

Hoevel, Carlos

Tres imágenes del mercado

Revista Cultura Económica N° 87, 2014

Este documento está disponible en la Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina, repositorio institucional desarrollado por la Biblioteca Central "San Benito Abad". Su objetivo es difundir y preservar la producción intelectual de la Institución.

La Biblioteca posee la autorización del autor para su divulgación en línea.

Cómo citar el documento:

Hoevel, C. (2014). Tres imágenes del mercado [en línea], *Revista Cultura Económica*, 32(87). Disponible en: <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/tres-imagenes-mercado-hoevel.pdf> [Fecha de consulta:.....]

Tres imágenes del mercado

CARLOS HOEVEL*

Revista Cultura Económica

Año XXXII • N° 87

Junio 2014: 50-60

Resumen: El artículo invita a la reflexión respecto de la dicotomía entre economía y sociedad. Para esto, presenta una descripción de diferentes imágenes del mercado. La primera, representada por un mercado como espacio total, descrito a partir de la ciudad de Chicago y mediante los postulados de Becker. Luego, la segunda imagen remite a las tensiones entre mercado y sociedad, a través de las ideas de desarrolladas por Coraggio. Finalmente, el autor concluye presentando la imagen del mercado como un espacio humano y civil, presentando las consideraciones desarrolladas por Zamagni. Así, el autor deja planteado el interrogante acerca de cuál de las tres imágenes del mercado predominará en la agenda de las decisiones políticas, de la realidad económica y social y, en el imaginario simbólico de nuestra cultura.

Palabras clave: mercado; economía civil; sociedad; Zamagni; Coraggio; Becker

Three Images of the Market

Abstract: *The article invites to look at the dichotomy between economy and society. For this, Hoewel presents an overview of different images of the market. The first one, represented by a total space market, described from the city of Chicago and Becker's ideas. Then, the second image refers to the tensions between market and society, throughout the ideas developed by Coraggio. Finally, the author concludes by presenting the image of the market as a human and civil space, presenting Zamagni's concepts. Thus, the author leaves open the question as to which of the three images will dominate the agenda of policy decisions, economic and social reality, and in the symbolic imagery of our culture.*

Keywords: *Market; civil economy; society; Zamagni; Coraggio; Becker*

I. Primera imagen: Chicago, Becker y el mercado como espacio total

Cuando uno va llegando a Chicago por avión, el espectáculo que se ofrece desde el aire es el de una enorme llanura similar a nuestra pampa, surcada por vías de ferrocarril y autopistas que, como también ocurre en Buenos Aires, van convergiendo como radios de un gran semicírculo hasta terminar en un único punto central donde

se levanta la monumental ciudad volcada sobre un inmenso lago azul. Desde finales del siglo XIX hasta nuestros días, Chicago ha tenido una importancia vital en la economía de los Estados Unidos: por un lado, está situada no muy lejos del centro geográfico del país, por lo que resulta un formidable cruce de caminos. Por otro, se ubica sobre la costa de uno de los Grandes Lagos (el lago Michigan) a través del cual se abre la gran vía de salida de la economía

* Universidad Católica Argentina - carlos_hoevel@uca.edu.ar

del interior del continente norteamericano al Océano Atlántico y, a través de éste, al mundo entero. Chicago ha sido llamada el "matadero", el "granero", la "acería" y también el gran "mercado" del mundo (*the great marketplace of the world*). Probablemente sea el primer caso de una estructura masiva de vida urbana sujeta a la organización racional de un capitalismo industrial y comercial en gran escala, casi sin ningún obstáculo histórico o cultural preexistente. Chicago representa así, como pocos lugares de la Tierra, *la ciudad económica por excelencia*. Otras ciudades, incluso algunas en donde el capitalismo mismo se originó, se han ido volviendo económicas, pero Chicago es quizás el primer experimento de capitalismo total en el que la lógica económica ha sido desde el principio la base misma de la ciudad.

