
*El mercado en el foro:
una teoría económica de la demagogia**

Fernando Haddad**

I.

En un trabajo reciente, James Bohman nota el siguiente giro en los abordajes que lidian con el concepto de democracia deliberativa: “en las primeras formulaciones del ideal deliberativo, en los años ‘80, la deliberación se contrapuso siempre a la agregación y al comportamiento estratégico presupuestos por la votación y la negociación. Asimismo, la superioridad de la democracia deliberativa sobre el pluralismo competitivo fue establecida precisamente, desarrollando la racionalidad distintiva del ‘foro’ y del ‘mercado’. Más que al simple compromiso o al equilibrio originado en la negociación, el objetivo de la deliberación era el consenso, el acuerdo de todos los afectados por una decisión (Bohman, 1998: 400).

“Pocos demócratas deliberativos piensan ahora en la deliberación independientemente de la votación y la negociación. La cuestión es tan solo cómo hacerlas más congruentes con la deliberación en lugar de ocultarlas” (Bohman, 1998: 415, énfasis nuestro).

* Título original en portugués: *O mercado no fórum: uma teoria econômica da demagogia*.

** Profesor del Departamento de Ciencia Política (DCP) de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias Humanas (FFLCH) de la Universidad de São Paulo (USP).

Ese bienvenido movimiento de los demócratas deliberativos (Elster, 1997) permite una nueva mirada sobre la teoría de la elección racional que, como se sabe, daba una atención casi exclusiva al momento de la agregación. Un libro inaugural como el de Anthony Downs –*Una teoría económica de la democracia*– fue, inicialmente, objetivo preferencial de los demócratas deliberativos (Habermas, 1996: 330 y ss.). Con todo, dado el nuevo enfoque adoptado por estos últimos, tal vez convenga rever las pocas tesis de ese libro relacionadas con los temas considerados por la perspectiva deliberativa.

II.

Se realizaron muchas tentativas en el sentido de enfrentar las paradojas planteadas por el abordaje de Downs; menos numerosos fueron los intentos de develar las inconsistencias de su famoso libro. Paradojas e inconsistencias son problemas bien distintos: las primeras son, generalmente, el resultado de un exceso de buena lógica; las segundas son, necesariamente, el producto de una falta de ella. Dado que pretendo destacar las inconsistencias, me valgo de un conjunto excesivo de citas para que no recaiga sobre mí la acusación de estar siendo injusto.

La primera inconsistencia, que me parece la más importante, se refiere al comportamiento de los partidos y de sus miembros. La segunda inconsistencia se relaciona con el comportamiento de los electores. Comienzo por la demostración de la primera de ellas.

Conforme a la premisa de que los individuos rigen sus acciones por el axioma del autointerés, Downs afirma:

“Del axioma del interés personal nace nuestra visión de aquello que motiva las acciones políticas de los miembros de un partido. Suponemos que ellos actúan solamente con el objeto de obtener renta, prestigio y poder a partir de la posesión que resultan de estar en el cargo. (...) Ellos toman las políticas únicamente como medios para obtener sus fines privados, que sólo siendo electos podrán conseguir” (Downs, 1999: 50).

En seguida, Downs define lo que entiende por partido político:

“En el sentido más amplio, un partido político es una coalición de hombres que buscan controlar el aparato de gobierno a través de medios legales. Por coalición entendemos un grupo de individuos que tienen ciertos fines en común y cooperan entre sí con el fin de alcanzarlos” (Downs, 1999: 46).

“Esa definición trata cada partido como si fuese una única persona; es por eso que puede parecer una falsa personificación. Admitimos que se trata de una abstracción del mundo real (...). Sin embargo, no somos culpables de falsa personificación puesto que no postulamos la existencia de ninguna

entidad suprahumana. Simplemente presumimos una completa concordancia con relación a fines entre los miembros de una coalición” (Downs, 1999: 47).

El próximo paso de Downs es distinguir las variables que determinan la elección del ciudadano entre los partidos concurrentes. De acuerdo con el mismo axioma del autointerés, él afirma:

“Cada ciudadano, en nuestro modelo, vota por el partido que él cree que le proporcionará una renta de utilidad mayor que cualquier otro durante el próximo período electoral [período $t+1$]. Para descubrir cuál partido es ese, él compara las rentas de utilidad que cree que recibiría en caso de que estuviese en el poder cada partido” (Downs, 1999: 60).

“Como uno de los partidos concurrentes ya está en el poder –agrega Downs–, su desempeño en el período t da al elector la mejor idea posible sobre lo que hará en el futuro, suponiendo que sus políticas posean alguna continuidad. Pero sería irracional comparar el actual desempeño de un partido con el desempeño futuro que se espera de otro. Por lo tanto, el elector debe sopesar el desempeño que el partido de oposición hubiera tenido en el período t si hubiese estado en el poder” (Downs, 1999: 61).

“Consecuentemente –concluye Downs–, la parte más importante de la decisión de un elector es el tamaño de su *diferencial partidario actual*, esto es, la diferencia entre la renta de utilidad que él realmente recibió en el período t y aquella que hubiera recibido si la oposición no estuviese en el poder” (Downs, 1999: 61).

