



¿Cómo se articula la esfera pública y la esfera privada en la actualidad?

Por Alina Díaz J.

Durante largos años se ha debatido sobre las definiciones y evoluciones de dos términos esenciales para entender el desarrollo y funcionamiento de nuestra sociedad: lo privado y lo público. Ambos conceptos han sido estudiados desde diferentes áreas del conocimiento, contraponiéndolos o uniéndolos en base a los viejos o nuevos contextos sociales en los cuales se sitúan. Más, en esta ocasión, quisiera referirme a esta dicotomía entendiendo lo económico, político y social como tres aristas claves para el desarrollo de este análisis, considerando como eje fundamental a los medios de comunicación, como un espacio mediante el cual se rearticulan y resignifican estas esferas; un lugar desde el cual podemos comprender el funcionamiento tanto de la ciudadanía, donde la opinión pública adquiere relevancia, como del sistema político. En este sentido, la idea fundamental de este ensayo es reflexionar acerca del nuevo escenario al cual se enfrenta tanto lo público como lo privado, principalmente desde la esfera política, bajo una mirada actualizada de lo que hoy en día acontece en nuestra sociedad.

Medios de comunicación como agente visibilizador de lo público y lo privado

Lo privado y lo público han sido parte de nuestra historia desde el momento en que se conformó nuestra sociedad. Si bien es cierto que sus significados han ido modificándose a lo largo de la historia, es importante señalar que estos procesos de evolución y definiciones tienen que ver directamente con el contexto histórico bajo el cual se le estudian. Podemos partir de la base de que el espacio público se configuraba como un lugar en el cual podía ejercerse la publicidad, entendida como *lo que puede absorber y hacer brillar a través de los siglos cualquier cosa que los hombres quieran salvar de la natural ruina del tiempo*¹. Sólo podían participar de él aquellos individuos libres de las necesidades situadas en el espacio privado, el cual se remite a la vida doméstica de la familia, ligada al reino de la necesidad. *En la esfera privada de la familia era donde se cuidaban y garantizaban las necesidades de la vida, la supervivencia individual y la continuidad de la especie*².

A partir del Feudalismo estos dos aspectos comienzan a disuadirse y entremezclarse, ya que no había una esfera pública o privada donde los campesinos (que estaban bajo la mano del feudo) tuvieran la oportunidad de desarrollar el acto de publicidad. Esta sólo la podían ejercer los señores feudales, quienes no representaban a otros, sino a sí mismos y su poder. Es en este momento donde la publicidad representativa y su *evolución está ligada al atributo de la persona: a insignias (consideraciones, armas), hábitos (vestimenta, peinado), gestos (modos de saludar, ademanes) y retórica (forma de las alocuciones (discursos solemnes en general))*³.

¹ Hannah Arendt, *La Condición Humana, capítulo II: La esfera pública y la privada*. Paidós, 1993, Pág. 64

² Idem nota 1, Pág. 61

³ Jürgen Habermas, *Historia y Crítica de la Opinión Pública, capítulo I: "Introducción: delimitación propéutica de un tipo de la publicidad burguesa"*, Barcelona, Gili, 1981. Pág. 47

Sin embargo es mediante el contexto de *un proceso de creciente internacionalización del capital financiero, industrial y comercial, nuevas relaciones políticas internacionales y surgimiento de nuevos procesos productivos, distributivos y de consumo deslocalizados geográficamente*⁴, surgen nuevas aristas que dan un vuelco a esta mirada clásica e inicial de lo público y lo privado, a partir del sistema de producción capitalista. En este contexto y ante las nuevas configuraciones históricas y del proceso de industrialización y producción, la figura del Estado amplía sus funciones. Este pasa de lo meramente político y gubernamental a la administración de la economía, cambiando la forma de relación entre lo público y lo privado.

