

Thomas Castelain
Luis Diego Guillén Martínez
Mario Solís Umaña

Introducción

En todo sistema democrático representativo moderno, las elecciones conforman el proceso político más sensible e importante. No solo participa en ellas el mayor porcentaje de la población, sino que también reciben el interés y la influencia de analistas y estudiosos de los fenómenos políticos, así como de los medios de comunicación y de los grupos de poder (Roche Aguirre, 2008). Por ello, conocer los criterios con los cuales el votante construye su elección y los procesos de razonamiento que subyacen a dicha decisión es indispensable para el fortalecimiento del ejercicio democrático y la formación cívica del electorado. Este hecho es relevante sobre todo en un momento histórico en el que los movimientos políticos de corte populista y autoritario cuentan con amplio respaldo en las urnas, en democracias históricamente sólidas y consolidadas, como las de Estados Unidos y los países de Europa Occidental (Camazón y Sánchez, 2017; Baier, 2016; Albertazzi y McDonnell, 2008).

Toma de decisiones políticas y sistema democrático

Ya en su obra titulada *Política*, Aristóteles previene que, si bien la democracia es de los sistemas de gobierno menos malos, en un estado de democracia pura (en el cual la multitud cuenta con el poder supremo y absoluto), los demagogos y tiranos pueden aparecer con facilidad, siendo por ello el paso al despotismo un riesgo inherente a toda democracia. Ese miedo al despotismo (en este caso monárquico) es el que lleva a teóricos como John Locke y el barón de Montesquieu a plantear que un gobierno constitucional que divida, modere y equilibre el poder de esa mayoría, puede proteger la libertad individual y evitar el declive de la democracia hacia el despotismo (Almond y Verba, 1963). A tal fin, un elemento fundamental que posibilita el funcionamiento de la democracia y su equilibrio interno son las contiendas electorales regulares, libres y justas, por cuanto no solo permiten una transición pacífica y adecuada del poder (Carlin, 2015) (que

en otros contextos se daría por la violencia), sino que también permiten que los gobiernos escogidos de esta manera puedan ser más susceptibles al escrutinio, la fiscalización y la rendición de cuentas (Almond y Verba, 1963; Diamond y Morlino, 2005).

En otras palabras, el núcleo fundamental de la democracia representativa se construye en el ejercicio electoral, actor crítico e insustituible. Son muchos los factores que pueden contribuir al surgimiento y desarrollo de un sistema democrático en un momento dado, tales como la cultura cívica, el sentido de unidad nacional, el desarrollo industrial y tecnológico, la división institucional y las actitudes de las élites políticas (Mazo, 2005). No obstante, en el caso de la democracia representativa, esta se construye de manera reiterada en las urnas, dependiente de las decisiones que el electorado toma, de sus percepciones y sus valores. De hecho, esas decisiones son las que en un determinado momento histórico pueden fortalecer o debilitar los esfuerzos de generaciones en construir un sistema democrático robusto.

Una de las conductas del votante que ha sido de extremo interés para los científicos sociales en los últimos años (en virtud de lo arriba indicado, por los riesgos que reviste para el sistema democrático) ha sido el apoyo a movimientos populistas de claro corte autoritario y antidemocrático (Albertazzi y McDonnell, 2008). El hecho de que estas corrientes cuenten con un amplio respaldo en las urnas, en democracias débiles o inmaduras, no es un fenómeno que genere extrañeza. Sin embargo, resulta asombroso y preocupante que en los últimos años estas tendencias hayan contado con un creciente apoyo de los votantes en democracias de tradición sólida y consolidadas, como Estados Unidos y los países de Europa Occidental (Camazón y Sánchez, 2017; Baier, 2016; Albertazzi y McDonnell, 2008), algunos de estos últimos inclusive miembros fundadores de la Comunidad Europea (Martínez Ballesteros, 2017).

Es consenso que estos movimientos han ascendido, en gran medida, como respuesta del elector a lo que este considera un fracaso de los partidos tradicionales en resolver sus problemas. Dichos “problemas” están relacionados con la globalización, la inmigración, la corrupción, el deterioro socioeconómico, el desinterés de los líderes políticos por su bienestar, la inseguridad y lo que perciben como una clase dirigente egoísta y despreocupada (Albertazzi y McDonnell, 2008). Todo esto hace que el votante rompa sus tradicionales lealtades partidarias, fuentes de sólidos compromisos políticos. Además, cuando no se refugia en el abstencionismo, se vuelve más sensible a alternativas consideradas nuevas y radicales, de distinto signo ideológico, que ofrecen soluciones en apariencia simples, eficaces, prontas y de sentido común para el así llamado “hombre de la calle” (Albertazzi y McDonnell, 2008). De tal manera, los movimientos populistas podrían considerarse una toma de alerta y un correctivo necesario cuando aparecen las carencias de los sistemas democráticos deliberativos (Casullo, 2014).

En este punto, es importante definir lo que hay que entender por populismo. Para Anselmi (2017; en Scolari, 2017), el populismo es un discurso que propone tres componentes fundamentales: “una comunidad homogénea entre clases que se percibe a sí misma como la titular

de la soberanía popular, un líder conectado con la comunidad y un estilo de comunicación maniqueo que tiene como objetivo crear polarización política” (p. 1038). Por su parte, Laclau (2005) define al populismo como un derivado intrínseco y positivo de la política, el cual surge en toda situación histórica en la que una pluralidad de demandas insatisfechas coexiste con una inhabilidad del sistema institucional para satisfacerlas de manera razonable. Weyland (2001), a partir de sus investigaciones sobre el populismo en América Latina, lo caracteriza como una forma específica de competir por el poder político a fin de alcanzarlo y ejercerlo, empleando en el proceso no solo las políticas sociales y económicas, sino también un liderazgo personalista que limita la institucionalidad, un discurso sensible a lo que sus seguidores desean oír y un enemigo del cual el pueblo debe ser protegido. Mudde y Kaltwasser (2017) definen al populismo como una “ideología difusa la cual propone que la sociedad está en última instancia separada en dos campos homogéneos y antagónicos, ‘el pueblo puro’ versus ‘la élite corrupta’” (p. 6).

En adición, tampoco debe pasarse por alto que los movimientos populistas en auge tanto en Europa Occidental como en Estados Unidos combinan el autoritarismo (apelación a la ley y el orden por encima de la institucionalidad y el respeto a los derechos) con el nativismo (los estados deben ser habitados solo por miembros del grupo “nativo”; en otras palabras, la nación) (Mudde, 2004; Mudde y Kaltwasser, 2017; Albertazzi y McDonnell, 2008). Ello los pone en directo conflicto con los principios fundamentales de las democracias liberales en esos países, las cuales prescriben una serie de mecanismos para evitar los excesos de la voluntad de las mayorías, a las que dichos movimientos dicen apelar.

Sin embargo, llama la atención el hecho de que, pese a lo anterior y mientras en esas democracias los electores tienen cada vez menos respeto por los políticos profesionales y por las políticas de sus gobiernos, los mismos votantes que se decantan de manera progresiva por movimientos populistas de corte autoritario, siguen creyendo que la democracia liberal representativa es la mejor forma de gobierno (Stoker, 2006). Esto conduce a una paradoja de importantes consecuencias para la salud de los sistemas democráticos: ciudadanos en democracias consolidadas que manifiestan creer en este sistema como el mejor posible pero que votan a partidos que abiertamente atacan o cuestionan los principios fundamentales del mismo; ciudadanos que votan creyendo que estos partidos velarán por los principios democráticos, a pesar de los claros mensajes en contra que los mismos envían.