En este punto de la argumentación, vale la pena considerar las observaciones de Downs sobre el comportamiento comunicativo de los partidos frente a los electores, un tema de gran interés para los demócratas deliberativos. Downs define un partido como *confiable* “si su discurso político en el comienzo de un período electoral –incluso en su campaña preelectoral– puede ser usados para hacer previsiones precisas con respecto a su comportamiento (o a su discurso si no resultase electo) durante el período” (Downs, 1999: 125). En seguida, Downs define un partido como *responsable* “si sus políticas en un período son coherentes con sus acciones (o su discurso) en el período precedente, esto es, si no repudia puntos de vista anteriores en la formulación de su nuevo programa” (Downs, 1999: 125).

Downs detecta una tendencia que lleva a los partidos a ser responsables y confiables en función de la misma búsqueda del autointerés. En un primer momento, él argumenta que el partido de situación precisa ser solamente responsable.

“Los ciudadanos en nuestro modelo –nos recuerda Downs– votan apenas con el objeto de influenciar sobre las políticas gubernamentales. Ellos se

interesan por las declaraciones de cada partido sólo en la medida en que éstas sirven como guías para las políticas que el partido ejecutará cuando esté en el gobierno. Cuando el partido ya está en el gobierno, sus acciones presentes proveen una guía mejor de aquello que realizará comparado con sus declaraciones presentes. Por lo tanto, el partido en el poder no precisa ser confiable siempre y cuando sea responsable” (Downs, 1999: 127).

Al contrario, los partidos de la oposición, de seguir su autointerés, tienen que ser confiables, ya que:

“(…) los partidos de oposición no pueden ser juzgados por sus acciones presentes en el gobierno, puesto que no hay ninguna. Sus últimos actos de gobierno tuvieron lugar por lo menos un período electoral completo antes de éste y para el cual están siendo ahora considerados para el gobierno. Como las condiciones cambian a lo largo del tiempo, esos actos no son muy útiles como únicos indicadores de lo que el partido va a hacer en el futuro. Por lo tanto, los partidos de oposición necesitan ser confiables, esto es, los electores deben ser capaces de prever sus acciones razonablemente bien, basándose en lo que ellos dicen” (Downs, 1999: 127).

“[Con todo] ..el partido en el gobierno nunca tiene la certeza de que será reelecto; de allí que deba estar preparado para convertirse en un partido de oposición, si fuese necesario. No obstante, si no fuera confiable al estar al frente del gobierno, los ciudadanos racionales lo consideran igualmente no confiable cuando estuviese en la oposición” (Downs, 1999: 127-8).

Se concluye que los partidos de situación y de oposición tienen que ser confiables y responsables si quieren maximizar el apoyo de los electores. El comportamiento inverso sería irracional¹.

Tenemos, ahora, todos los elementos para demostrar una primera inconsistencia del modelo de democracia de Downs. Una cosa es presumir que un partido es una coalición de hombres que concuerdan en determinadas metas. Otra cosa es presumir, aún siguiendo las premisas de su propio modelo, que no pueda haber contradicción entre los intereses de un miembro del partido, en cuanto candidato, y los intereses del propio partido, en cuanto coalición de hombres. Esto significa decir que del modelo no se desprende ningún motivo coherente con las premisas que impida a un candidato adoptar un discurso demagógico en una situación en que considere que tal actitud podrá conducirlo al cargo deseado. En el caso contrario, él estaría colocando los intereses del partido por encima de los suyos, lo que entraría en colisión con la premisa de que los políticos son autointeresados.

Si, en tanto miembro del partido, el individuo actúa moralmente en relación a sus pares, no hay razón para excluir la hipótesis de que el individuo, en cuanto miembro de la sociedad, pueda actuar moralmente en relación a sus conciudadanos. Un primer problema del modelo de Downs es que, aparentemente, el miem-

bro de un partido es un ser moral, mientras que el miembro de la sociedad no lo es. Esto está en desacuerdo con la hipótesis de que todos los individuos son autointeresados.

Más allá de esto, si el candidato de la oposición sabe que, al término de su eventual mandato, será juzgado por lo que hizo en comparación con lo que el electorado piensa que sus futuros oponentes podrían hacer, él tendrá un estímulo racional para adoptar un discurso demagógico. Su preocupación con la reputación futura del partido entraría en conflicto con su deseo presente, como individuo, de ocupar un cargo. Con todo, debe observarse que, por la dinámica del modelo, nada impide que el partido de un demagogo electo sea reelecto, lo que nos lleva a repensar la cuestión sobre las ventajas para que los partidos presenten apenas candidatos confiables.

Esa argumentación parece alejarnos todavía más de la teoría de la democracia deliberativa y nos aproxima a las vertientes elitistas. De hecho, en el clásico *Capitalismo, socialismo y democracia*, Schumpeter no hace rodeos y va directo al punto:

“Así, pues, lo más probable es que la información y los argumentos que se presentan como pruebas irrefutables estén al servicio de una intención política. Como lo primero que el hombre hace por su ideal o por su interés es mentir, es de esperar (...) que en materia política la información eficaz esté casi siempre adulterada o seleccionada, y que el razonamiento eficaz consista principalmente en tratar de exaltar ciertas afirmaciones a la dignidad de axiomas y borrar otras de la lista...” (Schumpeter, 1996: 337)².