A pesar de la evidencia de esta primera visión de Chicago, si continuamos nuestra propuesta de vuelo –ya ahora sobre el mismo entramado de la ciudad– notamos algunos elementos que podrían desmentirla. Podremos ver cómo el diagrama racional de la moderna funcionalidad urbana se ve súbitamente interrumpido por una extraña malformación, una inesperada excrescencia. Se trata de la Universidad de Chicago: un grupo de insólitos edificios de estilo gótico, formando *quadrangles* a la manera de los antiguos monasterios medievales, inspirados en los que se alzan en las dos grandes universidades inglesas de Oxford y Cambridge. Pero no sólo descubrimos la presencia de estas inesperadas construcciones: nuestra foto aérea de Chicago nos muestra muchas otras universidades, toda clase de museos, bibliotecas, una Gran Ópera, y los edificios y casas que reflejan los sueños más extravagantes de genios de la arquitectura como Sullivan, Frank Lloyd Wright y los representantes de la Bauhaus alemana.

En un relato apasionante de la historia cultural de la ciudad, William Mc Neill cuenta en detalle el modo en que en 1893 el célebre John David Rockefeller, magnate local y nacional, decidió apoyar con sus millones al profesor de Biblia y pensamiento alemán William Harper para fundar la Universidad de Chicago en el lado sur de la ciudad. Algo similar ocurrió décadas después cuando el empaquetador de carne

Harold Swift, junto con los miembros de un board universitario conformado por una mayoría de personalidades mercantiles, contrató como Rector de la Universidad a un humanista como Robert Maynard Hutchins, quien llevó a esta institución a convertirse en el centro de enseñanza de las humanidades más importante de los Estados Unidos (McNeill, 1991). Tal como sostiene Helen Horowitz en una singular descripción citada por Milton Friedman:

Chicago era una ciudad de impulsos contradictorios: a la vez un centro comercial dedicado a artículos básicos de una sociedad industrial y una comunidad envuelta en los vientos de la edificación cultural. Como dijo un comentarista, la ciudad era una extraña combinación de carne de cerdo y Platón. Chicago parecía un compendio de los Estados Unidos (Horowitz, APUD Friedman, 1983: 123).

Pero ¿cómo interpretar estas actitudes aparentemente extravagantes e irracionales de ambiciosos y calculadores empresarios en apoyo de la cultura y la ciencia en medio del horizonte pragmático del Midwest americano? ¿Cómo se explica una presencia cultural de tal magnitud brotando en medio de la tónica masivamente mercantil de esta ciudad? De acuerdo con Gary Becker, premio Nobel de economía y uno de los principales representantes de la escuela económica de Chicago, la tensión entre la economía y la cultura que se revela en Chicago –y también en casi todos los Estados Unidos– es sólo un fenómeno aparente. Esta supuesta dualidad se resuelve en realidad para Becker por medio de la aplicación de lo que denomina "el enfoque económico" (*economic approach*) que explica por medio de la lógica económica, todas las conductas humanas:

Cuando una aparente oportunidad de conseguir beneficios no es explotada por parte de una empresa, trabajador, o economía doméstica, el enfoque económico no se refugia en afirmaciones acerca de la

irracionalidad, el contento con la riqueza ya adquirida, o con convenientes cambios *ad hoc* en las valoraciones. Más bien postula la existencia de costos, monetarios o psíquicos, que eliminan el beneficio e impiden tomar ventaja de la oportunidad, costos que quizá no son fácilmente identificables por los observadores externos (Becker, 1998:7).

Incluso las acciones realizadas por motivos aparentemente extra-monetarios y altruistas, están regidas, según Becker, por un mecanismo de precios no expresable en dinero (que denomina "precios sombra") pero equivalente al de las transacciones mercantiles:

Los precios, ya sean los precios monetarios del sector de mercado o los precios sombra subyacentes del sector extra-mercado, miden los costos de oportunidad del uso de los recursos escasos, y la "aproximación económica" predice el mismo tipo de respuesta a los precios sombra que a los precios de mercado... Incluso fuera del sector de mercado, ya sea directa o indirectamente, cada mercadería tiene un precio sombra (Becker, 1998: 6).

Becker es conocido por las múltiples aplicaciones de esta tesis hechas a múltiples campos de la sociedad y la cultura, tradicionalmente considerados como extra-económicos, ampliando así el alcance del análisis de mercado, más allá del límite de las transacciones monetarias tradicionales, a todas las actividades humanas:

En años recientes, los economistas han usado la teoría económica para explicar conductas afuera del mercado monetario (...) Como resultado, la discriminación racial, la fertilidad, la política, el delito, la educación (...) el ocio y otras conductas han sido mucho mejor entendidas (...) (Becker, 1998: 8).

