

<b>2. CONCEPCIONES DEL ESPACIO PÚBLICO Y FORMAS DE PENSAR LA POLÍTICA</b>	<b>41</b>
<b>2.1. El argumento conservador: el espacio público como expresión moral de la sociedad civil y la crisis de lo político</b>	<b>42</b>
<b>2.2. El argumento emancipador: el espacio público como escenario de racionalización del poder administrativo o de generación de poder comunicativo</b>	<b>49</b>
<b>2.3. El argumento sistémico: el espacio público como filtro del sistema político y la formación de temas</b>	<b>57</b>

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

---

P  
ARA 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”.<sup>22</sup> 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 conceptualización de R. Koselleck sintetiza esta visión.<sup>23</sup>

<sup>22</sup> 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 neorpublicanismo.

<sup>23</sup> 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.<sup>24</sup>

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

---

<sup>24</sup> *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”;<sup>25</sup> 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-políticas<sup>26</sup> 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.<sup>27</sup>

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.<sup>28</sup> En Habermas aparece así la contraparte de la “condena” de

---

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

<sup>26</sup> E. Kant, *La paz perpetua*, Espasa-Calpe, Madrid, 1946.

<sup>27</sup> E. Kant, *Political Writings*, Cambridge University Press, Cambridge, 1979.

<sup>28</sup> “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”.<sup>29</sup>

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

---

<sup>29</sup> 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 instaaura ni reemplaza al poder, pero que tampoco se limita a “controlarlo”. Y es allí también donde el ámbito privado<sup>30</sup> hace llegar sus razones y demandas para

---

<sup>30</sup> “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 entretienen 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.<sup>31</sup> 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

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

de una estructura pública,<sup>32</sup> no programadas para la toma de decisiones y en ese sentido no organizadas”.<sup>33</sup> 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 “comunitarismo 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

---

<sup>32</sup> Aquí, “pública” parece ser usada como “estatal”.

<sup>33</sup> 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.<sup>34</sup>

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

<sup>34</sup> 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 desafortunadamente 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 político 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.<sup>35</sup> 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.<sup>36</sup>

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

<sup>35</sup> *Ibid.*, p. 93.

<sup>36</sup> 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”.<sup>37</sup> “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*”.<sup>38</sup>

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

<sup>37</sup> “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).

<sup>38</sup> *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”*.<sup>39</sup>

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-

<sup>39</sup> *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. Afirmer 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.<sup>40</sup> 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-

---

<sup>40</sup> 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 logtable 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.