

LOS REPRESENTANTES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION

GUILLERMO ESCOBAR ROCA

Profesor Titular de Derecho Constitucional
Universidad de Alcalá

SUMARIO: I. Objeto de esta comunicación.- II. Breves consideraciones sobre la relación entre la representación democrática y los medios de comunicación.- III. Representantes y medios en la CE.- IV. Representantes y medios en la legislación de desarrollo.- V. Conclusión.

I

Con esta comunicación pretendemos destacar un aspecto poco estudiado del estatuto de los representantes y que sin embargo nos parece fundamental para perfilar una teoría constitucional adecuada no sólo a las complejas circunstancias del siglo que se avecina sino también a las previsiones de nuestra norma fundamental, especialmente en lo que al principio democrático se refiere.

Entre nosotros, el profesor PORRAS NADALES (1996, 149-150) ha puesto el dedo en la llaga al afirmar que "Resulta cuando menos sorprendente que, en pleno apogeo de la revolución tecnológica de las comunicaciones, las exigencias de evolución de la representación política no suelen conectarse con las posibilidades de incorporación al proceso representativo de los nuevos sistemas de información y telecomunicación", añadiendo el citado profesor que "el funcionamiento de las instituciones representativas sigue ajustándose a la lógica de la democracia liberal clásica [...]"

sin que los cambios en los sistemas de información y comunicación supongan ninguna transformación sustancial del sistema político".

Siguiendo en parte la dirección así apuntada, vamos aquí a referirnos a la aparición de los representantes en los medios de comunicación social o de masas, con especial hincapié en los de mayor capacidad de influencia, a saber, la radio y, sobre todo, la televisión.

Preciso será partir de una constatación previa: en el momento actual, el orden de la comunicación y el orden de la representación parecen discurrir por caminos paralelos que rara vez llegan a coincidir, como si la Sociedad (cuyos *clásicos* derechos de libertad fundamentarían el orden de la comunicación) y el Estado (en cuyo seno el representante ejercería exclusivamente su función) permanecieran artificialmente separados, tal y como se afirmaba en la tesis, nunca cierta del todo, propia del modelo liberal burgués de dominación. Entre nosotros, hace ya algún tiempo el profesor DE VEGA llamó la atención sobre las nefastas consecuencias de esta separación, pronunciándose entonces en favor de la reconstrucción de una "opinión pública nueva", no meramente aclamativa ni manipulada (DE VEGA, 1980, 29), con lo que venía a postularse, si no realizamos una interpretación errónea, la recuperación de la conexión entre los referidos órdenes. Un tratamiento adecuado de la relación entre los representantes y los medios de comunicación debe contribuir a la aludida tarea de recuperación.

Dado el estrecho marco de esta comunicación, hemos optado por analizar únicamente la relación entre los representantes y los medios durante el período ordinario de

ejercicio del mandato, dejando de lado toda alusión a la problemática específica (normalmente más estudiada y objeto en todo caso de regulación más precisa) del período electoral. De esta forma, resaltamos de paso una idea importante, ocasionalmente recordada y rara vez desarrollada: la democracia (y la relación entre los representantes y sus electores) es un proceso constante que no se agota en las elecciones. Se trataría en definitiva de desmentir la clásica afirmación de ROUSSEAU según la cual "Los ingleses se creen libres porque eligen a sus representantes. Se equivocan. Sólo lo son en el momento de la elección. Después de ella no son nada".

Ni que decir tiene, por otra parte, que no pretendemos con esta comunicación alcanzar conclusión alguna de carácter general, sino tan sólo plantear algunos problemas, destacando perspectivas quizás menos conocidas, que sin duda están necesitadas de ulteriores desarrollos.

II

Como es de sobra conocido, la teoría *clásica* de la representación política se construye como uno más de los elementos del modelo liberal burgués de dominación (por todos, DE CABO, 1977, 127-133). En consecuencia, la doctrina actual de la representación no puede desgajarse del todo de esta tradición (entre otras cosas, porque nuestra propia Constitución y "con ella lógicamente la doctrina de nuestro TC continúan bastante apegados a la concepción clásica", GARRORENA, 1995, 4167), pero tampoco puede operar como si nada hubiera cambiado en el entorno constitucional y sociopolítico circundante.

