

Ensayos

EL ESPACIO PÚBLICO y la DEMOCRACIA MODERNA

Nora Rabotnikof

El espacio público
y la
democracia moderna

Nora Rabotnikof

Colección

TEMAS DE LA DEMOCRACIA

Serie

ENSAYOS

Núm. 1

INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL

MTRO. JOSÉ WOLDENBERG KARAKOWSKY
Presidente del Consejo General

LIC. FELIPE SOLÍS ACERO
Secretario Ejecutivo

DR. EMILIO ZEBADÚA
Presidente de la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica

MTRO. ALBERTO BEGNÉ GUERRA
Director Ejecutivo de
Capacitación Electoral y Educación Cívica

Primera edición, abril de 1997.
© Instituto Federal Electoral
Viaducto Tlalpan núm 100, Col. Arenal Tepepan
C.P. 14610 México, D.F.

Impreso en México/*Printed in Mexico*

ISBN 968-6581-84-7

(Distribución gratuita. Prohibida su venta.)

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	7
INTRODUCCIÓN	11
1. LOS SENTIDOS DE LO PÚBLICO	15
1.1. La dicotomía difícil	15
1.2. La herencia clásica	22
1.3. La caracterización moderna	26
1.4. El Estado social y su crisis	36

Contenido

2. CONCEPCIONES DEL ESPACIO PÚBLICO Y FORMAS DE PENSAR LA POLÍTICA	41
2.1. El argumento conservador: el espacio público como expresión moral de la sociedad civil y la crisis de lo político	42
2.2. El argumento emancipador: el espacio público como escenario de racionalización del poder administrativo o de generación de poder comunicativo	49
2.3. El argumento sistémico: el espacio público como filtro del sistema político y la formación de temas	57
3. LOS DIAGNÓSTICOS SOBRE LA CRISIS DEL ESPACIO PÚBLICO	69
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA	79
SOBRE LA AUTORA	81

PRESENTACIÓN

CON ESTE trabajo de la doctora Nora Rabotnikof, el Instituto Federal Electoral da inicio a la serie *Ensayos* de la colección *Temas de la Democracia*. De esta manera, el Instituto enriquece su producción editorial, que tiene por objetivo contribuir a la divulgación de la cultura política democrática.

La serie *Ensayos* estará integrada por trabajos de destacados especialistas que abordarán los diversos temas de la discusión actual en torno a la democracia, los procesos en los que ésta se halla inmersa y los retos que enfrenta, así como las principales contribuciones teóricas para su análisis. Como muestra de ello, el trabajo de la doctora Rabotnikof analiza la relación entre el espacio público y la democracia moderna.

El espacio público es el ámbito en que se dan las relaciones y la interacción de los actores políticos. Una tarea esencial en el estudio de la democracia es profundizar en el carácter sustantivo de estas relaciones, así como la posibilidad de construcción de otras nuevas y, por lo tanto, también de la transformación del espacio público. Generar y preservar un espacio público democrático y abierto deben ser una responsabilidad compartida por las instituciones, los partidos políticos y la ciudadanía. Un espacio en donde la interacción política esté normada por la tolerancia, el pluralismo, el diálogo, la libertad, la igualdad política, la legalidad y la participación. Un espacio público que dé cabida a todos los actores políticos y en el que éstos se reconozcan para dar cauce democrático a sus aspiraciones como ciudadanos y grupos organizados. Un espacio que sea depositario de la acción y la potencialidad políticas, a la vez que producto permanente de ellas.

Un espacio público con estas características vinculantes contribuiría a la articulación de la diversidad política y estaría en consonancia con la concepción y el ejercicio de la política democrática. Construir la democracia significa, en mucho, construir su espacio público.

Por esta razón es importante y oportuno el texto de la doctora Rabotnikof. En él, la autora expone las diversas nociones de lo público y su evolución histórica; describe los modelos clásico y moderno de espacio público; plantea los postulados relevantes de tres corrientes teóricas contemporáneas que abordan el tema, y, por último, se refiere a los retos actuales del espacio público y su vinculación con las posibilidades de la política.

Por su calidad, no dudamos en afirmar que la publicación de este trabajo constituye un excelente inicio de la serie *Ensayos*.

MTRO. JOSÉ WOLDENBERG KARAKOWSKY
Presidente del Consejo General
del
Instituto Federal Electoral

INTRODUCCIÓN

AL INTENTAR hablar de “espacio público” nos encontramos ante una primera dificultad, pues aquí lo “público” parece asumir varios significados. En principio, y a reserva de profundizar más adelante, parto en este trabajo de tres sentidos básicos relacionados generalmente con el término *público*. En primer lugar, existe una prolongada tradición de uso del adjetivo que lo asocia a “lo común y lo general” en contraposición a lo individual y particular. El segundo sentido hace referencia a lo visible, manifiesto u ostensible en contraposición a lo oculto o secreto. Un tercer sentido remite a la idea de lo *abierto* en contraposición a lo cerrado. En este caso se hace destacar la *accesibilidad* en contraposición a lo vedado.

Cuando invocamos la noción de un espacio de lo público, a menudo los tres sentidos convergen. Intuitivamente, el “espacio público” parece hacer referencia tanto a los sitios comunes, compartidos o compartibles (plazas, calles, foros) como a aquellos donde “aparecen”, se escenifican o ventilan, entre todos y para todos, cuestiones de interés común.

En el debate político-académico de los últimos años, y tal vez con menos fervor pero igual insistencia en el debate propiamente político, es frecuente el llamado al fortalecimiento, la consolidación o, en el peor de los casos, la creación de un espacio o espacios públicos. Surge así una primera pregunta: ¿por qué esta insistencia, por qué el retorno a una idea aparentemente tan “clásica” pero al mismo tiempo tan equívoca? Una primera interpretación, bastante pedestre pero en cualquier caso orientadora, diría que estamos en presencia de la nostalgia por un lugar perdido. ¿Pero cuál es ese lugar? ¿Hubo, hay o puede haber un lugar donde lo común y general coincida con lo visible o manifiesto y que, al mismo tiempo, sea accesible a todos?

Tal vez el hablar de un “espacio” sea en este caso algo más que una metáfora. Definido en términos

material-espaciales (los parlamentos, los lectores de periódicos, los foros y ágoras de distinto tipo) o como espacio creado por un fluir comunicativo o argumentativo en principio abierto, parece hacer referencia en todos los casos a la recuperación de esa dimensión colectiva, común, visible y abierta. Recoge también, sin duda, como concepto referido a la política (y tal es el sentido en que lo tomamos), muchas de las tensiones de casi todos las categorías relevantes del pensamiento político. Algunos de estos problemas provienen del hecho de que aparece entretejido en una red discursiva que lo une a otros conceptos tales como democracia, participación, derechos, etc., y también, de manera principal –aunque no exclusivamente–, al ejercicio del poder en el seno de una determinada comunidad política.

En la primera parte de este trabajo analizo los tres sentidos asociados tradicionalmente al término *público*. Un breve recorrido histórico nos revela las formas de articulación y divergencia entre ellos; asimismo, nos permite mostrar cómo se fueron configurando al menos dos “modelos” normativos de espacio público, el clásico y el moderno, e identificar las transformaciones que las sociedades complejas imponen a dichos modelos.

La segunda parte está dedicada a estudiar tres formas de concebir el espacio público en el pensamiento político y social contemporáneo: como signo de la crisis de lo político, como sede de un proyecto emancipador y como mecanismo de filtro y reducción de complejidad.

En la última parte examino los diagnósticos que nos hablan de la “crisis” del espacio público y las consecuentes exhortaciones a fortalecerlo. A partir de dichos diagnósticos trato de formular algunos ejes para descubrir qué queda de esta idea y de las demandas de generalidad, visibilidad y apertura asociadas a ella; en última instancia, para identificar las posibilidades y los límites de una política democrática en este final de siglo.

1. LOS SENTIDOS DE “LO PÚBLICO”

1.1. La dicotomía difícil

EL TÉRMINO *público*, como la mayoría de los conceptos políticos relevantes, está muy lejos de tener una definición unívoca. Su utilización en el contexto de vocabularios políticos diferentes traza o identifica problemas también distintos, evaluaciones y cursos de acción dispares. Se le emplea para adjetivar un “espacio”, “una esfera”; se le sustantiva; se le usa normativa o descriptivamente, y no siempre se tiene en cuenta que el trazado de los límites entre lo público y lo privado se modifica históricamente. Tampoco se advierte que el conflicto por la definición de esos límites ha formado y forma parte de maneras específicas de concebir la vida política.

Por supuesto, esta multiplicidad de sentidos remite a las transformaciones que han ido otorgándole densidad histórica, así como a los usos que desde distintos enfoques disciplinarios han ido codificando y sedimentando significados. Y también se relaciona con el hecho de que, si bien tales significados no pueden ser considerados evaluativos en sí mismos (como “justo”, “democrático”, etc.), a menudo son utilizados en contextos evaluativos. Ello tanto para defender alternativamente “la supremacía de lo público sobre lo privado o de lo privado sobre lo público”¹ (en posiciones de cuño individualista-liberal o de raigambre organicista), como también en lo que hace al contexto de uso de los términos cuando, por ejemplo, se dice que “el Estado debe ocuparse sólo de lo público”, o cuando se aclara que “lo público” ya no debe identificarse con “lo estatal”.

