

La virtual fricción ambientalismo-mercado en la era de la contaminación inmediática

EDUARDO MORA CASTELLANO

Efectos friccionantes del mercado sobre el ambientalismo

Si bien el movimiento ambientalista es prácticamente indiferente ante el actual eclipse parcial del Estado y ante la potenciación del mercado, él está -virtualmente- friccionando con éste aunque lo desconozcan sus adherentes pasivos e incluso sus activistas (1). La fricción es, concretamente, con la *racionalidad del mercado*, que es la que creciente y abiertamente regula en la sociedad actual las relaciones sociales, las de todos los subsistemas de la sociedad (no hay otra autoridad que les dé verdadera coherencia a éstos, cada vez más especializados y diferenciados funcionalmente). Tal fricción débese a por lo menos cuatro efectos que el expansivo ejercicio de aquella racionalidad tiene directa o indirectamente sobre el ambientalismo. A continuación se expondrán tales efectos y las circunstancias en que ocurren, constituyendo éstas -y por ello son importantes- parte del marco en que se desenvuelven el ambientalismo y los esfuerzos por establecer nuevas formas de gestión ambiental.

El mercado arrasador y el primer efecto

La racionalidad del mercado es refractaria a cualesquiera criterios para la acción y para la apreciación de las cosas que no sean el de *pago/no pago*, es decir, precisamente, el de *tener/no tener valor económico en el mercado* (2). Y el **ambientalismo**, no independizado aún del todo (¿llegará a estarlo?) de la consideración

de que naturaleza y humanidad son valores en sí mismos -*per se*-, por los que vale la pena jugarse algo, encuentra en aquella infiltrante y apabullante racionalidad una barrera no sólo para hacer valer sus puntos de vista y reivindicaciones globales sino también su razón de ser en tanto movimiento social -el cual es bastante más que un puñado de consumidores y votantes atentos y exigentes en cuanto a lo que se les quiere hacer comprar y avalar-.

El mercado pirata y el segundo efecto

Cuando por la presión ambientalista se arriba a soluciones -o atenuaciones- de problemas ambientales ajustadas a la racionalidad del mercado (por ejemplo, galardonando cierta madera por haber sido producida "ecológicamente", pudiéndosele entonces vender a mayor precio, y disminuyendo así la destrucción del bosque tropical), entonces ellas, las soluciones -o atenuaciones- ambientales, pasan a ser concebidas y vividas como eventuales resultados de un libre juego -el del mercado- dado sobre la base de reglas meramente convencionales, arbitrarias, no trascendentes, desvinculadas de cualesquiera ética, proyecto de civilización o razón histórica, en lugar de ser concebidas y vividas como los logros de una fuerza social conciente y con voluntad de hacer historia, como cristalizaciones de un devenir histórico del que el movimiento ambientalista fuera partero. Esas soluciones, pues, cada vez resultan más

ascépticas, transparentes y frías; no se precisa que nadie crea en ellas ni es por eso por lo que existen: no necesitan apoyarse en un consenso, se les respeta, simplemente, como obedecientes a las reglas del juego (en este caso el juego del mercado, pero así sucede en todos los juegos). La racionalidad del mercado, efectivamente, es la racionalidad del *juego* del mercado, y lo que entra a su ámbito queda ya bajo el dominio de la *regla* -la cual "no necesita para funcionar ninguna estructura o superestructura formal, moral o psicológica"- y será ajena ya entonces al imperio de la *ley* (de la ley natural, de la ley histórica) -la cual "flota por encima de los individuos dispersos" (3)-. Esto constituye una tácita desacreditación y devastación del papel de encarnación de ley histórica que podría atribuírsele al movimiento ambientalista, del papel de redentor de la naturaleza y velador de su armonía con la humanidad, lo cual lógicamente resquebraja su imprescindible apasionamiento -propio de cualquier movimiento social-, resquebraja el carácter trascendente de su meta, el carácter de *verdad* de su fundamento, poniendo consecuentemente en riesgo la conservación y el efectivo empleo de su libido y su energía física, y, entonces, de su carácter y coherencia. Y sin negar que la repugnancia por la racionalidad del mercado se pueda generar *dentro* de la estricta lucha del movimiento ambientalista -especialmente bajo el ala de la minoritaria y brava corriente ecologista nacida en los tempranos años 70- (4), tal minado de la pasión ambientalista redundará en que los que permanecen apasionados dentro del movimiento son, en número significativo, aquellos que han abominado de la racionalidad del mercado a partir de experiencias de vida desligadas de la lucha ambientalista, individuos éstos que sí continúan con su suspicacia política y su disidencia cultural a toda prueba, pero más alentadas éstas por la conflictividad social a secas que por la conflictividad ambiental.