Desde la perspectiva constitucional, el cambio más notorio es sin duda la consagración del principio democrático, que en su sentido actual tiene consecuencias importantes sobre la concepción clásica de la representación (por todos, PORTERO, 1994, 255-257), asentada sobre presupuestos no democráticos o, si se quiere, sobre una concepción de la democracia bien distinta a la que cabe deducir no sólo de las circunstancias del presente sino también de la propia norma fundamental. Obviamente, no es este el momento de traer a colación las numerosas implicaciones que el principio democrático proyecta sobre la teoría de la representación; únicamente debemos destacar las más relevantes para el objeto de nuestro análisis, concretadas esencialmente en la necesaria reformulación del principio de publicidad.

Debemos precisar con carácter previo que vamos a referirnos a este principio en un sentido amplio (*Öffentlichkeit*), es decir no circunscrito al estrecho marco de la actividad parlamentaria sino más bien relacionado con la idea, compleja y multiforme, de opinión pública. Desde esta perspectiva, que aquí sólo podemos enunciar, la publicidad no implica simplemente dar a conocer algo (la actuación de los representantes, por ejemplo), sino hacerlo con pretensiones de comunicación (así, con los electores), de contribuir a la formación colectiva de la voluntad del Estado, que en un Estado democrático es también voluntad del pueblo (ENCINAR, 1992, 21-22).

El principio de publicidad así entendido suele ser considerado como uno de los elementos implicados en el concepto clásico de la representación. Por decirlo nuevamente

en términos del profesor DE VEGA (1995, 231), "la representación se mostrará ante todo como un mecanismo político a cuyo través se asigna a los representantes la función de ser expresión y ritualización de esas verdades sociales, de esos valores e intereses en que se plasma la opinión pública", por lo que puede afirmarse que "según la concepción liberal burguesa la representación sólo es explicable desde la publicidad, como categoría inescindible de aquélla".

Inicialmente, la publicidad se conecta con una peculiar concepción de la opinión pública, caracterizada entre otros aspectos por el carácter elitista del debate y por la posibilidad real que tienen los sujetos participantes en el proceso de la comunicación de influir con sus puntos de vista en la adopción final de las decisiones (HABERMAS, 1962, 65-93).

En la actualidad, resulta evidente que el concepto moderno de representación, adecuado al principio democrático, no sólo mantiene y refuerza la importancia de la opinión pública, sino que eleva al principio de publicidad, en su conexión con aquélla, a la categoría de elemento constitutivo o esencial de la forma de Estado, y ello hasta el punto de que todo el Derecho constitucional, en tanto Derecho de la Constitución democrática, puede ser justamente calificado como el "Derecho de la publicidad por excelencia" (HÄBERLE, 1969, 275).

Además, igualmente evidente resulta que el mantenimiento del principio de publicidad en el Estado democrático representativo no implica una comprensión de dicho principio en términos similares a los propios de los orígenes del Estado constitucional (RINKEN, 1971, 276), habida cuenta de

la transformación sustancial de su contexto, no sólo en un sentido constitucional sino también sociopolítico. Desde esta última perspectiva, los cambios han sido tan profundos que con razón se habla de una nueva forma de ejercicio de la política, la "videopolítica" (SARTORI, 1989, 305-316), y de un nuevo modelo de realización (o de no realización) de la democracia, gráficamente calificado como "telecracia" (ZIPPELIUS, 1988, 258) y como "democracia de audiencia" (MANIN, 1997, 267-286).

En un intento de simplificar y concretar en un problema específico, hoy la publicidad (de la actividad de los representantes) se lleva a cabo básicamente a través de medios de naturaleza bien distinta: de la prensa escrita y leída por círculos minoritarios y con capacidad real de influencia se ha pasado a una situación en la cual el medio dominante es la televisión ("el instrumento fundamental para la formación de la opinión y de la voluntad política en el seno de la Sociedad", ENCINAR, 1995, 152), donde sólo indirectamente aparecen los representantes, y donde se abre una distancia profunda entre los sujetos del proceso de la comunicación. En efecto, por un lado se encuentran los titulares de los medios, cada vez más implicados con el fenómeno de concentración económica y con mayor capacidad de incidir sobre las decisiones políticas; por otro, la gran masa de espectadores, que consumen pasivamente la información recibida, con escasas posibilidades de participar en el debate público (si bien la reciente multiplicación de las posibilidades de transmisión y del número de canales permite atisbar nuevas vías de participación).