Pero uno de los presupuestos de su modelo es la naturaleza pasional o irracional de las masas en cuanto se refieren a las cuestiones políticas. La hipótesis según la cual los individuos se comportan conforme al principio del autointerés es descartada, invocándose, inclusive, estudios de psicología social. Basándose en ellos, Schumpeter garantiza que:

“(...) cuando nos alejamos de las preocupaciones de la familia y de la oficina y nos internamos en las regiones de los negocios nacionales e internacionales, que carecen de un nexo directo e inequívoco con aquellas preocupaciones privadas, la volición individual, el conocimiento de los hechos y el método de inferencia dejan pronto de desempeñar el papel que les atribuye la doctrina clásica [de la democracia]” (Schumpeter, 1996: 334).

“Así, pues, el ciudadano normal desciende a un nivel inferior de prestación mental tan pronto como penetra en el campo de la política (...) aún cuando no hubiese grupos políticos que trataran de influir, éste tendería, en la cuestión política, a someterse a prejuicios e impulsos extra racionales o irracionales” (Schumpeter, 1996: 335).

“Hay, por supuesto, límites para todo esto. Y hay mucho de verdad en el dicho de Jefferson de que el pueblo es en definitiva más inteligente de lo que puede serlo un individuo singular o en el de Lincoln acerca de la imposibilidad de ‘tener engañado siempre a todo el pueblo’. Pero ambos dichos subrayan el aspecto a largo plazo del problema de una manera significativa. No hay duda de que puede argumentarse que, dando tiempo a la *psiche* colectiva, desarrollará opiniones que nos sorprenderán a menudo por su carácter sumamente razonable e incluso por su perspicacia. Sin embargo la historia consiste en una sucesión de situaciones a corto plazo que pueden alterar para siempre el curso de los acontecimientos” (Schumpeter, 1996: 338).

Downs opera en un registro diferente. Adopta una definición elitista de democracia, a la que toma como un método de selección de gobiernos, pero recupera uno de los presupuestos de la doctrina clásica de la democracia: la racionalidad del ciudadano (aunque el concepto de racionalidad del modelo sea el de la racionalidad instrumental, lo que es controversial en la doctrina clásica). Con todo, vemos que su definición de partido lo lleva a la conclusión de que los políticos, de acuerdo con su autointerés, deben comportarse de manera confiable. Esto implica, como planteé anteriormente, que los miembros del partido son, al contrario de los electores, seres morales, dado que los intereses futuros del partido predominan sobre los intereses presentes de los candidatos a los cargos electivos. Lo que me gustaría proponer es una completa inversión de este razonamiento: los miembros de la clase política son individuos autointeresados que colocan su interés particular de ocupar un cargo por encima de cualquier otro interés, inclusive el interés futuro del partido (lo que puede impelerlos a la demagogia) y los ciudadanos se comportan, o gustarían de comportarse (veremos qué es lo que se los impide), de la forma prescrita por la teoría de la democracia deliberativa.

Ese movimiento trae dos importantes implicaciones: en primer lugar, el voto es encarado como un fenómeno moral, aunque, como veremos, sujeto a cálculo; en segundo lugar, en vista del comportamiento probable de los candidatos, los electores están delante de un cuadro semejante a aquél descrito por George Akerlof (1970: 488-500). Pues hay, de hecho, una asimetría a ser observada: los electores no saben a ciencia cierta lo que puede haber de demagógico en las plataformas políticas, algo que la simple competencia entre los partidos no es capaz de revelar. Elegir un partido se vuelve, en mi modelo, un problema típico de selección adversa³.

Antes de continuar, es preciso tratar la segunda inconsistencia del modelo de Downs. De nuevo, me valgo de un conjunto excesivo de citas a causa de la preocupación ya mencionada. La inconsistencia, como dije, se refiere al comportamiento del elector, específicamente en lo tocante a la adquisición de informaciones. Downs parte de una importante distinción entre razón, conocimiento contextual e información.

“Razón significa facilidad con los procesos de pensamiento lógico y con los principios de análisis causal; presumimos que todos los hombres la poseen. *Conocimiento contextual*; nosotros lo definimos como percepción de las fuerzas básicas relevantes para algún campo dado de operaciones. (...) Así, conocimiento contextual es (1) más específico que la razón, (2) no es común a todos los hombres, pero es adquirido en mayor o menor grado a través de la educación y (3) puede ser objeto de especialización. *Información*: son datos sobre los desarrollos corrientes y el *status* de las variables que son los objetos de conocimiento contextual. (...) Falta de conocimiento contextual es ignorancia, que es distinta de la falta de información. Para combatir la ignorancia, un hombre precisa educación, al paso que, para combatir la falta de información (si ya posee conocimiento), precisa apenas de información, que es menos cara que la educación, pero que aún así tiene un costo elevado. Con base en estas definiciones, es posible ver que un hombre puede ser culto sin ser informado, o ser informado sin ser culto, pero no consigue interpretar información sin conocimiento contextual. Por lo tanto, cuando hablamos de un ciudadano informado, nos estamos refiriendo a un hombre que posee tanto conocimiento contextual como información sobre aquellas áreas relevantes a su toma de decisión” (Downs, 1999: 98-99).

En otro momento, Downs describe el cálculo racional para la adquisición de informaciones.

