

Derechos y mercancías y el sentido de lo público

FERNANDO ATRIA

RED | DOC MAYO 2015

Derechos y mercancías y el sentido de lo público¹

FERNANDO ATRIA

Abogado, profesor de derecho en la Universidad de Chile y en la Universidad Adolfo Ibáñez. Autor de los libros *On Law and Legal Reasoning* (Oxford: Hart, 2002) y *Mercado y ciudadanía en la Educación* (Santiago: Flandes Indiano, 2007).

Mayo 2015

Una de las características más notorias de la política actual es lo diferente que ella es a la política de los últimos 25 años, a la que nos habíamos acostumbrado. Parfraseando un extraordinariamente influyente texto de Thomas Kuhn, podríamos decir la política de esos 25 años fue “política normal”, es decir una política que discurrió sobre ideas aceptadas acerca de la economía, la política y la sociedad. Dentro de esas ideas había espacio para desacuerdos, pero esos desacuerdos suponían, y no impugnaban, esas ideas aceptadas. Usando el lenguaje del mismo Kuhn, dichas ideas configuraban un paradigma. Lo que tiene de especial la política actual es que está emergiendo un nuevo paradigma, es decir, un nuevo conjunto de ideas sobre la política, la economía y la sociedad.

No me interesa ahora hacer una exposición completa de estas nuevas ideas (algo he intentado hacer al respecto en mi libro **Derechos Sociales y Educación. Un nuevo paradigma de lo público**). Pero necesitamos en todo caso tener un criterio para contrastarlas con las antiguas. La noción de derechos sociales sirve para esto. Porque los “derechos sociales” han constituido el vehículo para la emergencia de estas nuevas ideas. De hecho ellas irrumpieron a propósito de uno de los casos más evidentes de derechos sociales, el de la educación. En rigor la irrupción de estas ideas fue más localizado todavía, porque se trataba de la educación superior, y en particular la universitaria. Las movilizaciones estudiantiles de 2011, que a mi juicio fueron las principales responsables de esta irrupción, reclamaban precisamente la necesidad de transformar la educación superior de modo que ésta no fuera institucionalmente tratada como una mercancía, sino como un derecho social. Pero es importante notar que parte de lo que explica la transformación de la discusión pública producida después del movimiento de 2011 es que la idea que ahí irrumpió no se quedó como una demanda de reforma particular del sistema de educación superior, sino fue progresivamente adquiriendo una pretensión más amplia. Es este camino, de lo particular a lo general, de la transformación de la educación superior a una nueva comprensión de lo público, lo que me interesa comentar en estas líneas. Porque este proceso de desarrollo de la idea inicial no está completado si llega solo a generalizar la idea

¹ Este texto tiene su origen en mi participación en la mesa “Nuevas visiones de economía y sociedad”, realizada el 11 de noviembre de 2014 en el seminario “Crisis de la Sociedad de Mercado”, convocado por el Centro de Estudiantes Ingeniería Comercial (CEIC) de la Universidad de Chile, la fundación Chile 21, la corporación Chile Ambiente, la fundación Progres, Nueva Economía Sustentable (NES) y la Red de Estudios para la Profundización de la Democracia (RED). Mis agradecimientos a los organizadoras por la invitación.

de derechos sociales más allá de la educación. Es necesario un paso adicional, porque la noción de derechos sociales no es suficiente en sí misma, y debe ser vista como una nueva comprensión de lo público. Es esta nueva comprensión de lo público, y su vinculación con la idea de derechos sociales y las transformaciones en educación, las que quisiera comentar aquí.

El punto de partida es la relación que hay entre derechos sociales y mercado o, en rigor, derechos sociales y mercancías. Por definición, dicese de algo que es una mercancía cuando su producción o distribución se organiza a través del mercado. En este sentido, ser una mercancía no es parte de la naturaleza de una cosa, sino consecuencia del contexto institucional de su producción/distribución. La afirmación inicial, entonces, significa que si algo es un derecho social no puede ser una mercancía y si algo es una mercancía no puede ser un derecho social. De esto se sigue que para entender la noción de derechos sociales es importante entender qué es lo que significa que algo sea una mercancía o, lo que es lo mismo, qué es lo que caracteriza al mercado como contexto institucional.