De manera general, podemos comenzar reconociendo que el par público-privado como categoría política ha mantenido “adheridos” al menos tres sentidos básicos que no siempre se han referido a lo mismo:

¹ La distinción entre uso descriptivo y uso axiológico de la dicotomía se encuentra, por ejemplo, en Norberto Bobbio, “La gran dicotomía: público/privado”, en *Estado, gobierno y sociedad*, FCE, México, 1989.

a) Lo público como lo que es de interés o de utilidad *común*, que atañe a lo *colectivo*, que concierne a la comunidad, y por ende a la autoridad de ella emanada, contra lo privado como aquello que se refiere a la utilidad y al interés *individual*. Hablamos así de “seguridad pública” o “salud pública” para referirnos a una dimensión común y general (la salud de todos y los aspectos *generales* de la salud o la seguridad, más allá de mis problemas particulares de salud o mi exposición personal al riesgo). De allí también que en algunas definiciones el término “público” aparezca como “lo perteneciente o concerniente a todo un pueblo, lo que emana del pueblo”, de donde se desprende la referencia a la autoridad colectiva, al Estado.² En oposición, lo privado, en esta primera acepción, designa lo que es particular e individual y aquello que, en su origen, pretende sustraerse a ese poder público (entendido como poder de la colectividad). La recuperación de este primer sentido en términos jurídicos será básica para la distinción entre derecho público y derecho privado y también para lo que se ha dado en llamar las dicotomías “derivadas”: sociedad política y sociedad

² *Diccionario Littré*, citado por Phillipe Aries y George Duby, *Historia de la vida privada*, vol. 3, Taurus, Madrid, 1990.

doméstica, ley “pública” y contrato privado, “voluntad general” y voluntad particular. Es también en este primer sentido como “público” se vuelve progresivamente sinónimo de “político” y, más en particular, de “estatal”.

- b) Lo que es *visible* y se desarrolla a la luz del día, lo *manifiesto* y *ostensible* contra aquello que es secreto, reservado, oculto: lo que no puede verse, aquello de lo que no puede hablarse, que se sustrae a la comunicación y al examen, históricamente vinculado con lo sacro, accesible sólo al saber de los iniciados.³ Lo público en este sentido alude a la luz que vuelve visible (y tal será la fuerza principal de la noción ilustrada de publicidad) aquello que se sustraía a la mirada y que incluso reivindicaba explícitamente el requisito del secreto.⁴ Este segundo sentido no ha coincidido históricamente con el primero. Ni lo público (en el

³ Mary Douglas, *Natural Symbols: Explorations in Cosmology*, Routledge, Londres, 1970.

⁴ “Hoy, el mismo hecho de tener un secreto debe ser mantenido en secreto y ya no puede servir como contraseña para las grandes cosas. Sólo como religión el secreto ha conservado su sentido originario, el sentido de que la revelación del secreto no destruye al mismo secreto, sino que castiga a los curiosos privándolos de la capacidad de entender” (Niklas Luhmann, *Teoría de la sociedad*, Universidad Iberoamericana, México, 1994, p. 100).

primer sentido de lo común a todos) fue siempre tratado públicamente, ni lo privado (también en el primer sentido de lo individual) estuvo oculto de la misma manera de la mirada de los otros, de la “luz” pública. La connotación espacial, en tanto hablamos de visibilidad y ocultamiento, es casi directa. Así, la idea de lo “privado” pasa de lo más exterior a lo más interno: del foro, el estrado o la escena “hasta los últimos reductos en los que se encierra la más preciosa de las riquezas o los pensamientos propios, en los que se amurallan las situaciones que no se pueden exhibir”.⁵

De modo que si el primer sentido asociado a lo público (lo común y general) parecía hacer referencia natural a la idea de política, no es tan claro que a este segundo sentido se le asocie de la misma manera. Por el contrario, tanto la historia como la teoría parecen registrar un conjunto de relaciones tensas y difíciles entre “publicidad” (en este segundo sentido) y política. En efecto, el secreto de Estado, la urgencia de tomar decisiones, la “razón de Estado”, las situaciones de apremio, el principio del pequeño número, la reserva y la confidencialidad han sido casos en los que

⁵ Phillipe Aries y George Duby, *op. cit.*

por las necesidades de la política se ha puesto en duda este sentido de la publicidad.

- c) Lo que es de uso común, *accesible* a todos, *abierto*, contra lo cerrado, aquello que se sustrae a la disposición de los otros. Lo público, en este caso, es aquello que al no ser objeto de apropiación particular se halla abierto, distribuido. Algunos intérpretes han señalado que es por derivación de este sentido como se desemboca en *el público* como sustantivo, como el conjunto de los que se benefician de esa apertura. Así, un significado del *pubblicare* latino es confiscar, sustraer al uso particular. Las plazas, la calle, son lugares de “uso” público, abiertos a todos. Del otro lado, el signo más ostensible de privacía como apropiación es la clausura (la cerca). Algunos lugares son públicos (abiertos) *porque* son de todos (comunes), y por eso las actividades que en ellos se realizan son manifiestas y ostensibles (visibles). Sin embargo, algo puede ser público en el sentido de no oculto o no secreto, por desarrollarse a la luz del día, y no ser público en el sentido de accesible o disponible para todos. Los códigos de caballería, la fiesta barroca, la liturgia eclesiástica, las prácticas cortesanas combinan “visibilidad” con algún tipo

de ocultamiento, apertura a la mirada y exclusión en su disponibilidad. Antes de la instauración del sufragio universal, el carácter público de los procesos electorales (que apuntan a la autoridad común y que se desarrollan a la luz del día) no coincidía con la pública accesibilidad. De alguna forma, este tercer sentido es el que más relaciona el par público-privado con el de inclusión-exclusión.

En las páginas siguientes intento hacer una muy rápida revisión de las modificaciones en el significado de lo público para ubicar el surgimiento histórico de ciertos problemas y modos de reflexión que aparecen cada vez que se le pretende caracterizar. La idea es mostrar que los tres sentidos asociados a lo público (*lo general y común, lo visible y manifiesto y lo abierto y accesible*) se han articulado históricamente de manera variable y que esta característica no siempre ha sido considerada un problema explícito en la reflexión de la teoría política, ni mucho menos en las referencias cotidianas a un espacio de lo público.

1.2. La herencia clásica

Es habitual referir el origen de la oposición público/privado a la nítida distinción entre esfera doméstica, ligada a la resolución de necesidades básicas, y esfera pública, entendida como el ámbito de acción de una ciudadanía libre para el tratamiento de los asuntos comunes, como *polis*.

La *polis* griega, en efecto, parecía articular estos tres sentidos de lo público. Por un lado, la *politeia* incluía el tratamiento de los asuntos *comunes* por parte de los ciudadanos libres, su participación activa en la construcción y defensa de la comunidad política. En el segundo sentido, la actividad pública, en contraste con la oscuridad del ámbito doméstico, se desenvolvía a *la luz del día* y en presencia de otros. Por último, refería a un espacio potencialmente *abierto* a todo el *demos*, a la ampliación progresiva del círculo de los iguales ante la ley. *Lo colectivo*, *lo manifiesto* y *lo abierto* se aunarían en una imagen paradigmática de lo público que desde entonces no ha cesado de ejercer su influencia sobre la reflexión occidental.

La articulación de estos tres sentidos trajo consigo una serie de características que hasta la fecha aparecen indisolublemente asociadas a la reflexión sobre el espacio público. En primer lugar, el predominio de la palabra sobre otros instrumentos de poder, o sea, la asociación de las cuestiones y los espacios públicos con ámbitos de despliegue de la persuasión mediante la argumentación. La palabra se erige en el instrumento político por excelencia, signo de autoridad, medio de dirección, pero siempre como una palabra que debe persuadir, convencer, pasar la prueba de las formulaciones antitéticas. La política toma la forma de *agon*, torneo azaroso guiado por una lógica de lo verosímil y lo probable en el que se juega la aceptación o el rechazo, la victoria o la derrota. El papel de la retórica en el ámbito de la deliberación pública, su función no instrumental, sino “constitutiva” de los temas públicos, aparece desde entonces relacionada con esta idea clásica del tratamiento de lo público.

En segundo lugar, la reorganización del espacio social alrededor de la plaza, la referencia a un “lugar” de convergencia de todos los ciudadanos apunta a la delimitación de un espacio propiamente político, que funciona como “centro” de referencia para todos.

En términos más generales, impone la necesidad de recurrir de allí en adelante a una imagen espacial (el ágora, el foro).⁶ Se trata así, literalmente, de un espacio público delimitado frente a las moradas privadas.⁷ El espacio urbano se redistribuye: hay un centro donde se debaten los asuntos públicos, y ese centro representa todo lo que es común, la colectividad como tal. “Dentro” de dicho centro hay igualdad, nadie está sometido a otro. La identidad de los moradores del espacio público o “del público” se construye a partir de una igualdad ciudadana definida como *isonomía*, igualdad en la ley y en la participación en el poder.⁸

Por último, la constitución de la *polis* como ámbito público lleva consigo la reivindicación de la *ley escrita*. Al fijarla por medio de la escritura, se le sustraía a la autoridad privada de los *basilei*, cuya función era “decir” el derecho. La ley escrita “separa” así la decisión del arbitrio individual y del arcano.

⁶ Véase J. Pierre Vernant, *Les origines de la pensée grecque*, PUF, París, 1988, p. 42.

⁷ Vernant señala que la expresión griega *en koinó* (hacer público, tratar en común) tiene una evidente connotación espacial: en lugar de decir que algo es tratado en común, se puede decir que es puesto “en el centro”.

⁸ “La *arjé* ya no puede ser la propiedad exclusiva de nadie, el Estado es aquello que se ha despojado de todo carácter privado, particular y que, saliendo del tejido de los *gens*, aparece como cuestión de todos” (Vernant, *op. cit.*, p. 42).

Surge entonces la concepción de una regla común, de una norma racional públicamente consagrada, que ya no depende de conocimientos secretos ni de saberes de iniciación.⁹

El derecho romano consagrará las categorías de lo público y lo privado mediante aquello que remite, por una parte, a la condición del *populus* y, por otra, lo que refiere a la utilidad del individuo. La *res publica* representa la propiedad universalmente accesible al *populus* y, como tal, es *extra commercio*. Utilidad común, ley común y accesibilidad general se vinculan en esta caracterización de la *res publica*. La *res privata* se encuentra situada, en contraste, *in commercio e in patrimonio*, relacionada con un poder diferente, el *pater familias*, y se ubica en el ámbito cerrado, replegado en sí mismo, del *domus*, la casa.¹⁰ Actuar privadamente, en el lenguaje ciceroniano, significa actuar no como *magistratum*, es decir, no a partir de la investidura que emana del pueblo, sino como simple particular. Del mismo modo, significa actuar en otro territorio jurídico, ya no en el foro, sino en la intimidad.