“Cada ciudadano decide cuánta información adquiere utilizando el principio básico de costo-beneficio marginal de la economía. El beneficio marginal proveniente de la información es calculado primero sopesando la importancia de tomar una decisión correcta en lugar de una errada. A ese valor es aplicada la probabilidad de que la información considerada será útil en la toma de esa decisión. El costo marginal es el costo de oportunidad de adquirir esa información. Parte importante de ese costo puede ser transferida de aquél que toma la decisión hacia otros, pero el tiempo para la asimilación es un costo no transferible” (Downs, 1999: 238).

En seguida, Downs especula sobre los factores que condicionan el aprovechamiento de la cantidad total de información política que el elector recibe:

“(1) el tiempo que él puede darse el lujo de gastar asimilándola, (2) el tipo de conocimiento contextual que él posee. (...) La educación es la principal fuente de conocimiento contextual. Entretanto, no es preciso que se trate de educación formal, ya que el entrenamiento en el trabajo puede ser tan eficaz como el entrenamiento en la escuela. Así, la escolaridad formal de un hombre y su tipo de trabajo tienen una relación importante con su capacidad específica de tomar decisiones. (...) Podemos decir que (1) la división del trabajo definitivamente producirá diferencias entre los hombres en lo

que respecta a su capacidad de usar datos y (2) en la medida en que la educación formal torna más eficiente la toma de decisión, los niños de los grupos de alta renta, que generalmente reciben mejor educación que la de los ciudadanos de baja renta, tienden a tener una ventaja” (Downs, 1999: 253).

Además de eso, “toda información es cara; por lo tanto, aquellos con rentas altas pueden enfrentar mejor los costos de obtenerla que aquellos con rentas bajas” (Downs, 1999: 255).

Mirando con cuidado, se percibe con facilidad que el énfasis que el modelo de Downs da a los costos de información –él utiliza una parte entera de un libro compuesto por cuatro partes para tratar el asunto– es absolutamente inconsistente. Si todos los hombres son racionales, lo que define la posición de un individuo en la división social del trabajo es, entre otras cosas, su conocimiento contextual, pues, de acuerdo con el modelo, ese conocimiento –obtenido mediante educación, formal o no– es objeto de especialización, que es, a su vez, uno de los presupuestos de aquella división. El otro factor que define la posición del individuo en la división del trabajo es la propiedad privada, otro presupuesto de esta división no considerado por el modelo de Downs. El conocimiento contextual determina, además de eso, la capacidad de un individuo para interpretar la información que obtuviere. La posición de un individuo en la división social del trabajo determina, a su vez, su nivel de renta y el tiempo del que dispone para asimilar información, que es un costo no transferible. Como toda información es cara, el individuo con alta renta tendrá mejores condiciones de afrontar los costos de obtenerla. Así, el conocimiento contextual de un individuo determina su nivel de renta y su capacidad de interpretar información; por lo tanto, la oportunidad de costearla. De lo que se concluye que: el individuo que posee educación no tiene razones para preocuparse con los costos de información, pues ellos son irrisorios en comparación con su renta y los costos que él ya enfrentó para educarse; y el individuo que no tiene educación tampoco tiene razones para preocuparse con los costos de información, ya que ella le servirá de poco –dada la falta de capacidad para interpretarla– y le resulta bastante más costosa –dado su nivel de renta. Así, el único que parece preocuparse con los costos de información es el propio Anthony Downs⁴.

III.

Mi modelo sugiere que la variable importante a ser considerada es la distribución de los ciudadanos en una escala de conocimiento contextual. Suponiéndola de tipo piramidal, donde la base de la pirámide representa el número de individuos con bajo conocimiento contextual y, por lo tanto, baja renta, y su cúspide representa a los individuos con alto conocimiento contextual y, por lo tanto, alta renta.

Para explicar el comportamiento esperado de los ciudadanos así distribuidos, me gustaría hacer una analogía con la sociología de la religión de Max Weber. En *Economía y Sociedad*, en una discusión sobre el probable origen de clase de los profetas de las religiones universales, y ya haciendo uso de la jerga de la moderna microeconomía, Weber sustenta:

“(…) una cierta preocupación por el propio destino después de la muerte surge, de acuerdo con la ‘ley de la utilidad marginal’, cuando están cubiertas las necesidades más urgentes de esta vida y, por lo tanto, se limita, en primer lugar, al círculo de los nobles y propietarios. Sólo ellos (…), no los pobres (…), pueden asegurarse la existencia en el más allá” (Weber, 1992: 413).

Esto porque, continúa Weber, “una doctrina religiosa requiere, “de un lado, una sistematización racional, cada vez más amplia, del concepto de Dios e igualmente del *pensamiento* sobre las posibles relaciones del hombre con lo divino. Pero, por otro, en cuanto al resultado, un retroceso característico de aquel racionalismo originariamente *práctico*” (Weber, 1992: 344), característico del pensamiento mágico que se mueve por el deseo de obtención de bienes materiales en esta vida. Por lo tanto riqueza y conocimiento son presupuestos de la religión.

Si sustituimos la palabra religión, propia de sociedades convencionales, por “ideología”, entendida como “una imagen verbal de la buena sociedad y de los principales medios de construir tal sociedad” (Downs, 1999: 117), propia de sociedades posconvencionales, podemos inferir que los ciudadanos de alta renta y conocimiento tendrán más condiciones de formular o adherir *racionalmente* a una de las ideologías que organizan el mundo social que los ciudadanos de baja renta y conocimiento que, más propensos a garantizar la satisfacción de las necesidades más urgentes de la vida y menos aptos para juzgar y adherir racionalmente a las ideologías, se dejarán conducir con más facilidad por la razón utilitaria y por la demagogia.