La necesidad de mirar esto con cierta detención y no quedarse en afirmaciones generales se hizo evidente durante la discusión sobre la reforma educacional que culminó en la Ley de Inclusión. Entonces, era común escuchar en la discusión sobre la reforma educacional que si hay elección de los apoderados entonces hay mercado (es decir, que para abolir el mercado en la educación era necesario acabar con la libertad de los padres de elegir el establecimiento de sus hijos). Pero para que haya mercado no es suficiente que quien requiere

la provisión de algo pueda elegir entre quienes se lo ofrecen (por lo que es posible excluir el mercado manteniendo esa libertad de elegir). No todo contexto de intercambio en que hay elección es, en el sentido políticamente relevante (y no en el sentido metafórico que en muchos casos se utiliza por economistas o “expertos en políticas pública”), un mercado.

En este sentido el mercado es un contexto que se caracteriza porque el problema del intercambio ha sido privatizado, es decir, ha sido declarado un asunto que concierne solamente a las partes que participan o esperan participar de él. Es decir, cuando algo se distribuye conforme a la lógica de mercado, el supuesto es que quienes tengan necesidad de eso concurrirán al mercado en busca de un proveedor con quien intercambiar. Cada uno concurre al mercado con la expectativa de que en él encontrará a alguien dispuesto a intercambiar lo que uno tiene por lo que uno quiere. El mercado, por cierto, no asegura que esa expectativa será realizada. Es parte de la lógica del mercado que el intercambio es contingente, es decir, que no hay garantía institucional de que quien quiere contratar podrá hacerlo. Y quien no encuentre a alguien dispuesto a intercambiar lo que él quiere por lo que él tiene verá su expectativa frustrada, y su necesidad quedará insatisfecha (o parcialmente satisfecha).

Al decir más arriba que una de las características del mercado es que el intercambio ha sido privatizado estaba diciendo que este problema (la insatisfacción del que no encontró a alguien dispuesto a contratar con él), es entendido como un asunto privado, que no justifica un reclamo público de contenido político. En este sentido podemos

decir que la distribución de las mercancías es un problema privado. En rigor podríamos decir algo más fuerte: “Mercancías” son las cosas cuya distribución no es un problema público. Esta segunda formulación es mejor que la primera porque deja en claro que el mercado no tiene solo una dimensión instrumental. Cuando consideramos, por ejemplo, la posibilidad de introducir un mercado que antes no existía, no estamos solo considerando una cuestión instrumental de si la cosa en cuestión quedará distribuida de modo más eficiente etc.; estamos también discutiendo sobre cómo entendemos a esa cosa: si como una mercancía o (por ejemplo) un derecho. Los derechos, a diferencia de las mercancías, son posiciones del individuo cuya protección y defensa son un problema público, por lo que cuando ellos no son satisfechos plantean en principio un problema de relevancia política. Cuando a principios de los años 80 la educación pasó en Chile a organizarse como un mercado, eso no solo cambió la manera de distribuir educación, cambió lo que la educación era.

Ahora bien, decir que el mercado es la privatización de la distribución es una manera de caracterizar el mercado por sus efectos, no por su carácter. ¿Qué hay en el mercado que implica este efecto privatizador? Para responder esta pregunta podemos partir de un punto que ya hemos observado: en el mercado el intercambio es contingente, no hay garantía institucional de que habrá intercambio. El tipo de garantías institucionales que el mercado excluye asume normalmente la forma de deberes de provisión. El mercado, por consiguiente, es un contexto en el que, en principio (y salvo excepcio-

nes), nadie tiene el deber de contratar con otro. Todos los que concurren al mercado tienen libertad para contratar (en el sentido de que no les está prohibido contratar) pero no tienen ni derecho a contratar ni deber de contratar. Es fácil notar por qué es incompatible con el mercado que alguien tenga derecho a contratar o deber de contratar: si X tiene derecho a contratar con Y, entonces Y tiene el deber de contratar con X (“derecho” y “deber” son conceptos correlativos), por lo que no podrán acodar libremente los términos de su intercambio.

