

Corte Suprema de los EE. UU.

**HUSTLER MAGAZINE v. FALWELL, 485 U.S. 46 (1988)**

485 U.S. 46

**HUSTLER MAGAZINE, INC., ET AL. v. FALWELL  
EN RECURSO DE CERTIORARI RESPECTO DE LA SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE APELACIONES  
DE LOS ESTADOS UNIDOS CORRESPONDIENTE AL CUARTO CIRCUITO**

**N.º 86-1278.**

**Alegatos: 2 de diciembre de 1987**

**Sentencia: 24 de febrero de 1988**

La parte recurrida, un ministro religioso y comentarista sobre temas políticos y de interés público, conocido en todo el país, inició una acción en la jurisdicción federal, basada en la diversidad de los estados a los que pertenecen las partes, ante el Tribunal de Distrito Federal [*Federal District Court*], contra los recurrentes, una revista de circulación nacional y su editor, con el fin de obtener una indemnización, entre otros conceptos, por libelo y daño psicológico intencional, que surgen de la publicación de una "parodia" publicitaria que, entre otras cosas, sugiere que el recurrido ha mantenido una relación incestuosa con su madre, en estado de ebriedad, en una letrina. El jurado desestimó la pretensión por libelo del recurrido, y determinó específicamente que la parodia en cuestión no podía "interpretarse razonablemente como una descripción de hechos... o acontecimientos reales". No obstante, se pronunció a favor del recurrido respecto del reclamo por daño psicológico y determinó que le correspondía una indemnización por daños emergentes y daños punitivos. El Tribunal de Apelaciones [*Court of Appeals*] confirmó la sentencia y sostuvo, en rechazo del argumento de la parte recurrente, que para que a la parte recurrida pueda adjudicársele una indemnización por daño psicológico, debe alcanzarse el estándar de "intención dolosa" que surge del caso *New York Times Co. v. Sullivan*, [376 U.S. 254](#). El tribunal rechazó como irrelevante el argumento de que, dado que el jurado había considerado que la parodia no describía hechos reales, el aviso publicitario constituía una opinión protegida por la Primera Enmienda de la Constitución Federal. Por tanto, dicho tribunal entendió que la cuestión a dirimir era si la publicación del aviso era lo suficientemente ultrajante como para constituir un daño psicológico intencional.

*Resolución de la Corte Suprema de los Estados Unidos:*

A fin de proteger la libre circulación de ideas y opiniones sobre cuestiones de interés público, la Primera y la Decimocuarta Enmiendas prohíben que las figuras públicas y los funcionarios públicos reciban indemnizaciones por daños resultantes del perjuicio de daño psicológico intencional en razón de la publicación de una caricatura tal como la parodia publicitaria en cuestión, si no puede demostrarse, además, que la publicación contiene una afirmación falsa que haya sido realizada con "intención dolosa" (*actual malice*); es decir, teniendo

conocimiento de que la afirmación era falsa o con desconsideración temeraria respecto de su veracidad o falsedad. El interés del Estado en proteger a las figuras públicas del daño psicológico no resulta suficiente para negar la protección otorgada por la Primera Enmienda a expresiones manifiestamente ofensivas que tienen por objeto causar un daño psicológico, cuando dichas expresiones no podrían haberse interpretado razonablemente como afirmaciones de hechos reales acerca de la figura pública involucrada. En este caso, la parte recurrida es claramente una "figura pública" a efectos de la Primera Enmienda, y la determinación de los tribunales inferiores de que la parodia del aviso publicitario no era razonablemente creíble debe ser [485 U.S. 46, 47] aceptada. En el área del discurso político y social, el término "ultrajante" tiene una subjetividad inherente que permitiría que un jurado determinara una responsabilidad en función de los gustos u opiniones particulares de sus integrantes; o quizás según el desagrado que les causara una expresión en particular, y no puede, en virtud de la Primera Enmienda, constituir una base para que se adjudique una indemnización por daños por una conducta como la involucrada en este caso. Págs. 50-57.