La ideología, una vez consolidada, es un atributo propio del partido político, cuya función intelectual primordial es darle consistencia interna a la luz del conocimiento contextual disponible, en tanto que la demagogia es un atributo propio del político, entendida como la parte del discurso político discrepante de aquella imagen del mundo relativamente cohesionada que el partido laboriosamente construyó a lo largo de su existencia y que sólo sufre modificaciones importantes a causa de eventos históricos destacados⁶.

Así, en el modelo de Downs, por un lado, la ideología es un atajo que ahorra al elector “el costo de estar informado sobre una gama más amplia de cuestiones” (Downs, 1999: 119); en mi modelo, al contrario, la función de la ideología es permitir a los partidos presentarse a los electores como portadores de intereses universales y ganar la adhesión racional de parte de aquellos que poseen conoci-

miento contextual suficiente (y nada despreciable) para esa adhesión. En el modelo de Downs, por otro lado, no hay espacio para la demagogia, en cuanto que en el mío hay tanto espacio para la demagogia como hay en la sociedad pobreza e ignorancia, o sea, división del trabajo. Es claro que los ciudadanos de la base de la pirámide son, por hipótesis, racionales, lo que representa un primer límite a la demagogia. El candidato no puede adoptar un discurso flagrantemente contradictorio o ilógico. Sin embargo, la gran mayoría de los discursos de los candidatos no son pasibles de pruebas de naturaleza elemental. En el caso de ciudadanos de baja renta y conocimiento, la acción más racional, como veremos, es presuponer que todos los políticos son demagógicos a una cierta tasa media, aunque sin saber a ciencia cierta en qué medida un candidato es más o menos demagógico que los demás.

Con todo, hay un segundo y también importante límite a los discursos demagógicos. A medida que se avanza de la base a la cúspide de la pirámide, los ciudadanos adquieren una capacidad creciente de juicio y se alinean, cada vez más nítidamente, con una determinada ideología; son, de este modo, capaces de juzgar su consistencia y, por consiguiente, aquello que les parece incongruente con ella. Simplificadamente, vamos a suponer que la sociedad está compuesta de apenas dos grupos: el primer grupo está formado por ciudadanos que no tienen el grado de conocimiento contextual mínimo para adherir racionalmente a una ideología; y el segundo grupo por los que tienen conocimiento contextual más allá de ese grado mínimo, siendo que los ciudadanos de este último grupo se subdividen de acuerdo con la ideología que para cada uno proyecta la mejor sociedad.

El voto, según ya indiqué más arriba, es, en mi modelo, un fenómeno moral, sujeto a un cálculo particular. Cada ciudadano, sin importar a qué grupo pertenezca, toma la plataforma de cada candidato y, para cada caso, subtrae de la utilidad de votar por un determinado candidato (incluyendo la utilidad del propio acto de votar, que es igual para todos los candidatos) la *desutilidad* de votar por él. Por *desutilidad* del voto entiendo la utilidad negativa de votar por una plataforma demagógica, en una relación tal que la *desutilidad* crece a medida que se incrementa la tasa de demagogia de la plataforma, o sea, la tasa de discrepancia del discurso del candidato con aquella imagen verbal de buena sociedad (y de los medios de construirla) patrocinada por el partido.

Siguiendo a Akerlof, supongo que los ciudadanos del primer grupo no son capaces de saber cuál de las plataformas contempla más o menos demagogia, pero ellos tienen una idea precisa de la tasa media de demagogia de todas ellas. Por lo tanto, consideran igualmente inútil votar por cualquiera de los candidatos. En el caso de los ciudadanos del segundo grupo, supongo que los mismos tienen condiciones para conocer la tasa de demagogia de cada plataforma. Por ello, son capaces de calcular la *desutilidad* de votar por cada uno de los candidatos. El ciudadano de cualquier grupo, evidentemente, vota por el candidato para el cual el cálculo presentó un valor positivo mayor. En el caso de que todos sus cálculos presen-

ten valores negativos se abstiene. Por otro lado, cada candidato, en el afán de maximizar votos, establecerá la tasa de demagogia óptima de su plataforma, observando dos tendencias opuestas: el beneficio marginal y el costo marginal, medidos en votos, de la demagogia. Naturalmente, la variable clave del cálculo de cada candidato será la *desutilidad* marginal de los electores del segundo grupo que le son ideológicamente próximos. Se obtiene así el segundo límite a la demagogia⁷.

IV.

Este modelo presenta las siguientes diferencias con relación al de Downs:

1. El modelo evita la paradoja del voto; el elector se posiciona moralmente frente al voto y busca minimizar los costos (o maximizar los beneficios) morales de su decisión electoral; el sufragio universal debe ser reconocido como un valor donde quiera que él exista (una concesión que debe ser hecha a los sociólogos⁸), pues su adopción fue siempre precedida históricamente por las luchas sociales. Esto es así porque no es racional que una clase política que detente autocráticamente el aparato estatal decida reorganizarlo sobre bases democráticas, mucho menos en una sociedad antidemocrática, aunque pueda ser racional que, en una democracia, candidatos antidemocráticos se presenten demagógicamente delante del electorado como demócratas; una teoría de la democracia que no presuponga una sociedad mayoritariamente democrática es un contrasentido, pues la democracia no es obra de la clase política⁹; el modelo, no obstante, deja un espacio para la existencia de sociedades democráticas bajo el yugo de dictaduras inestables.