Que nadie tenga derecho a contratar ni deber de contratar significa que las partes se encuentran en posiciones perfectamente simétricas. En el primer momento, cada uno es libre de contratar con el otro (no tiene deber de contratar, no le está prohibido contratar). Cada uno, entonces, ofrecerá al otro su disposición a contratar, sometiéndola a diversas condiciones (la más obvia es el precio): solo si cumple esas condiciones contrato contigo. A una oferta de este tipo el otro puede responder aceptándola o rechazándola (también, puede, evidentemente, hacer una contraoferta, sugiriendo distintas condiciones de contratación, pero esto solo es una vuelta al punto de partida). Si la acepta, hay contrato. Si la rechaza, no lo hay. Si hay contrato, la condición de las partes cambia, y cada uno adquiere derechos y deberes (en el caso de la compraventa, el comprador adquiere el derecho a recibir la cosa y el deber de pagar el precio, etc.). Estos derechos y deberes tienen como fuente el contrato.

Nótese cómo esto explica la privatización que es la consecuencia del mercado. Desde el punto de vista público, las dos posibilidades posibles (hay

contrato/no hay contrato) son indiferentes. Si no hay contrato las partes podrán quedar frustradas (porque no obtuvieron lo que deseaban), pero esa frustración carece de contenido político. La privatización del mercado, sin embargo, incluye pero excede esta dimensión, porque implica también que los términos de la relación de las partes en el mercado reflejarán la posición de poder que cada una de las partes tenía mediada por la ley. Las diferencias que de hecho se den entre las partes se manifestarán en los términos del intercambio. Por eso el mercado “perfecto” que caracterizan los manuales supone que entre las partes no hay diferencias de poder algunas: no hay costos de transacción (para ambas partes es igualmente tolerable que la negociación fracase y no haya intercambio), hay información perfecta (no hay asimetrías de información), todos los demandantes y oferentes tienen la misma cuota de mercado (no hay monopolios ni monopsomios, etc). Estas condiciones de la competencia perfecta son necesarias porque las diferencias realmente existentes en el poder fáctico de cada parte tendrán impacto en los términos del intercambio. Así, si una de las partes puede tolerar sin mayor problema que la negociación fracase y entonces no haya intercambio, mientras la otra necesita urgentemente el intercambio, la primera podrá poner condiciones más favorables para ella. Lo mismo si un tiene más información que la otra, o tiene mayor control del mercado, etc.

Desde este punto de vista, la ley pretende acercar la situación real a la situación ideal por la vía de impedir que algunas desigualdades fácticas se manifiesten en el contrato. Así, la ley prohíbe a las partes

obtener el consentimiento con amenazas o con engaño, o les impone la obligación de comunicar ciertas informaciones a la otra parte, o les prohíbe abusar de su posición de dominio de mercado. Pero al acercar la situación real a la situación de igualdad ideal, las mantiene separadas, porque en todo lo que no infrinja la ley cada parte tendrá derecho a usar su poder (poco, mucho o nada) para mejorar su posición y obtener, a costa de la otra, términos más beneficiosos.

Esto puede apreciarse en el funcionamiento normal del mercado. Hace un tiempo, el Ministerio de Economía intentaba llevar adelante una campaña de promoción de la pequeña empresa. Sabiendo que los términos en los que los pequeños proveedores contratan con las grandes cadenas de retail son extraordinariamente ventajosos para éstas (y perjudiciales para aquéllas), entre otras cosas en el plazo que los contratos dan a las cadenas para pagar sus obligaciones, el Ministro de la época estaba empeñado en obtener, mediante sus buenos oficios, un compromiso de las grandes cadenas de pagar a no más de 30 días. En ese contexto, el dueño de una de las cadenas más grandes simplemente se negó: “es un sueño pensar que el Jumbo puede pagar a menos de 120 días”. Estas declaraciones motivaron duras reacciones de quienes representan los intereses de las pequeñas empresas. En particular, el Ministro de Economía dijo que podríamos tener en Chile muchas más pymes, podríamos pagar muchos menos salarios mínimos si a las pymes se les pagara a treinta días. No hay ninguna razón para que las grandes compañías del país, que tienen acceso a instrumentos financieros casi ilimitados, no

solo en Chile sino que fuera de él, sigan trabajando durante meses con capital de trabajo de los pequeños emprendedores del país.

El dueño del Jumbo bien podría haber dicho que por supuesto que había una razón para pagar a 120 días: a él le convenía, porque obtener un crédito en el mercado financiero le implicaba pagar interés, mientras que obtenerlo de los pequeños proveedores le resultaba gratis.