El magnético mercado y el tercer efecto

Cuando la solución de problemas ambientales puntuales no por la vía de la conquista política sino del sometimiento de ellos a la racionalidad del mercado (que compensa y descompensa

económicamente a los concurrentes) es exitosa, ocurre un voluntario y resignado cambio de actitud de parte del ambientalismo: éste acentúa su tendencia hacia un funcionamiento acorde con esa misma racionalidad, menguando e incluso extinguiéndose lo imperativo de su voluntad de hacer valer otro modelo de civilización (o el mismo reformado), dado que el mercado es lugar de regateos sobre la magnitud del valor de cosas, e incluso del valor de *signos* distanciados de sus referentes, mas no de debate ideológico ni de confrontación de proyectos sociopolíticos o de modelos civilizatorios -redoblándose con esto, además, el debilitamiento de su pasionalidad-. Acontece, pues, una creciente dilución del movimiento ambientalista en su entorno al disminuir la diferenciación entre él y el ordenamiento social al que como movimiento social se enfrenta. Alianzas y colaboraciones estrechas entre agentes económicos y organizaciones ambientalistas son cada día más frecuentes. En Costa Rica, el convenio para explotación de biodiversidad entre Inbio y Merck, y los denominados *proyectos de implementación conjunta* en los que intervienen -por un lado- entidades ambientalistas, propietarios de bosque y gobierno costarricenses, y -por el otro- grandes industrias productoras de CO₂ y gobiernos del norte, son sólo los casos más conspicuos y ejemplarizantes de esa tendencia. Dos de las expresiones más frescas de ésta, aunque dispares y de bajo relieve, pueden ser las siguientes: en un muy reciente foro referente a la nueva Ley Forestal, el director ejecutivo de la Cámara Costarricense Forestal (organización cúpula de los explotadores del recurso forestal en Costa Rica), ante las coincidencias manifestadas entre ellos y la Federación Costarricense para la Conservación del Ambiente (agrupación de unas 30 organizaciones ambientalistas ticas) en relación con cómo enfrentar la problemática del recurso forestal, expresó que las distancias entre ambas entidades "se han acortado de una manera tremenda y las diferencias, diría yo, son sutiles" (5); y, en este mes de setiembre de 1996, el muy pujante grupo ambientalista costarricense Ambio, especialista en derecho ambiental, se ha trabado con la añeja y conservadora Asociación

Nacional de Fomento Económico en un seminario conjuntamente organizado en torno a las oportunidades que brinda el mercado para la solución de problemas ambientales.