⁹ Max Weber, “Sociología del derecho”, en *Economía y sociedad*, FCE, México, 1969.

¹⁰ Véase Phillipe Aries y George Duby, *op. cit.*, p. 20.

1.3. La caracterización moderna

La construcción del Estado y el desarrollo del mercado irán perfilando el sentido “moderno” de la escisión entre las esferas pública y privada, la cual atravesará los tres poderes feudales: Iglesia, soberanía y estamento señorial.

Con la Reforma, la conciencia religiosa se “privatiza”, pues abre la primera esfera de autonomía privada garantizada, y la Iglesia, por su parte, se establece como una corporación de derecho público. En este punto, y en función de la evolución de lo que será el liberalismo político, es importante señalar dos tendencias complejas y en ningún caso lineales que tienen su origen en la Reforma. Una de ellas remite a las consecuencias “individualizantes” de la doctrina del sacerdocio de los creyentes, de la libertad cristiana y de la santidad de la conciencia religiosa individual, que abren el camino a la libertad de conciencia y al resguardo de ese ámbito privado ahora identificado con ella. La otra tendencia surge de la idea de la “verdadera Iglesia” como reunión de los corazones en una sola fe, en la que se destaca la naturaleza “social” de la Iglesia como un ámbito donde el principio

jerárquico es abolido, donde el recurso a la coerción y la ley resulta innecesario, un ámbito libre de dominación que es el reverso del poder temporal.¹¹ Es decir, el rescate de la idea de “comunidad” del cristianismo primitivo que vuelve a dibujar una forma “social” espiritualmente superior a la forma “política”.¹²

Por su parte, la escisión del poder soberano se expresa en la separación entre el presupuesto público y los bienes domésticos, con la formación de la burocracia de Estado y el ejército profesional, que se desprende del entorno privado de la corte, es decir, en la superación de las formas de patrimonialismo con la disociación entre patrimonio público y hacienda personal. Se trata de un proceso lento y gradual que tendrá en la “sociedad cortesana” un punto ambiguo de transición: en ella precisamente la cosa pública sigue siendo indistintamente propiedad del rey.

¹¹ Sobre las consecuencias políticas del protestantismo y la idea de “hermandad sin poder y poder sin hermandad”, véase Sheldon Wolin, *Política y perspectiva*, Amorrortu, Buenos Aires, 1981.

¹² En la reconstrucción del concepto de “sociedad civil” resultaría interesante rastrear un posible origen religioso en lo que después serían las doctrinas congregacionistas.

Finalmente, en el ámbito social, a partir del estamento señorial se desarrollan en algunos casos los parlamentos y representaciones de los estamentos. Por otro lado, la diferenciación de los estamentos artesanales evoluciona hacia la "sociedad burguesa" como ámbito contrapuesto al Estado.

Con la progresiva diferenciación entre sociedad civil y Estado, lo público adquirirá una de sus connotaciones contemporáneas, que lo hace equivalente a lo estatal. El poder público se consolida como algo separado que se erige en entidad reconocible frente a los que permanecen fuera, entidad que encarna lo "común a todos". Sin embargo, si el Estado encarna esta acepción de lo público, al mismo tiempo reclama argumentadamente la libertad de sustraerse a la publicidad (entendida como visibilidad). El lugar de la decisión política está cerrado a la comunidad y el secreto de Estado¹³ justifica su exclusión del conocimiento público. El poder soberano encarna lo público en tanto es común, pero no como abierto ni manifiesto.

¹³ Sobre la evolución del "secreto de Estado", véase Fabricio Clementi y Aldo Musci, "Il Segreto di Stato", en *Democrazia e diritto*, Centro di studi e iniziative per la riforma dello Stato, septiembre-noviembre de 1990.

Desde el punto de vista económico, las políticas mercantilistas sentarán las bases para el desarrollo de una esfera privada volcada a los procesos de producción e intercambio y amparada y controlada por el poder público. El mercado ocupa el lugar del *oikos* y otorga nueva relevancia pública (en el sentido de interés general) al campo de la producción.

El uso político del adjetivo "público" en los siglos XVII y XVIII irá marcando un cambio en las relaciones de la sociedad y el Estado con individuos y grupos y dará lugar a una progresiva diferenciación entre el Estado, la comunidad y el individuo. Tal vez dos modificaciones de sentido resulten primordiales. Primero en Inglaterra y luego en Francia, el "interés público" aparecerá como la voz "desde abajo" que desafía las pretensiones del gobierno autocrático. A la identificación de lo "común" con un Estado que parece sustraerse a la publicidad (en el sentido de manifestación y de apertura) sucederá el paulatino acercamiento de lo público a lo social. Es decir, progresivamente *lo común y general* ya no se identifica con ese lugar *secreto y cerrado*, sino con la sociedad, que tiene que encontrar formas públicas (visibles y manifiestas) de expresión.

La segunda modificación se refiere a la sociedad misma que, entendida cada vez más como conjunto de individuos, busca expresión pública. Hasta entonces, el interés de la comunidad no era problemático. Primero se había identificado con la comunidad “naturalmente” existente y luego con el Estado. En el primer caso emergía de los lazos cívicos (en su versión republicana) o de la “comunidad de corazones”. En el segundo, aparecía como asunto de los estadistas y pertenecía al ámbito de la razón de Estado. En ambos casos (expresión de la comunidad o pretensión de los gobiernos absolutos), el interés público tenía una dimensión “objetiva”.¹⁴

A partir de la revolución puritana, el interés público comienza a enfrentarse al del Estado autocráticamente definido. Por un lado, si bien el pueblo podía no tener esa particular “sabiduría de lo público” (nacida de la información, de la visión de conjunto, de la percepción desde el Estado, etc.), sufría las consecuencias de las decisiones: “El pueblo común podía no ver, pero podía sentir”.¹⁵ Por otro lado,

¹⁴ J. A. W. Gunn, “Interest”, en Terence Ball y James Farr, *Political Innovation and Conceptual Change*, Cambridge University Press, Cambridge, 1989.

¹⁵ Manifiesto de 1642, citado por J. A. W. Gunn, *op. cit.*

se abre camino la idea del interés público como la suma de los intereses individuales, con la particular relación entre expresión de ese interés y participación electoral.

Lo público como asunto de “un público” (es decir, particulares reunidos en calidad de público) seguirá diferentes caminos de desarrollo en la Europa del siglo XVIII. En el paradigmático caso inglés, la temprana adopción del parlamento en sentido moderno, el desarrollo de la prensa y la también precoz conquista de varios elementos del Estado de derecho hacen que la voz de ese público se traduzca primero en una opinión pública que controla, cuestiona y se enfrenta a las medidas de gobierno, y que más tarde lo hace en los *public meetings* y por medio de asociaciones políticas locales que otorgarán una base más amplia y fuerte a los partidos como representantes del público.

En Francia, el público se desarrolla en los ámbitos literarios y en “el secreto” protegido de la censura y el control estatales. No será sino hasta la Revolución francesa cuando se intente dar forma institucional a la voz de ese público, a ese “espíritu público” o a esa conciencia pública (Saint-Just) que permitiría re-

construir la unidad social sobre las nuevas bases revolucionarias mediante la participación en la vida colectiva.¹⁶ Tal vez convenga anotar que en la invocación a la “conciencia pública” reaparecerán los rasgos globalizadores u organicistas de la antigua comunidad.

En el vocabulario ilustrado, esta “esfera” de la publicidad se identificará progresivamente con el ejercicio público del raciocinio. Y el raciocinio público será considerado como la base de la integración normativa de la sociedad por medio de la neutralización de perspectivas particulares o de su reelaboración en función de lo general. Lo “común” se construye, así, a partir del interés global de los particulares, en la determinación de aquellos que constituyen bienes y garantías públicos y que, por tanto, deben ser objeto de normas generales. Por otra parte, al menos en su origen, la accesibilidad general a esta “esfera” de raciocinio público parecía garantizada por los supuestos económicos de un orden natural pensado como

¹⁶ Celso Lafer, “El significado de Republica”, en *Teoría Política*, año 6, núm. 2, 1990. Véase también *Dictionnaire critique de la Révolution Française*, “Esprit Public”, por Mona Ouzouf. Para la transformación del “esprit public” en orden público, véase también Luc Ferry y Alain Renaut, *Filosofía política*, FCE, México, 1990.

esfera libre de coerción y poder. Ello fundamentaba la pretensión de que un círculo social homogéneo determinado representara al conjunto de la sociedad (y de la humanidad),¹⁷ así como la ilusión de la potencial accesibilidad de todos.

Por último, y de manera más fundamental, el principio de publicidad se erige contra el secreto de Estado y vuelve “públicas” –en el sentido de desplegables a la luz del día, por un lado, y vinculadas a la legitimación vía razonamiento público, por otro– las leyes y medidas que afectan a la generalidad de los particulares.¹⁸

Los derechos fundamentales incorporados constitucionalmente harán referencia tanto a esta consideración de los hombres y los ciudadanos como a la consagración de los espacios público y privado en el ámbito social: las instituciones y los instrumentos del público (prensa, asociación, opinión), su expre-

¹⁷ “...el público anticipa en sus consideraciones la pertinencia de todos los hombres” (Jürgen Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gilli, Barcelona, 1981).

¹⁸ La formulación del principio de publicidad hecha por Kant conecta precisamente la justicia de la norma, su potencialidad de formulación pública y la capacidad de ser racionalmente aceptada por el público.

sión política (sufragio) y la autonomía de la esfera privada en lo que atañe a las dimensiones de la libertad individual (derechos y garantías individuales) y a las libertades económicas (contratos, herencia, propiedad, trabajo).