Llegados a este punto, cabe cuestionar lo racionales o irracionales que pueden ser las decisiones de voto en las democracias por parte del electorado, máxime cuando este no se identifica con sus gobernantes o percibe que el sistema democrático no satisface sus necesidades, sin importar cuán sólido o robusto pueda parecer el mismo. ¿Qué tan racional o irracional puede ser dicha decisión? ¿Qué procesos de razonamiento subyacen a la toma de decisiones? ¿Son suficientes las concepciones actuales sobre el razonamiento para entender dicho fenómeno, o ameritan una revisión crítica que permita comprender estas conductas de mejor manera?

Un hecho es innegable: cuales sean los procesos y los criterios que el electorado emplee para definir su intención de voto, las consecuencias de dichas decisiones serán inevitables y de impacto para toda la sociedad. De ahí la importancia de abordar estas preguntas desde una perspectiva interdisciplinaria, tanto desde las ciencias políticas, como desde la filosofía, las ciencias cognitivas y la psicología cognitiva, construyendo con sus aportes una propuesta que redunde en beneficio y fortalecimiento no solo de los sistemas democráticos sino también de las culturas electorales. El objetivo principal del presente capítulo es revisar los aportes más valiosos de dichas disciplinas a la comprensión de este fenómeno y plantear una propuesta dirigida a mejorar la calidad de las decisiones políticas, empezando por abordar lo que ha de entenderse por racionalidad.

Cuestiones fundamentales sobre razones, racionalidad y agencialidad

Resulta inútil buscar una definición de razón o de racionalidad, como si fuera un código especial al cual solo unos pocos pueden tener acceso. El tratamiento dado en estas líneas a dichos términos no supone una luz especial (la razón) o la aceptación de una posición metafísica relativa a lo humano (una concepción filosófico-antropológica robusta y trascendental). Importa entonces trabajar con la idea más básica de racionalidad, según la cual se alude a acciones y no a cosas, y fundamentalmente al razonar, a la oferta de razones (Scanlon, 1998; Broome, 2013). Desde este abordaje, conviene además hacer referencia directa a la noción de “agencialidad”, o mejor aún, a la idea del “agente racional”. Ser agente significa poder hacerse responsable de aquello que elegimos hacer (Raz, 2001, 2013). Somos agentes respecto de nuestras decisiones y de las consecuencias de las mismas, y como bien señalaba Amartya Sen (2009), no estamos del todo alienados respecto de las escogencias racionales que hacemos. Ello no implica estar en control de todas las variables que intervienen en nuestras decisiones para la acción, ni implica tampoco la desaparición de los diversos factores que “se imponen” a nosotros en el momento en el que tomamos una decisión o un curso de acción. Pero sí implica el ser responsables de lo que hacemos en tanto que respondemos a razones para la acción.

Ser un agente racional significa estar en la disposición para guiarse por consideraciones que cuentan en favor de hacer x , de la secuencia “creer-querer-hacer x ” (Scanlon, 1998; Parfit, 2011; Chang, 2013). En dicho sentido, esa x representa muchos tipos de acción, quizás todos los tipos. Para lo que aquí se trata, cabe pensar que un agente racional “abriga” razones para la acción, es decir, emitir el voto. Así, un agente no racional o “arracional” es quien actúa (y cree y quiere actuar) con total indiferencia respecto de las razones para la acción (ya sea para actuar, para querer actuar, para creer y querer actuar). Esto hace que la figura de la “persona arracional” sea muy extraña, pues para no emitir el voto, o para emitirlo, o para emitirlo en favor de Y o en favor de Z, o inclusive emitirlo nulo, se requiere una razón (aunque no sea necesario ofrecérsela a nadie). En este sentido, la posición nihilista se ve retratada en la figura de la persona arracional, pero si tal posición se asume sobre la base de razones fuertes (es decir, como una filosofía),

quizás no se tiene ya tal figura, y la imagen del autómatas calzaría mejor como representación de una persona arracional.¹

Ahora bien, surge también en este punto una pregunta de peso: ¿es posible la figura de un “no agente” que sea “racional”? Es decir, ¿se puede hablar con sentido de racionalidad sin agencialidad? La respuesta más probable es no, tanto para la acción en general como para los actos específicos; por ejemplo, la emisión del voto. En su forma más abstracta, son actos racionales porque hay en el juego una oferta de razones, particularmente de razones justificativas de la acción. Una computadora o una aplicación informática se acerca a esa figura (si “racional” se tipificara en el sentido de operacionalidad matemática), pero no puede ser racional porque, como se puede sospechar, la agencialidad es condición de la racionalidad e incluso de la irracionalidad respecto de una elección entre Y y Z.

En contraste con lo anterior, y en concreto con la figura de la persona “arracional”, se podría dibujar la figura de la persona “irracional”; es decir, quien se aparta de una línea de pensamiento o de acción asumida como “racional”. Para poder catalogar a un agente de irracional, se necesitaría una demarcación de racionalidad (en otras palabras, una métrica, norma o ratio, un cierto orden de cosas) respecto de la cual se pueda decir que un agente es racional o irracional. La frase “no es contrario a la razón” en la conocida expresión de David Hume “no es contrario a la razón preferir la destrucción del mundo al rasguño de mi dedo” (*Tratado de la naturaleza humana*, libro 2, parte 3, sección 3), habría que entenderla como “no es arracional...”. Esto no equivale a señalarla como racional, pero tampoco alcanza a ser “arracional”.

En este punto, el término “irracional” permite avanzar en la comprensión de la cuestión y se observa precisamente en esa misma secuencia de ideas de Hume, a través de otra de sus sentencias: “es un poco contrario a la razón preferir mi propio bien menor a uno mayor” (ver Broome, 2013, p. 195). “Es un poco contrario a la razón” podría entenderse como “es irracional”, toda vez que ahora contamos con una ratio, con una medida u ordenamiento. La elección de un bien mayor, *ceteris paribus*, es racional cuando se acepta que “más es mejor que menos” y cuando las opciones disponibles enfrentan a “más” con “menos”. Lo contrario es irracional, es decir, carente de la racionalidad en cuestión (nótese en este último caso que cuando “menos” es “más”, se elige “menos” porque, en algún sentido habría un valor mayor en “menos” que en “más”, pero la regla no ha cambiado).

Dicho sea de paso, los adverbios “más” y “menos” indican cantidades, pero no habría que pensar esto como opuesto a calidades. Es posible tener “más razones morales” o bien “una razón moral suficiente” para elegir P frente a Q. Así se tiene un tipo de razón, y muchos piensan que esa variación en tipo elimina la variación cuantitativa, aunque tal cosa es un error. La oposición

¹ Bernard Williams ha acuñado el término “persona amoral” en el texto breve *Introducción a la filosofía* (1988). La expresión “persona arracional” se inspira en parte de dicho abordaje.

de un tipo de razón para la acción a otro tipo no es contraria a la cuantificación. La expresión “razones de peso” permite pensar el punto, pues se añade “peso moral”, al ofrecer una razón moral para la acción, y el “peso económico” no se muestra suficiente para mover la balanza en otra dirección; o bien, las razones morales se asumen como conteniendo todo el peso y ninguna cantidad material (razón económica) movería la balanza.

