mediar tal función. La crítica de la economía política de los medios de comunicación social, en especial, ha levantado información relevante para demostrar la complicidad que existe entre el mercado de los medios de comunicación y la reproducción de las condiciones de injusticia imperante en el sistema capitalista. Si los medios son efectivamente aparatos ideológicos que impiden una percepción adecuada de la realidad social y que frenan el cambio social, entonces medidas más radicales que las ofrecidas por la tradición democrática se harían necesarias para revertir su función regresiva. Desde la crítica de la economía política de los medios se ha propuesto, entre otras cosas, tratar la producción de contenidos informativos como un derecho social respecto del cual al Estado no solo le correspondería su promoción, sino que además debería garantizar su adecuada provisión.¹⁵ Asimismo, hay quienes han propuesto que medios tradicionales de comunicación, como *The Guardian* en el Reino Unido, sean adquiridos por cooperativas para asegurar una administración colectiva.¹⁶

Si la metáfora del mercado de las ideas de O.W. Holmes pertenece a la tradición del pensamiento sobre la libertad de expresión que aquí se ha

¹⁵ McChesney, R. (2013) 193-194.

¹⁶ R. Greenslade, 'If We Want to Save Newspapers How About Trying Cooperative Ownership?' *Guardian* (8 May 2012).

esbozado, su aproximación crítica no puede reducirse a un ataque a sus políticas del *laissez-faire*. No es que esta última crítica no sea posible. Es solo que ella no se hace cargo de un elemento esencial de la tradición que critica y que se refiere a la función que la libertad de expresión desempeña en las sociedades modernas. Desde este punto de vista, la crítica al mercado de las ideas debe tomar alguno de los siguientes caminos. El primero, que es el que sigue Arendt y Post, es rechazar de plano la conexión entre libertad de expresión y verdad. El segundo consiste en aceptar esta función, pero rechazar al mercado como la estructura que la media. Esa es la opción de Marcuse y Meiklejohn, autores que desde dos tradiciones distintas entregan lo que es, a mi juicio, la crítica más sofisticada a la metáfora del mercado de las ideas.

BIBLIOGRAFÍA

- Ahumada, P. (2017) “Del mercado de las ideas a la mercantilización de la esfera pública bajo el orden constitucional en Chile”, *Derecho y Crítica Social* 3(2) 151-189.
- Arendt, H. (1977) “Truth and Politics” in *Between Past and Future: Eight Exercises in Political Thought*. New York: Penguin Books.
- Blasi, V. (1977) “The Checking Value in First Amendment Theory” 2 *American Bar Foundation Research Journal* 521.
- Chomsky, N. y Herman, ES. (1994) *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. London: Vintage.
- Dworkin, R. (11 de Junio de 1992) “The Coming Battles Over Free Speech” en *The New York Review of Books*.
- Greenslade, R. (8 de Mayo de 2012) “If We Want to Save Newspapers How About Trying Cooperative Ownership” *The Guardian*.
- Haller, W. (Ed.) (1934) *Tracts on Liberty in the Puritan Revolution*, Vol I. New York: Columbia University Press.
- Marcuse, H. (2010) *La tolerancia represiva y otros ensayos*. Madrid: Los libros de la Catarata.
- McChesney, R. (2011) *Digital Disconnect: How Capital is Turning the Internet Against Democracy*. New York: The New Press.

- Meiklejohn, A. (1965) "Free Speech and its Relation to Self-Government" in *Political Freedom: The Constitutional Powers of the People*. New York: Oxford University Press.
- Mill, JS. (2005) *On Liberty*. New York: Cosimo Classics.
- Milton, J. (2008) *Areopagitica*. Champaign IL: Standard Publications.
- Napoli, PM (1999) "The Marketplace of Ideas Metaphor in Communication Regulation" 49 *Journal of Communication* 151.
- Post, R. (2011) "Participatory Democracy and Free Speech" 97 *Virginia Law Review* 477.
- Raz, J. (1991) "Free Expression and Personal Identification" *Oxford Journal of Legal Studies* 303.