En estas circunstancias, la opinión pública, al menos tal y como era entendida en los términos clásicos, ha sufrido un cierto proceso de "aniquilación" (DE VEGA, 1980, 25): La

necesaria comunicación entre representantes y electores (que, con las limitaciones propias de la época del sufragio censitario, parece ser que efectivamente existió en la llamada edad de oro del parlamentarismo) se ha visto sustancialmente alterada. Este hecho, que "de la discusión y decisión del proceso político queden marginados la mayoría de los ciudadanos", junto con otros factores, desemboca en la tan traída y llevada crisis del modelo clásico de la representación (DE VEGA, 1997, 85).

III

Vayamos ahora a nuestra norma fundamental, donde (como no podía ser de otra forma en todo producto histórico) se plasman gráficamente las apuntadas contradicciones entre un *modelo clásico* (en el que la intervención estatal era considerada innecesaria) que se resiste a desaparecer del todo y las nuevas exigencias derivadas del principio democrático, entre las que forzosamente deberían incluirse, como punto de partida, las normas adecuadas para garantizar el aseguramiento de la comunicación entre los representantes y sus electores en las circunstancias del presente.

Sin menospreciar otras perspectivas (entre las cuales podría resultar particularmente fructífera la que pretendiera actuar sobre el interior de los medios de comunicación, postulando una organización y control de dichos medios más plural y participativa), también posibles y en todo caso complementarias, vamos a adoptar en lo sucesivo preferentemente el punto de vista del representante, y más en concreto, el de los derechos fundamentales de éste.

Debemos resaltar que el aludido punto de vista es el habitualmente adoptado cuando de la problemática jurídica de la representación se trata; más adelante intentaremos matizar en lo posible, desde la perspectiva del representado y de su derecho a recibir una información veraz, el relativo carácter unilateral que podría derivarse de la opción metodológica aquí asumida.

Pues bien, ¿Puede hablarse de un derecho fundamental del representante a ejercer públicamente (lo que, en las circunstancias actuales, implica su presencia en los medios) su actividad, a comunicarse con sus electores a través de la radio y televisión?

Ante todo, deben analizarse las posibilidades ofrecidas por el artículo 23.2 CE, precepto considerado por la jurisprudencia y por la doctrina como la fuente *natural* de los derechos fundamentales de los representantes.

En principio, parece que el precepto citado, al menos en cuanto se refiere al derecho de los representantes al ejercicio de su cargo, debería entenderse como un *derecho al servicio de una función*, en este caso la garantía del proceso democrático representativo, donde la permanente comunicación entre el representante y sus electores resulta esencial (GRIMM, 1994, 397-399). A nuestro entender, los derechos fundamentales conectados por definición con el Estado democrático resultan particularmente proclives a la aludida *funcionalización*, sin duda inapropiada cuando de otras categorías de derechos (los conectados con el Estado de Derecho, por ejemplo) se trata.

Sin embargo, contra la comprensión del artículo 23.2 CE como la adecuada *sedes materiae* de un derecho fundamental del representante como el aquí pretendido juega una concepción tradicional, firmemente asentada, que a nuestro juicio no ha sabido proyectar adecuadamente sobre la idea clásica de la representación todas las consecuencias que del principio democrático cabría derivar. Esta concepción tradicional parece partir de la idea de que el cargo público representativo se ejerce exclusivamente en el interior del órgano, nunca fuera de él, olvidándose así la necesaria conexión entre Estado y Sociedad inmanente a la democracia y aplicándose al parlamentario un esquema de razonamiento similar al propio de los órganos administrativos. ¿O es que puede negarse que las labores de información a los electores o de canalización de sus aspiraciones, realizadas fuera del Parlamento, forman parte esencial del proceso democrático y por tanto de las funciones inherentes a la condición de representante del pueblo?

En la línea criticada, la jurisprudencia constitucional parece asumir este punto de vista, al que llega desde una argumentación basada en dos reducciones sucesivas. Según la primera, el derecho reconocido en el artículo 23.2 CE es meramente "de configuración legal" (categoría de por sí discutible y peligrosa: GARCIA ROCA, 1999, 292-294); en virtud de la segunda, las leyes llamadas a configurar (definir, en realidad) el derecho son tan sólo los reglamentos parlamentarios, cuyo ámbito material resulta ser además constitucionalmente reducido.