Si se alberga una razón moral para “no matar, bajo ninguna circunstancia”, esa razón moral será suficiente aun cuando puedan cuantificarse los beneficios generados por la ejecución de ese acto en términos de vidas. No obstante, el decir “razón suficiente” contiene implícita una “medida de racionalidad” que es mayor que la ofrecida por la posición contraria. Con esto se muestra que muchas veces la oposición fuerte entre calidad y cantidad es falsa, pues la calidad también admite cuantificación. Pero, quizás más importante, se indica que tales expresiones dicotómicas y posicionamientos opuestos expresan una ratio fundamental. En ese sentido, entonces, la “arracionalidad” solo aparece cuando se abandona la posibilidad del juicio racional o irracional de una decisión (y la decisión “irracional” también es “racional”).

Lo anterior también ejemplifica que la cuestión sobre la racionalidad del voto, o sobre la idea (mito) del votante racional, no es tan simple de explicar, pues para tal fin son necesarias distinciones de tipo y de categorías de razón. Por ejemplo, en lo dicho con anterioridad sobre la razón moral, se advierten al menos dos categorías de razón, las cuales por lo pronto es posible identificar como razones *pro-toto* (o razones suficientes) y razones *pro-tanto* (razones heurísticas parciales; necesarias, pero no suficientes). En adición a lo anterior, existen varias razones y varios ratios, por tipo. Así mismo, también se dan categorías de razón (ratios o métricas); por ejemplo, razones prudenciales, técnicas, morales, etc. Y se encuentran también ratios políticas (político-técnicas, político-morales, político-prudenciales), así como culturales y económicas en esos tres modos, explicables tanto como razones propias o razones colectivas (razón pública/razón no pública), o como razones internas o razones externas (ontología y psicología moral). No es posible desarrollar a cabalidad este juego de distinciones para efectos del presente artículo, pero en lo que sigue de esta sección se amplía la idea básica y su utilidad para el tema aquí tratado.

Por mostrar algunos ejemplos concretos, el voto favorable al candidato presidencial Bolsonaro en Brasil, a Trump en Estados Unidos, al Brexit en Reino Unido o el voto desfavorable al proceso de paz en Colombia podrían resultar llamativos por “irracionales”, pero es necesario tener el cuidado de la demarcación de la racionalidad para dar fundamento a tal juicio. Precisamente, llamarlo “irracional”, por lo ya señalado párrafos arriba, exige clarificación, pues en absoluto es “arracional”, como suele pensarse. ¿Se trataría entonces de una “irracionalidad racional”, en los términos en los que a modo de paradigma lo expresa Bryan Caplan (2007)? Desde el análisis de Caplan, la irracionalidad racional ha de ser tratada como inadecuación cognitiva respecto de la elección, tanto como lo es la “ignorancia racional”; solo que, por contraste con la ignorancia racional (en la cual se expresa desdén manifiesto y adrede por la búsqueda de la verdad), la irracionalidad racional indica que la gente evita la verdad de manera activa (p. 123).

La respuesta que se ofrece aquí es categórica: no se trata de una irracionalidad racional. En primer lugar, la expresión “irracionalidad racional” es tautológica: en efecto, la irracionalidad es racional. La ratio fundamental de la irracionalidad se expresa en la ventaja generada por la evitación de la verdad; es un tipo de racionalidad que expresa tal código, a saber, la “racionalidad instrumental” o racionalidad “medios-fines”. Y se trata también del reconocimiento de que el medio, evitar la verdad, permite técnicamente (o moralmente) alcanzar un fin, digamos un estado de cosas x como resultado de la opción escogida. Podríamos estar en desacuerdo con ese código o ratio fundamental, pero el caso es que se trata de un ejercicio de racionalidad, tanto respecto de su tipo como respecto de la noción más elemental de racionalidad como oferta de razones.

Sumado a lo anterior, la caracterización de Caplan de la irracionalidad racional genera una duda más; a saber, el tratamiento de la irracionalidad racional como si se tratara de una disonancia cognitiva. Se colige de tal descripción un sesgo purista (quizás perfeccionista a modo epistemológico) de la razón en términos de razón verdadera, “clara y distinta”. Si bien es cierto que la razón también tiene que ver con la capacidad de dar razones de manera reflexiva (Raz, 2001), y esto incluye condiciones de funcionalidad cognitiva, lo cual admite la noción de disonancia cognitiva, la razón práctica no es reductible a dichas capacidades.

El problema con la decisión del voto a favor de Trump y de Bolsonaro está en otro lugar; a saber, en los actos de manipulación de la información (la desinformación), la instrumentalización de las personas, la negación de una ratio fundamental, expresada en la siguiente exclamación: “¡hágase justicia [la justicia trumpiana o bolsonara, o cualquier otra] aunque perezca el mundo!”² Subyace en esta crítica la idea del pluralismo racional y la necesidad de un método comparativo para la evaluación del juicio y la acción, para el voto a favor de P frente a Q. También subyace la idea de una ratio fundamental, pero como expresión de principios básicos del tipo “no instrumentalización de las personas”, o de “transparencia”, en coherencia con el principio de libertad en la toma de decisiones.

Contra la tesis de Caplan, según la cual, textualmente, “*across-the-board irrationality is not a strike against democracy alone, but all human institutions*” (p. 2), se sostiene lo siguiente: no es la irracionalidad lo que mina las instituciones y los procesos democráticos; eso lo harían las prácticas que se acercan a la figura de la persona arracional. La clave tampoco está en retornar a la “racionalidad racional” (tesis naturalista-realista en epistemología), y menos en la permisibilidad, por mera imposibilidad, de erradicar eso que se puede identificar con el apelativo peyorativo de “racionalización”. La clave está en el reconocimiento de la agencialidad y en las consecuentes acciones y decisiones a través de las cuales, con principios elementales de racionalidad (de oferta de razones) y de procesos finos de dialogicidad, efectivamente la podemos tornar operativa. En otras palabras, la clave está en reconocerse responsable de las consecuencias de las propias

² Amartya Sen utiliza esta expresión en referencia a Fernando I, emperador del Sacro Imperio Romano Germánico (2009, p. 52).

decisiones (en este caso políticas), en tomar conciencia de las razones tanto existentes como disponibles y en enriquecer las mismas a través del diálogo y la deliberación para mejorar la calidad de la decisión política.

Fundamentos psicológicos del razonamiento humano

Una vez planteada la noción de agencialidad y redefinida la racionalidad como la oferta de razones, procede ahora interesarse en los procesos psicológicos que subyacen a las tomas de decisiones, y muy en particular en las características del razonamiento que las hacen posibles.

Como se señaló antes, el crecimiento de movimientos políticos de corte populista y autoritario en democracias consolidadas nos coloca ante una paradoja. Sus ciudadanos parecen apoyar cada vez más en las urnas a partidos que representan una posible amenaza al sistema democrático, que en su mayoría siguen apoyando. Esta constatación sugiere las siguientes preguntas: ¿Son los votantes crédulos y se dejan influenciar por los discursos de estos partidos? ¿Es el razonamiento un proceso defectuoso que lleva al electorado a tomar decisiones que van en contra de sus propios intereses? No se pretende aquí dar una explicación del crecimiento de los movimientos populistas de corte autoritario; más bien, se aprovecha esa aparente paradoja para cuestionar los tradicionales modelos explicativos del razonamiento y de la toma de decisiones.