2. El modelo abre la posibilidad de que un elector contribuya financieramente para mantener un partido sin chances de victoria, ni siquiera a futuro, bastando para eso que el elector valore suficientemente la posibilidad de votar por ese partido en cada elección; así como es racional, en virtud de ese apoyo financiero, que ese partido se mantenga activo, ya que el cargo partidario también es un cargo político al cual están asociados rentas y prestigio; obsérvese que la explicación de este fenómeno no exige que se recurra a la teoría de la acción colectiva de Olson: por lo tanto, en una democracia, es posible que haya partidos políticos de todos los tamaños.

3. El modelo deja abierta la posibilidad de que un elector del segundo grupo vote por un partido diferente de aquel con el que está ideológicamente más identificado, bastando para eso que el elector atribuya una alta utilidad al acto de votar en quienquiera que fuere, estipulando una escala de preferencias en relación a cada candidato, y que el candidato de su partido ideológicamente preferido, en el cálculo maximizador, adopte una tasa de demagogia de gran desutilidad para él. Así el elector puede votar por un candidato de un partido que no es el de su preferencia desde el punto de vista ideológico, no solamente a través del argumento del voto útil.

4. El modelo explica por qué, aún en sistemas multipartidarios, donde el diferencial partidario es grande, hay electores que se abstienen; aún cuando los electores puedan considerar a los partidos muy distintos desde el punto de vista ideológico, ellos pueden considerar a los candidatos muy parecidos desde el punto de vista demagógico; si es baja la tolerancia de un elector a la demagogia, éste se abstiene, aunque tenga delante un gran y variado abanico de opciones ideológicas.

5. El modelo abre un espacio para la revalorización de la figura del individuo en la disputa electoral, posibilidad que en el modelo de Downs solamente es prevista en sociedades extremadamente homogéneas. En el modelo propuesto, los electores del primer grupo, aunque tiendan a atribuir la misma desutilidad al voto por cualquiera que fuese, pueden valerse de los trazos idiosincrásicos de cada candidato para evaluar racionalmente la congruencia entre su personalidad, su competencia profesional y sus costumbres y hábitos privados, por un lado, y sus promesas de campaña, por el otro. Para electores del primer grupo, candidato y plataforma son indisolubles y pueden parecerles incongruentes. Los electores del segundo grupo, más ideológicos, tenderán a desconsiderar tales elementos o disminuirles la importancia, a no ser en casos de incongruencia manifiesta.

6. El modelo revaloriza las promesas direccionadas al período $t+1$ y explica la posibilidad de que un candidato de un partido de situación mal evaluado por los electores intente hacerse elegir, distanciándose del político que conduce el gobierno; en este caso, pertenecer al partido de situación impondrá a su candidato la obligación de probar que su discurso y la acción del gobierno que finaliza son lo suficientemente distantes para que él pueda luchar por el cargo y, no obstante, lo suficientemente próximas para justificar su permanencia en el mismo partido gobernante; el modelo presupone, inicialmente, la imposibilidad de reelección de un mismo candidato, aunque puede ser adaptado para el caso en que la legislación lo permita; por su parte, el modelo de Downs es indiferente sobre esta cuestión, ya que el concepto de reelección se aplica a los partidos y no a las personas¹⁰.

7. El modelo da lugar a la posibilidad de que una democracia sucumba no sólo por razones ideológicas, una posibilidad prevista en el modelo de Downs, sino también por razones demagógicas. Si el contingente de electores del primer grupo es grande, un candidato puede, pragmáticamente, adoptar una plataforma meramente demagógica para llegar al poder, pero difícilmente tendrá condiciones de ejercerlo democráticamente, a menos que adhiera a alguna de las ideologías dominantes; caso contrario puede haber una escisión destructiva entre los electores del primero y del segundo grupo. La llegada al poder exclusivamente por la demagogia requiere siempre la existencia de un liderazgo carismático cuyos rasgos de carácter impacten fuertemente en una parcela significativa de los electores del primer grupo. Si es grande el contingente de electores del segundo grupo, los líderes carismáticos adhieren a ideologías antes de ser electos y pueden o no adoptar prácticas demagógicas¹¹.

V.

Retomemos por un momento el texto de Bohman: “Es plausible –dice el autor– que las condiciones sociales presentes de pluralismo, complejidad y desigualdad social sean extremadamente desfavorables a la deliberación, cuando no a la democracia en general. Quiero sugerir que tales hechos son menos unívocos, más dialécticos y, consecuentemente, más ambiguos de lo que aparecen a primera vista, esto es, las mismas condiciones que parecen minar la deliberación en algunos aspectos, también la promueven en otros” (Bohman, 1998: 415). Si mi abordaje es correcto, tal vez los hechos políticos sean menos unívocos y más dialécticos, pero en un sentido diferente del de Bohman. Investigando la verdadera relación que existe entre *el mercado* y *el foro* podemos estar obligados a reconocer que exista entre esos elementos una relación contradictoria.