Parece evidente que desde las coordenadas jurisprudenciales así descritas resulta ciertamente difícil deducir del artículo 23.2 CE algo parecido a un derecho

fundamental del representante a comunicarse con sus electores a través de la radio y televisión, en modo alguno previsto en los reglamentos parlamentarios.

A continuación deben indagarse las posibilidades abiertas por el artículo 20.3 CE, en su referencia a la garantía del acceso a los "medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público" de los "grupos sociales y políticos significativos". A nuestro juicio, en este precepto puede perfectamente apreciarse la existencia de un derecho (autónomo o, como dice la STC 63/1987, integrado en la libertad de expresión) de naturaleza similar a los de prestación, consistente en tiempos de emisión asignados en la programación de *al menos* las cadenas de radio y televisión gestionadas directamente por los poderes públicos y entre cuyos titulares naturales parecen encontrarse, desde luego, los representantes. Los medios de comunicación revelan así su condición de instituciones *públicas* al servicio de principios de indiscutible relevancia constitucional (HOFFMAN-RIEM, 1994, 156-159).

De esta forma, las insuficiencias propias del artículo 23.2 parecen superarse, pues el derecho de los representantes a ejercer públicamente su actividad, comunicándose con sus electores a través de los medios de mayor influencia encontraría finalmente una adecuada vía de protección. Ahora bien, debe llamarse la atención sobre un dato significativo: estrictamente, los titulares del derecho no son ahora los representantes como tales, o si se quiere, los representantes individualmente considerados, sino los partidos o los Grupos Parlamentarios a los que pertenecen. No es éste el momento de insistir sobre las consecuencias de esta importante diferencia entre los artículos 20.3 y 23.2 CE; bástenos con

destacar que el acento sobre el primero de los preceptos citados es un elemento más que contribuye al tantas veces criticado (por todos, ENCINAR, 1990, 79) excesivo poder de los partidos sobre los parlamentarios.

Por último, todavía podemos encontrar en la norma fundamental una tercera referencia, esta vez implícita y diseminada en preceptos diversos, al orden comunicativo de la representación política. En efecto, de la conexión entre los artículos 1.1 (pluralismo político), 20.1 d) (derecho a recibir información veraz) y 14 (derecho a un trato igual) puede deducirse el derecho de los representantes a que sobre ellos se informe en condiciones de igualdad (respetando por ejemplo una relación de proporcionalidad entre el tiempo dedicado a la información sobre cada partido y su representación parlamentaria, por citar una de las manifestaciones de más sencilla verificación), que pueden ser más o menos estrictas según la naturaleza pública o privada del medio de comunicación. Como se adelantó, se adopta así en parte el punto de vista del ciudadano, considerado aquí en su condición de participante en un proceso de la comunicación más respetuoso tanto con su dignidad como oyente o telespectador (veracidad no equivale a verdad ontológica sino a verdad moral, a la presentación más completa posible de la realidad: FERRATER MORA, 1976, 3395-3396) como con la pureza del proceso democrático representativo.

El artículo 20.3 CE contiene un mandato expreso, dirigido al legislador, de regulación del derecho de acceso de los grupos sociales y políticos significativos (entre los que ocupan un lugar central los partidos representados en el Parlamento, que son desde luego los más *significativos*) a los medios públicos de comunicación social. Este mandato fue tempranamente cumplimentado por el Estatuto de la radio y la televisión (Ley 4/1980), en cuyo artículo 24 todavía leemos que "La disposición de espacios en [...] RNE y TVE se concretará de modo que accedan a estos medios de comunicación los grupos sociales y políticos más significativos", añadiéndose en el artículo 8.1 k) que corresponde al Consejo de Administración "Determinar semestralmente el porcentaje de horas de programación destinadas a los grupos sociales y políticos significativos, fijando los criterios de distribución entre ellos en cumplimiento de lo establecido en el artículo 20 de la Constitución".

Pues bien, hasta el momento presente, y centrándonos en lo que a esta comunicación interesa, resulta que la obligación asignada al Consejo de Administración del *ente público* ha sido sistemáticamente incumplida, por lo que el derecho del representante a actuar públicamente y a comunicarse con sus electores en los términos constitucionalmente previstos no ha podido ejercitarse, con las perjudiciales consecuencias que ello conlleva sobre el proceso democrático representativo.

