

## Mercado y democracia

Jorge Arrate -- 23 Febrero 2005

La construcción de un imaginario colectivo centrado en la idea de la “entretención” ha obligado a los políticos a realizar cada vez más “actuaciones”, muchas veces asociándose a los personajes del jet set, a las estrellas del deporte, la teleserie o el programa estelar, so pena de convertirse en seres invisibles.

En el debate económico la contraposición en uso es mercado o estado. Es una definición que es en sí misma una creación del propio mercado porque el ámbito analítico se estrecha al de la pura decisión sobre cómo asignar recursos escasos y cómo gestionarlos. Es decir, es estrictamente económica. De este modo, los recursos se asignan a través del inmenso computador de demandas solventes, o sea respaldadas por dinero, que es el mercado o a través de la decisión adoptada por quienes ejercen el poder del estado, que, supongamos benevolentemente, actúan con la mayor eficiencia que les es posible. Los bienes, por su parte, tienen un precio que determina el mercado en un caso o son gratuitos o de precio fijado y su circulación está determinada por el estado.

Si bien esta contraposición tiene méritos en su propio marco de referencia, subvalora gravemente el rol del mercado. Se trata de una minimización del significado del mercado, al que se reduce a mecanismo de asignación de recursos. De este modo se encubre su verdadera naturaleza: la de una institución que se funda en criterios que trascienden mucho más allá de la tarea casi técnica de asignar recursos. Para abundar, diré que disminuir así al mercado es como sostener que la democracia es exclusivamente una técnica para hacer elecciones y asignar el poder político.

La sociedad actual se caracteriza por la difusión casi planetaria de las dos instituciones: el mercado, que llega hasta la China, y la democracia, que si bien no alcanza aún a esos territorios, es una aspiración declarada, un proceso en curso o una realidad, aún imperfecta, en gran parte del planeta. Interesa, pues, la relación entre estas dos instituciones casi universales que son referentes culturales de la sociedad, es decir mucho más que meros aparatos técnicos. Entonces, la pregunta que es preciso formular es si mercado desregulado y democracia se conjugan naturalmente, si calzan como piezas de bordes lijados y suaves de un rompecabezas infantil, o si, por el contrario, presentan contradicciones, asperezas, roces, que sólo un soberano y permanente ejercicio de toma de decisiones puede conciliar.

La respuesta es clara: no, no son naturalmente complementarios. La explicación es que sus fundamentos básicos discrepan. El mercado sin regulación explora, registra y valora las diferencias económicas, lenguaje final al que traduce las de raza, sexo, posición social, sin siquiera preguntarse por sus orígenes. Fuera del tiempo histórico y del marco social, opera con las dotaciones dadas de recursos de cada sujeto individual. La democracia postula la abolición de las diferencias naturales y en uno de sus momentos estelares, el sufragio, considera iguales a todos, lo que ciertamente es un supuesto literario, una fantasía, ya que no hay iguales absolutos en el género humano, al menos mientras la clonación no alcance un estado diabólico de perfeccionamiento. Esta ficción, sin embargo, constituye una

de las grandes conquistas de los últimos doscientos años. Un negro es igual que un blanco. Una mujer que un hombre. Un pobre que un rico. Es una conquista civilizacional.

Si bien mercado libre y democracia ofrecen al sujeto una virtual libertad de elegir, que no se realiza precisamente cuando el propio mercado la interviene, lo predominante es que nuestro universo cotidiano esté atravesado por la contradicción entre estas dos instituciones. La contradicción entre la razón mercantil, que nos reconoce diferentes y trabaja para hacer efectivas esas diferencias con implacable eficacia y la razón democrática que, voluntariosa, nos reconoce iguales. Ambas razones, ambas éticas, se proyectan con la aspiración de ser rectoras culturales de la vida colectiva.

El mercado ha existido siempre porque está relacionado con una noción básica para la convivencia humana: el intercambio. Pero el eterno y viejo mercado adquirió en la segunda mitad del siglo XX una fuerza inusitada y sin control que ha tendido a avasallar la democracia. Aunque ambas instituciones son expansivas, el mercado posee un mayor automatismo en su capacidad de reproducirse. Si bien ambas tienen un carácter “pervasivo” -uso un anglicismo para significar capacidad de penetrar, de infiltrar- también en la intensidad de este rasgo ha triunfado el mercado.