Para abordar la primera pregunta es obligado remitir a los mecanismos de evaluación de la información. Los medios de comunicación, las campañas políticas y la difusión de *fake news* están percibidos como los recursos más eficientes para la manipulación de poblaciones (Frank, 2007; Herman y Chomsky, 2008). Esta posición, ampliamente compartida en el campo de las ciencias sociales, está basada en la asunción de que los humanos son crédulos (Gilbert, Krull y Malone, 1990; Gilbert, Tafarodi y Malone, 1993) y este argumento ha sido a menudo utilizado para explicar tanto la adherencia a partidos extremos como los efectos de las propagandas nazis y comunistas (Asch, 1956; Milgran, 1974; Signer, 2009).

Sin embargo, y desde un punto de vista evolucionista, una fuerte credulidad no hubiera permitido que la comunicación humana perdurase (Mercier, 2017). Más aún, para que la misma sea estable y funcional, es necesario que tanto los emisores como los receptores obtengan algún beneficio de esta (Maynard Smith y Harper, 2003; Scott-Phillips, 2014). La credulidad, por los costos que inflige a los receptores (aceptar información errónea o potencialmente dañina) hubiera provocado su extinción (Pinker y Bloom, 1990; Scott-Phillips, 2014). En su lugar, los humanos están dotados evolutivamente de un conjunto de mecanismos de vigilancia epistémica que le permite, en términos generales, discriminar con habilidad la información perjudicial en potencia de la información benéfica (Sperber *et al.*, 2010). Algunos de esos mecanismos se encargan de calibrar la confianza que se le puede atribuir a la fuente de información (¿es competente?, ¿es confiable?), mientras que otros se centran en evaluar el contenido del mensaje (¿concuerda con mis creencias?, ¿está sostenido por buenos argumentos?). Si bien estos mecanismos no son infa-

libles, se encuentran adaptados al ambiente eminentemente social en el cual han evolucionado (Tooby y Cosmides, 1992), por lo cual cabe decir que son racionales ecológicamente (Golstein y Gigerenzer, 2012).

Una revisión sistemática de la literatura en ciencias sociales parece apoyar esta perspectiva, señalando que la influencia de los demagogos, las propagandas o las campañas políticas sobre el cambio de opiniones es limitada, y cuando esta influencia se hace efectiva, se puede atribuir a un efecto del contenido del mensaje que entra en resonancia con las creencias existentes de la audiencia, antes que a la fuente misma (para una revisión ver Mercier, 2017). En ese sentido, el éxito de los demagogos se deriva más bien del hecho de que se vuelven la voz de las creencias y los deseos de las poblaciones, emergiendo de ello también su carisma (Kershaw, 1987). Lo mismo sucede con la eficacia de las propagandas, cuyo método tendría un impacto menor que el de su contenido en las creencias de la población a la cual dichas propagandas van dirigidas (Mercier, 2017). Aunque los medios de masa y las campañas políticas están percibidos como agentes fundamentales para influir sobre las opiniones y las conductas de los votantes, resulta que los individuos se exponen muy poco a la información política, y los que lo hacen son los menos susceptibles en cambiar de opiniones (Arceneaux y Johnson, 2013). Asimismo, la información divulgada por estos medios se cruza con otros medios como las redes personales, lo que puede anular sus efectos (Chong y Druckman, 2007; Druckman, 2004).

El impacto de las campañas de desinformación y la propagación de las fake news se deben también a sus contenidos (por lo general de naturaleza negativa, relacionados a amenazas), los cuales corresponden a preferencias evolutivas que las vuelven más atractivas desde el punto de vista cognitivo (Sperber y Hirschfeld, 2004; Morin, 2016). Lejos de ser información de baja calidad que se disemina por culpa de la ineficiencia de la comunicación en línea, es en realidad información de alta calidad, en el sentido que se propaga de manera eficiente; la calidad es entendida aquí como su poder de atracción y no como la veracidad en sí misma de la información transmitida (Acerbi, 2019). Un ejemplo contundente de lo anterior lo constituye la campaña dirigida por la compañía Cambridge Analytica en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016. Además, se observa que los individuos actualizan sus creencias cuando les han dado la posibilidad de realizar un *fact-checking* (verificación de datos) de declaraciones políticas, y ello independientemente del posicionamiento político (Aird, Ecker, Swire, Berinsky y Lewandowsky, 2018). Aunque no se puede asumir una relación causal directa entre los cambios en las creencias y los cambios de intenciones de voto, cuando la información negativa relativa a un candidato político llega a cierta magnitud, se observa también cambios de actitudes en los votantes (Redlawsk, 2002).

Sin embargo, hay situaciones en las cuales el electorado adopta las posiciones de los partidos políticos. En general, esto sucede cuando los votantes no disponen de mucha información para formar su opinión (Bullock, 2011; Jost, Federico y Napier, 2009), sobre todo en temas más complejos, como la economía, por lo cual el debate concierne más a los medios y a las alternati-

vas políticas que al fin en sí (Johnston y Wronski, 2015). Pero cuando existe un acuerdo fuerte previo en el electorado o en una parte considerable de este, son más bien los políticos quienes adaptan sus discursos y políticas a la opinión pública (Lenz, 2013; Stimson, 2004).

Al contrario de lo que muchas veces se cree, los medios de comunicación y las campañas políticas tienen un efecto positivo, ya que en general difunden información acertada, lo que permite que el público sea mejor informado (Mercier, 2017). Además, las personas que creen menos en los medios de comunicación tienden a tener conocimientos menos precisos sobre los hechos económicos y políticos (Ladd, 2011). En este punto, el empleo de recursos como el *fact-checking* puede servir como una amenaza genuina para la reputación de los políticos en campaña, si están tentados en hacer declaraciones falsas, ayudando así a disminuir la frecuencia con la cual se disemina información errónea (Aird et al., 2018). De esa manera, si los políticos están confrontados a votantes mejor informados de sus acciones, tendrán que hacer mayores esfuerzos para satisfacer los intereses de los electores (Snyder y Strömberg, 2010; Strömberg, 2004).

Las evidencias presentadas hasta ahora señalan que los individuos, lejos de ser crédulos, muestran capacidades para evaluar el contenido del mensaje. El argumento de la credulidad, además de ser incorrecto psicológicamente, constituye una amenaza a la democracia (Brennan, 2012; Mercier, 2017) y a la libertad de expresión (Arceneaux y Johnson, 2013), en el sentido de que describe a la población como incapaz de discriminar la información que le es presentada, lo que implicaría la necesidad de controlarla. No obstante, la sociedad puede formar creencias intuitivas erróneas sobre la mejor manera de llevar a cabo una política pública (Caplan, 2007), creencias que los demagogos pueden utilizar para fines de manipulación.

Una vez tratado lo anterior, es el momento de considerar cómo es posible superar los límites de los mecanismos de vigilancia epistémica. Recordando y abordando la segunda pregunta (¿es el razonamiento un proceso defectuoso que lleva al electorado a tomar decisiones que van en contra de sus propios intereses?), cabe considerar aquellas conductas del electorado (tales como la perseveración de ideas erróneas y la polarización) que a menudo parecen desviarse, de manera desconcertante, de los estándares de racionalidad usualmente empleados. En este punto, de nuevo, la adopción de una perspectiva evolucionista permitirá dar sentido a estos datos, en apariencia contradictorios (Mercier y Landmore, 2012; Mercier y Sperber, 2011).

