

Moral y
transparencia

Capítulo

VII

ESPACIO PÚBLICO Y PRIVADO COMO FORMAS COMPLEMENTARIAS DE LA AUTONOMÍA

QUE LA ESFERA PRIVADA E ÍNTIMA SEA UN VALOR IRREDUCTIBLE DE LIBERTAD PARA LOS MODERNOS, implica otra diferencia mayor entre nosotros y el mundo democrático de la Antigua Grecia que no debe ser soslayada. A diferencia de lo que sucede con éste último caso, en el mundo moderno la diferenciación entre la esfera pública y la esfera privada no corresponde más a la oposición entre libertad y dominación. Generalmente se interpreta esta oposición entre antiguos y modernos bajo la idea de una inversión de valores, la señalada por Benjamin Constant: para los antiguos, el ámbito de realización plena de la vida ética y de la excelencia es el espacio público; en tanto que para los modernos es la esfera privada la que ofrece un mayor ámbito de libertad. No sólo porque, como lo alega Constant, la vida pública moderna ya no puede ofrecer las satisfacciones que proporcionaba en la ciudad antigua, sino porque las experiencias y las formas de expresión que ofrece la vida priva-

da, en muchos aspectos inimaginable para los antiguos, son muchos más amplias de lo que jamás ofreció la vida pública.

Ahora bien, cabe preguntarse por qué históricamente, quien da su mejor expresión al principio de publicidad, a saber Kant, es al mismo tiempo el pensador que defiende con mayor convicción la autonomía de los individuos. En efecto, lo que hace valiosa la concepción de Kant es el hecho de que el espacio público y el principio de publicidad sólo tienen sentido, para decirlo en los términos del pensador de Königsberg, para un pueblo que ha salido del estado de minoría de edad y se atreve a pensar *por sí mismo*. Combinando el individualismo moderno y el pensamiento antiguo, Kant insiste que el atreverse a pensar por sí mismo requiere, no del uso privado sino del uso público de la luz de la razón. A su vez, este uso público de la razón constituye el medio de ilustración en general del conjunto de la sociedad. Pero para que el uso de la razón tenga un

objeto y un contenido, se requiere la publicidad sobre aquello que interesa a todos. En particular, sobre los actos y asuntos del Estado³⁸.

El filósofo parece defender, así, la idea de un círculo virtuoso. Por un lado, la autonomía individual no puede sino ganar en madurez y contenidos al exponerse en el ejercicio de la razón pública, ejercicio imposible sin la publicidad de los asuntos que interesan a todos. De manera complementaria, el uso de la razón pública ilumina y hace visible lo que interesa a todos, y elimina las tinieblas y lo invisible (idea, ésta última estructurante, del periodo de la Ilustración)³⁹. La opinión adquiere así un discernimiento moral y se forma. Y una vez que un pueblo ha adquirido discernimiento propio, es mejor para los propios fines del gobierno tratar a los hombres a partir de su aspecto moral (para que el régimen mismo no sea un escándalo). Es decir, tomando en cuenta su dignidad. Como ya se ha mencionado más arriba, Kant articula de nuevo, luego del divorcio sufrido a

principios de la época moderna, la conciencia crítica y moral con la política y el derecho. Sin embargo, lo hace de una forma problemática, pues insiste en pensar la esfera pública por oposición a la privada. Es decir, por oposición a un ámbito en el que el uso de la razón se puede limitar, ya que es ante todo concebida como una instancia en la que se debe obedecer.

Oponer lo público a lo privado tiene implicaciones significativas. Lleva no sólo a pensar que la libertad debe ser complementada por una esfera de la obediencia; también hace pensar que entre más amplia es la esfera privada, más limitada será la esfera pública y, en sentido contrario, entre más amplio es lo público, más limitado será lo privado. Algunos de los pensadores del siglo XIX se atreverán a dar el paso que Kant vislumbra ampliamente pero no da, y sostener que nada obliga a que estemos aquí, en la relación entre lo público y lo privado, ante una relación inversamente proporcional. En su libro

sobre Benjamin Constant, Stephen Holmes sugiere que diferentes indicios hablan a favor de la defensa de una complementariedad, antes que de una oposición entre en lo que en realidad son dos formas de libertad. Es de notar, por ejemplo, que los derechos individuales y la soberanía pública aparecen simultáneamente al principio de la época moderna y que, por lo mismo, es factible pensar en que hay un vínculo o juego positivo entre los dos. Dicho de otra forma, la expansión de una esfera puede implicar también, como lo sugiere efectivamente la historia moderna, la expansión de la otra. Valga notar que Holmes extrae esta interpretación de su lectura de Constant, por lo que se aleja de la visión usual que se tiene de Constant. En efecto, se puede defender que en realidad Constant no es un liberal en el sentido en que comúnmente se le pretende dar a esta corriente política, pues para el pensador francés, según anota Holmes:

la verdadera libertad es una ‘combinación óptima’ de lo público y de lo privado, de la participación y de la no participación, de la responsabilidad cívica y de la independencia, del activismo y del apolitismo, de la cooperación y de la singularidad⁴⁰.

Visto así, estamos ante una relación complementaria. Por una parte, lo público se nutre de la libertad privada y de los recursos intelectuales y de discusión que ella genera, más allá de los estrechos marcos de la vida profesional y administrativa.

**LA PUBLICIDAD SE REVELA
COMO EL MEDIO QUE PER-
MITE ARTICULAR LA LIBER-
TAD PRIVADA Y LA PÚBLICA,
LA MORAL Y LA POLÍTICA, A
TRAVÉS DEL CONTROL
SOBRE LA AUTORIDAD
PÚBLICA Y LA RENDICIÓN
DE CUENTAS.**

Por el otro lado, se puede suponer que las convicciones morales se debilitan o se ven convertidas en sueños estériles si no se arriesgan, dentro del juego democrático, a la confrontación y, en su caso, a la contradicción en la esfera pública. Esta imbricación entre lo público y lo privado parece acentuarse cada vez más en nuestros días, pues muchos de los debates públicos actuales tocan y confrontan las convicciones morales más personales (como lo demuestran numerosas polémicas de actualidad: la pena de muerte, la eutanasia, la maternidad asistida...).

Dentro de esta óptica, la publicidad se revela como el medio que permite articular la libertad privada y la pública, la moral y la política, a través del control sobre la autoridad pública y la rendición de cuentas. Pero también a través del intercambio de ideas, el debate, la controversia y, a fin de cuentas, a través de la responsabilización de los mismos ciudadanos. Para los pensadores de la primera mitad del siglo XIX fran-

cés, como François Guizot, esto es una evidencia, como lo apunta el politólogo francés Pierre Rosanvallon:

Los doctrinarios se deslindan de la concepción liberal para la cual la libertad de prensa no es más que una muralla, un instrumento para distanciar el poder y la sociedad. Guizot fustiga a aquellos que no la consideran sino ‘como una arma ofensiva, buena solamente para el ataque y contra el poder’, así como a aquellos que no ven en ella más que el ejercicio de un derecho privado.

La intuición fundamental de los doctrinarios es al contrario de la publicidad, de la cual la libertad de prensa y el gobierno representativo son los dos polos; es el medio determinante para instaurar una comunicación política de tipo nuevo. La publicidad, anota Guizot, opera un trabajo de revelación recíproca del poder y del público⁴¹.

La publicidad no sólo es, entonces, una forma de control del ejercicio estatal, sino constituye el medio y el instrumento que favorece un tipo democrático de sociedad. En efecto, a través de la publicidad y el debate público, la relación gobierno-sociedad se vuelve menos vertical y más cooperativa, más dinámica y creadora de nuevas alternativas puesto que se funda en una mayor circulación y calidad de la información y de la comunicación, y en formas argumentadas y transparentes de acuerdo público. Todo esto permite, en última instancia, la posibilidad de un consentimiento, no ingenuo sino informado, en torno a las políticas públicas gubernamentales. En su citado estudio sobre Constant, Stephen Holmes insiste en este hecho:

el ámbito público y el ámbito privado no son dos términos hostiles de una alternativa. Se estimulan, se desprenden y se refuerzan el uno al otro⁴².