Podría pensarse en que la explicación de esta renuncia se encuentra en el hecho de que los representantes se comunican con el electorado a través de otras vías, por ejemplo, accediendo indirectamente a los medios, no mediante espacios propios sino gracias a la información que sobre

ellos ofrecen los programas informativos de la radio y la televisión. Efectivamente, en España el debate parece centrarse más bien en esta perspectiva del problema: los representantes en vez de exigir, como parecería más lógico, cauces directos de comunicación, se contentan con el respeto (en campaña electoral, sobre todo) por parte de los medios al principio de igualdad de oportunidades, la llamada *par condicio*, concretada básicamente en criterios de proporcionalidad y neutralidad informativa.

Sucede sin embargo que la *par condicio* tampoco se encuentra entre nosotros adecuadamente garantizada, esta vez más por culpa del legislador que de la Administración: La normativa sobre la *par condicio* resulta ser fragmentaria e insuficiente para asegurar mínimamente la necesaria presencia de los representantes en los medios en condiciones de igualdad. La organización de los medios públicos, dominada por el Gobierno, dificulta de tal modo la consecución de esa igualdad que ha llegado a ser considerada inconstitucional (ENCINAR, 1996, 242-249).

Además, sólo se garantiza expresamente en los medios públicos, "El respeto al pluralismo político y social, así como la neutralidad informativa" durante el período electoral (art. 66 LOREG) y, en algunos medios privados (las televisiones "objeto de concesión" -LO 2/1988- y las emisoras municipales de radio -LO 10/1991-), "[e]l respeto al pluralismo y a los valores de igualdad", también sólo durante el período electoral. Durante el resto del mandato representativo únicamente encontramos una genérica mención (difícilmente sancionable), entre los llamados principios inspiradores de la actividad de los medios, a "[l]a objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones"

y al "respeto al pluralismo político" y de "los valores de igualdad recogidos en el artículo 14 de la Constitución" (art. 4 ERTV).

Por su habitualidad, no llaman ya la atención las críticas que el primer partido de la oposición dirige contra la radio y la televisión públicas por la escasa o sesgada información que estos medios ofrecen sobre sus actividades. Si no se oyen las críticas de los restantes partidos de la oposición, es porque ni siquiera su voz llega a los otros medios (en especial, a la prensa, que es quien suele dar noticia de dichas críticas).

V

Concluimos. Resultaría ingenuo pretender la reconstrucción de una "opinión pública nueva" *exclusivamente* mediante el ejercicio del derecho de acceso o con una más adecuada garantía de la igualdad de oportunidades en la información política ofrecida por los medios; coincidimos así nuevamente con el profesor DE VEGA cuando afirma: "Pretender salvar en un mundo absolutamente manipulado por los medios de comunicación de masas como es el mundo actual a la opinión pública y construir desde él una opinión pública racional y verdaderamente libre equivaldría a construir una ficción" (DE VEGA, 1980, 29). Desde luego, los condicionantes impuestos por el propio medio no pueden desdeñarse: con frecuencia se señala que especialmente la televisión empobrece *siempre* el discurso político, y con ello la información y la formación del ciudadano (SARTORI, 1997, 123-130).

Ahora bien, pese al carácter relativamente limitado de nuestras modestas propuestas, consideramos que no resultaría del todo inútil caminar en la dirección aquí sugerida, pues al menos así podría iniciarse la conexión, hasta ahora prácticamente inédita, entre los órdenes de la comunicación y de la representación, garantizando a un tiempo de forma más efectiva los legítimos derechos de los representantes a ejercer públicamente sus funciones (art. 20.3 CE) y de los ciudadanos a recibir una información veraz (art. 20.1 d) CE) y abriendo el camino hacia una comunicación más auténtica entre unos y otros sujetos de la relación representativa. De otro lado, para luchar contra la propensión del medio televisivo a simplificar el discurso político, no se nos ocurre por el momento mejor solución que, tomando conciencia clara del problema, introducir los elementos de control público (entre los que se encontrarían los aquí apuntados) necesarios para contrarrestar la aludida propensión.