En ciencias políticas, los modelos psicológicos que han intentado explicar el comportamiento de voto se pueden dividir en dos grandes familias. Una de ellas es hija de la tradición psicosocial y supone que las predisposiciones de personalidad de los votantes (rasgos, necesidades, objetivos) se traducen en orientaciones ideológicas y afiliaciones partidarias (Jost, Glaser, Kruglanski y Sulloway, 2003; Kunda, 1990). La otra es heredera de la tradición racionalista de la psicología del razonamiento y plantea que el voto está basado en una valoración de los pros y contras, con miras a tomar la mejor decisión posible (Kahneman, 2003; Lau y Redlawsk, 2006; Lerner, Li,

Valdeso y Kassam, 2015).³ Si bien estas dos tradiciones teóricas han permitido numerosos descubrimientos sobre la ideología política, la afiliación partidaria y el comportamiento electoral, hasta ahora no existe un modelo que permita integrarlas (para consultar unos intentos, ver a Lau y Redlawsk, 2006; Arceneaux y Vander Wielen, 2013) y menos aún un modelo que permita dar cuenta de los diversos hallazgos sobre el tema.

Los modelos psicosociales proponen que las predisposiciones de personalidad constituyen el determinante de las conductas políticas, pero sus principales estudios se han limitado a Estados Unidos, donde el bipartidismo (demócratas versus republicanos) es claro y representa una dimensión clave de la identificación social. Aunque estos resultados son generadores de indicios de teorización sobre la conducta de voto, sus alcances son bastante limitados más allá de las fronteras de Estados Unidos y menos aún en el contexto latinoamericano, Costa Rica incluida. Además, aunque los modelos psicosociales orienten sobre las actitudes y predisposiciones que los votantes emplean como base para las intuiciones que han de formar sus opiniones, no proveen información sobre los procesos de razonamiento que subyacen a su toma de decisiones. Por su parte, los modelos racionalistas ofrecen un panorama de las diferentes estrategias representativas de los diferentes tipos de votantes (para una revisión, ver Lau y Redlawsk, 2006), pero aunque cada una de estas estrategias puede explicar parte del fenómeno, falta todavía un modelo del razonamiento que permita integrarlas.

El denominador común de estos modelos es la premisa de una perspectiva individualista del razonamiento humano. Esta estipula que la función principal del razonamiento es corregir las intuiciones del razonador solitario (susceptibles a sesgos) para lograr tomar las mejores decisiones posibles y llegar así a conocimientos y creencias más sólidas (Evans y Over, 1996; Kahneman, 2003; Stanovich, 2004). Sin embargo, numerosos hallazgos provenientes de la psicología del razonamiento y de la toma de decisiones parecen difíciles de conciliar con tal perspectiva. En primer lugar, las intuiciones se revelan como un instrumento potente de la cognición que, en general, guían de manera satisfactoria la mayoría de nuestras inferencias y decisiones (Gigerenzer, Todd y ABC ResearchGroup, 1999; Mercier y Sperber, 2009). Y en segundo lugar, lejos de corregir sus intuiciones, el razonamiento solitario es sesgado (Evans, 2002), cometiendo errores sistemáticos (Shafir y LeBeouf, 2002; Samuels, Stich y Fauchner, 2004).

En adición a lo anterior, la función conferida al razonamiento por la perspectiva individualista se vuelve difícil de conciliar con fenómenos ampliamente reportados como el sesgo de confirmación (Mercier, Bonnier y Trouche, 2016), los fenómenos de polarización (Tesser, 1976) o la perseverancia de creencias erróneas (Prasad *et al.*, 2009). Entonces, parece que, en numerosos casos, el razonamiento hace lo contrario de lo que se supone debería hacer, según la perspectiva individualista, lo que representaría entonces una cierta desventaja (Mercier y Sperber, 2009). En este punto, parece más atinado recurrir a una perspectiva evolucionista para generar un

³ Con algunas excepciones inspiradas en las teorías “intuitivas” que estipulan que las decisiones están basadas en intuiciones o emociones, y que el papel del razonamiento es muy limitado (Haidt, 2001).

cuadro teórico que permita no solo plasmar la función del razonamiento humano (Mercier, 2013; Tooby y Cosmides, 1992), sino también entender sus mecanismos y conciliar así esos resultados contradictorios.

El razonamiento se entiende mejor en el contexto de la evolución de la comunicación humana. Según la perspectiva interaccionista (planteada por Mercier y Sperber), el razonamiento constituye una competencia social cuya función principal es argumentativa (Mercier y Sperber, 2011, 2017). En otras palabras, el intercambio de argumentos permitiría superar algunas limitaciones de la vigilancia epistémica y así lograr que la comunicación sea más confiable, aumentando de tal manera la cantidad de informaciones intercambiadas y la calidad epistémica de estas. Así, la argumentación permitiría la difusión de las mejores ideas y de las creencias más sólidas (Mercier, 2016).

La función del razonamiento se articula alrededor de una asimetría fundamental entre producción y evaluación de argumentos (Mercier, 2016). La producción de argumentos tiene como objetivo convencer a los demás en un contexto interactivo y está caracterizada por un sesgo de confirmación (tendencia a buscar argumentos que sostienen las propias opiniones o intuiciones). Aunque en general está considerado como un error de razonamiento, el sesgo de confirmación es claramente adaptativo en el contexto en el cual ha evolucionado: el diálogo (Mercier y Sperber, 2011). En efecto, si se quiere transmitir una opinión y convencer a alguien, el emisor debe producir argumentos que sostengan su punto de vista y podrá apoyarse en los demás para que evalúen la fuerza de los mismos (división de la labor cognitiva). Si llega a proponerse un contraargumento, bastará con producir uno nuevo con base en esta nueva información.

Por su parte, la evaluación de argumentos tiene como objetivo determinar su fuerza, a fin de cambiar de opinión o actualizar los conocimientos, en contextos en los cuales sea apropiado hacerlo (como por ejemplo, ante riesgo de engaño). Las evidencias experimentales muestran que los individuos son exigentes y objetivos cuando tienen que evaluar los argumentos de los demás (Mercier, 2016) y tienden a cambiar de opinión cuando están confrontados a argumentos fuertes (Trouche, Sander y Mercier, 2014). Por lo anterior, las personas suelen llegar a mejores soluciones y a mejores conclusiones de manera grupal, antes que individualmente (Castelain, Giroto, Jamet y Mercier, 2016).

La asimetría entre producción y evaluación de argumentos propuesta por la teoría argumentativa del razonamiento permite reinterpretar e integrar las explicaciones derivadas desde las teorías del razonamiento motivado (defender opiniones) y desde las elecciones basadas en razones (justificar una decisión o una acción), comúnmente adoptadas para explicar el comportamiento electoral (Mercier y Sperber, 2011). Los dos factores principales que van a determinar los efectos de los mecanismos del razonamiento son la cantidad del diálogo (solo o en grupo) y la cantidad de conflicto presente (la fuerza de la opinión y el tipo de argumentos recibidos). En el cuadro 8.1 se propone una descripción de las posibles situaciones existentes en virtud de la cantidad de diálogo y de la cantidad de conflicto presentes, y sus consecuencias sobre la formación de opiniones y la toma de decisiones.