El supuesto social básico es la diferenciación entre sociedad civil y Estado. En la percepción ilustrada, este ámbito público no sólo supone el procesamiento de las necesidades y los intereses de la sociedad civil primero “frente” y luego “en” el Estado sino, por encima de ello, el ideal normativo de hacer pasar la legitimidad de las leyes por la piedra de toque del raciocinio público. La publicidad, entendida como *visibilidad, cognoscibilidad, accesibilidad y controlabilidad* de los actos de quien detenta el poder supremo es, precisamente, la extensión de la metáfora de las luces que consagra el contraste entre poder visible e invisible¹⁹ y establece definitivamente este sentido de lo público. El raciocinio público en primer lugar ilustra, pero sobre todo es condición de racionalidad de los resultados. La versión liberal insistirá en el supuesto interés universal en la seguri-

¹⁹ Norberto Bobbio, *El futuro de la democracia*, FCE, México, 1988, p. 69.

dad de la persona y la propiedad como medio de unir bien privado y bien público, y ante todo en la defensa de los derechos individuales contra los abusos del poder público. La versión republicana moderna hará hincapié en la noción de “felicidad común” e intentará recuperar la idea de ciudadanía activa como desafío a la distinción liberal entre “libertad de los antiguos y libertad de los modernos”, privilegiando la participación en la vida pública y la formación cívica.²⁰ En un nivel normativo, “lo público” será entonces alternativa o simultáneamente el ámbito de la argumentación, de las garantías de la esfera privada o de la activa participación ciudadana en la formulación y defensa de las leyes.

²⁰ Las diferencias no son sólo de matiz y afectan dimensiones importantes de la vida social. En la visión republicana, por ejemplo, la educación pública es considerada como un aprendizaje común necesario para el progreso de la razón pública en la vida colectiva. Como decía Sarmiento, la educación es fundamental en la construcción de la nación, en la transformación de una república de habitantes en una república de ciudadanos (Celso Lafer, *op. cit.*). En cambio, desde una perspectiva ortodoxa liberal, como lo recuerda Habermas, la imposición de la escuela y el servicio militar obligatorio (dos ejes caros al pensamiento republicano y su definición de ciudadanía) señalarían el comienzo de la intervención estatal en la esfera privada.

1.4. El Estado social y su crisis

Son comunes las referencias a la transición del Estado liberal de derecho al Estado social de derecho como una dislocación de los límites ideales entre sociedad civil y Estado, entre lo privado y lo público. Términos complejos como “publicación de lo privado” y “privatización de lo público”, “socialización del Estado” o “estatalización” de la sociedad hacen referencia a la ampliación de las funciones interventoras del Estado en ámbitos sociales tradicionalmente considerados “privados”, a la penetración de grandes organizaciones de origen “privado” en el ámbito estatal y a la traslación de competencias públicas a planos del ámbito privado.

Otra forma de caracterizar esta privatización de lo público se refiere al predominio de relaciones de tipo contractual en el nivel superior de las relaciones políticas relevantes, o sea, a un trastocamiento de la jerarquía entre ley y contrato.²¹ Los contratos, negociaciones y compromisos entre grandes organi-

²¹ Norberto Bobbio, *op. cit.*, p. 31.

zaciones políticas y económicas (acuerdos interpartidarios y mecanismos neocorporativos) y los nuevos mecanismos de representación de intereses particulares que desplazan a la representación general ciudadana remiten tanto a “menos publicidad” (menos visibilidad) como al carácter problemático de una noción donde lo público encarna lo común y general.

Esta transformación ha sido histórica y sociológicamente relacionada con el fortalecimiento del gobierno político administrativo y con la crisis del parlamentarismo. Y, en términos más abstractos, no sólo ha replanteado los límites de la dicotomía público/privado, sino que ha generado nuevos problemas para la vigencia del principio de publicidad. El antiguo problema de la visibilidad del poder parece reformularse como una tensión entre el control público y la autonomía de decisión técnicamente fundada. El no aportar información para el debate y el control públicos ya no se sustenta en una abstracta razón de Estado, sino en la urgencia de tomar decisiones, en la autonomía de ciertas instancias de gobierno y en el monopolio técnico. Ello supone, además, una transformación fundamental en el campo jurídico en cuanto a la relación entre ley general, decisión gubernamental y contrato. El predominio de estas dos

últimas formas sobre la primera supone de por sí una redefinición de lo público y de la relación entre cuestiones colectivas generales, su debate público y su formulación como leyes generales.

De igual modo, los derechos sociales redefinieron la adjudicación de aquello que compete a los particulares y aquello que compete a la colectividad. Precisamente el reconocimiento en términos de derechos implicó que también fueran instituciones públicas las encargadas de garantizarlos y satisfacerlos. Al mismo tiempo, ese reconocimiento “abrió” formalmente al público lugares y servicios antes considerados exclusivos de algunos grupos (educación, salud, etcétera).

Y la reacción provino de distintos frentes. Por un lado, ante la expansión del Estado y sus instancias legal-burocráticas se produjo primero una reivindicación del ámbito privado en términos de derechos y libertades básicos, con particular hincapié en un aspecto de lo privado: la intimidad. El llamado derecho a la privacidad incluye la defensa de una serie de libertades que atañen a la protección de un ámbito de intimidad que debe ser puesto a salvo de la mirada pública y de la intromisión estatal, libertades que aparecen en cierto sentido como extensiones de la libertad de

conciencia. Por otro lado, la llamada crisis del Estado de bienestar trajo consigo, entre otras cosas, el cuestionamiento del estatuto mismo de los llamados derechos sociales, al ponerse en duda el porqué de la satisfacción públicamente (colectivamente) asumida de determinadas necesidades. Y, en cuanto al principio de publicidad, se comenzó a criticar la manera en que la creciente complejidad de las funciones del Estado y la expansión de sus dimensiones técnico-administrativas habían erigido canales de decisión que eludían “el principio de publicidad” por vías políticas y técnicas más complejas que las de la antigua razón de Estado.

Desde un punto de vista normativo, las democracias de masas y los medios de comunicación colectiva pusieron en duda tanto la viabilidad de una recuperación del modelo clásico de espacio público como la vigencia de los ideales de la vida pública moderna. De ahí las críticas que nacen de una promesa irrealizada de transparencia, democracia y participación: se denuncia la manipulación, la burocratización de la política, el avasallamiento de una verdadera opinión pública informada por los medios, los partidos y los sindicatos, el reemplazo de un con-

senso racional públicamente argumentado por la negociación y la componenda.

En esta coyuntura, los llamados a fortalecer el espacio público o espacio de lo público despiertan muchas interrogantes. ¿Cuáles problemas pueden y deben ser hoy colectivamente asumidos? ¿Cuáles pueden y deben ser los temas de una argumentación pública? ¿Podemos seguir identificando lo público con lo estatal? ¿O más bien deberíamos pensar lo contrario, es decir, que en tanto “el público” moderno tiene su origen en los individuos autónomos y en la conformación de una sociedad “separada” del Estado, toda demanda de un espacio público remite al “no Estado” (como parecen afirmar algunas posiciones contemporáneas)? ¿Hay todavía cuestiones “públicas” para ser tratadas y asumidas públicamente? ¿Cuál es el papel de los individuos, las comunidades, la llamada “sociedad civil” y el Estado en esta caracterización de lo público? ¿Podemos hablar todavía de un espacio de lo público en los tres sentidos que hemos señalado?

2. CONCEPCIONES DEL ESPACIO PÚBLICO Y FORMAS DE PENSAR LA POLÍTICA

PARA RESPONDER estas preguntas tal vez sea útil remitirnos a algunas concepciones del espacio público moderno que están presentes en la teoría política y social contemporánea, las que constituyen algo así como “modelos” para abordar la cuestión. Algunas de ellas no sólo alimentan la reflexión propiamente teórica, sino que operan como “insumos” de un difuso sentido común político que orienta la acción de importantes actores sociales y políticos. Nos centraremos en las posiciones que recuperan críticamente el modelo moderno de espacio público y no tocaremos aquellas que de algún modo intentan revitalizar el modelo

“clásico”.²² Podemos dibujar, así, tres caracterizaciones políticas del espacio público. Tendremos en cuenta la ubicación del espacio público en relación con el par “sociedad civil-Estado”, la diferente relación planteada entre espacio público y moralidad y las formas de pensar la política presentes en cada una de ellas.

2.1. El argumento conservador:
el espacio público como expresión moral
de la sociedad civil y la crisis de lo político

Una primera caracterización del surgimiento del espacio público moderno lo relacionará, hasta nuestros días, con el cuestionamiento del Estado y, en última instancia, con el destino catastrófico de una crítica moral a la política. Se trata de una caracterización que aparece, a nivel del sentido común político, en situaciones de crisis de un modelo autoritario. En la filosofía política, la concepción de R. Koselleck sintetiza esta visión.²³

²² Nos referimos tanto a aquellas posturas que intentan una recuperación o reconstrucción de la idea aristotélica de política como a las reivindicaciones de un humanismo cívico o al llamado neorepublicanismo.

²³ Reinhart Koselleck, *Critique and Crisis. Enlightenment and the Pathogenesis of Modern Society*, MIT, Boston, 1985.

Más allá de la crítica en clave antiilustrada, el paralelismo habla de situaciones en las que el Estado (entendido como aparato de gobierno, como administración y como “razón”) monopoliza la responsabilidad política y crea, por exclusión, su *otro* indiferenciado: la sociedad civil. La voz de la nueva sociedad civil parece traer consigo ciertas “marcas de nacimiento”, resultado de una situación de *exclusión de hecho* de la esfera de la decisión política estatal. Parte de este boceto tal vez nos permita encontrar analogías con situaciones contemporáneas en las que la aparición de un “espacio público” se produce en ocasión de la crisis de un Estado autoritario y excluyente, casos en que la moralidad parece ser la única bandera y el único recurso. Esta posición podría esquematizarse con estas tesis:

- a) En situaciones en las que el aparato de Estado monopolizaba la política y concentraba toda la responsabilidad, el lenguaje moral parece haber sido el único disponible para los excluidos.
- b) Cuando el espacio de lo público pretende encarnar el lenguaje de la moralidad, ésta termina enfrentada a la legalidad, a la necesidad de decisión y a la responsabilidad.

- c) Ello conduce a que, al pretender actuar, la crítica moral a la política expresada en el espacio público se condene a la hipocresía, a la impotencia política o al terror.