Son en todo caso únicamente los partidos políticos mayoritarios quienes con su presencia en el Parlamento pueden introducir las reformas legislativas necesarias para garantizar más eficazmente el derecho de acceso y la *par condicio* y quienes con su presencia indirecta en el Consejo de Administración de RTVE (órgano sólo formalmente independiente) pueden llevar a la práctica las aludidas garantías. En definitiva, todo esfuerzo intelectual resultaría inútil sin *voluntad de Constitución* por parte de quienes son "instrumento fundamental para la participación política", sin su convencimiento de que no es posible aproximarse a una comunicación más auténtica entre los representantes y sus electores sin una decidida intervención pública (los derechos fundamentales de unos y otros contienen un indudable *deber estatal de protección*: HOFFMANN-RIEM,

1994, 168) sobre los medios en términos radicalmente diferentes a los actuales; cuestión distinta es que sin autoridades del orden de la comunicación realmente independientes de los propios partidos esa protección pueda hacerse finalmente efectiva.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- DE CABO MARTIN, C. (1977): *Contra el consenso* (UNAM, México, 1997).
- FERRATER MORA, J. (1976): "Veracidad" (en *Diccionario de Filosofía*, Círculo de Lectores, Barcelona, 1992).
- GARCIA ROCA, J. (1999): *Cargos públicos representativos* (Aranzadi, Pamplona).
- GARRORENA MORALES, A. (1995): "Mandato representativo" (en *Enciclopedia Jurídica Básica*, Civitas, Madrid).
- GONZALEZ ENCINAR, J.J. (1990): "Representación y partidos políticos" (en A. Garrorena Morales (ed.), *El Parlamento y sus transformaciones actuales*, Tecnos).
- GONZALEZ ENCINAR, J.J. (1992): "Democracia de partidos versus Estado de partidos" (en J.J. González Encinar (coord.), *Derecho de partidos*, Espasa, Madrid).
- GONZALEZ ENCINAR, J.J. (1995): "Televisión y democracia" (*Anuario de Derecho Constitucional y Parlamentario*, nº 7).
- GONZALEZ ENCINAR, J.J. (1996): "La televisión pública en España" (en J.J. González Encinar (ed.), *La televisión pública en la Unión Europea*, McGraw-Hill, Madrid).
- GRIMM, D. (1994): "Los partidos políticos" (en E. Benda y otros, *Manual de Derecho constitucional*, Marcial Pons, Madrid, 1996).
- HÄBERLE, P. (1969): "Öffentlichkeit und Verfassung" (*Zeitschrift für Politik*, nº 6).
- HABERMAS, J. (1962): *Historia y crítica de la opinión pública* (Gustavo Gili, México, 1986).
- HOFFMANN-RIEM, R. (1994): "Libertad de comunicación y de medios" (en E. Benda y otros, *Manual de Derecho constitucional*, Marcial Pons, Madrid, 1996).
- MANIN, B. (1997): *Los principios del gobierno representativo* (Alianza, Madrid, 1998).
- PORRAS NADALES, A. (1996): "El orden comunicativo de la representación política" (en *El debate sobre la crisis de la representación política*, Tecnos, Madrid).

- PORTERO MOLINA, J.A. (1994): "Algunos problemas de la representación política" (*Sistema*, nº 118-119).
- RINKEN, A. (1971): *Das Öffentliche als verfassungstheoretisches Problem*, (Duncker & Humboldt, Berlín).
- SARTORI, G. (1989): "Videopolítica" (en *Elementos de teoría política*, Alianza, Madrid, 1992).
- SARTORI, G. (1997): *Homo videns. La sociedad teledirigida* (Taurus, Madrid, 1998).
- DE VEGA GARCIA, P. (1980), "Parlamento y opinión pública" (en M. A. Aparicio Pérez, *Parlamento y sociedad civil*, Universidad de Barcelona).
- DE VEGA GARCIA, P. (1994), "La función legitimadora del Parlamento" (en F. Pau Vall (coord.), *Parlamento y sociedad civil*, Tecnos, Madrid).
- DE VEGA GARCIA, P. (1996), "La crisis de la democracia representativa" (en J. F. Tezanos, *La democracia post-liberal*, Sistema, Madrid).
- ZIPPELIUS, R. (1988), *Teoría general del Estado*, (Porrúa/UNAM, México, 1989).