797 F.2d 1270, revocada.

El juez REHNQUIST, presidente de la Corte, comunicó el dictamen del tribunal, al cual adherieron los jueces BRENNAN, MARSHALL, BLACKMUN, STEVENS, O'CONNOR y SCALIA. Posteriormente, el juez WHITE dio una opinión coincidente con la sentencia, post, p. 57. El juez KENNEDY no participó en el análisis ni en la resolución del caso.

Alan L. Isaacman fue el letrado patrocinante de la parte recurrente. Contó con la colaboración de David O. Carson.

Norman Roy Grutman fue el letrado patrocinante de la parte recurrida. Contó con la colaboración de Jeffrey H. Daichman y Thomas V. Marino\*.

EL JUEZ REHNQUIST, PRESIDENTE DE LA CORTE, redactó la decisión.

La parte peticionante, Hustler Magazine, Inc., es una revista de circulación nacional. El recurrido, Jerry Falwell, ministro religioso conocido en todo el país, que desarrolla una activa labor como comentarista sobre temas políticos y de interés público, inició acciones contra la parte recurrente y su editor, el recurrente Larry Flynt, con el objeto de obtener una indemnización por invasión de [485 U.S. 46, 48] la privacidad, libelo y daño psicológico intencional. El Tribunal de Distrito falló en contra del recurrido en el reclamo por invasión de la privacidad, y sometió los otros dos reclamos a consideración de un jurado. El jurado se pronunció a favor de los recurrentes en el reclamo por libelo, pero a favor del recurrido en el reclamo por daño psicológico intencional, y le adjudicó una indemnización por daños. Ahora corresponde analizar si esta sentencia está en consonancia con la Primera y la Decimocuarta Enmiendas de la Constitución de los Estados Unidos.

En el interior de la portada de la edición de noviembre de 1983 de Hustler Magazine se publicó una "parodia" de un aviso publicitario del aperitivo Campari, que contenía el nombre y la imagen del recurrido bajo el título "*Jerry Falwell talks about his first time*" ("Jerry Falwell relata su primera vez"). Esta parodia imitaba avisos publicitarios reales de Campari que incluían entrevistas con diversas celebridades acerca de su "primera vez". Aunque al final de cada entrevista resultaba evidente que se trataba de la primera vez que los personajes en cuestión

---

\* Se presentaron escritos de amici curiae en los que se solicitaba la revocación de la sentencia: Harriette K. Dorsen, John A. Powell y Steven R. Shapiro, por la American Civil Liberties Union Foundation y otros; Roslyn A. Mazer y George Kaufmann, por la Association of American Editorial Cartoonists y otros; R. Bruce Rich, por la Association of American Publishers, Inc.; P. Cameron DeVore y Daniel M. Waggoner, por Home Box Office, Inc.; Edward de Grazia, por el Law & Humanities Institute; Jane E. Kirtley, Richard M. Schmidt, David Barr, y J. Laurent Scharff, por el Reporters Committee for Freedom of the Press y otros; Alexander Wellford, David C. Kohler, Rodney A. Smolla, William A. Niese, Jeffrey S. Klein, W. Terry Maguire, y Slade R. Metcalf, por Richmond Newspapers, Inc., y otros; y Irwin Karp y I. Fred Koenigsberg, por Volunteer Lawyers for the Arts, Inc.

probaban la bebida, los avisos claramente hacían referencia al doble sentido de connotación sexual del tema de la "primera vez". Reproduciendo el formato y la disposición de estos avisos de Campari, los directores de Hustler eligieron al recurrido como celebridad para ese número y confeccionaron una supuesta "entrevista" con él, en la cual relataba que su "primera vez" había sido un encuentro incestuoso con su madre, mantenido en una letrina, en estado de ebriedad. La parodia de Hustler describe a la parte recurrida y a su madre como personas alcohólicas e inmorales, y sugiere que el recurrido es un hipócrita que predica únicamente cuando se encuentra ebrio. Al pie de la página, en letras pequeñas, el aviso contiene la siguiente leyenda de exoneración de responsabilidad: "Parodia publicitaria. No debe interpretarse seriamente". El índice de la revista también incluye el aviso en la sección "Ficción; Parodia publicitaria y sobre personalidades".

