

Moral y
transparencia

Capítulo

IV

EL PRINCIPIO DE PUBLICIDAD O LA RECONCILIACIÓN DE LA MORAL Y LO POLÍTICO

UN PRIMER PASO PARA EVITAR EL MORALISMO ANTIGUO SIN CAER EN EL IMMORALISMO O, SI SE PREFERE, EN EL AMORALISMO DE MAQUIAVELO,

lo da el otro gran fundador del Estado moderno, Thomas Hobbes¹⁹. El pensador inglés reintroduce la noción de justicia, pero ésta no debe requerir otra cosa sino el respeto de la promesa dada, y es el Estado el que debe garantizar su cumplimiento (Leviatán, XVI). Pero también se puede apreciar que el mismo Hobbes introduce el principio de publicidad de las leyes:

Pertenece al mismo poder supremo el poder dictar algunas reglas comunes para todos los hombres y declararlas públicamente, mediante las cuales cada uno pueda saber qué puede ser llamado [...] justo, qué injusto [...], qué bueno, qué malo; es decir, brevemente, qué debe ser evitado en nuestro curso normal de vida²⁰.

Hobbes da así un primer paso hacia la noción de “seguridad jurídica” y la exigencia de previsibilidad de las acciones del Estado (lo que hoy en día el derecho constitucional alemán denomina protección de la confianza respecto a la ley). En adelante, una de las características del Estado moderno será la tendencia progresiva a reducir la incertidumbre de los gobernados (primero respecto a la vida, luego respecto a la propiedad y así sucesivamente). Si bien en estos aspectos Hobbes es innegablemente revolucionario, fuera de ello, Hobbes es el pensador del Leviatán. En la misma frase citada se puede observar que la certeza jurídica se consigue, para Hobbes, sólo al costo de que el problema de lo justo y de lo injusto, lo bueno y lo malo, e incluso de lo verdadero y de lo falso, se disuelvan ante el poder supremo y la majestad del Estado. El Estado tiene respecto a todo ello la última palabra. De esta manera, el Estado se vuelve el monopolio del poder fáctico y simbólico, tanto del uso de la violencia como de la inter-

pretación legítima. Pero vale insistir en que Hobbes considera necesaria esta prominencia absoluta del Estado, ya que para el pensador inglés, dejar libre juego a la razón pública es introducir el pluralismo de las opiniones y volver al problema inicial, que buscaba resolver por medio del Leviatán todopoderoso: el de la guerra provocada por el derecho de todos a todo y por la lucha irrefrenada de las subjetividades y de las opiniones. Visto bajo este último aspecto, la obra de Hobbes no puede sino favorecer el absolutismo.

Justamente como reacción al absolutismo, la necesidad de limitar el poder será cada vez más acentuada conforme progresa el pensamiento político moderno. En efecto, si Maquiavelo sostiene que el príncipe tiene libertad irrestricta y derecho al secreto, en virtud de sus responsabilidades y de la técnica que requiere el ejercicio del poder, son justamente las mismas razones —a saber, la importancia y las particularidades de sus funciones— que

harán que el pensamiento posterior exija transparencia y control sobre sus acciones. Así, para Montesquieu, el secreto del gobernante es sospechoso porque sólo es necesario si la autoridad “...tiene tantos defectos, que debe temer exponer a pleno día su estupidez natural. Está escondido y se ignora el estado en el que se encuentra”²¹. Se sigue, efectivamente, que por su importancia el poder deba ser controlado y protegido de sí mismo por medio de la división de poderes, pero también por parte de la opinión de los ciudadanos.

