

# Cientes de la democracia

Nos gusten o no son las reglas del juego.

Edgar Gutiérrez

Creo que fue Schumpeter el primero en aplicar el método de análisis de mercado al sistema democrático. La analogía empieza cuando ambos sistemas buscan satisfacer intereses de ciertos segmentos de población. Los oferentes compiten para ganar las preferencias de los potenciales clientes a través de técnicas fungibles, entre las que la mercadotecnia impone su señorío.

El político democrático se hace de un programa intrincado, incluyendo un extenso catálogo de acciones, pero su promoción en realidad descansa sobre símbolos y ejes comunicacionales, de la misma manera como se quiere vender una mercancía, solo que en este caso es para obtener el voto, que luego va a generar beneficios en forma de poder en el Estado.

Nos gusten o no son las reglas del juego, ahora mucho más aplastantes que al inicio del período democrático, cuando la política tenía mayor vuelo autónomo: se identificaba con partidos permanentes e ideologías (modelos del Estado a edificar) y se le confería un poder simbólico que despertaba reales expectativas de transformación social. Ahora, en cambio, quien domina los mercados –lícitos o no- puede, si quiere, uniformar los políticos reduciendo a la mínima probabilidad la pérdida de su control sobre la administración de Gobierno. Más o menos a lo que asistimos este año.

Pero, a la vez, el contrato democrático tiende a incluir cláusulas apremiantes atinentes a los ciudadanos empobrecidos, y de manera notable en las zonas rurales. El votante pide un adelanto en especie de la promesa política. No quiere esperar el triunfo electoral: es dudoso el cumplimiento de la oferta, además introduce un cálculo de riesgo sobre las probabilidades de éxito. El candidato lo sabe y lo asume como preinversión. Así, reparte cerditos, granos y balones; destaza reses y convida a los comensales; distribuye láminas a las mujeres; rifa licuadoras entre los asistentes al mitin.

Incluso da dinero en efectivo. El partido de gobierno siempre tiene la ventaja comparativa de los recursos públicos: créditos, fertilizantes, pequeñas obras y dinero a borbotones para salpicar a organizaciones populares, como anticipa el llamado PECAS, un programa del MAGA (Acuerdo Ministerial 204-2007 del 29 de marzo pasado) para "dinamizar economías campesinas".

Es una realidad difícil de remover. La gente lo llega a razonar éticamente – "he dado mi palabra", "recibí y comprometí mi voto"-, lo incorpora como un derecho mínimo adquirido en época electoral y para nada lo asocia con pérdida de dignidad. La expectativa democrática tiende a agotarse allí, en ese tangible intercambio de mercado. Y es que una lógica perversa se va imponiendo en el contrato no escrito: tú me diste tu voto y te pagué, estamos a mano; lo que ocurra cuando llegue al poder es otro asunto... mis

financistas deberán recuperar la inversión. Así aramos la democracia en el vasto paisaje de la pobreza.