



¿Qué es lo público?

Pablo Rosas

Practicante - Ipsos Public Affairs

Pablo.Rosas@ipsos.com

La palabra “público” forma parte de nuestro vocabulario cotidiano, pues la usamos a menudo especialmente quienes hablamos de política. Es más, en Ipsos yo trabajo en el área de “Public Affairs”, pero ¿qué es realmente lo público y cómo definirlo?

Para Hannah Arendt, filósofa del siglo pasado, lo público está constituido por dos componentes: publicidad y mundo en común. Con publicidad se refiere a un espacio de aparición que puede ser percibido por todos. En este sentido, lo público es “aquello que ven y oyen otros al igual que nosotros”. Por otro lado, con mundo común se refiere, en simple, a una realidad compartida, la cual podemos imaginar como una mesa entre dos comensales, que tanto los une como los separa.

De aquí que para Arendt lo público sea lo que nos permite ser una “comunidad” a pesar de nuestra pluralidad. En realidad, a partir de ella. Para la filósofa, lo público es tanto espacio de aparición como realidad compartida.

Esta concepción de lo público es especialmente rica para cuestionar el estado actual de esta esfera en nuestra sociedad y la existencia de una comunidad peruana. ¿Existe un espacio de aparición a vista de todos a nivel nacional? ¿Compartimos todos los peruanos un mundo en común? Para muchos, la fragmentación de intereses e identidades, así como la orientación al consumo que la modernidad trajo consigo, han degenerado lo público en tanto espacio de acción libre.¹

Pero ¿por qué es tan importante lo público? Como buena comunitarista, Arendt piensa la política de manera amplia, como una actividad inherente a los hombres y mujeres en general y como ciudadanos en particular.² De aquí que sea la acción política la que crea la condición para el recuerdo, para la historia. Es la acción política, entonces, la capacidad humana que nos hace libres y es el espacio público la condición y fin de dicha acción. Allí donde las personas se juntan a discutir sobre lo común, están creando una esfera pública, un fórum para la acción.

Es también en estos espacios donde se crea lo que llamamos la opinión pública. Para el filósofo alemán Jürgen Habermas, esta se forma a partir de opiniones personales que se transforman mediante el debate racional hasta llegar a convertirse en opinión

¹ Ver “Historia y Crítica de la Opinión Pública” de J. Habermas, o leer a la misma Arendt en “La Condición Humana”

² Ver “Democracia y nueva articulación entre privado y público. El problema de los espacios públicos” de Pepi Patrón en Fracturas en la gobernabilidad democrática.

pública. El debate es condición necesaria para la constitución de la opinión pública y el alemán diagnostica que este está en decadencia.

Para él, en las sociedades contemporáneas el “público que razona” se ha convertido en el “público que consume” y se ha perdido así la noción del interés general. Muchos otros comparten esta opinión, Bourdieu incluso se atrevió a exclamar “la opinión pública no existe” en una conferencia en Paso de Calais en 1972. Según el francés, al no existir debate en la formación de la opinión pública, las encuestadoras tan solo suman opiniones individuales así creando un “efecto de consenso”, el cual no es más que una ilusión.

Pero la situación hacia adelante es algo alentadora. En el Perú sí existen espacios crecientes y florecientes de debate de temas comunes. A los tradicionales foros como CADE y Perú 2021 (entre otros) que nacieron para cubrir esta necesidad, se le suman las redes sociales en franca expansión democratizadora. En ellos se discuten temas del “mundo en común” en pos de un interés general. ¿Qué pensarían Arendt y Habermas?, ¿son estos los nuevos espacios públicos?

Habermas propone ciertos requerimientos para el ejercicio del debate racional que se resumen en un diálogo libre y sin restricciones entre individuos. Cabe preguntarnos entonces si en nuestros actuales espacios son verdaderamente libres todos los participantes o si algunos son favorecidos a costa de otros. Por su lado, Arendt presupone que dichos espacios están a vista de todos, ¿lo están las redes sociales? Las propuestas de ambos filósofos son demasiado ambiciosas y hasta utópicas, pero no por eso dejan de agregar a valor a nuestro entendimiento de lo público.

Creo que el gran valor que tienen Twitter, Facebook y otras redes sociales con las que han crecido los “Millenials” radica en la oportunidad de debatir y crear opinión pública, es decir de ser utilizados para la acción política como capacidad libre y autónoma del hombre.

Con todas las desigualdades propias del caso peruano, nunca antes el acceso a redes fue tan expandido e igualitario. Cabe preguntarnos si estamos en camino de recuperar lo público como espacios diversos y plurales que crean comunidad, y si estamos frente a la oportunidad de construir opinión pública no como sumatoria de opiniones individuales sino como fruto de un debate que garantiza la libertad de sus participantes.

Es así que los espacios públicos son elementos capitales de la vida democrática y merecen ser instaurados y defendidos, pues allí donde se pierde el espacio público desaparece la pluralidad humana.