Poco después de publicado el número de Hustler de noviembre, la parte recurrida inició esta acción en la jurisdicción federal, basada en la diversidad de los estados a los que pertenecen las partes, ante el Tribunal de Distrito de los Estados Unidos para el Distrito Oeste de Virginia [*United States District Court for the Western District of Virginia*] contra Hustler Magazine, Inc., Larry C. Flynt, y Flynt Distributing Co., Inc. El recurrido manifestaba en su demanda que la publicación de la parodia publicitaria en Hustler le otorgaba [485 U.S. 46, 49] el derecho de recibir una indemnización por libelo, invasión de la privacidad y daño psicológico intencional. La causa fue elevada a juicio<sup>1</sup>. Al cerrarse la etapa de prueba en el Tribunal de Distrito, se emitió un veredicto por instrucción judicial a favor de los recurrentes respecto del reclamo por invasión de la privacidad. Luego, el jurado se pronunció en contra del recurrido en relación con el reclamo por libelo, y sostuvo específicamente que la parodia publicitaria no podía "interpretarse razonablemente como una descripción de hechos reales acerca del [recurrido] o de acontecimientos reales en los cuales [él] participó". *App. to Pet. for Cert. C1*. No obstante, el jurado se pronunció a favor del recurrido respecto del reclamo por daño psicológico, y le adjudicó una indemnización de US\$ 100.000 por daños emergentes, así como US\$ 50.000 por parte de cada uno de los recurrentes en concepto de daños punitivos<sup>2</sup>. La petición presentada por los recurrentes para que se dictara una sentencia contraria al veredicto alcanzado fue rechazada.

En la apelación, el Tribunal de Apelaciones de los Estados Unidos correspondiente al Cuarto Circuito [*United States Court of Appeals for the Fourth Circuit*] confirmó la sentencia dictada en contra de los recurrentes. *Falwell v. Flynt*, 797 F.2d 1270 (1986). El tribunal rechazó el argumento de los recurrentes de que debía alcanzarse el estándar de "intención dolosa" que surge del caso *New York Times Co. v. Sullivan*, 376 U.S. 254 (1964) para que al recurrido pueda adjudicársele una indemnización por daño psicológico. El tribunal manifestó su acuerdo con el hecho de que, dado que el recurrido es una figura pública reconocida, los recurrentes tienen "derecho a gozar, en el reclamo por daño psicológico intencional, del mismo nivel de protección en virtud de la primera enmienda que habían recibido en el reclamo [del apelado] por libelo". 797 F.2d, en 1274. Pero esto no significa que una aplicación literal de la regla de intención dolosa resulte adecuada en el contexto de un reclamo por daño psicológico. Según la perspectiva del tribunal, la sentencia en el caso de *New York Times* destacó la importancia constitucional, no de la falsedad de la afirmación o de la desconsideración de la verdad por parte del demandado, sino del elevado nivel de culpabilidad que entrañaba el requisito de conducta "consciente... o temeraria". En este caso, el estándar del *New York Times* [485 U.S. 46, 50] queda satisfecho por el requisito de la ley estatal y la determinación del jurado de que los demandados actuaron en forma intencional o temeraria<sup>3</sup>. Luego, el Tribunal de Apelaciones rechazó la posición de que, dado que el jurado había determinado que la parodia publicitaria

---

<sup>1</sup> Mientras el caso se encontraba en trámite, la parodia publicitaria volvió a publicarse en Hustler Magazine por segunda vez.