Que la opinión aparezca ahora como una nueva instancia de legitimidad —que el príncipe deba ser temido pero se cuide sobre todo de no ser odiado por su pueblo— es consecuencia de la misma visión del poder que ofrece Maquiavelo en *El Príncipe*. El imperativo de disimular y manipular la opinión sólo se puede entender porque, en realidad y en última instancia, se depende de ella. Si la opinión gobierna el mundo, es necesario gobernar la

opinión (como se cuenta que dijo Voltaire en un momento de maquiavelismo intelectual). Por lo tanto, de forma paradójica, la afirmación maquiavélica del secreto como instrumento del poder, lo degrada. ¿Por qué? Porque ahora sólo se trata de una técnica a disposición de cualquier hombre que pretenda gobernar. A partir de la radical transformación conceptual que hace Maquiavelo, el gobernante ya no ocupa el lugar excepcional que le confería el pensamiento premoderno y que le permitía ejercer el secreto sin tener que rendir cuentas a sus súbditos, fuera en virtud de una relación privilegiada y trascendente a la verdad, como es el caso de Platón, o a la divinidad, como había sido durante la Edad Media. De manera consecuente, en el contractualismo de Hobbes el gobernante no es sino un representante que actúa en lugar del gobernado. En su ópera “*La Flauta Mágica*”, Mozart hará popular esa igualdad fundamental entre el gobernante y el gobernado, cuando al encontrarse

por primera vez el príncipe Tamino con Papageno, el primero le pregunta al segundo:

Príncipe Tamino: Dime, alegre amigo, ¿quién eres tú?

Papageno: ¿Que quién soy yo? ¡Vaya pregunta! Pues un hombre, al igual que tú.

A PARTIR DE LA RADICAL TRANSFORMACIÓN CONCEPTUAL QUE HACE MAQUIAVELO, EL GOBERNANTE YA NO OCUPA EL LUGAR EXCEPCIONAL QUE LE CONFERÍA EL PENSAMIENTO PREMODERNO Y QUE LE PERMITÍA EJERCER EL SECRETO SIN TENER QUE RENDIR CUENTAS A SUS SÚBDITOS.

Como lo hace patente la reacción de Papageno, que se pretenda exigir, como lo hace Hobbes, que una vez realizado el contrato que funda la sociedad política, los contratantes se opaquen como sujetos libres y cedan para siempre la mayor parte de sus derechos al Estado, será algo que no podrá ser aceptado por las generaciones posteriores. Mejor dicho, una vez popularizada la idea de que el pueblo es el fundamento de la soberanía, se entenderá como una paradoja o como una franca e incongruente contradicción la concepción de Hobbes: la de realizar un convenio con el fin de defenderse de los zorros (los demás individuos) y terminar, así, colocándose definitivamente bajo las garras del león (a saber, el Leviatán-Estado). Se entiende que, pocos años después de Hobbes, Locke no tarda en defender que la relación entre representados y representantes, entre ciudadanos y gobernantes, deba ser una relación de confianza (trust). Es decir, ella consiste en un mandato

revocable en cualquier momento. Esta evolución muestra que, por la radicalidad con la que describen los cimientos del poder, Maquiavelo y Hobbes dan pie al absolutismo. Pero, paradójicamente, esa misma radicalidad hace posible la negación del absolutismo al hacer del pueblo el único fundamento de la legitimidad política en el mundo moderno.

Bajo la perspectiva de este nuevo fundamento de la legitimidad política, el secreto como política sistemática de Estado se vuelve insostenible. Como bien subraya Bernard Williams: “existen vínculos privilegiados entre el gobierno y el pueblo, y es una violación de esta concepción permitir que el secreto o la disimulación se inmiscuyan entre el pueblo y aquél a quien éste le encargó el poder”²². No sorprende que, unos setenta años más tarde, a la muerte de Locke, este reproche en contra de las prácticas secretas del Estado surja entre algunas de las grandes personalidades de la Revolución francesa. Así, por su

relación al secreto y a la publicidad, Camille Desmoulins contrasta la república y la monarquía:

La monarquía hace todo en el gabinete, en comités y a través del solo secreto; la república, todo en la tribuna, en presencia del pueblo y a través de la publicidad, por lo que Marat llamaba hacer un gran escándalo. En las monarquías, el fundamento del gobierno es la mentira, engañar es todo el secreto del Estado; la política de las repúblicas, es la verdad²³.