En esta reconstrucción, el surgimiento del Estado moderno supuso la creación de un campo de acción suprarreligioso, de orientación racionalista y delimitado por las políticas gubernamentales. Así, el Estado encarnó lo público como lo común y lo general (por encima de los particularismos religiosos, de las diferencias estamentales y los poderes locales). Pero su funcionamiento y la fundamentación de sus acciones no fueron públicos (el secreto de Estado, el arte del gobierno y, en última instancia, la discrecionalidad como voluntad de los particulares).

Así, con el surgimiento del Estado moderno se configuró una peculiar lógica de lo político cuya semántica estará marcada por los términos “responsabilidad”, “decisión”, “calculabilidad”, “anticipación”, etc. De esta forma, parecieron generarse ciertas “reglas de lo político” que permitían una alta “especialización” de la dinámica y la gestión políticas combinada con una creciente indiferencia “hacia todo lo demás”. Pero también reglas que para el súbdito, despojado de

toda capacidad de acción y de todo poder, no podían sino resultar totalmente ajenas. El súbdito se convierte así en una suerte de “extranjero” en la política.

En esta perspectiva, la solución hobbesiana parece haber sido la última respuesta eficaz a la tensión entre moral (entendida como moral privada) y política. La separación entre culpa moral y responsabilidad política, entre una “política de la conciencia” libre en el ámbito privado pero políticamente neutralizada y una política pública que elabora sus propias razones, fue una solución históricamente eficaz que permitió tanto el desarrollo de la autonomía individual como la generación de orden colectivo. Pero esa solución, históricamente fechada y superada, entró en crisis. Con el surgimiento del espacio público ilustrado, la “sociedad civil” y sus vanguardias ilustradas, forjadas en otro tipo de prácticas (sociales, culturales, etc.) y excluidas de todo ejercicio político, apelarán al único lenguaje aprendido, el de la moralidad.

Esta “crítica” de la naciente sociedad civil impugna el principio absolutista. Si la fórmula hobbesiana proclamaba que la autoridad y no la verdad hacía las leyes, la consigna del espacio público moderno revierte lisa y llanamente el orden: la verdad y no la autoridad hace la ley. Y esa verdad viene del exterior

y de abajo: es la fuerza de la “crítica” que expresa, ahora “públicamente”, la instancia moral antes neutralizada en la esfera privada.

La visión moral encarnada en la reivindicación del espacio público apela a la universalidad porque no se fundamenta en la consideración del caso, en el cálculo del tiempo y la oportunidad ni en el logro de fines, sino en la “ley del corazón” o en el fundamento racional del deber. Como tal, termina absolutizando su propia realidad, poniendo la realidad efectiva entre paréntesis o intentando destruirla para recrearla conforme a la convicción. Por ello, la visión moral estará condenada a la hipocresía, a la ineficacia o a la furia de la destrucción.

Para esta nueva conciencia expresada en la vida pública ilustrada, el conflicto entre la legislación positiva y la legislación moral no tiene solución negociada ni política. Todo conflicto está resuelto de antemano, en tanto la ley moral coincide con el juicio de la sociedad, es decir, de la colectividad, que incluye a todos y que se expresa públicamente.²⁴

Desde este ángulo de crítica, el lenguaje moral del racionalismo ilustrado que inspiró la idea moderna

²⁴ *Ibid.*, p. 60.

de espacio público no reconoce las diferencias (es decir, ocluye el conflicto político) o arrasa con ellas. Se produce así una dialéctica perversa: el lenguaje moral niega teóricamente las diferencias y, por lo tanto, es incapaz de asumir la pluralidad y el conflicto, reconcilia toda diferencia en una unidad abstracta y se vuelve ciego ante la política y ante el peligro de la guerra civil. O bien –y en ello convoca al Terror– las niega prácticamente, liquidando al Otro, identificado no con el enemigo político, sino con el enemigo absoluto. Aquí, la emergencia de ese espacio público significó la “crisis” de lo político, al poner en crisis la soberanía (hobbesianamente definida), al cuestionarla como fundamento de la decisión, al diluir la responsabilidad política. El espacio público expresó así la voz de una sociedad civil políticamente irresponsable que simbolizó la crisis del Estado sin poder hacerse cargo de ella.

Al margen de la reconstrucción histórico-especulativa de esta figura de la oposición entre moralidad y política, entre conciencia individual y orden, entre crítica moral y gobernabilidad, hay un límite teórico que parece impedir ir más allá. *El espacio público ilustrado es visto exclusivamente como la manifestación (difícilmente institucionalizable) de la crítica*

moral a la política. El enfoque sitúa directamente el problema del espacio público en los términos de “la sociedad civil frente al Estado”, identificando a la primera (en este caso negativamente) con la moralidad. Ello parece predeterminar que el problema del espacio público sea el del choque entre “las razones del poder” y la moralidad societalmente encarnada. La ecuación política-Estado *versus* moralidad-sociedad se transforma en el límite último para pensar lo público.

Frente a ello, es posible afirmar que esta figura del espacio de lo público, considerada como la voz de la moralidad, pudo haber sido históricamente verdadera (y reaparecer intermitentemente en situaciones de crítica global al poder estatal). También puede ser correcto afirmar que el espacio de lo público, en su génesis, sólo pudo afirmarse históricamente con el lenguaje de la moralidad. Sin embargo, al parecer nada autoriza a pensar que la moralidad es el único “registro” posible de expresión o de crítica ni a temer que esa reivindicación moral conduzca irremisiblemente a la hipocresía, ni mucho menos a pensar que cualquier voz que hable desde un lugar distinto al del ejercicio del poder está condenada a la ilusión de ser representación moral del todo.

2.2. El argumento emancipador:
el espacio público como escenario de racionalización del poder administrativo o de generación de poder comunicativo

La posición de Jürgen Habermas, cuya obra sobre el espacio de lo público es un referente ineludible, comparte el mismo supuesto (una cierta identificación de la esfera de lo público con el lenguaje de la moralidad, tanto desde el punto de vista de su génesis histórica como de su conformación estructural), aunque con una valoración invertida. En su ya clásica reconstrucción, el espacio público burgués es (antes de su caída) la institucionalización de una crítica ética a la política. Dicha institucionalización tiene mayor o menor fortaleza según los derroteros nacionales, y alcanza mayor plenitud allí donde puede establecerse una esfera público-política en su forma parlamentaria. Pero más allá de las formas políticas que asume, la estructura teórica cabal del espacio público está representada por el concepto kantiano de publicidad (*Offentlichkeit*), según el cual: a) el “uso público” de la razón cumple funciones de ilustración y es signo de una sociedad que ha salido de su “minoría

de edad”;²⁵ b) con la fórmula trascendental de la publicidad de que “son injustas todas las acciones relativas al derecho de otros cuya máxima sea incompatible con la publicidad” se traduce el imperativo categórico (universalización de la máxima de la acción) al plano de la exterioridad de las normas jurídico-políticas²⁶ y se enuncia la exigencia del gobierno de la ley y la “visibilidad del poder”, y c) bajo el supuesto de un “uso público” de la razón es posible alcanzar la coincidencia pública, la elaboración de la voluntad racional, es decir, la unidad, en la publicidad, de las conciencias empíricas en un consenso racional que coincide o expresa la unidad inteligible de la conciencia trascendental.²⁷

Como se sabe, desde un punto de vista histórico-teórico, la pretensión de institucionalizar una instancia de crítica ética a la política no es vista como crisis de lo político, sino como la realización de la moderna aspiración a racionalizar el poder.²⁸ En Habermas aparece así la contraparte de la “condena” de

²⁵ Emmanuel Kant, “¿Qué es la Ilustración?”, en *Filosofía de la historia*, FCE, México, 1985.

²⁶ E. Kant, *La paz perpetua*, Espasa-Calpe, Madrid, 1946.

²⁷ E. Kant, *Political Writings*, Cambridge University Press, Cambridge, 1979.

²⁸ “Racionalizar” no en sentido weberiano, sino entendido como progresiva dilución de los aspectos de fuerza, coerción y autoridad y como concordancia con lo justificado ante la razón. Véase Jürgen Habermas, *op. cit.*

Koselleck a la sociedad civil, la reivindicación de la identificación entre sociedad y moralidad, la demanda explícita de una función racionalizadora de la moral. El espacio público moderno, la reunión de los particulares en calidad de público para discutir públicamente los asuntos comunes, significó la posibilidad de hacer pasar las decisiones colectivamente vinculantes por la piedra de toque de una argumentación racional y públicamente desplegada. Si Koselleck denuncia la voz de la moralidad como hipocresía, para Habermas, en el debate crítico que caracteriza a la esfera pública burguesa, racionalidad y moralidad aparecen genéticamente enlazadas: “Los resultados del raciocinio público reclaman racionalidad, la idea de una opinión pública nacida del mejor argumento pretende estar en posesión de esa racionalidad con ambiciones morales que hace coincidir lo correcto con lo justo”.²⁹

La publicidad es así la piedra de toque de la legitimidad y validez de las normas. El espacio público ilustrado encierra entonces, en esta perspectiva, un proyecto emancipador (la racionalización del poder público a través de la discusión informada y el consenso razonado). La recuperación de ese modelo de la esfera de lo público, en condiciones sociohistóricas radicalmente

²⁹ Jürgen Habermas, *op. cit.*, p. 90.

diferentes, constituirá gran parte del esfuerzo teórico de este autor y de las corrientes por él inspiradas.

En las versiones más actualizadas, presentes en algunas posturas radical-democráticas o participacionistas, junto con la institucionalización de esa esfera pública en los procedimientos jurídicos se reivindica sobre todo un espacio público “informal” pensado como flujo comunicativo sin sujeto privilegiado, mediante el cual una serie de asociaciones y movimientos darían sustancia a esa comunicación política, nutriéndola de la savia del mundo de la vida. La posición podría esquematizarse entonces así:

- a) El espacio público “informal” en el que se despliegan procesos de entendimiento intersubjetivo cumple una función de integración social y es el verdadero lugar de gestación de una voluntad y una opinión política democráticas.
- b) Como tal, produce un conjunto de razones y argumentos, un “poder” comunicativo que orienta, legitima o deslegitima el funcionamiento del sistema político.
- c) Los resultados del debate desplegado en una miríada de espacios públicos informales recuperan

las pretensiones de universalidad, publicidad y apertura (a temas y participantes) asociadas a la imagen clásica del espacio público ilustrado.