Y es que no parece que ahora sea más arduo enfrentarse a la problemática ambiental -con intenciones resolutivas o paliativas- sobre la base de la racionalidad del mercado que sobre la base de la vieja racionalidad coercitivistica y clientelista del Estado interventor. Éste, agotado precisamente en el momento de eclosión de la problemática ambiental como preocupación social masiva, para desdicha suya demostró en los años 70 su torpeza para atacar dicha problemática: en efecto, el declive del Estado interventor, la ascensión del movimiento ambientalista y la conversión en preocupación social masiva de la problemática ambiental, son partes de un mismo proceso. De modo, pues, que dentro de las coordenadas de la racionalidad del mercado -infiltrada ya en todos los subsistemas sociales, entre ellos los que tienen que ver estrechamente con lo ambiental, como el educativo, el jurídico y el político...-, se ha pugnado por disminuir y eliminar hechos ominosos y purulencias puntuales de la relación sociedad-naturaleza con algún éxito, gracias, claro está, a que la ideología ambientalista se ha infiltrado, también, en casi todos los grupos socioculturales y en todos los subsistemas sociales, repercutiendo tanto en los agentes económicos, que lenta pero sostenidamente han ido adecuando su actividad (producción de bienes y servicios -incluidos los de la industria del entretenimiento-; publicidad de los mismos; etcétera) a las exigencias de los ciudadanos consumidores, como también repercutiendo en la actividad de instancias especializadas de varios de los subsistemas sociales, las cuales someten a aquellos agentes y sus prácticas a regulaciones y controles (de tipo sanitario; referentes a impacto ambiental; etcétera).

El mercado sin-sentido y el cuarto efecto

Hay que agregar que el mercado no atrae hacia sí ni domina con su racionalidad todos los subsistemas sociales por el hecho de que dé un especial *sentido* a los actos y a las cosas que en

él se realizan, sino, al contrario, porque seduce, porque desvía o confunde el *sentido* real o virtual de todos los actos y cosas que se someten a su racionalidad. El mercado no tiene ningún *sentido* ni da ningún *sentido* a nada: no se basa en ninguna verdad o necesidad trascendente (que lo trascienda a él como juego) ni genera tampoco nada trascendente. Quintaesencia superactualizada de esto es el hecho de que, actualmente, los mayores movimientos de "capital" corresponden a las transacciones enteramente especulativas que en los mercados monetarios se llevan a cabo (su monto diario es cincuenta veces superior al de los intercambios de bienes y servicios), transacciones de "signos" cuya dinámica está prácticamente autonomizada de la dinámica de la producción, que sólo responden a las reglas de juego de esa dimensión del mercado que es el mercado financiero. Y es esta instancia, por cierto, la preponderantemente influyente en el funcionamiento de la economía y también de la política mundiales.

En contraste, la producción económica sí tiene *harto sentido*. Y ella que, por cierto, genera valores que sólo en el mercado logran realizarse, genera además desequilibrios ecológicos que ahora, como se dijo atrás, están encontrando también en el mercado el modo de, por lo menos aparente y parcialmente, resolverse. Mas las soluciones del mercado no se basan en la coerción sino en la seducción, es decir, en el juego astuto de la compensación/descompensación económica, en los señuelos, en las trampas con las apariencias, en el encantamiento, en la desviación del *sentido*. De modo que en el mercado -como en cualquier ámbito de seducción- los puntos de llegada no son nunca definitivos ni diáfanos, sino reversibles y ambiguos, y, así, las decisiones y soluciones que en él se generan (que de acuerdo a su racionalidad se generan) tienen ese mismo carácter. La correspondencia de esta formulación teórica con la realidad quizás aún no consista en que recientes soluciones ambientales estén ya *revirtiéndose*; sino que tal correspondencia puede estar ya consistiendo en que muchas de esas soluciones no lo sean, sino que sean sólo simulacros, que sean *signos* que evocan -acaso

nada más que por contigüidad- soluciones ambientales, *signos* que conectan con la moda ambientalista -la cual, como toda moda, se da por la contaminación *inmediática* de *signos* y no por una circulación de *sentido*-, pero que carecen del *sentido* propio de las soluciones de los conflictos entre sociedad y ecosistemas que, como todo *sentido*, se elabora y circula menos rápidamente que el *signo* (6). Es decir, lo que podría estar sucediendo es que las pretendidas soluciones ambientales brotadas del mercado tengan más de simulación basada en la pompa de jabón sucio de la moda, que de solución basada en el terreno firme de las elaboraciones científicas del movimiento ambientalista; más de producto *de marca* para un mercado inundado por la moda ambientalista que de procedimiento tecnológico (físico o sociofísico) para la elusión o superación de un choque entre humanos y ecosistemas. Y éste es el cuarto *efecto*, conducente a la virtual fricción entre ambientalismo y racionalidad del mercado, que el expansivo ejercicio de ésta puede estar teniendo, indirectamente, sobre aquél.