Naturalmente, Desmoulins asocia la publicidad al escándalo: si el pueblo puede conocer, entonces se puede indignar. Pero es de notar, en este mismo texto, que si la monarquía, asociada inevitablemente con el ejercicio del secreto, no produce escándalos (en plural), no es tanto porque los esconde; sino ante todo, porque ella misma es un escándalo en tanto régimen político. Ya sea con la república o la monarquía nos

encontramos en una situación, en el siglo XVIII, en la que es inevitable que entre en juego la conciencia moral del público o del pueblo. Después de Maquiavelo y Hobbes, y como reacción al absolutismo, la publicidad se presenta como el medio —necesario y solicitado en un mundo en que la opinión pública juega un papel de importancia creciente— a través del cual se pueden conciliar de nuevo la moral y la política. Es el filósofo alemán Emmanuel Kant quien elabora la mejor expresión teórica al respecto. Se trata de oponerse a la opacidad en el ejercicio del poder por parte del príncipe tal y como lo describe Maquiavelo; también, sea dicho de paso, se asienta en contra de su paternalismo (si aceptamos que la obra mayor de Maquiavelo refleja una moral utilitaria²⁴), de quien pretende saber qué es bueno para todos. Al mismo tiempo, es la respuesta que permite resolver el problema del Estado conformado por un pueblo de demonios, individuos como Giges, que quieren al mismo

tiempo leyes universales y, en cada caso y llegado el momento, estar exentos de esas mismas leyes. Contra estos males y con el fin de restablecer el equilibrio entre la moral y la política, Kant postula el principio de publicidad:

Todas las acciones relativas al derecho de otros hombres cuya máxima sea incompatible con la publicidad, son injustas²⁵.

La publicidad es un bien, en tanto que es defensa y garantía contra el secreto y la arbitrariedad de la autoridad, puesto que incluso en los casos más virtuosos, el gobernante estará tentado a actuar, al igual que Giges, de forma secreta y conforme a sus intereses personales. Pero sobre todo, vale la pena insistir en ello, el principio de publicidad es, a un mismo tiempo, un principio jurídico y ético que permite conciliar el ejercicio del poder con el tribunal de la opinión pública. Puesto que el fundamento último del poder es la opinión de los gobernados, la obliga-

ción de justificar las políticas públicas ante aquellos que son afectados por ellas, será el pedestal de la legitimidad en la teoría política. Sólo bajo la publicidad y la rendición pública de cuentas, de las leyes y de los actos del gobierno se puede dar sustento al consentimiento de los ciudadanos. Renunciar a la publicidad, como dirá en algún momento

LA PUBLICIDAD ES UN BIEN, EN TANTO QUE ES DEFENSA Y GARANTÍA CONTRA EL SECRETO Y LA ARBITRARIEDAD DE LA AUTORIDAD.

el gran pensador liberal Benjamín Constant, es renunciar a “nuestro” poder.

Ahora bien, debemos confesar que el principio de publicidad puede ser concebido como útil a la democracia sin que sea necesario vincularlo a la moral. Al menos así lo entiende el padre de una de las grandes corrientes intelectuales del mundo moderno, Jeremy Bentham.

Desde el punto de vista de la moral utilitaria, la publicidad no tiene un valor moral en sí. Como lo anotan Amy Gutmann y Dennis Thompson, para Bentham “la publicidad es sólo un mecanismo para hacer que el interés personal de los funcionarios coincida con el interés general”²⁶. Como ya se ha mencionado, existe una cierta familiaridad entre la filosofía utilitaria y Maquiavelo, de aquí

que, en aras del bien mayor, cierto tipo de mentiras puedan ser aceptables para Bentham, lo que es una regresión con respecto al punto de vista de Kant. Ahora bien, para entender la importancia de la reflexión de Kant y su relación con la esfera privada, es necesario volver de nuevo al mundo antiguo.