Es en esta conjunción sale a la luz el intervencionismo, a través de la transmisión de competencias públicas a corporaciones privadas. En este sentido, *el sector de los servicios públicos se extiende sin trabajas porque el crecimiento económico acelerado desencadena la eficacia de factores que transforman la relación de los costos privados con los costos públicos*⁵. Es aquí donde podemos incluir un nuevo elemento indispensable dentro de nuestra sociedad contemporánea, pues los medios de comunicación juegan un rol fundamental como ejes articuladores de lo público y privado dentro de la esfera social. De este modo, podemos decir que en nuestros tiempos, la los medios de comunicación son la herramienta a través de la cual le es posible a la sociedad conocer lo que acontece en el mundo, ya sea en una localidad pequeña, ciudad, región o país, por lo que *no puede uno orientarse en el espacio público sin el saber que se obtiene a través de los medios. Y probablemente tampoco pueda ya ni siquiera aislarse una esfera privada del saber auténtico que procede de la propia experiencia contra la influencia de los medios. Así pues, la realidad es para nosotros realidad mediática, es decir, mediada, mediatizada*⁶.

Es aquí donde el papel de los medios de comunicación adquiere relevancia puesto que en su rol de mediador de la realidad ha sido parte y testigo de cómo *la esfera privada ha sido irremediamente trasladada a la vida pública*⁷, puesto que quiénes son parte de esta última - compuesta principalmente por actores, *aquellos que – tanto si son funcionarios como si son ciudadanos interesados – intentan influir directamente en el curso de los asuntos políticos*⁸ a las que acuden los periodistas a la hora de cubrir una noticia – están expuestos y se les exige responder ante la sociedad ya no sólo como parte de un espacio público, sino que también ante aquello que acontece en su mundo privado que tenga relación de alguna u otra forma una implicancia dentro de la esfera pública, *la zona de poder y conflicto, en términos contextuales y políticos, donde cobra sentido y se practica la cultura de la ciudadanía comunicativa*⁹.

⁴ Verónica Cecilia Pralong, *La globalización y sus efectos, Introducción*, Universidad Católica de Santa Fé, 2001, Pág. 2

⁵ Ídem nota 3, *Capítulo V: "La transformación social de la estructura de la publicidad*, Pág. 178

⁶ Daniel Innerarity, *Realidad, irrealidad y medios. "Realidad e irrealidad de los medios de comunicación"*, Portal Comunicación, en la siguiente URL:

http://www.portalcomunicacion.com/monograficos_txt.asp?id=176&txt=158

⁷ María de la Luz Casas, *Entre lo Público y lo Privado. Un espacio para la convivencia social a través de la comunicación.*, en la revista electrónica Razón y Palabra, en la siguiente URL:

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n55/mcasas.html>

⁸ Vincent Price, *Opinión Pública: Capítulo III*, Paidós, Barcelona, 1994, Pág. 50

⁹ Portal Comunicación, *La ciudadanía comunicativa*, (documento descargable en Word) Pág. 42

Un nuevo lugar de intersección entre lo público y lo privado: el espacio político y su interrelación con los medios de comunicación e Internet

Es la opinión pública, entendida como *el producto/resultado del intercambio, confrontación, deliberación, reacción y discusión de opiniones por diferentes grupos de opinión que comparten intereses, expectativas y motivaciones homogéneas en torno a un tema que interesa a la mayoría*¹⁰, la que finalmente exige y fiscaliza este accionar por parte de quienes se mueven dentro de la esfera de lo público, un espacio que en la actualidad, a fin de cuentas, tiene lugar gracias a y a través de los medios de comunicación, pues *la legitimación del poder democrático exige que los órganos de autoridad y los temas de interés público (comunes/generales) sean procesados de manera visible a todos (manifestación/conocida) y que la participación de los interesados se garantice en su reflexión y discusión pública (abierta). De esta forma, la idea de espacio público funge como un complemento de la democracia*¹¹.

Podemos incluir, por lo tanto, un concepto que en este sentido hoy en día adquiere gran relevancia: la publicidad en términos de política, puesto que *es el principio normativo que posibilita la articulación de lo público y lo privado, de la libertad positiva y la libertad negativa, a través del control de la autoridad (...) donde opera un trabajo de revelación recíproca del poder y del público*¹². Es en búsqueda de esta publicidad que los actores buscan a los medios de comunicación, entendiéndolos como la tribuna mediante la cual pueden llegar a la gente, donde pueden *hacer visibles y conocidas las decisiones, los procedimientos y acciones y las razones del poder político*¹³ de interés general que, finalmente, le atañe a la opinión pública.

Es importante señalar también que dentro del espacio político, entendido como el lugar donde *se trata de decidir y de actuar, esto es, poder en la definición y realización de políticas públicas*¹⁴, las divisiones entre lo privado y lo público se tornan más nebulosas, ya que si bien es cierto la esfera privada era aquella que se remite a la vida personal, esta se traslada a la esfera pública cuando los intereses privados se ven contrapuestos con los públicos. Por lo que la importancia que ha adquirido con el tiempo la esfera privada dentro de la vida pública radica, principalmente, en los conflictos de interés que surgen a partir de la contraposición de ambas esferas, que tiene directa relación con la contradicción que pueda existir entre un discurso o accionar dentro de lo público y de lo privado también, lo que suele ser juzgado por la opinión pública.

En cuanto a los conflictos de intereses, podemos ver que existe una disputa entre la vida pública y privada cuando se transgreden e invisibilizan los límites entre ambas. Esto se debe principalmente por el hecho de que las personas que ingresan a la esfera política -

¹⁰ Ídem nota 9, Pág. 21

¹¹ David Bernal Hernández, *Tesis: La publicidad y la política en el espacio público: una revisión del problema a partir de Rawls y Habermas*, Facultad Latinoamericana de ciencias sociales, México, 2010, Pág. 36

¹² J.C. Cruz Revueltas en *Moral y transparencia, Fundamento e implicaciones morales de la transparencia*, Cuadernos de Transparencia 15, IFAI, México, 2009, Pág.31

¹³ N. Rabotnikof, *En busca de un lugar común. El espacio público en la teoría política contemporánea*, México, UNAM-IIF, 2005, Pág. 17

¹⁴ Ídem nota 9, Pág. 43

cuya actividad durante la esfera privada los ha llevado a desarrollarse y realizarse, al fin y al cabo, como personas públicas en muchos casos – han adquirido diversas propiedades o bienes personales que, una vez dentro de la esfera pública, se transforman en un problema a la hora de tomar decisiones como actores políticos que velan por el bien común. En esta situación, el problema está en que los intereses privados, radicados muchas veces en el área de los negocios, atentan contra los intereses comunes de todos los ciudadanos y de la opinión pública en general.

En este sentido, lo que sucede es que la persona en su rol de actor público, se ve enfrentada a la disyuntiva entre ser, por ejemplo, empresario o ser político. Este suele ser un caso común en nuestra sociedad actual, donde *la tensión público-privado es sintomática y está orientada a una sobreextensión de lo público sobre lo privado en la medida que se alcanzan los límites de la modernidad; una refeudalización de la vida privada*¹⁵. Si bien es cierto que en un principio propiedad y riqueza eran parte de la esfera de lo público, donde la primera significaba tener un lugar donde vivir y desarrollar una familia como condición para ser parte de lo público; posteriormente *la sociedad, cuando entró por primera vez a la esfera pública, adoptó el disfraz de una organización de propietarios que, en lugar de exigir el acceso a la esfera pública debido a su riqueza, pidió protección para acumular más riqueza*¹⁶.

Debido a estos límites poco claros y ambiguos entre lo público y lo privado es que los conflictos de intereses toman un lugar importante, puesto que en el momento mismo en que se advierte de alguna irregularidad en ello, los medios de comunicación visibilizan aquello que parecía ser de la esfera privada, trasladándolo a la pública y haciéndolo parte, finalmente, de lo que es la opinión pública. En este sentido, uno de los casos más conocidos en nuestro país ha sido el del Presidente Sebastián Piñera, quien ingresó al sector público teniendo acciones en varias empresas del sector privado, lo que a la larga lo ha perjudicado en su rol de Mandatario y en la imagen que se ha construido de él la opinión pública, donde, finalmente, ha predominado su identidad como empresario dentro de la esfera privada por sobre desempeño en la pública. Por lo que podemos decir también que *la política aparece, más que el terreno de los partidos o de la sociedad, como un escenario de pugna entre personajes (o de sus imágenes, cuya creación tiene mucho que ver con los medios*¹⁷.

La mediatización de estos conflictos de intereses tuvo que ver principalmente con su rol como actor y figura pública dentro de la esfera política, principalmente por sus compromisos como candidato presidencial, puesto que pese a que anunció que vendería gran parte de sus propiedades, no lo hizo. En esta situación encontramos el caso de LAN, donde poseía el 26% de esta aerolínea y sólo vendió un 15% antes de asumir como Presidente. Algo similar sucedió con el canal de televisión abierta Chilevisión, competencia de Televisión Nacional, canal en el que él nombró el presidente del directorio sin aún

¹⁵ Roberto Aguirre Fernández, *Estudios culturales y segundo orden: Una lectura desde la complejidad*, 2010, Pág. 3

¹⁶ Ídem nota 1, Pág. 73

¹⁷ Efrén Arellano Trejo, *La cámara de diputados en el nuevo espacio público*, Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública, Boletín N° 7, México, Pág. 90

desprenderse de su otra propiedad, tardando varios meses después en venderlo. Asimismo, y pese a que condenara la colusión de las farmacias en nuestro país donde se vieron involucradas las farmacias Cruz Verde, Salcobrand y Ahumada (FASA), su opinión no tuvo peso puesto que poseía acciones en esta última, que terminó vendiéndolas más tarde.

Es necesario, asimismo, recalcar el rol que juega actualmente Internet dentro de lo público y lo privado, puesto que, al igual que los medios de comunicación, se ha transformado en una herramienta de visibilización en el espacio público, pero de forma virtual, por lo que *se pierde el conocimiento del escenario donde se mueve el sujeto, no se puede diferenciar si es público o privado, porque en el ciberespacio se dislocan esos espacios y los sujetos pueden moverse en escenarios diacrónicos y sincrónicos, divergente-convergentes, únicos y múltiples a la vez*¹⁸. Los actores públicos se ven enfrentados a un nuevo escenario, donde se desdibujan los límites entre una u otra esfera, donde lo privado deja de serlo para dar paso a lo público y su visibilización mediante la publicidad, que a fin de cuentas termina siendo *un puente articulador de la moral y la política, como un equilibrio entre los intereses privados y los intereses generales*¹⁹.

Mas las situaciones que se pueden dar en esta esfera virtual tienen directa relación con los hechos reales que acontecen en nuestra sociedad, aquí se da un nuevo espacio de discusión y visibilización, donde *los espacios públicos virtuales se impregnan de cuerpos agitados en los espacios reales, que tienen presencia en lo virtual, por el lenguaje, expresión de lo simbólico, de intercambio de información y conocimiento*²⁰; por lo que, a la vez, existe una correspondencia mutua entre lo que allí se publica y debate y lo que los medios de comunicación tradicionales, por ejemplo, dan a conocer y que es parte de la opinión pública.

Así, finalmente, podemos ver que *las esferas de lo público y lo privado han sido poco estudiadas, particularmente en el ámbito de su vinculación con la participación política. Sobre todo porque regularmente se piensa en la participación política como una expresión exclusiva de la esfera pública y no como una resultante de la racionalidad del sujeto en el campo de lo privado*²¹. En los tiempos actuales existe un escenario distinto dentro del cual se desenvuelven los diferentes actores de nuestra sociedad, donde lo privado y lo público se tornan un espacio de interrelación directa, donde lo uno y lo otro no se separan ni toman distancia entre sí, sino que más bien existe una conexión mediante la cual se invisibilizan sus límites y se entretajan, unen y desunen debido al constante cruzamiento de intereses que surgen entre el mundo del empresariado o comercial y el de la política. Lo que, a su vez, es debatido en la opinión pública mediante la visibilización y publicidad política que otorgan los medios de comunicación, donde hoy en día Internet ha ganado gran terreno como un espacio emergente de debate y notoriedad.

¹⁸ Andrés Merejo, *La esfera de lo público y lo privado en redes digitales*, IV Congreso de CiberSociedad 2009, CiberSociedad, en la siguiente URL: <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/la-esfera-de-lo-publico-y-lo-privado-en-redes-digitales/275/>

¹⁹ Ídem nota 12, Pág. 8

²⁰ Ídem nota 18

²¹ Ídem nota 7