<sup>2</sup> El jurado no adjudicó responsabilidad a Flynt Distributing Co., Inc. Por lo tanto, no es parte en esta apelación

<sup>3</sup> En virtud de las leyes de Virginia, en una acción por daño psicológico intencional, el demandante debe demostrar que la conducta del demandado (1) es intencional o temeraria; (2) ofende los estándares generalmente aceptados de decencia o moralidad; (3) tiene una relación causal con el daño psicológico del demandante; y (4) causó daño psicológico severo. 797 F.2d, en 1275, n. 4 (donde se cita a *Womack v. Eldridge*, 215 Va. 338, 210 S. E. 2d 145 (1974)).

no describía hechos reales acerca del recurrido, el aviso constituía una opinión y, como tal, goza de la protección de la Primera Enmienda. Tal como lo expresó el tribunal, esto resultaba "irrelevante", dado que la cuestión es "si la publicación [del aviso] era lo suficientemente ultrajante como para constituir un daño psicológico intencional". Ídem, en 1276<sup>4</sup>. Luego los recurrentes presentaron una petición de nueva audiencia en pleno, pero esta solicitud fue denegada por el tribunal, cuyas posiciones al respecto se encontraban divididas. Dada la importancia de los asuntos constitucionales en cuestión, la presente Corte concedió el *certiorari*. [480 U.S. 945](#) (1987).

Este caso nos plantea un nuevo interrogante acerca de las limitaciones de la Primera Enmienda respecto de la autoridad de un Estado para proteger a sus ciudadanos del daño psicológico intencional. Debemos decidir si una figura pública puede reclamar una indemnización por daños y perjuicios por el daño psicológico causado a raíz de la publicación de una parodia publicitaria que resulta ofensiva para esta persona, y que para la mayoría de las demás personas es indudablemente burda y repugnante. El recurrido pretende que se determine que el interés de un Estado en proteger a las figuras públicas del daño psicológico resulta suficiente para negar la protección otorgada por la Primera Enmienda a expresiones manifiestamente ofensivas que tienen por objeto causar un daño psicológico, aun cuando dichas expresiones no podrían haberse interpretado razonablemente como afirmaciones de hechos reales acerca de la figura pública involucrada. A esto nos negamos.

La esencia de la Primera Enmienda es el reconocimiento de la importancia fundamental de la libre circulación de ideas y opiniones sobre asuntos de interés público. "[L]a [485 U.S. 46, 51](#) libertad de expresar las propias opiniones no solo constituye un aspecto de la libertad individual —y, por tanto, un bien en sí misma—, sino que también es esencial para la búsqueda común de la verdad y la vitalidad de la sociedad en su conjunto". *Bose Corp. v. Consumers Union of United States, Inc.*, [466 U.S. 485, 503](#) -504 (1984). Por tanto, hemos tenido especial cautela para asegurar que la expresión individual de ideas no se vea afectada por sanciones impuestas por el gobierno. La Primera Enmienda no reconoce la existencia de ideas "falsas". *Gertz v. Robert Welch, Inc.*, [418 U.S. 323, 339](#) (1974). Tal como lo expresó el juez Holmes, "cuando se toma conciencia de que el tiempo ha conciliado muchas posturas encontradas, las personas pueden llegar a creer, aun más profundamente de lo que creen en los fundamentos de su propia conducta, que el mejor camino para alcanzar el bien último es el libre intercambio de ideas, y que la mejor prueba de verdad es el poder del pensamiento de lograr ser aceptado en la competencia del mercado...". *Abrams v. United States*, [250 U.S. 616, 630](#) (1919) (opinión en disidencia).