Del mismo modo, refiriéndose a la educación y la cultura, argumenta Becker, "las personas sólo eligen seguir la carrera

académica u otras vocaciones intelectuales o artísticas si esperan beneficios, tanto monetarios como psíquicos, que excedan aquellos accesibles en ocupaciones alternativas"(Becker, 1998: 11). En tal sentido, en opinión de Becker y de otros muchos de partidarios de su versión extrema de la teoría económica neoclásica, el mercado, entendido como trama de intercambios entre individuos maximizadores de utilidad, explica y encierra dentro de sí toda la realidad social, cultural y humana. Probablemente fascinado por el imponente porte mercantil de Chicago y de los Estados Unidos en general, para Becker lo que parece extra-mercantil –como podría ser el caso de las actividades de la cultura, la educación y la ciencia– puede ser en realidad completamente sometido al análisis de costos y beneficios, y a la lógica de los incentivos utilitarios que rigen supuestamente también siempre al mercado. Entendido como un continuo homogéneo más allá del cual no es posible pensar, el mercado concebido como un espacio total de intercambios utilitarios, constituye el marco fundamental para la comprensión de la realidad social y también para el diseño completo de todas las políticas públicas.

II. Segunda imagen: el conurbano bonaerense, Coraggio y el divorcio entre mercado y sociedad

Trasladarse en auto desde Puerto Madero –el barrio costero más moderno y confortable de la ciudad de Buenos Aires– hasta el partido de Malvinas Argentinas – en el corazón del conurbano bonaerense que rodea la capital argentina– produce sensaciones abrumadoramente contrastantes. Aislado del resto de la ciudad –y del país– por un canal y por varias avenidas atestadas de autos, y sembrado de elevados rascacielos de cristal que sólo reflejan el cielo azul o el verde impecable de los parques, Puerto Madero se asemeja a los barrios financieros de vanguardia de cualquier gran ciudad global como *La Defense* de París, la bahía

de Sidney o el frente de rascacielos marítimos de Dubai. Pero a pocos kilómetros y luego de trasponer los puentes que comunican a este barrio con el país real, uno se encuentra con la primera villa de emergencia –o "asentamiento urbano"– que corta abruptamente el tejido urbano con sus racimos de casillas apiñadas de paredes sin revoque, y un interminable laberinto de oscuros pasadizos. Detrás de esta villa, como formando un telón inverosímil, se alzan los lujosos y distinguidos edificios del barrio Norte, en cuyo tope se distinguen las cúpulas y mansardas que todavía otorgan ese seductor aire parisino a Buenos Aires. Luego de esa primera visión de la fragmentación se recompone la ciudad convencional en un continuo bastante uniforme de muchos kilómetros de calles bien trazadas, avenidas comerciales y edificios y casas de clase media. Ya en el gran Buenos Aires, la autopista que nos lleva hacia el noroeste parece adentrarse en la pampa, pero la mirada no descubre la belleza todavía lejana del campo argentino sino una villa inmensamente más grande que la anterior, en donde se extiende por muchos kilómetros un interminable *hinterland* suburbano en el que descubrimos un verdadero océano de precariedad. Miles y miles de casitas a medio construir, atravesadas cada tanto por largas y sinuosas callejuelas, sucios senderos de tierra y riachos putrefactos a cielo abierto, se combinan con gigantescas alfombras de basura recalentándose al sol donde pululan chicos y perros como sobrevivientes de una gran catástrofe urbana. Pero hasta llegar a destino también se suceden otras realidades: enormes hipermercados, modernas plantas industriales e innumerables barrios cerrados, donde se encierra ya no la precariedad sino la prolijidad, a veces opulenta, planificada para otros habitantes por los desarrolladores urbanos.

En realidad este paisaje tan intensamente fragmentado y tan fuertemente contrastante, que caracteriza a los países en desarrollo, especialmente a los de América Latina, no era el que caracterizaba a la Argentina. En comparación con los demás países de la región la desigualdad y la pobreza, el

contraste entre ricos y pobres, no era la primera imagen que se imponía en un pasado relativamente reciente al observador que visitaba por primera vez la ciudad. ¿Qué sucedió en las últimas décadas para que una realidad urbana y social relativamente homogénea como la que caracterizaba a Buenos Aires se haya convertido en un auténtico *patchwork* en el que se suceden realidades tan dolorosamente contrastantes? ¿Cómo se entiende el progreso continuo de algunos sectores de la sociedad y de la ciudad, equiparable en su sofisticación y dinamismo al de los países desarrollados y, al mismo tiempo, el deterioro creciente de tantos otros lugares en donde se profundiza cada vez más la pobreza y la exclusión?