En las versiones más trabajadas, dicha esfera pública informal “repara” o compensa los límites de la reflexividad de la política como sistema, conectándola con el mundo de la vida, la formación de identidades, los procesos de autocomprensión. Esta esfera pública no es el centro de una sociedad que ha perdido su centro, sino que parece ser el lugar en que mundo de la vida y sistema se comunican, en el que el trasfondo de la vida cotidiana se expresa y hace llegar su voz a la ciudadela del poder y el dinero. Es allí también el lugar desde donde la débil fuerza motivadora de una moralidad postradicional articula un escenario argumentativo que no instala ni reemplaza al poder, pero que tampoco se limita a “controlarlo”. Y es allí también donde el ámbito privado³⁰ hace llegar sus razones y demandas para

³⁰ “Los núcleos de las áreas privadas del mundo de la vida, caracterizadas por la intimidad y, por tanto, por la protección de la publicidad, estructuran encuentros entre parientes, amigos y relaciones, y entretejen las historias de vida de los miembros a nivel de estas interacciones simples. La esfera pública tiene una relación complementaria con esta esfera privada, de la cual el público, como portador de la esfera pública, es reclutado” (Jürgen Habermas, “La soberanía popular como procedimiento: un concepto normativo de lo público”, en María Herrera [coord.], *Jürgen Habermas: moralidad, ética y política*, Alianza, México, 1993, p. 64).

procesarlas mediante mecanismos que apunten a una resolución consensuada por normas universalmente vinculantes. El supuesto central (que será elevado a un plano cada vez más abstracto) es que es posible unificar la pluralidad de opiniones empíricas en relación con los contenidos de la decisión jurídico-gubernamental. Así, la idea de “opinión pública ilustrada” sigue siendo la de un circuito de comunicación racional que enlaza a los actores de la sociedad civil con las normas vinculantes emanadas de los circuitos formales de creación y aplicación del derecho.³¹ La figura es la de un poder que para ser legítimo cede al asedio del poder comunicativamente generado. Y este “poder comunicativo” expresa una racionalidad “pública” que recupera los tres rasgos mencionados: expresa lo común a todos, es públicamente desplegable y en cuanto a procedimiento está abierta a todos los temas y a todos los posibles participantes.

La racionalidad de una decisión política y la validez de la norma vinculante aparecen ahora ubicadas en el “juego concertado entre *la formación de voluntad política institucionalmente constituida y las corrientes de comunicación espontáneas*, no dominadas por el poder

³¹ Jürgen Habermas, “Facticidad y validez”, traducción al inglés, versión provisional, Mimeo, 1995.

de una estructura pública,³² no programadas para la toma de decisiones y en ese sentido no organizadas”.³³ Esta “soberanía popular sin sujeto” se despliega en los procesos informales de formación de opinión y voluntad y encarnará en las “estructuras culturalmente movilizadas de lo público”.

Sin embargo, debe destacarse que cuando se habla aquí de “mundo de la vida” se hace referencia a experiencias privadas, identidades personales y grupales y tradiciones culturales “modernas” en sentido fuerte. Se trata de un mundo de la vida racionalizado, que ha adquirido un alto grado de reflexividad y diferenciación. La reivindicación de una cultura política liberal e igualitaria, el hincapié en la resolución consensuada y la posibilidad de normas universalmente vinculantes parecen servir a Habermas como línea de defensa ilustrada frente a una reivindicación del mundo de la vida interpretado en términos de un “communitarismo primitivo”. Ante el peligro de eclosión del particularismo y la diferencia, la contribución al mantenimiento del espacio público, la voluntad o posibilidad de canalizar las demandas por medio de

³² Aquí, “pública” parece ser usada como “estatal”.

³³ Jürgen Habermas, *op. cit.*, p. 52.

la deliberación de las instituciones democráticas y la disposición a asumir una forma autorizada en las decisiones formales, distinguiría los núcleos de resistencia legítimos respecto de los movimientos populistas (tan modernos como antidemocráticos). Es decir, no es lo mismo la defensa ciega de las reservas tradicionalistas que la emergencia de nuevos “públicos”, de movimientos que expresen cuestiones de interés general, *de temas e identidades tratables o procesables aun bajo la forma de la ciudadanía*.

La versión de Koselleck y, más matizadamente, la de Habermas, colocan la temática del espacio público en las coordenadas de “la sociedad civil frente al Estado” o “del Estado frente a la sociedad civil”. Para uno, la dilución de la decisión y la responsabilidad política, la necesidad de retrotraer la legalidad a fundamentos extrapolíticos, el falso universalismo de la moralidad, etc., parecen poner en crisis la soberanía, el Estado y, aun, lo político. Para el otro, sólo reconectando normas y argumentación racional públicamente desplegada, decisiones y argumentos socialmente desplegados, es posible fundar legitimidad. Esto parece condenarnos a optar entre una especie de estadolatría que ve en cualquier expresión política socialmente arraigada un desafío a la autori-

dad y el orden, y un societalismo ingenuo para el que la decisión, el orden y la responsabilidad son problemas “de otro”. En un caso pareciera que lo público-político sólo puede ser pensado en su radical autonomía, es decir, separado de las diferentes voces, entre ellas la de la moralidad, que pueden surgir de la sociedad. Cualquier transformación o crítica supone crisis. En el otro, la ecuación entre publicidad y moralidad lleva a que “lo público”, en su “auténtico” sentido, termine identificándose con lo no estatal y con la posibilidad de un punto de vista universal, más allá de los contextos particulares, de los requerimientos de la acción y de la decisión, de los elementos de contingencia que forman la trama de lo político.

2.3. El argumento sistémico: el espacio público como filtro del sistema político y la formación de temas

Una posición que pretende recuperar de otro modo las coordenadas de lo público, redefiniendo los sentidos de generalidad, visibilidad y apertura tradicionalmente asociados, es la que encontramos, por ejemplo, en algunas versiones de la teoría de siste-

mas. Para nuestros propósitos, las ideas centrales podrían esquematizarse de la siguiente manera:

- a) quien habla en nombre de la moralidad no habla en nombre de la sociedad. En realidad, el espacio público no expresa una sola voz, ya sea de la autoridad o de la sociedad;
- b) el problema a que hace referencia la noción ilustrada de espacio público debe ser analizado dentro de las coordenadas del sistema político;
- c) el espacio y la opinión públicos no remiten a un consenso normativo ni a una ligazón privilegiada con la moralidad, sino a un circuito de comunicación cuya función es reducir la contingencia de lo jurídica y políticamente posible, recortando entonces el abanico de sentido de las decisiones vinculantes.³⁴

En ese marco de análisis, “el público” es un subsistema que resulta de la diferenciación interna del

³⁴ Niklas Luhmann, *Stato di diritto e sistema sociale*, Guida Editori, Bari, 1980, p. 89.

sistema político. No está “afuera”, sitiando la ciudadela, ni constituye un sistema en sí mismo. No está conformado por los hombres “socializados” en la esfera privada y dotados, precisamente por esa socialización, de la capacidad de actuar como ciudadanos aun cuando conserven la referencia a su identidad particular y privada. Tampoco son los individuos irresponsables que desafortadamente instauran el reino de la crítica. Es un subsistema en el que el flujo de comunicación se especifica en torno a temas que logran, como tales, la aceptabilidad general.

Según N. Luhmann, la opinión pública nace como “contingencia política sustantivada, como un sustantivo al cual se le confía la solución de reducir la multiplicidad subjetiva de lo política y jurídicamente posible”. La definición es de tipo funcional y se encuadra de entrada en el ámbito de resolución de un problema: es instrumento de selección y de reducción de la contingencia, en este caso jurídica y política, y esta reducción opera a nivel de la comunicación que se estructura en torno a temas. Los temas reducen o limitan el abanico de lo políticamente posible y canalizan el escaso potencial de atención consciente.

Estos “temas” son definidos como complejos indeterminados de sentido, susceptibles de desarrollo, en torno a los cuales se puede discutir y gestar consenso o disenso, es decir, opiniones comunes o diferentes.³⁵ Aun antes de las opiniones, son los temas los que estructuran los procesos de comunicación. La distinción entre “tema” y “opinión” resulta esencial en el contexto, y sólo así cobra sentido hablar de consenso o disenso. La reducción de la complejidad de los procesos de comunicación que la “opinión pública” lleva a cabo ocurre entonces a nivel de los temas y no de las opiniones, y depende de la capacidad de los temas para estructurar el proceso de comunicación.³⁶

La formación de temas y las decisiones políticas son al mismo tiempo diferenciadas y relacionadas por la distinción entre *reglas de atención* y *reglas de decisión*. Las reglas de atención regulan, por así decir, el flujo y la concentración de un bien escaso —la atención— y guían la definición o formación de temas

³⁵ *Ibid.*, p. 93.

³⁶ Precisamente la fusión de tema y opinión vuelve manipuladora la comunicación, y uno de los mecanismos más eficaces consiste en atribuir valor moral a la comunicación, lo que redundará en la inhibición de la capacidad de respuesta. Véase *ibid.*, p. 97.

políticos. Las reglas de decisión presiden el forjamiento de la opinión y los procedimientos para la toma de decisiones razonables y correctas. Las reglas de atención suponen un primer “filtro” que es condición del proceso de comunicación. No determinan directamente el contenido de las opiniones sino que, sobre todo, captan la atención, logran que algo se convierta en “tema”.³⁷ “De este modo, la estructura del sistema político regula la opinión pública, sin determinarla de manera estable.” Asimismo, el proceso de comunicación desplegado en el espacio público “*no determina el ejercicio del dominio ni la formación de las opiniones, pero establece los límites de lo que es posible cada vez*”.³⁸

La “neutralización” de los papeles sociales que está implícita en el concepto de publicidad se redefine. No se trata de pretender la integración de toda la sociedad mediante un consenso de opiniones libre y públicamente expresadas, desligadas de intereses

³⁷ “Así, las reglas de atención son, desde el punto de vista social, las que ofrecen posibilidad de acceso al sistema político y también mayor fuerza integradora: pueden, e incluso deben, ser las mismas aun para aquellos que se atienen a diferentes reglas de decisión, mientras que la relación contraria no es posible” (*ibid.*, p. 100).