El tipo de debate político fuerte alentado por la Primera Enmienda tiene por objeto producir un discurso crítico de los funcionarios públicos o de las figuras públicas que están "íntimamente involucradas en las resolución de cuestiones públicas importantes o que, en razón de su fama, definen acontecimientos en áreas que involucran a la sociedad en su conjunto". *Associated Press v. Walker*, resuelto conjuntamente con *Curtis Publishing Co. v. Butts*, [388 U.S. 130, 164](#) (1967) (juez Warren, presidente del tribunal, opinión coincidente en cuanto al resultado). El juez Frankfurter lo expresó sucintamente en el caso *Baumgartner v. United States*, [322 U.S. 665, 673](#) -674 (1944), al expresar que "[u]na de las prerrogativas de los ciudadanos estadounidenses es el derecho a criticar a las figuras públicas y las medidas públicas". Dichas críticas, inevitablemente, no siempre serán razonadas ni moderadas; las figuras públicas, así como los funcionarios públicos, siempre estarán sujetos a "ataques vehementes, cáusticos y, a veces, desagradablemente incisivos", *New York Times*, supra, en 270. "[E]l candidato que se jacta de sus intachables antecedentes y su excelente integridad no puede gritar, de modo convincente '¡Falso!' cuando un oponente o un periodista aplicado intenta [485 U.S. 46, 52](#) demostrar lo contrario". *Monitor Patriot Co. v. Roy*, [401 U.S. 265, 274](#) (1971).

---

<sup>4</sup> El tribunal inferior también rechazó varios otros argumentos que los recurrentes no plantean en la presente apelación.

Por supuesto, esto no significa que cualquier expresión acerca de una figura pública esté exenta de sanciones en forma de indemnizaciones por daños. Desde el caso *New York Times Co. v. Sullivan*, [376 U.S. 254](#) (1964), hemos sostenido sistemáticamente que una figura pública puede pretender que un orador asuma responsabilidad por el daño a su reputación ocasionado por una publicación falsa y difamatoria, pero solamente si dicha afirmación fue realizada "a sabiendas de su falsedad o con desconsideración temeraria acerca de su veracidad o falsedad". *Íd.*, en 279-280. Las afirmaciones fácticas falsas resultan disvaliosas; interfieren en la función de búsqueda de la verdad del mercado de las ideas y causan daños en la reputación de las personas que no pueden repararse fácilmente mediante retractaciones, por más convincentes o efectivas que estas resulten. Ver Gertz, [418 U.S. en 340](#), 344, n. 9. No obstante, pese a que las afirmaciones falsas tienen escaso valor en sí mismas, resultan "sin embargo, inevitables en todo debate libre", *íd.*, en 340, y una norma que impusiera una responsabilidad objetiva sobre un editor por afirmaciones fácticas falsas tendría un indudable efecto "disuasivo" sobre el discurso relativo a las figuras públicas, que sí tiene valor constitucional. "Las libertades de expresión requieren "espacio para respirar". *Philadelphia Newspapers, Inc. v. Hepps*, [475 U.S. 767, 772](#) (1986) (cita de *New York Times*, *supra*, en 272). Este "espacio para respirar" es otorgado por una norma constitucional que permite que las figuras públicas sean indemnizadas por libelo o difamación únicamente cuando puedan probar que la afirmación era falsa y que fue realizada con el grado de culpabilidad necesario.

El recurrido argumenta, no obstante, que en este caso debería aplicarse otro estándar, porque aquí el Estado busca evitar no solo el daño a la reputación, sino también el grave daño psicológico sufrido por la persona que es objeto de una publicación ofensiva. Cf. *Zacchini v. Scripps-Howard Broadcasting Co.*, [433 U.S. 562](#) (1977) (en el cual se determinó que el estándar de "intención dolosa" no se aplica al acto ilícito civil de apropiación de un derecho de publicidad). En la opinión del recurrido, y en la opinión del Tribunal de Apelaciones [[485 U.S. 46, 53](#)], en tanto y en cuanto la afirmación vertida haya tenido por objeto causar un daño psicológico, haya sido ultrajante y haya causado, de hecho, un daño psicológico grave, no tiene importancia, desde el punto de vista constitucional, si la declaración fue un hecho o una opinión, o si fue verdadera o falsa. La esencia del acto ilícito civil radica en la intención de causar un agravio, y el interés del Estado en evitar el daño psicológico simplemente supera cualquier interés que una persona pueda tener en un discurso de este tipo.