El ambientalismo no choca con el mercado

Mas, como habrá quedado claro hasta aquí, los efectos del mercado sobre el movimiento ambientalista dan o pueden dar pie, no a una confrontación, sino sólo a una fricción entre esas dos entidades, y es así porque el ambientalismo, a diferencia de los movimientos sociales típicos de la modernidad, no pretende el asalto al poder ni actúa sobre la base de una estrategia que se pudiera ver frustrada por tales efectos, ni tampoco funciona bajo una dirección -ni cerrada en sí misma ni encerrada en especulaciones teóricas- que pudiera sentirse afrentada o desafiada por ellos.

Por el contrario, el ambientalismo que es antijerárquico, consecuente en esto con el ecologismo de los años 70, reniega del carácter vertical de los viejos movimientos sociales, y, al carecer de verdaderos compromisos con el viejo Estado interventor, se ha inclinado por un desprecio desapasionado de éste y del sistema político del que es parte. Tal actitud, que además

lo revela como una coherente expresión de un proceso de cambios y reacomodamientos sociales despuntado ya en la década de los 70, hace que él no choque verdaderamente con el mercado, o sea, con la racionalidad del mercado. Aparte de que el ambientalismo se apoya en una *ética de síntesis*, "que reconcilia ecología y economía, moral y eficacia, calidad y crecimiento, naturaleza y beneficio" (7) (en este tiempo de renacimiento ético, en el que el principio de responsabilidad individual cobra fuerza como respuesta a la caída de la creencia en el progreso impersonal), él -el ambientalismo- y la racionalidad del mercado tienen en común que su lógica expansiva no gira en torno al eje de la coerción o la violencia, ellos no operan a través de procedimientos quirúrgicos o por asalto, sino por infiltración. Son anticoercitivos. Esto sin detrimento de que el irrespeto a la racionalidad aquélla conduzca a la descompensación e incluso a la marginación de los irrespetuosos, ni sin perjuicio de que el ambientalismo "contamine" *inmediáticamente* con su moda -con sus signos sueltos, desreferenciados-, desacreditando a los incontaminados -más allá por supuesto de impactar y remover con su "verdad", con su *sentido*-.

Medios de comunicación, moda ambientalista y retroalimentación

Y es que, efectivamente, el ambientalismo es, además de un movimiento social, una moda, hecho posible gracias a que el mismo emergió y se desarrolló en un contexto de indiscutible mundialización de la información, de masivización del acceso a ésta y de uniformización cultural derivada, contexto en el que los medios de comunicación electrónica funcionan coordinadamente con los medios impresos, todo esto hasta el punto que -según GIDDENS (8), entre otros sociólogos prominentes de hoy- ellos han pasado más que a reflejar a configurar realidades. Y éste es precisamente el "hábitat" en que se desencadena la moda: "Nuestra maravilla social es la de esta superficie ultrarrápida de circulación de los signos (y no la ultralenta de circulación del *sentido*). Adoramos ser inmediatamente contaminados, sin pensarlo. Esta virulencia es tan nefasta como la de la peste, pero

ninguna sociología moral ni ninguna razón filosófica acabará con ella. La moda es un fenómeno irrepetible porque participa de ese modo de comunicación insensato, viral, inmediático, que sólo circula tan rápidamente porque no pasa por la mediación del sentido" (9). ¿Cuánto de los éxitos ya visibles del ambientalismo no responderá a su desdoblamiento como moda, o sea, a que además de ser movimiento social exista también como moda, como contaminación "viral" a través de los medios masivos?