CUADRO 8.1

Efectos de razonamiento en función de la cantidad de conflicto y de diálogo. Adaptado de Mercier (2016)

		Cantidad de conflicto	
Cantidad de diálogo	Poco o sin conflicto	Conflicto	
Sin diálogo	Razonar solo acerca de un tema sobre el cual se tiene una opinión firme.	Razonar solo acerca de un tema sobre el cual se tienen intuiciones conflictivas.	
	<i>Se encuentran argumentos que sostienen la opinión propia y se aceptan hasta cuando no son muy sólidos.</i>	<i>Se buscan argumentos que sostienen las diferentes intuiciones y prevalece la intuición con los argumentos más accesibles.</i>	
	Efectos: Sesgo de confirmación, exposición selectiva, exceso de confianza, polarización.	Efecto: Se toma la decisión que resulta ser la más fácil de justificar.	
Recibir argumentos sin diálogo	Recibir un argumento no decisivo acerca de un tema sobre el cual se tiene una opinión firme.	Recibir: a) un argumento firme sobre un tema acerca del cual se tiene una opinión firme, o b) un argumento decente acerca de un tema sobre el cual se tiene una opinión débil.	
	<i>Se generan contraargumentos para motivar el rechazo del argumento.</i>	<i>Se cambia de opinión en la dirección sostenida por el argumento.</i>	
	Efectos: El argumento es ineficiente. Actitud del más fuerte (backfire effect). Perseverancia de ideas.	Efectos: Si corresponden a valores claves de la audiencia, el cambio es más efectivo. Si los argumentos son lo suficiente firmes, el cambio es independiente de las actitudes previas de la audiencia.	
Diálogo	Intercambiar argumentos con otros sobre un tema en el cual todos están de acuerdo.	Intercambiar argumentos con otros sobre un tema en el cual se está en desacuerdo.	
	<i>Los argumentos sobre la opinión compartida se acumulan y no están evaluados con minucia.</i>	<i>Los argumentos de las diferentes opiniones son producidos y evaluados.</i>	
	Efecto: Los interlocutores pueden volverse más extremos en el apoyo a esa opinión; polarización.	Efectos: La opinión mejor defendida, que en general es la mejor opción disponible, es la más influyente. La discusión es más eficiente que la simple exposición a argumentos para que las personas cambien de opinión.	

Aunque en algunas condiciones el razonamiento bien puede llevar a resultados pobres, esto no obedece a que los humanos sean deficientes en su manera de razonar, sino a que buscan sistemáticamente justificar sus opiniones, creencias y acciones. El razonamiento humano no es un mecanismo general con defectos, sino un módulo especializado para ciertos tipos de interacciones sociales y cognitivas, por las cuales ha evolucionado (Mercier y Sperber, 2011). Gracias a esas mismas habilidades que los humanos son capaces de razonar de manera no sesgada, al menos en contextos en los cuales se encuentran evaluando los argumentos o buscando la verdad sin intención de ganar debates (Mercier y Sperber, 2011).

Y precisamente en el diálogo, en la deliberación, dicho módulo logra su máxima eficiencia, permitiendo no solo una mejor producción de argumentos, sino también una mejor evaluación de los mismos. La deliberación permite superar las limitaciones individuales del razonamiento, al llevarlo al contexto para el cual evolucionó: el grupal. La mejoría en el intercambio y el análisis de la información que de esto surge no solo permitirá más y mejores argumentos, sino también una mayor exigencia de informarse mejor, de robustecer o modificar creencias y de valorar con más detenimiento toda la información, empezando por aquella que pareciera corroborar nuestras opiniones. Los beneficios para una mejor toma de decisiones políticas, y por ende, para la democracia representativa, son más que evidentes.

Conclusión: los beneficios de la deliberación para la toma de decisión política

Cuando se abandona la perspectiva individualista del razonamiento y su correlato de racionalidad normativa, a fin de acoger una perspectiva interaccionista insertada en una conceptualización de racionalidad ecológica, se genera un marco teórico integrador que da sentido a resultados contradictorios sobre la formación de opiniones y la toma de decisiones, además de explicar los mecanismos de razonamiento sobre los cuales se fundamentan. Por consiguiente, esta posición permite especificar las condiciones en las cuales el razonamiento debería propiciar un rendimiento exitoso y aquellas en las cuales el desenlace podría ser más pobre (Mercier y Landemore, 2012).

De la literatura analizada a lo largo del presente capítulo, se concluye que trascender los tradicionales esquemas del razonamiento que lo conciben como un estricto acto individual y, por consiguiente, proclive a errores de juicio e interpretación, es fundamental para acceder a una mejor comprensión del mismo. Cuando el razonamiento es concebido como el intercambio de razones, como un proceso interpersonal de naturaleza fundamentalmente argumentativa, tanto en su producción como en su evaluación, es cuando mejor se puede comprender la naturaleza de muchas decisiones que, en principio, y como ocurre en materia electoral, pueden parecer desconcertantes. Colocar la noción de agencialidad en el centro de la producción y la evaluación argumentativa resulta valioso no solo por su alcance normativo, sino también porque precisamente se muestra como condición de dialogicidad y de optimización de las decisiones colectivas, de proceso de escogencia social. Esto incluye también un principio inclusivo en dichos procesos, al punto que incluso las razones “irracionales” también entran en juego y tienen una

función correctiva progresiva. Conviene dejar de lado la idea ilustrada de la “luz de la razón”, capturada por individuos “sin más” (como si fuesen átomos), y tomar más en serio la idea de la racionalidad como el razonar, como el ejercicio de oferta de razones, como procesos propios de la interacción argumentativa.

Si el razonamiento es un proceso de naturaleza argumentativa, que evolucionó en contextos grupales para coadyuvar a la vigilancia epistémica mediante la producción y evaluación de argumentos, entonces los procesos interpersonales que se desenvuelven en dichos contextos, en este caso la deliberación, son fundamentales para mejorar la calidad de la información y, por ende, la toma de decisiones. Sus implicaciones para la calidad de la democracia representativa no son pocas. A nivel práctico, demanda ante todo un cambio de paradigma. Es fundamental renunciar a la expectativa de simples cambios a nivel individual; antes bien, se trataría de crear a nivel institucional las mejores condiciones para el despliegue de las características inherentes al razonamiento (Mercier y Landemore, 2012), vistas en el presente capítulo.

Se trata, en este punto, de defender el potencial de la democracia deliberativa y de propiciarle espacios dentro de la democracia representativa, creando una cultura de la deliberación basada en los beneficios del intercambio de argumentos para alcanzar resultados epistémicos más sólidos (Mercier y Landemore, 2012). Cabe agregar que para que el diálogo sea eficiente, es clave que los participantes estén en la disposición de involucrarse en un intercambio constructivo, que compartan un objetivo común como llegar a creencias o conocimientos más acertados (Mercier, 2016) y que exista cierto conflicto entre las ideas intercambiadas (Caluwerts y Deschouwer, 2013). De esta manera, como ya se ha indicado, es fundamental crear una cultura que permita espacios en los cuales puedan desarrollarse intercambios dialógicos con estas características. En consonancia con esto, recientes investigaciones muestran los efectos positivos de la deliberación (Landemore, 2012; List, Luskin, Fishkin y McLean, 2013) y el efecto de la calidad de los argumentos en el cambio de opiniones (Himmelroos y Christensen, 2014; Westwood, 2015). En definitiva, es previsible que la implementación a mayor escala de espacios deliberativos favorezca el ejercicio democrático y mejore la calidad de las decisiones políticas. Este hecho redundaría no solo en un mayor compromiso del electorado, sino también en una mejoría en la calidad de la producción de los argumentos políticos y de su evaluación, y con ello, el fortalecimiento de la democracia ante el ascenso de los populismos que la desdeñan.