En general, la ley no considera que la intención de causar un daño emocional deba recibir excesiva atención, y resulta bastante comprensible que la mayoría de las jurisdicciones, si no todas, hayan optado por considerarlas civilmente punibles en casos en que la conducta en cuestión sea lo suficientemente "ultrajante". No obstante, en el ámbito del debate acerca de los asuntos públicos, muchos actos realizados por motivos que están lejos de ser admirables se encuentran protegidos por la Primera Enmienda. En *Garrison v. Louisiana*, [379 U.S. 64](#) (1964), sostuvimos que, incluso en casos en que las manifestaciones verbales o escritas de una persona estén motivadas por el odio o las malas intenciones, sus expresiones estaban protegidas por la Primera Enmienda:

"El debate sobre asuntos públicos no estará libre de inhibiciones si el orador afronta el riesgo de que se demuestre ante un tribunal que su discurso estuvo motivado por el odio; aun cuando efectivamente hubiera hablado por odio, las declaraciones basadas en creencias genuinas contribuyen al libre intercambio de ideas y a la determinación de la verdad". *Íd.*, en 73.

Por tanto, si bien ese motivo tan negativo puede considerarse determinante a efectos de la responsabilidad por actos ilícitos civiles en otras áreas del derecho, consideramos que la Primera Enmienda prohíbe tal resultado en el área del debate público acerca de figuras públicas.

Si sostuviéramos lo contrario, casi con total seguridad ocurriría que los autores de sátiras y tiras cómicas políticas estarían obligados al pago de indemnizaciones por daños y perjuicios sin que fuera necesario probar que su trabajo difamó falsamente a la persona a quien hace referencia. El diccionario Webster's define el término caricatura como "la descripción o

imitación de una persona, un estilo literario, etc., deliberadamente distorsionada, a través de la exageración de rasgos o peculiaridades, para lograr un efecto satírico". Webster's New Unabridged Twentieth [485 U.S. 46, 54] Century Dictionary of the English Language 275 (2.a ed. 1979). El atractivo de la tira cómica o caricatura política suele estar basado en la explotación de rasgos físicos poco atractivos o acontecimientos políticos bochornosos; lo cual, se estima, afectará los sentimientos de la persona a la que hace referencia. Muchas veces, el arte de los caricaturistas no es racional ni imparcial, sino incisivo y arbitrario. Un caricaturista expresó la naturaleza de este arte en los siguientes términos:

"La caricatura política es un arma de ataque, de desprecio, ridiculización y sátira; es menos efectiva cuando intenta dar una palmada en la espalda a un político. Suele ser tan bien recibida como la picadura del aguijón de una abeja, y siempre despierta controversias en algún lugar". Long, *The Political Cartoon: Journalism's Strongest Weapon*, *The Quill* 56, 57 (noviembre de 1962).

Varios ejemplos famosos de este tipo de discurso ofensivo fueron los dibujos de Thomas Nast, probablemente el más destacado caricaturista estadounidense hasta el momento, que durante muchos años, en la etapa posterior a la Guerra Civil, trabajó para *Harper's Weekly*. En las páginas de esta publicación, Nast llevó a cabo una "vendetta" gráfica contra William M. "Boss" Tweed y sus corruptos asociados en el "Tweed Ring" de la ciudad de Nueva York. Un historiador lo describió como el autor de "un ataque sostenido en el cual su pasión y su efectividad se destacan en la historia de las artes gráficas de los EE. UU.". M. Keller, *The Art and Politics of Thomas Nast* 177 (1968). Otro escritor explica que el éxito de la caricatura de Nast se logró "por el impacto emocional de su presentación. Desafía constantemente los límites del buen gusto y los modales convencionales". C. Press, *The Political Cartoon* 251 (1981).