En primer lugar, me gustaría que el lector observase que mi modelo no trató, hasta aquí, de la acción colonizadora, directa o indirecta, de los subsistemas estado y empresa capitalista en el espacio público, para usar la jerga habermasiana. La utilización del aparato estatal en las elecciones, la corrupción para la obtención de fondos de campaña (en lo que se relacione con la elaboración y ejecución del presupuesto), el financiamiento privado de los partidos por parte de los “compradores de favores”, la acción de grupos de interés sobre el gobierno y sobre la opinión pública, la gestión privada de los medios de comunicación, todos esos factores de extrema importancia han llamado la atención de muchos demócratas, deliberativos o no, hacia la necesidad de perfeccionamiento de las instituciones democráticas, y muchas propuestas han sido hechas en ese sentido. Como reconoce el propio Downs:

“La incertidumbre permite que las distribuciones desiguales de renta, posición e influencia –todas las cuales son inevitables en cualquier economía marcada por una división extensiva del trabajo– compartan soberanía en un reino en el que apenas la distribución equitativa de votos debería reinar” (Downs, 1999: 114).

Con todo, cuando hablo de la acción del *mercado en el foro*, estoy interesado en un fenómeno más fundamental. Quiero referirme al mercado y al foro específicamente *políticos*, o sea, al fenómeno de la disputa, en el espacio público, de una clase política autointeresada por los votos de electores que desean la buena sociedad y son sensibles a la argumentación. Es en esa dirección que me gustaría proponer, a luz de las consideraciones precedentes, que en una sociedad marcada por la división del trabajo, que es una de las fuentes de conocimiento contextual, las fuerzas del mercado político pueden estar en contradicción con la meta del foro político de llegar al consenso.

Algunos teóricos consideraron que la principal causa de esa contradicción es la representación, y que la solución pasa por formas de democracia directa. Este

no es el lugar para tratar las inconveniencias de esa propuesta, aunque deba reconocerse que la democracia representativa pueda ser perfeccionada por interesantes mecanismos de participación. Entretanto, partiendo de las premisas de mi modelo, se llega a la conclusión de que el mayor enemigo de la democracia es la propia división del trabajo. Empero, si la división del trabajo es el gran enemigo de la democracia, tal vez haya una paradoja inocultable en las sociedades democráticas: *puede que nunca lleguemos a un consenso sobre lo que nos aleja de él*. Esto es lo mismo que decir que toda información política relevante es gratuita¹².

La división del trabajo tiene dos causas: educación y propiedad; o como prefiere Robert Dahl:

“las capacidades y oportunidades para que los ciudadanos participen efectivamente en la vida política son causadas, en un importante grado, por la distribución de recursos económicos, posiciones y oportunidades y por la distribución de conocimiento, información y habilidades cognitivas” (Dahl, 1989: 324).

Por un lado, se puede mitigar parte de los efectos de la división del trabajo con una educación formal de calidad y, preferentemente, pública. Pero un tratamiento más frontal del problema pasaría por la discusión de formas alternativas de propiedad. Supongamos, por un instante, que la mejor propuesta sea aquella elaborada por el propio Dahl en su libro *Prefacio a la democracia económica*. Lo que mi modelo sugiere es que, partiendo de la situación actual, podemos no llegar a tener una distribución de conocimiento contextual capaz de proporcionar a cada ciudadano libre e igual la posibilidad de juzgar, en toda su complejidad práctica, la deseabilidad y factibilidad de una propuesta que implicaría, de ser adoptada, una importante serie de transformaciones institucionales.

La tarea de los demócratas deliberativos, que no raramente son teóricos de la justicia, es desatar el nudo de esa paradoja. Eso puede exigir que los demócratas deliberativos den un giro materialista a su programa de investigación y estudien la relación que existe entre la reproducción material y la reproducción simbólica de la sociedad, o sea, la relación que puede existir entre trabajo y lenguaje.

Bibliografía

Akerlof, G. 1970 “The market for ‘lemons’: quality uncertainty and the market mechanism”, en *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 89.

Barry, Brian 1988 (1978) *Sociologists, economists and democracy* (Chicago: University of Chicago Press).

Bohman, J. 1998 “The coming of age of deliberative democracy”, en *Journal of Political Philosophy*, Vol. 6, N° 4.

Dahl, R. 1989 *Democracy and Its Critics* (New Haven: Yale University Press).

Dahl, R. 1990 (1985) *Prefacio a democracia económica* (Rio de Janeiro: Jorge Zahar).

Downs, Anthony 1999 (1957) *Uma teoria econômica da democracia* (São Paulo: Edusp).

Elster, J. 1997 “The market and the forum: three varieties of Political Theory”, en Bohman J. y W. Rehg (compiladores.) *Deliberative Democracy* (Cambridge: MIT Press).

Habermas, J. 1996 *Between facts and norms. Contribution to a discourse theory of law and democracy* (Cambridge: MIT Press).

Schumpeter, J. 1996 (1942) *Capitalismo, socialismo y democracia* (Barcelona: Ediciones Folio).

Weber, Max 1992 (1922) *Economía y Sociedad* (México DF: Fondo de Cultura Económica).