La confusión, por supuesto, estaba del lado del Ministro de Economía. Al decir que desde el punto de vista del interés general no había razones que justificaran que el Jumbo pagara a 120 días el Ministro estaba dando lo que puede ser un buen argumento para que la ley obligue a las grandes cadenas de supermercados y retail a pagar a 30 días (declarando, por ejemplo, abusiva una cláusula en contrario). Pero mientras esa ley no se dicte, el Jumbo puede lícitamente usar el poder que tenga (en la medida en que no se trate de un caso de abuso de posición dominante) para lograr lo que le conviene. Y el Ministro, por razones de dogmatismo ideológico, no quería patrocinar una ley que justificara la intervención del mercado.

Todo esto es importante porque sienta un punto de extraordinaria relevancia: el mercado privatiza en los sentidos que ya hemos visto, pero además privatiza en el sentido de que las relaciones de mercado son relaciones en las que es lícito y adecuado que, dentro de los márgenes fijados por la ley, cada uno use el poder que tiene para obtener sus propios fines, aun en desmedro de las posibilidades de otros para perseguir los suyos. Por eso uno puede decir de la esfera privada en general (y del merca-

do en particular) que es la esfera donde reinan los poderes fácticos, respecto de la cual la ley cumple la función de establecer sus límites de operación.

En contraposición, la esfera pública es la esfera de los ciudadanos, es decir, la esfera en que todos concurrimos igualitariamente. Por eso, por ejemplo, es un problema la relación entre el dinero y la política: porque de lo que se trata es que en la esfera pública el hecho de que el dinero esté mal distribuido no se manifieste. Aunque como es normalmente el caso la pretensión de las formas institucionales (en este caso, la igualdad de todos los ciudadanos) no se realiza plenamente, ella nos permite al menos identificar los problemas: es un problema que el dinero pueda comprar poder político porque el poder político no está en la esfera privada, no es una de esas cosas para obtener la cual cada uno puede usar todo el poder fáctico que tenga.

Ahora bien, en esta distinción, ¿dónde está la educación?

Si es una mercancía, está en el mercado, es decir, en la esfera privada. Y cada uno entonces puede, con los límites que fija la ley, usar el poder fáctico que tenga (mucho, poco o nada) para servir sus propios fines. Por consiguiente, la distribución de educación reflejará la desigual distribución de ese poder fáctico, y eso no será un problema público. Si la educación es una mercancía, el problema de la educación se ha privatizado.

Si es un derecho social, lo que se está diciendo es que la educación está en la esfera pública, donde todos concurrimos como ciudadanos, y por consiguiente no es aceptable que la distribución de la

educación refleje la desigual distribución de poder fáctico. La estructura institucional de la educación, por consiguiente, ha de buscar neutralizar esos poderes, para impedir que se manifiesten en lo que a educación se refiere. Esto puede observarse claramente en las tres cuestiones que han sido más discutidas a propósito de la reforma educacional de 2014 (eventualmente aprobada como “Ley de Inclusión”): (i) La prohibición de la provisión con fines de lucro es una declaración legal de que el interés privado del proveedor (el sostenedor) por retirar utilidades y así enriquecerse no es “igualmente legítimo” que el interés del estudiante por recibir buena educación. El segundo siempre prima sobre el primero. Por consiguiente no es tolerable que mediante un contrato las partes fijen en qué medida el segundo debe ceder para servir el primero. (ii) La exclusión del financiamiento compartido significa que la ley al menos pretende que la desigual distribución del dinero no se manifieste en la distribución de educación. Y (iii) al prohibir la selección, la ley busca excluir otras maneras más subrepticias de poder fáctico, que se refieren fundamentalmente a consideraciones de clase.

Y ahora podemos generalizar a partir de lo ya dicho sobre lo público y sobre los derechos sociales.

Porque como se anunciaba al principio, lo público no se agota en los derechos sociales, sino llega mucho más allá. La idea de derechos sociales no sirve para explicar, por ejemplo, por qué es importante (si es que es importante) que haya un canal de televisión que sea público, o un banco. Es evidente que en esos casos no hablamos de derechos sociales, porque no estamos hablando de derechos.