A pesar de su naturaleza, que en algunas oportunidades resulta cáustica, desde la antigua tira cómica en que George Washington aparecía representado como un asno hasta la actualidad, las representaciones gráficas y las caricaturas satíricas han tenido un papel destacado en el debate público y político. Las críticas al Tweed Ring por parte de Nast; la caracterización, realizada por Walt McDougall's, del banquete compartido por el candidato presidencial James G. Blaine y un grupo de millonarios en Delmonico como "El festín real [485 U.S. 46, 55] de Belshazzar", y muchos otros trabajos han tenido, indudablemente, un efecto sobre el desarrollo y los resultados del debate contemporáneo. El aspecto alto y desgarbado de Lincoln, los anteojos y los dientes de Teddy Roosevelt, y la mandíbula saliente y la boquilla de fumar de Franklin D. Roosevelt han sido immortalizados por las tiras cómicas políticas con un efecto que no podía haber obtenido un fotógrafo ni un retratista. Desde el punto de vista de la historia, es evidente que, sin ellos, nuestro discurso político habría sido mucho más pobre.

El recurrido arguye, no obstante, que la caricatura en cuestión en este caso era "ultrajante" en un grado tal que justificaba distinguirla de otras tiras cómicas políticas más tradicionales. No existe duda alguna de que la caricatura del recurrido y su madre publicada por *Hustler* es, en el mejor de los casos, una prima lejana de las tiras cómicas políticas descritas anteriormente, con una relación bastante dudosa con estas. Si fuera posible establecer un estándar basado en principios que separara una cuestión de la otra, el discurso público probablemente se vería poco afectado o no sería afectado en absoluto. Pero dudamos de que exista tal estándar, y estamos bastante seguros de que el calificativo peyorativo "ultrajante" no lo proporciona. El carácter de "ultrajante" en el área del discurso político y social tiene una subjetividad intrínseca que permitiría que un jurado estableciera una responsabilidad basándose en sus propios gustos u opiniones, o quizás sobre la base de su desaprobación de una expresión en particular. Así, un estándar sobre lo "ultrajante" se contrapone a nuestra postura sostenida de permitir que se adjudiquen indemnizaciones por daños y perjuicios sobre la base de que el discurso en cuestión podría tener un impacto psicológico adverso sobre el público. Ver *NAACP v. Claiborne Hardware Co.*, [458 U.S. 886, 910](#) (1982) ("El discurso no deja de estar protegido... por el solo hecho de que podría abochornar a otras personas u obligarlas a tomar una acción determinada"). Además, tal como lo señalamos en el caso *FCC v. Pacifica Foundation*, [438 U.S. 726](#) (1978):

"[E]l hecho de que la sociedad considere que un determinado discurso es ofensivo no resulta razón suficiente para suprimirlo. De hecho, si lo que ofende es la opinión de quien se expresa, esa consecuencia es una razón para brindarle protección constitucional, [485 U.S. 46, 56] dado que es un principio central de la Primera Enmienda que, en el mercado de las ideas, el gobierno debe adoptar una actitud neutral". Íd., en 745-746.

Ver también *Street v. New York*, [394 U.S. 576, 592](#) (1969) ("Se establece firmemente que... la expresión pública de ideas no puede prohibirse simplemente porque dichas ideas sean, en sí mismas, ofensivas para algunas de las personas que las escuchen").