Para José Luis Coraggio, director del Centro de Investigaciones del Conurbano de la Universidad de General Sarmiento, la fragmentación que contemplamos en Buenos Aires –y en los países en desarrollo en general– tiene una causa central bien definida: es el resultado del inevitable conflicto entre la sociedad y el mercado. "En la periferia –afirma el economista argentino– se viene confirmando dramáticamente que el sistema de mercado libre genera destrucción de la sociedad y la naturaleza, y que difunde el miedo como condición de vida de las mayorías" (Coraggio, 2012: 12).

Coraggio basa gran parte de su pensamiento económico y urbano en el pensamiento de Karl Polanyi¹. Para Polanyi, la "gran transformación" que supuso el paso de la economía medieval a la economía moderna estuvo caracterizada no tanto por la industrialización como por la irrupción del mercado capitalista. De acuerdo con Polanyi, en la economía premoderna el mercado estaba inmerso en una intrincada red orgánica de tradiciones, normas y usos religiosos, sociales y culturales en la cual los hoy llamados factores de producción no existían independientemente como tales. En efecto, la tierra era un "lugar natural" o, en todo caso, histórico, donde se habitaba por derecho consuetudinario, y no se la concebía como un bien susceptible de ser transado en un mercado, como sucede en los

mercados inmobiliarios modernos. Otro tanto ocurría con el trabajo. En el régimen feudal y en el gremio medieval no existía nada parecido a la oferta y la demanda de trabajo propia del mercado laboral actual. En tal sentido, en la economía premoderna que describe Polanyi, las fuerzas de la oferta y la demanda se hallaban neutralizadas dentro de los límites de las relaciones sociales, lo cual impedía que se desplegaran los efectos destructivos de la lógica del beneficio y la competencia intrínseca a ellas.

Todo lo contrario sucede en el mercado moderno ya casi totalmente desprendido de la trama de relaciones sociales tradicionales y feudales que lo acotaban. En efecto, escribe Coraggio, siguiendo a Polanyi, "el mercado capitalista amenaza constantemente las formas de relación desinteresada, valiosas por sí mismas pero no convertibles en bienes de intercambio porque deben ser producidas en la relación misma. Tiende a hinchar la parte calculadora y hedonística de las decisiones" (Coraggio, 2012: 13).

En tal sentido –explica Coraggio– el mercado sólo funciona si en las prácticas se absolutiza el principio individualista y utilitarista: libre acción para maximizar la utilidad subjetiva, trocar para ganar, ganar para acumular.

Coraggio también sigue a Polanyi en su interpretación de los mecanismos de exclusión y de fragmentación social. Del mismo modo que Polanyi los explica apelando a la célebre imagen de los cercamientos (*enclosures*) –por los cuales los señores y grandes terratenientes cerraban sus propiedades y expulsaban a todos los "intrusos" que las habitaban con el fin de explotarlas en la producción de ganado ovino– de acuerdo con Coraggio, las formas modernas de propiedad privada y de empresa capitalista, explican la actual exclusión social y urbana del conurbano bonaerense y de América Latina en general. La causa es sin duda, para él, la "empresa capitalista, que ve a las personas como sustituibles y sus necesidades como un 'gancho' para incentivarlas a contribuir a la eficiencia empresarial" (Coraggio, 2002: 3). Así, la tendencia del mercado es siempre la de una expansión ilimitada e insaciable, esencialmente incompatible con la

subsistencia del resto de las relaciones sociales a las cuales necesariamente pone a su servicio². En tal sentido, la imagen imperialista del mercado de Coraggio y Polanyi termina por coincidir paradójicamente, con la de Gary Becker³. El mercado no es por tanto una realidad que se pueda mejorar desde adentro, poniéndola al servicio de la sociedad, sino un mal intrínseco con el que no se puede convivir:

El mercado capitalista –afirma– debe ser superado porque es alienante en sí mismo y *máxime* por estar dominado por el poder de los grupos monopólicos, que manipulan los valores, necesidades y formas de socialización a través de su control de la comunicación social y además ahora tiende a excluir ingentes mayorías del derecho mismo a ser consumidor y productor. (Coraggio, 2002: 2)

Dado que Coraggio ve siempre detrás del mercado una estrategia de poder, una estructura de dominación esencialmente antisocial, esta exige, en su opinión, una contra-estrategia de poder opuesta: "Para contrarrestarlo – escribe Coraggio– hace falta fuerza social y decisión política, lucha cultural, sujetos colectivos que compartan un proyecto estratégico. Diálogos y alianzas interculturales entre movimientos sociales" (Coraggio, 2002: 2).