El vertiginoso desarrollo actual de los medios de comunicación, que ha desempeñado un papel de mucho peso en el proceso de cambios y reacomodamientos sociales de las últimas dos o tres décadas -influyéndose reciprocamente-, ha impactado grandemente el funcionamiento del sistema económico elevando su eficiencia, y, así, haciendo cada vez más prescindible al Estado interventor como regulador de las relaciones entre los diversos agentes y fuerzas que operan en el mercado (tradicionalmente aquejados de incomunicación). Porque la comunicación multidireccional, permanente e inmediata -y también planetaria-, si bien no elude que, como antes, unos estén más comunicados que otros sí hace posible una mayor fluidez de información de las partes subordinadas a las partes dominantes o dirigentes de los diversos subsistemas y del sistema social global, reduciendo esta retroalimentación de las cúpulas en mayor eficiencia en la dominación y en una mantención del orden sin la apelación reiterada a la coerción. La comunicación intrasistema e intersistemas en el ámbito de lo social, pues, se ha agilizado enormemente haciendo más eficiente el funcionamiento de todas las organizaciones, de cualquier nivel, lo que ha dado como resultado el **recrudescido declive del liderazgo por carisma y fanatismo y el simultáneo apogeo del liderazgo por capacidad tecnológica de gestión.** Fenómeno éste que se articula con otros dos, referentes también a mutaciones en la estructura de poder, y que asimismo son partes interinfluyentes del proceso de cambios de las últimas décadas: **deslegitimación de la verticalidad entre dirigente y dirigido y**

trasvase de poder estatal a oenegés y empresas.

Sobre tal trasvase, de especial impacto sobre la gestión ambiental y el ambientalismo, debe señalarse que no significa que el Estado esté perdiendo totalmente el control sobre las funciones y potestades que traslada, dado que él suele reservarse puestos de vigilancia y expedientes de intervención para casos de incumplimiento con respecto de las premisas de comportamiento convenidas; además de que paralelo al trasvase se da una asunción de nuevas funciones y potestades de parte del mismo Estado, porque la gestión de lo ambiental implica la emergencia de nuevas y numerosas responsabilidades y tareas, muchas, sí, asumidas estatalmente y otras repartidas entre oenegés y empresas. En Costa Rica, por ejemplo, la legislación ambiental de los dos últimos años - *Ley Orgánica del Ambiente y Ley Forestal*-, y la reciente disposición del Ministerio de Ambiente de municipalizar varias de las funciones referentes al control de la gestión del ambiente, que para el *ecologismo* (no para el *ampliismo ambiental*) tico es más un traslado solapado a la empresa privada, confirman esta tendencia.

La mayor transparencia del sistema social, debida significativamente a la creciente desimbolización -o positivización- del conocimiento social que circula profusamente como información (o sea, las unidades de información no remiten a realidades o verdades trascendentes sino que están constituidas por conocimiento "positivo"), hace que los agentes económicos y las instancias políticas se inclinen más a satisfacer las aspiraciones ambientalistas de la ciudadanía. Esa transparencia, que no sería tal sin los bucles de retroalimentación dados en los diversos circuitos sociales, pues, modifica las relaciones entre ciudadanos, instancias políticas - en sentido lato- y agentes económicos. Dicho esto sin afectar la certeza de que, por otro lado, unas pocas decenas de personajes y empresas hayan, en los últimos veinte años, acrecido casi inconmensurablemente su control sobre los mercados financieros, sobre el capital en general y sobre las redes de comunicación mundiales, y sin afectar tampoco la certeza, ya mencionada,

de que la profusa información en su aplastante mayoría esté uniformizada y los sucesos de los que da cuenta resulten, sumidos en la enorme masa informativa, trivializados, además de que el ciudadano corriente no cuenta con el tiempo para separar el grano de la paja y darle sentido a la información disponible. Pero es que estas certezas no niegan ni la transparencia dicha ni el mayor flujo de información entre dirigentes -o dominadores- y dirigidos -o dominados- que está en su base, ni niegan que la dominación sea ahora a través de la seducción y no de la coerción. Por supuesto no habría seducción sin la satisfacción de los seductores.