Bibliografía

- Acerbi, A. (2019). Cognitive attraction and online misinformation. *Palgrave Communications*, 5(1), 15. <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0224-y>
- Albertazzi, D., y McDonnell, D. (2008). Introduction: The Sceptre and the Spectre. En: Albertazzi, D., McDonnell, D. (Eds.), *Twenty-First Populism. The Spectre of Western European Democracy* (pp. 1-14). Nueva York: Palgrave Macmillan Editors.
- Almond, G. A., y Verba, S. (1963). *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton: Princeton University Press.
- Aird, M. J., Ecker, U. K. H., Swire, B., Berinsky, y A. J., Lewandowsky, S. (2018). Does truth matter to voters? The effects of correcting political misinformation in an Australian sample. *Royal Society open science*, 5. <http://dx.doi.org/10.1098/rsos.180593>
- Arceneaux, K., y Johnson, M. (2013). *Changing minds or changing channels?: Partisan news in an age of choice*. Chicago: University of Chicago Press.
- Arceneaux, K., y Van der Wielen, R. J. (2013). The Effects of Need for Cognition and Need for Affect on Partisan Evaluations. *Political Psychology*, 34, 23-42. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2012.00925.x>
- Asch, S. E. (1956). Studies of independence and conformity: A minority of one against a unanimous majority. *Psychological Monographs: General and Applied*, 70, 1-70. <http://dx.doi.org/10.1037/h0093718>
- Baier, W. (2016, 08 de agosto). Europe on the precipice. The crisis of the neo-liberal order and the ascent of right-wing populism. *New Labor Forum. Sage Journals*. <http://dx.doi.org/10.1177/1095796016661155>
- Brennan, J. (2012). *The ethics of voting*. New York: Princeton University Press.
- Broome, J. (2013). *Rationality through Reasoning*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Bullock, J. G. (2011). Elite influence on public opinion in an informed electorate. *The American Political Science Review*, 105, 496-515. <http://dx.doi.org/10.1017/S0003055411000165>
- Caluwaerts, D., y Deschouwer, K. (2014). Building bridges across political divides: experiments on deliberative democracy in deeply divided Belgium. *European Political Science Review*, 6(3), 427-450. <https://doi.org/10.1017/S1755773913000179>
- Camazón, A., y Sánchez R. (2017, 17 de setiembre). Así crece el apoyo a los partidos de derecha en Europa. *Eldiario.es*. Recuperado de: https://www.eldiario.es/internacional/extrema-derecha-Europa_0_683131814.html
- Caplan, B. (2007). *The Myth of the Rational Voter*. Princeton: Princeton University Press.

- Carlin, R. E., Singer, M. M., Zechmeister, E. J. (Eds.). (2015). *The Latin American voter: Pursuing representation and accountability in challenging contexts*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Castelain, T., Giroto, V., Jamet, F., y Mercier, H. (2016). Evidence for benefits of argumentation in a Mayan indigenous population. *Evolution and Human Behavior*, 37(5), 337–342. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2016.02.002>
- Casullo, M. E. (2014). ¿En el nombre del pueblo? Por qué estudiar al populismo hoy. *Revista POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, 19(2), 277-313.
- Chang, R. (2013). Raz on Reasons, Reason, and Rationality: On Raz's From Normativity to Responsibility. *Jerusalem Review of Legal Studies*, 8(1), 1–21. <https://doi.org/10.1093/jrls/jlt030>
- Chong, D., y Druckman, J. N. (2007). Framing public opinion in competitive democracies. *The American Political Science Review*, 101, 637–655. <http://dx.doi.org/10.1017/S0003055407070554>
- Diamond, L., y Morlino, L. (Eds.). (2005). *Assessing the quality of democracy*. JHU Press.
- Druckman, J. N. (2004). Political preference formation: Competition, deliberation, and the (ir)relevance of framing effects. *The American Political Science Review*, 98, 671–686. <http://dx.doi.org/10.1017/S0003055404041413>
- Evans, J. S. B. T. (2002). Logic and human reasoning: an assessment of the deduction paradigm. *Psychological Bulletin*, 128(6), 978–996.
- Evans, J. S. B. T., y Over, D. E. (1996). Rationality in the selection task: epistemic utility versus uncertainty reduction. *Psychological Review*, 103(2), 356–363.
- Frank, T. (2007). *What's the matter with Kansas?: How conservatives won the heart of America*. New York: Macmillan.
- Gigerenzer, G., Todd, P. M., y ABC Research Group. (1999). *Simple Heuristics That Make Us Smart*. Oxford: Oxford University Press.
- Gilbert, D. T., Krull, D. S., y Malone, P. S. (1990). Unbelieving the unbelievable: Some problems in the rejection of false information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 601–613. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.59.4.601>
- Gilbert, D. T., Tafarodi, R. W., y Malone, P. S. (1993). You can't believe everything you read. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 221–233. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.65.2.221>
- Goldstein, D. G., y Gigerenzer, G. (2002). Models of ecological rationality: The recognition heuristic. *Psychological Review*, 109(1), 75-90. <http://dx.doi.org/10.1037/0033-295X.109.1.75>
- Haidt, J. (2001). The emotional dog and its rational tail: A social intuitionist approach to moral judgment. *Psychological Review*, 108(4), 814–834. <http://dx.doi.org/10.1037/0033-295X.108.4.814>

- Herman, E. S., y Chomsky, N. (2008). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. New York: Random House.
- Himmelroos, S., y Christensen, H. S. (2014). Deliberation and Opinion Change: Evidence from a Deliberative Mini-public in Finland. *Scandinavian Political Studies*, 37(1), 41–60. <https://doi.org/10.1111/1467-9477.12013>
- Hume, D. (2000 [1738]) *A Treatise of Human Nature*. Oxford: Clarendon Press.
- Johnston, C. D., y Wronski, J. (2015). Personality dispositions and political preferences across hard and easy issues. *Political Psychology*, 36, 35-53. <https://doi.org/10.1111/pops.12068>
- Jost, J. T., Federico, C. M., y Napier, J. L. (2008). Political Ideology: Its Structure, Functions, and Elective Affinities. *Annual Review of Psychology*, 60(1), 307–337. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.60.110707.163600>
- Jost, J. T., Glaser, J., Kruglanski, A. W., y Sulloway, F. J. (2003). Political conservatism as motivated social cognition. *Psychological Bulletin*, 129(3), 339-375. <http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.129.3.339>
- Kahneman, D. (2003). A perspective on judgment and choice: Mapping bounded rationality. *American Psychologist*, 58(9), 697–720.
- Kershaw, I. (1987). *The Hitler myth: Image and reality in the Third Reich*. New York: Oxford University Press.
- Kunda, Z. (1990). The case for motivated reasoning. *Psychological Bulletin*, 108, 480–498.
- Laclau, E. (2005). Populism: What's in a name. *Populism and the Mirror of Democracy*, 103-114.
- Ladd, J. M. (2011). *Why Americans hate the media and how it matters*. New York: Princeton University Press.
- Landemore, H. (2012) *Democratic Reason: Politics, Collective Intelligence, and the Rule of the Many*. Princeton: Princeton University Press.
- Lau, R. R., y Redlawsk, D. P. (2006). *How Voters Decide: Information Processing in Election Campaigns*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lerner, J.S., Li, Y., Valdesolo, P., y Kassam, K.S. (2015). Emotion and decision making. *Annual Review of Psychology*, 66, 799-823. <http://dx.doi.org/10.1146/annurev-psych-010213-115043>
- Lenz, G. S. (2013). *Follow the leader?: how voters respond to politicians' policies and performance*. Chicago: University of Chicago Press.
- List, C., Luskin, R. C., Fishkin, J. S., y McLean, I. (2013). Deliberation, Single-Peakedness, and the Possibility of Meaningful Democracy: Evidence from Deliberative Polls. *The Journal of Politics*, 75(1), 80–95. <https://doi.org/10.1017/S0022381612000886>
- Martínez Ballesteros, C. (2017, 15 de marzo). El auge de la extrema derecha en Europa. Recuperado de: [ELECCIONES 2018 EN COSTA RICA: RETRATO DE UNA DEMOCRACIA AMENAZADA](http://elblogde-</p>
</div>
<div data-bbox=)

- cesarmb.blogspot.com/2017/03/el-augede-la-extrema-derecha-en-europa.html
- Maynard Smith, J., y Harper, D. (2003). *Animal signals*. Oxford: Oxford University Press.
- Mazo, E. (18 de febrero, 2005). What Causes Democracy? *Center on Democracy, Development, and the Rule of Law Working Papers*. No. 38. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2779819>
- Mercier, H. (2013). Using evolutionary thinking to cut across disciplines: The example of the argumentative theory of reasoning. In T. Zentall y P. Crowley (Eds.), *Comparative Decision Making*. New York: Oxford University Press.
- Mercier, H. (2016). The Argumentative Theory: Predictions and Empirical Evidence. *Trends in Cognitive Sciences*, 20(9), 689–700. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2016.07.001>
- Mercier, H. (2017). How gullible are we? A Review of the Evidence from Psychology and Social Science. *Review of General Psychology*, 21(2), 103–122. <https://doi.org/10.1037/gpr0000111>
- Mercier, H., Bonnier, P., y Trouche, E. (2016). Why don't people produce better arguments? In L. Macchi, M. Bagassi y R. Viale (Eds.), *Cognitive unconscious and human rationality*. Cambridge: MIT Press.
- Mercier, H., y Landemore, H. (2012). Reasoning is for arguing: Understanding the successes and failures of deliberation. *Political Psychology*, 33(2), 243–258. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2012.00873.x>
- Mercier, H., Sperber, D. (2009). Intuitive and reflective inferences. In J. S. B. T. Evans y K. Frankish (Eds.), *In Two Minds* (pp. 149–170). New York: Oxford University Press.
- Mercier, H., y Sperber, D. (2011). Why do humans reason? Arguments for an argumentative theory. *Behavioral and Brain Sciences*, 34(2), 57–74.
- Mercier, H., Sperber, D. (2017). *The Enigma of Reason*. Cambridge: Harvard University Press.
- Milgram, S. (1974). *Obedience to authority: An experimental view*. New York: Harper & Row.
- Morin, O. (2016). *How traditions live and die*. Oxford: Oxford University Press.
- Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Governance and Opposition*, 39(4), 541–563.
- Mudde, C., y Kaltwasser, C. R. (2017). *Populism: A very short introduction*. Oxford University Press.
- Parfit, D. (2011). *On What Matters*. Oxford: Oxford University Press.
- Pinker, S., y Bloom, P. (1990). Natural language and natural selection. *Behavioral and Brain Sciences*, 13, 707–727. <http://dx.doi.org/10.1017/S0140525X00081061>
- Prasad, M., Perrin, A. J., Bezila, K., Hoffman, S. G., Kindleberger, K., Manturuk, K. & Powers, A. S. (2009), “There Must Be

- a Reason”: Osama, Saddam, and Inferred Justification. *Sociological Inquiry*, 79, 142-162. <https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.2009.00280.x>
- Raz, J. (2001). *Engaging Reasons: on the Theory of Value and Action*. Oxford: Oxford University Press.
- Raz, J. (2013). *From normativity to responsibility*. Oxford: Oxford University Press.
- Redlawsk, D. P. (2002). Hot Cognition or Cool Consideration? Testing the Effects of Motivated Reasoning on Political Decision Making. *Journal of Politics*, 64(4), 1021–1044. <https://doi.org/10.1111/1468-2508.00161>
- Roche Aguirre, M. L. (26 de agosto, 2006). *Modelos de comportamiento electoral y político*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/modelos-de-comportamiento-electoral-y-politico/>
- Samuels, R., Stich, S., y Faucher, L. (2004). Reason and rationality. En I. Niiniluoto, M. Sintonen & J. Wolenski (Eds.), *Handbook of epistemology* (131-179). Dordrecht: Kluwer.
- Scanlon, T. (1998). *What We Owe to Each Other*. Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press.
- Scolari, A. (2018). Anselmi Manuel (2017), Populism. An introduction, New York, London: Routledge. Partecipazione e conflitto, 10(3), 1037-1044.
- Scott-Phillips, T. C. (2014). *Speaking our minds: Why human communication is different, and how language evolved to make it special*. London: Palgrave Mac Millan.
- Sen, A. (2009). *The Idea of Justice*. London: Penguin Books.
- Shafir, E., y LeBoeuf, R. A. (2002). Rationality. *Annual Review of Psychology*, 53, 491-517.
- Signer, M. (2009). *Demagogue: The fight to save democracy from its worst enemies*. New York: Macmillan.
- Snyder, J. M., y Jr., Strömberg, D. (2010). Press coverage and political accountability. *Journal of Political Economy*, 118, 355–408. <http://dx.doi.org/10.1086/652903>
- Sperber, D., Clément, F., Heintz, C., Mascaro, O., Mercier, H., Origgi, G., & Wilson, D. (2010). Epistemic vigilance. *Mind & Language*, 25, 359–393. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-0017.2010.01394.x>
- Sperber, D., Hirschfeld, L. A. (2004). The cognitive foundations of cultural stability and diversity. *Trends in Cognitive Sciences*, 8(1), 40–46. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2003.11.002>
- Stanovich, K. E. (2004). *The robot’s rebellion*. Chicago: Chicago University Press.
- Stimson, J. A. (2004). *Tides of consent: How public opinion shapes American politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stoker, G. (2006). Public Value Management: A New Narrative for Networked Governance? *The American Review of Public Administration*, 36(1), 41–57. <https://doi.org/10.1177/02750740052825833>
- Strömberg, D. (2004). Radio’s impact on public spending. *The Quarterly Journal of*

- Economics*, 119, 189–221. <http://dx.doi.org/10.1162/003355304772839560>
- Tesser, A. (1976) Attitude polarization as a function of thought and reality constraints. *Journal of Research in Personality*, 10(2), 183–194.
- Tooby, J., Cosmides, L. (1992). The psychological foundations of culture. In J. H. Barkow, L. Cosmides, y J. Tooby (Eds.), *The adapted mind: Evolutionary psychology and the generation of culture* (p. 19). London: Oxford University Press.
- Trouche, E., Sander, E., y Mercier, H. (2014). Arguments, more than confidence, explain the good performance of reasoning groups. *Journal of Experimental Psychology: General*, 143, 1958–1971. <http://dx.doi.org/10.1037/a0037099>
- Westwood, S. J. (2015). The Role of Persuasion in Deliberative Opinion Change. *Political Communication*, 32(4), 509–528. <https://doi.org/10.1080/10584609.2015.1017628>
- Weyland, K. (2001). Clarifying a contested concept: Populism in the study of Latin American politics. *Comparative politics*, 1–22.
- Williams, B. (1988) Introducción a la ética. Madrid: Cátedra. [(1972: *Morality: An Introduction to Ethics*, Cambridge: Cambridge University Press].