Particularmente ilustrativas son las relaciones del mercado desregulado con el ejercicio de la política y con los circuitos de información. En nuestro país la invasión de la democracia por el mercado sin control ha requerido legislar sobre el rol del dinero en los procesos electorales, un hecho positivo a pesar de las limitaciones de los mecanismos establecidos. La vinculación entre negocios privados y política, lobismo mediante, es un área aún no regulada. Educación, salud, seguridad social, parecieran áreas ya ganadas por el mercado, si bien la razón democrática aún libra sus batallas.

Otro fenómeno que ya está consolidado en la vida nacional es la relación entre política y farándula, que es una faceta de la invasión de la democracia por el mercado. Los medios, particularmente los audiovisuales, pero también muchos escritos, han convertido al ciudadano en un espectador-consumidor. La construcción de un imaginario colectivo centrado en la idea de la “entretención” ha obligado a los políticos a realizar cada vez más “actuaciones”, muchas veces asociándose a los personajes del jet set, a las estrellas del deporte, la teleserie o el programa estelar, so pena de convertirse en seres invisibles.

No justifico a los líderes o proyectos de líderes que adoptan esta conducta, tan solo trato de explicarme un comportamiento que nunca termina de sorprenderme. Los foros entre políticos o sobre política desaparecen de los horarios televisivos estelares, de manera que un alto “rating”, es decir una alta exhibición, requiere un compromiso con animadores, bataclanas y humoristas, todos ellos ciudadanos con oficios respetables, pero que actúan en un rubro distinto de la política.

La obra del mercado es básicamente despolitizadora, su fin es desideologizar, tras la fachada de la no ideología que el mercado pretende ofrecer.

De esta manera el mercado desregulado y con él la razón mercantil desplaza a la democracia y su propia razón como rector de los asuntos públicos, se hace pilar de la cultura predominante y relega a un lugar secundario el concepto de igualdad, fundamental para la democracia.

Por último, mientras la democracia penaliza a las minorías ricas el mercado penaliza a las minorías pobres. De ello no cabe duda. En nuestro país los más pobres, después de ingentes esfuerzos públicos, logran mantener aproximadamente su porcentaje en el producto nacional. Por supuesto que, como el país en los últimos diez o doce años ha duplicado su producto, la diferencia absoluta entre pobres y ricos ha crecido y ha generado condiciones objetivas y subjetivas de mayor desigualdad.

La obra mercantilista se completa con un potente impacto sobre la conciencia ciudadana, que cuando no adormecida es anulada por completo. La pasividad, la indiferencia ante lo público, el desinterés por lo colectivo, es el modo cómo el mercado erosiona una democracia crecientemente indefensa frente a la razón mercantil.

*Jorge Arrate fue Presidente del Partido Socialista y actualmente preside el Directorio de la Universidad de Arte y Ciencias Sociales (ARCIS).*



**Información disponible en el sitio ARCHIVO CHILE, Web del Centro Estudios "Miguel Enríquez", CEME:**  
<http://www.archivochile.com> (Además: <http://www.archivochile.cl> y <http://www.archivochile.org>).

**Si tienes documentación o información relacionada con este tema u otros del sitio, agradecemos la envíes para publicarla. (Documentos, testimonios, discursos, declaraciones, tesis, relatos caídos, información prensa, actividades de organizaciones sociales, fotos, afiches, grabaciones, etc.)**

**Envía a:** [archivochileceme@yahoo.com](mailto:archivochileceme@yahoo.com) y [ceme@archivochile.com](mailto:ceme@archivochile.com)

**NOTA:** El portal del CEME es un archivo histórico, social y político básicamente de Chile y secundariamente de América Latina. No persigue ningún fin de lucro. La versión electrónica de documentos se provee únicamente con fines de información y preferentemente educativo culturales. Cualquier reproducción destinada a otros fines deberá obtener los permisos que correspondan, porque los documentos incluidos en el portal son de propiedad intelectual de sus autores o editores. Los contenidos de cada fuente, son de responsabilidad de sus respectivos autores, a quienes agradecemos poder publicar su trabajo. Deseamos que los contenidos y datos de documentos o autores, se presenten de la manera más correcta posible. Por ello, si detectas algún error en la información que facilitamos, no dudes en hacernos llegar tu [sugerencia / errata](#).