Ni dictadura ni participación democrática en la sociedad de la información

Mattelart evalúa la relación actual entre los ciudadanos y los omnipresentes medios de comunicación y concluye que aquéllos conservan su poder frente a éstos. Dice: "¿Podemos, todavía, seguir hablando de relaciones de fuerza entre cultura y economía audiovisual, o de intercambios desiguales de flujos, si la gente demuestra que posee el increíble poder de descodificar las transmisiones que le están destinadas? Este argumento permite esquivar todas las cuestiones contradictorias que se plantearon cuando se inventó el concepto de comunicación. Por fortuna, otras teorías acuden en nuestra ayuda sacando a colación los conceptos de poder y contrapoder. Ya que, si bien es cierto que el modelo social está constituido por sistemas que generan controles, que fabrican adhesiones y conformismos, también es cierto que el modelo posee todas las estrategias, y las imprevisibles tácticas que preservan en todas partes la libertad del hombre común..." (10). Conclusión a la que llegaron casi medio siglo atrás Robert Merton y Paul Lazarsfeld, sin que con eso ellos negaran que "Los que pretenden controlar las opiniones y creencias de nuestra sociedad, recurren cada vez menos a la fuerza física y cada vez más a la persuasión de las masas" (11). Pero Mattelart pareciera sobrepasarse en optimismo cuando -aunque con ambages- pondera el potencial democrático del sistema de comunicación hiperdesarrollado, diciendo que la organización

en redes como "modelo para comunicarse entre sociedades civiles, aplicado, en particular, por innumerables organizaciones no gubernamentales, recorre todo el espectro de las técnicas de comunicación, desde el vídeo hasta la radio, pasando por la informática. Su desarrollo ha afianzado la búsqueda de modalidades de auto-organización cuyos nuevos protagonistas, los actores sociales, intentan asumir la gestión de sus intereses frente a la crisis del Estado asistencial. *Su mayor mérito es el de permitir una reflexión acerca de un 'tercer espacio'; un espacio que vendría a situarse entre las lógicas intermercantiles y las lógicas interestatales, mediatizando entre el pragmatismo del mercado y la realpolitik de los príncipes*" (las cursivas son mías) (12).

En el campo de la gestión ambiental y de la acción general del movimiento ambientalista, el papel que juegan los nuevos medios de comunicación electrónica, como también los medios viejos y los medios impresos, es, en efecto, eminentísimo, mayormente desde que la gestión ambiental es espacio de desarrollo de capitales y factor de dinamización de la economía. Mas una cosa es la presencia que en ellos tienen (y el uso que hacen de algunos de ellos) las organizaciones ambientalistas y otra la presencia que en ellos tiene la "ideología" o enfoque ambientalista. De este último son ya partícipes gobiernos u órganos suyos, empresas económicas, organismos financieros internacionales, etcétera, lo que hace que esa "ideología" o enfoque se exprese constantemente en los medios masivos. No sucede igual con las organizaciones ambientalistas, que son entidades que, más allá de su "ideología" o enfoque obvios, están definidas por una acción y unos objetivos directa y primordialmente determinados por la intención de disminuir la desarmonía sociedad-naturaleza, o de proteger ésta, sin afán de rentabilidad económica o política. Mientras el acceso de la ideología ambientalista a los medios masivos es incuestionable, lo cual se relaciona con que el ambientalismo haya devenido moda, el acceso de las organizaciones ambientalistas en tanto tales -con sus señas de pertenencia a un movimiento social, con sus interpretaciones y