³⁸ *Ibid.*, p. 109.

particulares. La publicidad (y la neutralización correspondiente) se ubica en el nivel de la institucionalización de los temas de la comunicación política. Un tema *se considera institucionalizado cuando puede presuponerse la disponibilidad para su aceptación (como tema, no como opinión sobre el tema) en la comunicación política.* La publicidad se redefine entonces como “*la posibilidad de suponer aceptación de temas*”.³⁹

Y esto nos lleva a la primacía (lógica y temporal) de los temas sobre el consenso, a aquello que parece ser la preeminencia de la cuestión del sentido sobre la de la validez. La “razonabilidad” del contenido de la decisión parece estar dada por la referencia al tema, que supone una primera selección de la contingencia de lo jurídica y políticamente posible. Una vez estructurada la comunicación en torno a temas, tiene sentido hablar de consenso o disenso.

Y aquí se produce un distanciamiento respecto de la identificación entre racionalización y argumentación: “...la capacidad de llevar a cabo confrontacio-

³⁹ *Ibid.*, p. 113.

nes conscientes no basta para agotar las posibilidades de la racionalización”. Luhmann parece afirmar que el debate razonado e informado no es suficiente para garantizar el contenido de la decisión racional correcta. Es decir, el supuesto es que puede haber diferentes opiniones racionales sobre el contenido de una decisión y que la discusión no garantiza ni el consenso ni el triunfo de la opinión más racional. Afirmar el consenso como legitimador de la decisión parece pasar por alto lo limitado de la racionalidad de los participantes y los riesgos implícitos en la complejidad.⁴⁰ El tema institucionalizado es el referente de la decisión, la condiciona pero no la determina ni la controla, parece sólo “orientarla” hacia un campo con sentido. No hay en este caso ni causación ni control de la decisión en sentido estricto, sino sólo delimitación de un campo de sentido y de posibilidades que fundamenta una pretensión de “razonabilidad”. Esta razonabilidad está dada por la estructuración del tema. A partir de aquí, la pluralidad de opiniones (acotada por el tema) pone de manifiesto la plurali-

⁴⁰ En su reflexión sobre “La sociedad del riesgo”, Luhmann se centra fundamentalmente en esta relación entre racionalidad y riesgo. Más que preguntarse por la relación entre racionalidad “societalmente” producida y racionalidad de la gestión, la pregunta se desplaza hacia “la confianza”.

dad de los puntos de vista, de las perspectivas especializadas, etc., y la decisión, que necesariamente dejará de lado alguna perspectiva u opinión, *dejará también las alternativas en el campo de la visibilidad y en el horizonte de la posibilidad.*

Así, el carácter de lo “común y general” *versus* lo “privado-particular” se redefine. Ya no es un dato objetivo, una propiedad de ciertos problemas, temas o cuestiones. Puede ser, en cambio, una característica emergente de la constitución del tema, es decir, de su capacidad de movilizar el recurso escaso de la atención. Algo llega a ser “público” porque logra movilizar la atención general, porque consigue institucionalizarse como tema. Esto es lo que constituye su *visibilidad* y carácter manifiesto (como opuesto al secreto). Finalmente, el carácter *abierto y accesible* depende de la capacidad de los actores para formular temas y lograr que éstos penetren a través de las compuertas del sistema político.

La opinión pública y el espacio público *no* remiten al problema de la relación entre moralidad y política (salvo en casos especiales de control, escándalos, etc.). La relación entre moralidad y política vuelve a referirse a los problemas morales asociados a lo que

en algún momento se llamó el arte del gobierno. El sistema político funciona con base en el código y los criterios políticos. Pero hay prácticas que liquidan el código y los criterios (por ejemplo, el *doping* en cualquier deporte). Algo similar ocurre con el fraude o la corrupción en el caso del sistema político. Allí donde los códigos no son suficientes para controlar los sistemas, se requiere del *apoyo externo* de la moralidad. En el caso del sistema político, esto ocurre cuando las transgresiones del código político minan la confianza en el funcionamiento del sistema o llegan incluso a inhibir su funcionamiento. En estas situaciones, parece requerirse la intervención externa de la moralidad para reestablecer códigos y criterios. Sin embargo, el núcleo duro subsiste: el sistema político sólo puede funcionar y autocontrolarse con base en criterios políticos, no morales. Ello no significa la obsolescencia de los criterios morales en las sociedades complejas, *sino más bien que el sistema político mismo fija el alcance de la intervención de la moralidad.* Y lo mismo ocurre con otros subsistemas funcionales.

Así, el espacio público no es ni el lugar de despliegue de una política condenada a la hipocresía, de una política moralmente correcta que no pretende lu-

char por el poder, ni la expresión de la voz moral de la sociedad. Opera como reductor de la contingencia jurídica y política, como “contextualizador” de la decisión, etc., pero no tiene relación privilegiada ni con una moralidad societalmente encarnada ni con una universalidad lograda o lograble por medio de la argumentación. En ocasiones extremas (fraude, ilegalidad, corrupción) la moralidad parece “cortar” transversalmente el código político, allí donde su propio funcionamiento aparece amenazado por el quebrantamiento de reglas específicas.

De esta manera, la problemática del espacio público se “descarga” de la cuestión de la integración, del consenso en sentido fuerte, de su pretendida ligazón con una moralidad socialmente encarnada, y por otro lado apunta a un circuito de comunicación que nos permite preguntarnos por qué algo llega a ser tema de discusión, materia de decisión o fenómeno que amerita el juicio político. Nos permite, antes de condenar la irresponsabilidad o de exaltar la dimensión moral, pensar las condiciones de posibilidad de aparición o de constitución de los fenómenos o los temas políticos capaces de movilizar la sensibilidad y la atención, precisamente porque ponen en juego

las diferentes descripciones y tomas de posición, es decir, la pluralidad.

En todo caso –y la cuestión queda abierta–, esta última forma de “desconectar” el espacio de lo público y la voz de la moralidad nos permite recordar dos cosas: que quien habla en nombre de la moralidad, efectivamente ya no habla en nombre de toda la sociedad, y que más que la garantía de articulación con la moralidad, el principio de publicidad parece aludir hoy a lo razonable de la decisión y a la posibilidad de un campo de visibilidad, es decir, a un horizonte que deja abierta la visión de alternativas, la posibilidad siempre presente de que las cosas sean de otra manera.

3. LOS DIAGNÓSTICOS SOBRE LA CRISIS DEL ESPACIO PÚBLICO

TANTO LAS distintas reivindicaciones de un “espacio” (entendido como la existencia de un conjunto de problemas, el lugar para su tratamiento o la forma misma de tratarlos) para aquello que es común a todos como los diferentes alcances atribuidos al principio de publicidad ponen de relieve una cierta idea de lo que puede significar “racionalizar” el poder político.

Según la herencia ilustrada, este principio alude a *la argumentación pública y la discusión racional desplegadas sobre la base de la libertad formal y la igualdad de derechos*. Según cierta versión del republicanismo, alude *al reparto del poder y la gestión y a la vigencia plena de la legalidad*. Según el núcleo

de la tradición liberal, a *la posibilidad de control y de responsabilidad (accountability) de la autoridad pública*.

Si estos tres principios (que no son excluyentes) son puestos en relación con el eje histórico que revisamos al principio de este trabajo (modelo clásico, moderno-ilustrado, sociedad de masas, sociedad funcionalmente diferenciada), cabe preguntarse por las recuperaciones, redefiniciones y abandonos a que las transformaciones históricas obligan a la teoría. El debate en torno a la noción de espacio público de los últimos años da testimonio de esos intentos de redefinición, así como de los inevitables tonos de “caída” o de nostalgia a los que parecen condenar ciertas posiciones. Si el advenimiento de lo que se dio en llamar “la sociedad de masas” sacó a debate tanto el ideal clásico como el ilustrado de espacio público (con “el advenimiento político de la cantidad”), el tránsito a lo que ahora se da en llamar “la sociedad de los medios” parece, para algunas posiciones, significar el total colapso de esos ideales cuando no “la realización del espanto”. La omnipotencia de los medios de comunicación, la tiranía de la opinión pública, hablan no sólo de la fragilidad de la imagen de una comunidad ilustrada que argumenta, sino también,

paradójicamente, de los resultados desmesurados de la vigencia del principio de publicidad, resultados que irían en contra de la legalidad y de los procedimientos de la democracia representativa.

Así, para algunos, el apego al derecho entendido no sólo como respeto a la legalidad, sino como una suerte de sensibilidad ético-política, se habría visto desplazado por consideraciones tácticas, de impacto público, etc., liquidando el carácter “jurídico” del espacio público (“estructurado por un principio argumentativo y regulado por el imperativo categórico de respeto a la integridad personal, la libertad individual y la soberanía del ciudadano”).⁴¹ Para otros, la omnipotencia de los medios ya estaría conduciendo a una democracia de nuevo tipo, democracia de la opinión pública, caprichosa, oportunista, anárquica y protopopulista.⁴²

La valoración crítica de esta nueva transformación representada por la inevitabilidad de los medios

⁴¹ Jean-Marc Ferry, “Las transformaciones de la publicidad política”, en *id.*, *El nuevo espacio público*, Gedisa, Barcelona, 1992.