La verdad es que estos principios tantas veces reiterados de la Primera Enmienda, al igual que muchos otros, se encuentran sujetos a limitaciones. En *Pacifica Foundation* reconocimos que el discurso que sea "vulgar", "ofensivo" y "escandaloso" "no tiene derecho a recibir protección constitucional absoluta en cualquier circunstancia". [438 U.S., en 747](#). En *Chaplinsky v. New Hampshire*, [315 U.S. 568](#) (1942), concluimos que un Estado podía castigar lícitamente a una persona por usar "términos 'beligerantes': aquellos cuya sola utilización implica un agravio o tiende a incitar una inmediata ruptura de las relaciones pacíficas". Íd., en 571-572. Estas limitaciones no son más que un reconocimiento de lo observado en *Dun & Bradstreet, Inc. v. Greenmoss Builders, Inc.*, [472 U.S. 749, 758](#) (1985), de que esta Corte "reconoce, desde hace mucho tiempo, que no todo el discurso tiene el mismo nivel de importancia en relación con la Primera Enmienda". No obstante, el tipo de expresión al que se hace referencia en este caso no parece, según nuestro análisis, estar regido por ninguna excepción a los principios generales de la Primera Enmienda establecidos anteriormente.

Nuestra conclusión es que las figuras públicas y los funcionarios públicos no pueden ser resarcidos por el acto ilícito civil de daño psicológico intencional en razón de las publicaciones como la que aquí se analiza, sin probar, además, que la publicación contiene una declaración falsa realizada con "intención dolosa", es decir, teniendo conocimiento de que la afirmación era falsa o con desconsideración temeraria respecto de su veracidad o falsedad. Esto no es simplemente una "aplicación a ciegas" del estándar del *New York Times*, ver *Time, Inc. v. Hill*, [385 U.S. 374, 390](#) (1967), sino que refleja nuestro criterio razonado de que dicho estándar es necesario para brindar un adecuado "espacio para respirar" a las libertades protegidas por la Primera Enmienda. [485 U.S. 46, 57]

Aquí, resulta claro que el recurrido Falwell es una "figura pública" a efectos de lo dispuesto por la Primera Enmienda<sup>5</sup>. El jurado se pronunció en contra del recurrido respecto de su reclamo por libelo al determinar que la parodia publicitaria de *Hustler* no podía "interpretarse razonablemente como una descripción de hechos reales acerca del [recurrido] o de acontecimientos reales en los cuales [él] participó". *App. to Pet. for Cert. C1*. El Tribunal de Apelaciones interpretó que el jurado había resuelto que la parodia publicitaria "no era razonablemente creíble", 797 F.2d, en 1278, y de acuerdo con nuestra costumbre, aceptamos esta decisión. De tal modo, el recurrido queda relegado a su reclamo de indemnización adjudicada por el jurado por el daño psicológico intencional debido a una conducta "ultrajante". No obstante, por las razones anteriormente establecidas, este reclamo no puede constituir, a la luz de la Primera Enmienda, una base para que se adjudique una indemnización por daños y perjuicios, cuando la conducta controvertida es la publicación de una caricatura tal como la parodia publicitaria en cuestión. En función de lo expuesto, se revoca el fallo del Tribunal de Apelaciones.

El JUEZ KENNEDY no participó en el análisis ni en la resolución de este caso.

---

<sup>5</sup> Ninguna de las partes objeta esta conclusión. El recurrido es el conductor de un programa de televisión de distribución nacional, y fue el fundador y presidente de una organización política anteriormente conocida como *Moral Majority*. También es el fundador de *Liberty University* en Lynchburg, Virginia, y autor de varios libros y publicaciones. *Who's Who in America* 849 (44th ed. 1986-1987).

Voto concurrente del JUEZ WHITE.

Según mi punto de vista, la resolución del juicio New York Times Co. v. Sullivan, [376 U.S. 254](#) (1964) tiene escasa relación con el presente caso, dado que aquí el jurado determinó que el aviso publicitario no contenía afirmaciones fácticas. No obstante, estoy de acuerdo con la Corte en que la sentencia del tribunal inferior, que penalizó la publicación de la parodia, no puede inscribirse en el marco de la Primera Enmienda. [\[485 U.S. 46, 58\]](#)