Notas

1 En honor a la verdad, el modelo de Downs abre un espacio para una actitud ambigua por parte de los partidos en relación con las cuestiones controvertibles en los sistemas bipartidarios, o en relación a posibles concesiones en un sistema multipartidario. En los sistemas bipartidarios, “(...) la ambigüedad aumenta el número de electores a los que un partido puede agradar. Ese hecho fortalece a los partidos en un sistema bipartidario, al ser estos tan ambiguos cuanto es posible en relación a sus posiciones sobre cada cuestión controversial. Y ya que ambos partidos encuentran racional ser ambiguos, ninguno de los dos es forzado por la claridad del otro a asumir una posición precisa” (Downs, 1999: 157).

“En contraste, los partidos, en un sistema multipartidario, intentan ser relativamente claros en relación a sus políticas, dado que agradan directa-

mente sólo a una estrecha gama de electores. Entretanto, esos partidos son extremadamente ambiguos en relación a qué concesiones es probable que hagan si entrasen en coalición con otros partidos (...). De este modo, la claridad en un nivel de los sistemas multipartidarios es contrabalanceada en otro por la ambigüedad; al paso que los sistemas bipartidarios son ambiguos desde el comienzo hasta el final porque contienen apenas un nivel” (Downs, 1999: 180).

2 El concepto de demagogia no es unívoco en la filosofía política. Asume diversos significados en las obras de, por ejemplo, Aristóteles, Hobbes, Rousseau, Marx, Pareto, Weber o Schumpeter, para citar sólo algunos. A continuación, adoptaré una definición operacional que no se confunde con esas más conocidas, sobre las cuales no trataré aquí. Con todo, cabe resaltar en este punto que ciertamente la salida aparentemente fácil de hacer coincidir demagogia y mentira traería más dificultades que claridad a la discusión.

3 Akerlof, juntamente con Arrow, fueron los teóricos que desarrollaron la línea de investigación que, en economía, lidia con la llamada asimetría de información. En tanto la teoría “riesgo moral” de Arrow trata de las condiciones de asimetría después de la celebración del contrato –las llamadas acciones ocultas– la teoría de la selección adversa de Akerlof trata de las condiciones de asimetría antes de la celebración del contrato –las llamadas características ocultas– que es el caso estudiado aquí.

4 Una vez más, en honor a la verdad, debe reconocerse que Downs llega a una conclusión próxima, pero por vías absolutamente tortuosas. Por un lado, dice él:

“(...) cuanto más un elector apoya originalmente a un partido en detrimento de otro, menos probable es que él compre información política (...) por otro lado, un elector indiferente en el inicio puede también sentirse apático en relación a tornarse informado. [De este modo,] la información es relativamente inútil para aquellos ciudadanos a los cuales no les importa qué partido va a vencer y aquellos ciudadanos para quienes la información es extremadamente útil independientemente de quién va a vencer. En resumen, nadie tiene un incentivo muy grande para adquirir información política” (Downs, 1999: 261-2).

Del modelo de Downs, como vimos, se desprende más la irrelevancia de los costos que el estímulo para obtener información.

5 Otro concepto equívoco en filosofía política. Evidentemente, la definición aquí adoptada desentona, por ejemplo, con la de Marx, para quien la ideología era tomada como falsa conciencia, cuyos representantes él no dudaba en llamar, a veces, demagogos, en cuanto que en el modelo aquí presentado ideología y demagogia son términos, en cierta forma, antagónicos.

Cabría preguntar, con todo, si el concepto marxista de ideología se aplicaría todavía al capitalismo contemporáneo, una vez que, desde los elitistas, el liberalismo resolvió asumir un “discurso directo” en el que la fundamental distinción marxista entre apariencia y esencia (base de su crítica a la ideología), si no pierde totalmente su sentido, es, como mínimo, reubicada en términos enteramente nuevos.

6 En mi modelo, por lo tanto, el partido (y los congresos partidarios) son para la ideología lo mismo que la hierocracia (y los concilios religiosos) son para la religión.

7 Obsérvese que en el modelo hay, por lo tanto, espacio para que eventualmente un candidato no adopte un discurso demagógico.

8 Ver Brian Barry (1988), donde se encuentra una crítica a Downs.

9 No por casualidad, tanto Weber como Mosca identificaron en las ciudades medievales el ímpetu democrático moderno, que este último tratará de liberal, en oposición al autocrático, y el primero como tema del capítulo de *Economía y Sociedad* al que dio el nombre de “Dominación no legítima”.

10 A pesar de ser estático, el modelo presentado sugiere pistas que ayudan a explicar por qué en política, más que en economía, es tan difícil aprender, como ya observó Schumpeter.

11 Si, en relación con la división internacional del trabajo, adoptamos la hipótesis, sugerida por algunos modelos neo-schumpeterianos de desarrollo económico, de concentración del trabajo intelectual e inventivo en los países desarrollados, y de concentración del trabajo manual e imitativo en los países subdesarrollados, podríamos inferir que las rupturas ideológicas son más probables en los primeros, y las rupturas demagógicas en los últimos. Las ideologías radicales, con todo, tienden a tener alguna chance de victoria electoral solamente en países intermedios, donde por un lado hay pobreza, ignorancia y desigualdad y, por otro, puede haber una masa crítica deseosa de eliminarlas.

12 Desconsiderado el costo, en tiempo, de su asimilación.