⁴² Alain Minc, *La borrachera democrática*, Ediciones Temas de Hoy, Madrid, 1995.

de comunicación no puede ser abordada aquí. Sólo cabe reconocer que el impacto de esos medios nos habla de una potencial extensión horizontal y vertical del espacio público. Horizontal, en tanto supone que la comunicación se expande más allá de los límites nacionales de las sociedades civiles; vertical, en tanto nuevos sectores se incorporan a la comunicación. La extensión vertical se relaciona también con la escenificación y tematización de “episodios hasta hace poco relativamente privados de la intimidad profesional, conyugal o familiar y, más allá, de la intimidad última de los fantasmas inconscientes y de las angustias reprimidas”.⁴³

Ello, entre otras cosas, estaría redefiniendo los umbrales de lo que parecía “digno” de comunicación. Para la concepción clásica, se trataba de límites de algún modo fijos que separaban aquello que para florecer debía ampararse en la penumbra de la intimidad y aquello que requería de la luz pública para mostrarse. Habermas señalaba cómo la esfera pública burguesa había surgido en gran parte del intercambio público de experiencias privadas (en la

⁴³ J. M. Ferry, *op. cit.*

novela, en los epistolarios). Sin embargo, también aquí los límites eran claros, tal vez marcados por los criterios de decencia y buen gusto de la cultura burguesa. Para Luhmann, en principio no había límites, sino condiciones, es decir, manejo de las reglas de atención para la transformación de las cuestiones en “temas públicos”. Podríamos entonces hablar de una ampliación de los temas potencialmente públicos.

Otro tipo de diagnósticos, particularmente referidos a América Latina, nos hablan de un eclipse de lo público en un sentido algo diferente, es decir, en relación con el debilitamiento del orden legal en un determinado territorio. Un rasgo importante de esta crisis de la dimensión pública hace referencia al debilitamiento de la publicidad como visibilidad y control. El Estado se habría vuelto incapaz de garantizar la dimensión pública (legal) tanto a lo largo y ancho de un territorio nacional como a través de circuitos de estratificación (la aparición de zonas de violencia privada, circuitos regionales de poder virtualmente privatizados). Falta dimensión pública porque el orden legal resulta frágil para tornar previsibles las acciones y orientar el cálculo social. En estas situaciones, no hay mecanismos de control y ejercicio de la responsabilidad “horizontal” que vuelvan públicas las

decisiones, en el sentido de visibles y manifiestas y, por tanto, controlables. Vulnerado el ejercicio del control y la responsabilidad pública, la distinción entre las esferas del interés público y el privado se vuelve borrosa. Este tipo de diagnósticos tiene la virtud de hacer resaltar que más allá de las divergencias en la caracterización, esta dimensión de “responsabilidad” (*accountability*), de legalidad y de control público sigue siendo elemento central de cualquier concepción contemporánea del espacio público.

Un último tipo de diagnósticos apuntaría a la necesidad de fortalecer el espacio público, considerado como espacio comunitario de convergencia ciudadana. En este caso, el espacio público es pensado como espacio común y como espacio de aparición. Se trataría de un conjunto de prácticas de reconocimiento público de la individualidad, diferente del aislamiento del ámbito privado o de las transacciones del intercambio. El espacio público aparece entonces como lugar de gestación de una comunidad basada en el reconocimiento mutuo, emergente en la aparición visible y manifiesta de los ciudadanos, en principio accesible a todos. Espacio de expresión de una sociedad civil plural, de sus aspiraciones, valores y propuestas, espacio de gestación de identidad ciudadana y nú-

cleo de integración compensatoria frente a la racionalidad técnico-instrumental del mercado y la lógica burocrática del gobierno. Así, el espacio público podría constituir esa comunidad ciudadana que, por un lado, articularía las carencias generadas por procesos de modernización acelerada y excluyente, sin representar, no obstante, una vuelta a la afirmación de identidades colectivas homogéneas.⁴⁴ El problema de este tipo de invocaciones es que básicamente se sigue asociando espacio público con algún tipo de pertenencia comunitaria, con la búsqueda de certezas y pertenencias y con la función de integración social.

Tal vez con una noción menos exorbitante de espacio público las cosas puedan ser vistas de otra manera. En principio, hemos tratado de separar la idea de espacio público-político de la idea de comunidad. No es que “lo público” del espacio público pierda su referencia a lo común y lo general, sino que esta referencia no puede ser ya interpretada en términos ni

⁴⁴ Una posición de este tipo ha sido sostenida por Norbert Lechner, en “El ciudadano y la noción de lo público”, en *Leviathan*, núms. 43-44, Fundación Pablo Iglesias, primavera-verano de 1991. Véase también, del mismo autor, “Modernización y modernidad: la búsqueda de la ciudadanía”, en varios autores, *Modernización económica, democracia política y democracia social*, El Colegio de México, México, 1993, pp. 63-75.

de “pertenencia colectiva” ni de “centro de autorreflexión” de la sociedad. No hay asuntos comunes y generales predefinidos, sino que éstos llegan a ser tales cuando se constituyen mediante su aparición en el espacio público. Por ello, la referencia a lo común y general distinta de lo particular privado sigue presente, sólo que ahora parece remitir a la forma de procesamiento dentro de la comunicación política y a las posibilidades de captar la atención de un público o públicos más amplios.

Esa referencia a la capacidad de movilizar la atención no contradice necesariamente el marco jurídico de la decisión. Pensar en términos de una circulación de comunicación en la cual el derecho desempeña el papel central de orientador del cálculo social, elemento de estructuración y selección de temas, abre en cambio otras posibilidades. Ello nos permite ir más allá de la alternativa “o apego al derecho o sensibilidad ante la opinión pública”, es decir, más allá de la alternativa de legalidad o “política”.

Por otra parte, el principio de publicidad, aun separándose de la idea de una constitución intersubjetiva capaz de generar un saber válido y motivos de atención deliberada, y separándose también de toda

idea de transparencia, puede mantener vital su sentido de volver “visible y manifiesto” (en oposición al designio oculto o secreto). Es decir, que lo definitivo no es tanto la calidad argumentativa ni la posibilidad de consenso, sino la publicidad de los actos, la circulación y atención a la información y la posibilidad de que se den opiniones plurales en torno a temas que movilizan la atención.

Todo ello obliga a la reflexión, a tener más en cuenta un análisis fenoménico en política (cuál es el grado de visibilidad, cómo se construyen los temas, cómo se describen los contextos y, finalmente, cómo se procesa el juicio reflexivo del espectador y el analista). El principio de argumentación (tal vez en el sentido más módico de las condiciones de enunciación en la retórica política y en la fundamentación legal), la legalidad como marco no “negociable” de vez en vez y la posibilidad de control y responsabilidad ante un público siguen estando indefectiblemente asociados a esta idea de espacio público a la altura de las sociedades complejas. Tal vez se haya desvinculado del supuesto de racionalidad en sentido fuerte, así como de su adhesión a un “sujeto” soberano (pueblo o público) y de toda identificación con una moralidad societalmente enraizada. Y, sin embargo,

sigue conservando, en términos de visibilidad, control, previsibilidad y ejercicio de la responsabilidad, mucho (tal vez todo lo que se puede) de la vieja aspiración a racionalizar el poder.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

BOBBIO, NORBERTO, *Estado, gobierno y sociedad*, FCE, México, 1987.

FERRY, JEAN-MARC, Y DOMINIQUE WOLTON, *El nuevo espacio público*, Gedisa, Barcelona, 1992.

GARZÓN VALDES, ERNESTO, "Acerca de los conceptos de publicidad, opinión pública, opinión de la mayoría y relaciones recíprocas", en *Doxa*, Cuadernos de Filosofía del Derecho, Alicante, 1993.

HABERMAS, JÜRGEN, *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gilli, Barcelona, 1981.

KANT, EMMANUEL, *La paz perpetua*, Espasa-Calpe, Madrid, 1946.

LUHMANN, NIKLAS, *Teoría política del Estado de Bienestar*, Alianza, 1993.

SOBRE LA AUTORA

NORA RABOTNIKOF MASKIVKER, nacida en Buenos Aires, Argentina, es doctora en filosofía por la Universidad Nacional Autónoma de México. Actualmente es investigadora titular del Instituto de Investigaciones Filosóficas de la UNAM. Ha sido profesora del posgrado de la Facultad de Filosofía y Letras de la misma Universidad, de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, del Instituto de Investigaciones “Doctor José María Luis Mora”, de la Universidad de Buenos Aires y de la Universidad de la República, en Montevideo, Uruguay. Es integrante del Consejo de Redacción de la *Revista Internacional de Filosofía Política*.

Entre sus publicaciones se encuentran el libro *Max Weber: desencanto, política y democracia*, IIF-

UNAM, México, 1989 y, en colaboración, *La tenacidad de la política*, IIF-UNAM, México, 1996. Es autora de numerosos artículos sobre temas de filosofía política y teoría social, entre ellos: “De la política según Luhmann”, en *Revista de Ciencias Sociales*, núm. 2, Universidad Nacional de Quilmes, Argentina, 1995; “El fortalecimiento del espacio público como componente del proyecto democrático en América Latina”, en *Ética e o Futuro da Democracia*, Lisboa, 1995; “Lo público y sus problemas: notas para su reconsideración”, en *Revista Internacional de Filosofía Política*, núm. 2, UAM-UNED, Madrid, 1993; “El retorno de la filosofía política: notas sobre el clima teórico de una década”, en *Revista Mexicana de Sociología*, núm. 4/1992, UNAM, México, 1993; “Racionalidad y decisión política”, en León Olivé (comp.), *Racionalidad. Ensayos sobre racionalidad en ética, política, ciencia y tecnología*, IIF-Siglo XXI, México, 1988; “Las ambigüedades de la democracia”, en *Cuadernos de ClaeH*, Montevideo, 1988; “Legitimidad y verdad: la filosofía política en la encrucijada”, en *Sociológica*, núm. 2, UAM-A, México, 1987, y “Espacio público: caracterizaciones teóricas y expectativas políticas”, en *Enciclopedia Iberoamericana de Filosofía*, vol. 18, Madrid (en prensa).

EL ESPACIO PÚBLICO Y LA DEMOCRACIA MODERNA

SE TERMINÓ DE IMPRIMIR en la ciudad de México durante el mes de abril de 1997. En su composición se utilizó tipografía Times Roman de 8, 12 y 13 puntos, y Roman de 24 y 40 puntos. La edición, de 5,000 ejemplares, estuvo al cuidado de la

Dirección Ejecutiva de
Capacitación Electoral y Educación Cívica
del
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL