

LO PRIVADO Y LO PÚBLICO, PRECISIONES Y CONSIDERACIONES RESPECTO AL DEBATE CONTEMPORÁNEO

8.1 Lo público y formas de relación moral

Luego del panorama histórico, ahora nos interesaremos por los aspectos más relevantes y problemáticos en el debate contemporáneo. Por principio, podemos preguntarnos qué es lo público, concepto al que nos hemos referido desde un inicio. Luego de los trabajos de Bobbio, la literatura especializada ha tenido a bien insistir que lo público se define por dos tipos distintos de oposición. En primer lugar, lo público por oposición a lo que es secreto. La democracia es en este sentido, como lo señala Bobbio, “el gobierno del poder público en público”⁴³. La publicidad de lo público se acompaña naturalmente de la voluntad de eliminar todo poder invisible u oculto. Pero en un segundo lugar, lo público es lo que nos es común, aquello que nos afecta o nos concierne a todos. Lo que constituye nuestro espacio compartido o mundo común, por ejemplo, como mexicanos. Esto, por oposición a lo

que es privado o íntimo y que nos concierne en cada caso sólo a cada uno de nosotros. En realidad, a nuestro parecer, los dos conceptos son complementarios: no puede haber mundo común si hay espacios secretos e invisibles que escapan a la comunicación y a las pruebas, y argumentos que se puedan compartir.

Ahora bien, en lo que se refiere a nuestra discusión en específico y a la segunda acepción mencionada del término “lo público”, se puede observar que en el espacio público existen diferentes tipos de relación moral. Visto desde esta perspectiva moral, el espacio público se sitúa fuera del ámbito de la ética de vida o de los valores últimos que, cada uno, impone a su propia vida (en su caso, son las escuelas antiguas de filosofía, estoicos o epicureístas, y las religiones las que pretenden ofrecer respuestas a este ámbito de tipo ‘existencial’). Pero el espacio público también se distingue, desde la óptica que adoptamos aquí, del ámbito de los intereses estricta-

mente individuales; este último es estudiado preferentemente por la economía y las teorías de la elección racional, donde lo que interesa al individuo es maximizar su beneficio. Bajo este marco conceptual, dos tipos de relación moral destacan para nuestro propósito. El primero es el que se funda en el principio de reciprocidad y que conforma buena parte de las relaciones que vivimos día a día con nuestros conciudadanos. Es decir, se limita a aquellos con quienes compartimos derechos y deberes de nuestra particular sociedad política. El segundo es el de las relaciones que solicitan valores de tipo universalista. Por ejemplo, las normas enumeradas por los instrumentos internacionales en materia de derechos humanos, que hacen que a cualquier persona sobre el territorio mexicano –la noción de persona es universal, de modo que incluye, llegado el caso, a los miembros de un grupo terrorista que no respeta ningún tipo de derecho– se les deba garantizar un mínimo de derechos.

Puesto que generalmente no somos autistas morales, sicópatas ni santos, una autora como Amy Gutmann sostiene que es el ámbito de la reciprocidad en el que nos desenvolvemos usualmente. Este tipo de relación moral exige una relación argumentada con los demás y justamente éste, el ámbito de las relaciones recíprocas, es el más pertinente cuando se trata de deliberación democrática⁴⁴ y, por ende, del derecho al acceso a la información pública, a la transparencia y a la rendición de cuentas. Ahora bien, Gutmann se interesa principalmente por el aspecto político de los desacuerdos morales; por ello insiste en las relaciones recíprocas. Pero, como debemos recordar, al menos en nuestro país el derecho al acceso a la información pública se

reconoce de forma universal. De aquí que podemos coincidir con Ernesto Garzón Valdés, cuando afirma que lo público se caracteriza por la publicidad:

Lo público está caracterizado por la libre accesibilidad de los comportamientos y decisiones de las personas en sociedad, más aún; cuando ellas desempeñan algún cargo dotado de autoridad político-jurídica, la publicidad de sus actos se convierte en un elemento esencial de todo Estado de derecho⁴⁵.

Por lo mismo, supone un público universal ilimitado y una opinión crítica que va más allá de los miembros del país o Estado-nación de que se trate.

LA PUBLICIDAD DE LO PÚBLICO SE ACOMPAÑA NATURALMENTE DE LA VOLUNTAD DE ELIMINAR TODO PODER INVISIBLE U OCULTO.