reivindicaciones a menudo molestas para ciertos intereses económicos y político-estatales, y con sus apoyos e involucramientos de conjuntos ciudadanos particulares- es casi inexistente. *Spots* publicitarios como los de Greenpeace y de WWF, que por cierto aparecen en algún canal televisivo captado en Costa Rica por satélite, son excepcionales. La producción audiovisual e incluso impresa de organizaciones ambientalistas costarricenses, por ejemplo, es desdiable en su volumen y circulación, lo que es concordante con la miseria -en casi todos sentidos- de nuestros medios de comunicación masiva, y no deja de ser también consonante con la tendencia mundial de la producción de información: "Desde hace veinte años, la proporción de las imágenes e informaciones autónomas (producidas por una cadena local para un público local) no ha hecho sino disminuir proporcionalmente. Lo mismo ocurre con la prensa escrita..." (13). El acceso a Internet sí es muy numeroso y creciente de parte de los grupos ambientalistas ticos, mas la relevancia de esto reside sólo en el aumento de la fluidez en la comunicación entre ellos sobre aspectos operativos de su labor.

Los medios masivos, en definitiva, son el lugar natural de la cultura de masas, y es en esa medida que el ambientalismo -salvando excepciones- está y estará en ellos presente: como moda, como *signos* que se cotizan y se intercambian, y no como *sentido* en debate y en puja por orientar una cultura.

Ni de Internet ni de los otros dispositivos de comunicación electrónica e impresa es viable un uso democrático (14). Los medios masivos y sus adheridas autopistas de información no son lugares de democrática *participación* ciudadana en los asuntos públicos. No debe confundirse el papel principalísimo que ellos desempeñan en la cada día más afinada *retroalimentación* de las instancias decisorias de todo nivel, con la *participación* democrática entendida como sustancial e insustituible expresión y forma de existencia de *hombres -y mujeres- políticos*. Aquella retroalimentación se da principalmente a partir de la información generada en permanentes juegos de acción-reacción con la ciudadanía llevados a cabo de acuerdo a las reglas de la

racionalidad del mercado, mas no a partir de deliberaciones y apuestas ciudadanas ajustadas a principios políticos y en torno a estrategias y objetivos correspondientes. Más allá del costo de uso del enjambre de dispositivos de comunicación y de la propiedad que sobre ellos se ejerce, la razón de no ser lugares de democrática *participación* estriba en que la única forma de democracia que cabe (a nivel global, no de pequeña localidad) en las actuales sociedades es la liberal-representativa: primero, porque los sistemas políticos de éstas han sido diseñados y gradualmente construidos, desde hace varios siglos, sobre la premisa de que el ser humano es un *ser económico*, productivo, antes que *político*, y, en consecuencia, es oportuno que sea políticamente *representado* por expertos a fin de que se entregue sin trabas a la producción, que es la obsesión de la modernidad; y, segundo y combinadamente, porque estas sociedades, al no ser *comunidades* sino agregados humanos multitudinarios, con subsistemas internos especializados cuya gestión precisa de expertos, tienen inviabilizada la participación, dado que ésta se basa en -y es- la interacción entre los ciudadanos, facultados en el manejo de la información pertinente para deliberar y tomar decisiones políticas (15). Pero, paradójicamente, ahora ni hay comunidad ni hay tampoco confianza en los expertos.

El modelo de democracia participativa, la ateniense, no tiene ya cabida en las sociedades contemporáneas, y venir a proponerlo ahora sin simultánea y coherentemente promover una revuelta social conducente a una suerte de comunidad premoderna -en la que no existiera la obsesión de la producción ni la suave tiranía de la racionalidad del mercado-, y sin estar dispuesto a transitar por el caos, es retórica vacía. Y es que solamente a los caóticos marginados del actual proceso económico no espanta el tránsito por el caos, y no hay movimiento social que ahora le pueda ni quiera dar aliento a la revuelta aquella, y, mientras tanto, el sueño de la comunidad premoderna es un asunto de muy escasos "comunitaristas" y ecologistas "puros" que a tenor de esta época no desafían la máxima de Baudrillard de que