¿Cuál es el concepto que permite esta ampliación, que nos permite hablar no solo de prestación a los que los ciudadanos tienen derechos (y entonces de derechos sociales), sino de la importancia de, por ejemplo, un canal de televisión o un banco público? La respuesta está en las ideas en las que descansan los derechos sociales, que ya se nos han aparecido y que se muestran así como las ideas fundamentales de las cuales la de derechos sociales es una aplicación: la idea de lo público como el espacio de los ciudadanos.

Esto último puede parecer algo obvio, pero no lo es. De hecho, la manera en la que hemos discutido lo público durante los últimos 20 o 25 años es lo contrario de esto: lo público no es un espacio de encuentro entre ciudadanos, sino una específica modalidad de provisión, de financiamiento o de producción de bienes “públicos”, es decir, bienes que el mercado no puede producir. En este sentido, la noción de “bienes públicos” es una noción importada desde la ciencia económica, que la usa para referirse a bienes que tienen ciertas peculiaridades, tal que no pueden ser provistos a través del mercado. Se trata de bienes que no permiten a quien los provee condicionar la provisión, porque son bienes no excluyentes, y que una vez que existen pueden ser consumidos sin rivalidad, por lo que el que los adquiere no pierde por compartirlo posteriormente (por ejemplo, la luz del faro, o un programa computacional). Como el mercado necesita que el productor puede condicionar su oferta y que el adquirente no pueda al mismo tiempo gozar de lo que ha adquirido y facilitarlo a otros, cuando se trata de bienes no excluyentes o de consumo

no rival el equilibrio de mercado no corresponde al óptimo social: se van a producir menos de esos bienes de los que son socialmente deseables. Ante esta “falla de mercado”, el Estado deberá actuar. Lo ha de hacer idealmente subsidiando el mercado o imitándolo todo lo que pueda.

Así, si la educación es, en alguna dimensión, un “bien público”, se justifica que el Estado participe de su provisión para alcanzar el óptimo social que el mercado por sí solo no puede producir. Esta participación, idealmente, ha de ser mediante subsidios a la demanda, de modo que en todo lo demás el mercado opere normalmente. Solo si esto es insuficiente se justifica que el Estado intervenga proveyendo directamente, pero en ese caso la recomendación es que el Estado intente imitar todo lo que pueda la manera en que el mercado opera. Por eso el financiamiento de la educación municipal es también mediante un mecanismo de “subsidio a la demanda”, y por eso los establecimientos municipales están sujetos a un régimen que intenta emular, en todo lo que se pueda, al de la educación particular subvencionada (que, por las razones indicadas más arriba, intenta emular todo lo que se pueda al de la educación particular pagada, que es el modelo ideal: un sistema pura y simplemente de mercado).

Como podrá observarse, esta es una noción intrínsecamente neoliberal de “lo público”, porque tiene una tendencia interna a la privatización. El hecho de que un bien sea o no sea “público” en el sentido de que no pueda ser provisto por el mercado (porque es de consumo no rival o no es apropiable), es una cuestión que depende de muchas cosas.

Es perfectamente posible hacer apropiable lo que en principio no era apropiable a través de regulación (por ejemplo, sobre propiedad intelectual). Es también perfectamente posible que adelantos técnicos permitan la apropiación de un bien que hasta entonces era inapropiable (no podrían existir carreteras urbanas concesionadas si no hubiera mecanismos que permitieran el cobro de una tarifa sin interrumpir el tráfico normal. El “autovía” hace posible la privatización de las calles).

Entender lo público como la provisión, producción o financiamiento de los bienes públicos tiene esta tendencia intrínsecamente privatizadora. Primero por lo que acabamos de ver: el hecho de que un bien sea público es algo que depende de cuestiones contingentes acerca de la tecnología disponible y las posibilidades regulatorias; y segundo porque si de lo que se trata es de compensar fallas del mercado esta idea de “lo público” supone que lo público es siempre un mecanismo de compensación del modo normal y apropiado de distribución, el mercado. Y como el modo de distribución normal y apropiado es el mercado, éste siempre provee de un modelo para el Estado: debe asumir la forma más parecida posible al mercado.

Es decir, lo que marca la intensidad de la hegemonía neoliberal actual es que el problema no es que muchas cosas se hayan privatizado. **Es que se ha privatizado incluso la idea misma de lo público.**

En este contexto, ¿cuál es la comprensión alternativa sobre la cual tiene sentido discutir la importancia de la universidad pública, el banco público, el canal de televisión público? Sin elaborar una comprensión alternativa no podremos salir de la

hegemonía neoliberal. Esto quiere decir que si la reflexión no llega hasta cuestionar los conceptos que usamos, y se conforma en vez con discutir en esos términos los problemas que enfrentamos, nuestras respuestas se moverán siempre dentro de un marco neoliberal de opciones.

Volvamos al caso del empresario que anuncia que él paga a 120 días. Que la relación entre el empresario y sus proveedores esté en la esfera del mercado quiere decir que en principio tanto el empresario como el proveedor usarán todo el poder que de hecho tengan para mejorar las condiciones a las que pueden acceder en el contrato. El límite, por supuesto, es la ley: las partes no pueden usar su poder fáctico de modos prohibidos por la ley. Pero dentro de esos límites, ninguna de las partes tiene derecho a exigir del otro que el otro no use su poder, o que lo use en beneficio de ambas partes.

Dicho de otro modo, en la esfera privada la ley fija los límites dentro de los cuales cada uno puede usar su propio poder para lograr sus fines, sin necesidad de ofrecer una justificación para eso (o, lo que es lo mismo, en condiciones en que “porque así deseo usar mi poder” es suficiente justificación). Cuando el comprador reclama al vendedor que el precio que pide es muy alto, el vendedor está legitimado para decir “estas son mis condiciones; si no le gustan, no hay contrato”. Y nótese que aquí “son mis condiciones” significa que esas son las condiciones que según el vendedor le convienen a él, no que sean justas o equitativas etc.

Esa es la lógica de la esfera privada: es la esfera donde las relaciones entre individuos se ordenarán según el poder fáctico de cada uno, dentro de los lí-

mites que la ley fija (es decir: la ley marca los límites de la esfera privada).

Por contraposición, el espacio público es el espacio donde el poder que se usa está siempre expuesto a una demanda de legitimación. Y su ejercicio solo puede ser legitimado alegando que ese ejercicio conviene a todos. Esto no quiere decir que de hecho todos los poderes que se ejercen en el espacio público están ordenados al bien de todos, sino que ese espacio está estructurado por la idea de que el interés particular no tiene legitimación. Entonces podemos decir: el espacio público es un espacio de domesticación de poderes fácticos. La pretensión de lo público es que ahí nos encontramos como ciudadanos iguales. El interés que buscamos es el interés común, por eso ningún interés particular tiene fuerza legitimatoria: el poder que cada uno tiene es el mismo.

Ahora, entonces, tenemos un criterio de diferenciación de lo público y lo privado: el espacio privado es un espacio concebido para permitir el despliegue de la individualidad de cada uno, y por eso ahí cada uno usa el poder que tenga, dentro de los límites que fija la ley, para perseguir sus propios fines. El espacio público es la esfera donde nos encontramos como ciudadanos iguales, y por eso ahí, en principio, el hecho de que tengamos más o menos poder fáctico ha de ser indiferente. Y entonces la pregunta es: ¿Cómo fijar los límites de cada una de estas esferas? ¿Qué debe estar en la esfera privada, entregado en cuanto a su ordenación al poder que cada uno de hecho tiene, y qué ha de estar en la esfera pública, ordenado con la pretensión de servir al interés de todos? Es decir, ¿en qué asuntos

las relaciones que establezcamos entre nosotros habrán de reflejar, **y será adecuado que reflejen**, la desigualdad inicial de poder fáctico? ¿En qué asuntos esas relaciones han de manifestar nuestra igualdad de ciudadanos?

No pretendo aquí responder estas preguntas, en buena parte porque su respuesta no está en la filosofía política o en la reflexión abstracta (aunque desde luego ésta puede ayudar) sino en la política, y tiene historia. Lo que me interesa destacar es que es esta noción de lo público como la esfera de los ciudadanos la que permite fundar los derechos sociales, y no al revés.

¿Es la educación que uno recibe algo que debiese estar vinculado al poder privado que uno tiene? Si respondemos afirmativamente esta pregunta, entenderemos que la educación es una mercancía, y que su forma de organización es el mercado. Entonces cada uno verá en el mercado qué puede obtener. Y el hecho de que lo que se obtenga en el mercado sea lo que corresponde a lo que uno puede ofrecer a cambio no será públicamente problemático.

Si la respuesta es negativa, diremos que la educación es un derecho social, no una mercancía, y que la organización del sistema educacional debe reflejar la pretensión de que la educación que cada uno recibe no sea diferente según el poder privado que cada uno tenga, sino el estatus igual de ciudadano de todos.

Y entonces: si la televisión está en la esfera privada, la forma en que se organizará la comunicación televisiva reflejará los intereses de quienes quieran actuar en ese mercado y sus poderes relativos. Que

haya televisión pública quiere decir que al menos parte de la comunicación televisiva debe responder a criterios distintos a los intereses particulares de quienes sean los dueños de los canales en cuestión, deberá responder a alguna comprensión del interés pública. Por supuesto, la cuestión siguiente será como organizar institucionalmente un canal público de televisión, y cómo hacer probable que él esté orientado a lo que en cuanto a comunicación televisiva implica el interés general. Lo mismo puede decirse de un banco público, o una empresa pública de transportes, etc.

Nótese una importante consecuencia del argumento hasta ahora. Si lo público se explica como un déficit del mercado (como la producción o distribución de bienes públicos), la “recomendación de política” será que el régimen de provisión pública sea, como hemos visto, todo lo parecido que pueda ser al mercado. En particular, en este sentido lo público no tiene ni siquiera una pretensión de domesticar poderes fácticos, y por eso no es problemático, en esta comprensión, que la educación municipal o particular subvencionada puedan seleccionar estudiantes o incluso cobrar por sobre la subvención. Pero si lo público es un espacio de domesticación de poderes fácticos, de modo de hacer probable una dimensión en que concurrimos como iguales de modo que nuestras relaciones se ordenen de acuerdo a nuestra igual condición de ciudadanos y no de acuerdo a nuestro desigual control de poder, entonces es absurdo que el régimen de las cosas públicas sea el mercado. No tiene sentido tener universidades, bancos o canales de televisión estatales que se financian conforme a las reglas del mercado.

Esta es la manifestación institucional de lo que ya habíamos observado: la comprensión neoliberal de lo público privatiza lo público, y por eso hoy pensamos incluso en los órganos del Estado como agentes de mercado (como el BancoEstado, que incluso cambió su nombre para ocultar su condición de estatal, o Televisión Nacional, etc.). La privatización de la idea misma de lo público (=lo público como la provisión de bienes públicos) corresponde a la privatización del Estado.

Por eso, hoy la solución no puede ser pretender que hoy más cosas sean estatales, sino formular, articular y defender esta emergente idea de lo público que viene a impugnar este modo de pensar que, bajo el influjo de una hegemonía neoliberal, parecía tan razonable, tan de sentido común. En teoría, en un seminario académico sería posible pensar un mundo más privatizado todavía, pero en la práctica política es difícil **pensar** una sociedad más privatizada que la sociedad chilena, en que la privatización ha alcanzado incluso a lo público y al Estado. Y una sociedad privatizada es una sociedad en que prácticamente todo queda entregado al resultado de la interacción entre poderes privados desigualmente distribuidos, poderes que son **fácticos** en el sentido preciso de que no reclaman más legitimidad que la que les da el solo hecho de existir, de **ser**. Lo público es la promesa, siempre parcialmente incumplida, de que hay una dimensión en la que, con independencia del hecho de que en términos fácticos somos desiguales, concurrimos todos como iguales, y ese es el espacio de la ciudadanía. Es el espacio que hoy día está en discusión.



RED es un proyecto cuyo fin es colaborar con las transformaciones políticas, culturales, sociales y económicas que Chile está enfrentando y enfrentará en los próximos años. RED es un proyecto que nace de la necesidad de generar vínculos entre los diversos actores de la izquierda para pensar en el tipo de país y desarrollo que queremos.

El objetivo principal de RED es generar las bases ideológicas y político-prácticas que informen un proyecto de desarrollo que permita transformar Chile en una sociedad más justa, igualitaria y democrática. Buscamos construir y consolidar una red de actores de diversos domicilios políticos y espacios de acción, que permita levantar información, promover la reflexión y desarrollar propuestas, así como visibilizar y difundir el pensamiento de la izquierda contemporánea en Chile.

www.redparalademocracia.cl