La consecuencia natural de esta postura es la de sustituir gradual o radicalmente el mercado y las empresas capitalistas por una serie de economías paralelas socializadas ya sea por la acción del Estado, ya sea por comunidades de trabajadores –economías "sociales", "solidarias", "populares" o "del trabajo" son las distintas denominaciones que utiliza el autor (Coraggio, 2002: 6) – basadas en una lógica diametralmente opuesta a la mercantil en la que se supone que reaparecerá espontáneamente el rostro del otro, su cuerpo, su pasado y sus verdaderas necesidades, superando así la mercantilización alienante. En esta propuesta de un aparente humanismo económico –loable por sus intenciones– se esconde sin embargo una dura dialéctica de oposición entre el mercado y la empresa

capitalista, por un lado, y la llamada economía popular o solidaria, por el otro, que son concebidos de manera tan radicalmente opuesta que no queda espacio alguno para las mediaciones. Así, la imagen tan contrastante del mercado en relación a la sociedad de Polanyi aplicada por Coraggio al espacio fragmentado del conurbano bonaerense y de la sociedad argentina, parece conducir inevitablemente a elegir entre dos términos que conforman una opción de hierro.

III. Tercera imagen: la llanura del Véneto, Zamagni, y el mercado como espacio humano y civil

Luego de descender por varias horas el estrecho valle del Río Adige encajonado por las todavía altas montañas de las estribaciones de los Alpes, y habiéndonos detenido en ciudades como Bolzano en el Sud Tirol (o Alto Adige), o como Trento y Rovereto en el Trentino, nuestro tren se interna finalmente en un largo, oscuro y frío túnel que se prolonga por algunos kilómetros. Un paisaje completamente diferente nos espera al final del túnel: la amplia, luminosa y ya mucho más cálida llanura del Véneto se extiende delante de nosotros y descubrimos un mundo que se insinuaba ya al llegar a Italia pero que allí encuentra su máxima expresión.

En contraste con la fuerte concentración y masividad urbana de las dos Américas, aquí en Italia las ciudades todavía parecen brotar lentamente del paisaje rural siguiendo sus ondulaciones, imitando sus colores, persiguiendo sus formas. A los dos lados del vagón vemos aparecer, aquí y allá, conjuntos de edificios y casas modernas que, sin interrumpir abruptamente el tejido de la ciudad, se van agrupando alrededor de los antiguos cascos urbanos, muchos de ellos todavía casi intactos. Así, el tejido urbano va creciendo con una notable continuidad a partir de la naturaleza y de la historia. Pero no llama la atención solamente la notable armonía entre el mundo urbano y el paisaje natural que, a pesar de las evidentes heridas que la modernidad ha dejado también aquí, caracteriza al Véneto y a buena parte de Italia. Lo que se presenta

también a la mirada del observador atento es la aparición, en medio de este particular entorno urbano, de muchos grupos de edificios claramente industriales o comerciales que, a pesar de su evidente funcionalidad arquitectónica, no se yuxtaponen violentamente al entorno, sino que parecen también integrarse armónicamente con éste. En efecto, toda la llanura del Véneto está sembrada de pequeñas o medianas ciudades las cuales, afincadas en su corazón histórico y en su paisaje natural, cobijan también dentro de sí los célebres "distritos industriales", una creación originalmente italiana, que logra combinar de modo notable y en una medida justa para cada cosa, paisaje, historia, ciudad y empresa.

Los distritos del calzado de Verona o de Brenta, el de los anteojos de Belluno, el de los muebles de Bassano, el de la orfebrería y del curtido de Vicenza y tantos otros distritos industriales del Veneto como los de la moda, el informático o el del *packaging*, están conformados por pequeñas y medianas empresas en su gran mayoría de capital privado—aunque también en muchos casos de tipo cooperativo—y forman cadenas de valor que compiten en los grandes mercados nacionales, regionales y globales capitalistas, pero están al mismo tiempo fuertemente integrados a un territorio geográfica e históricamente circunscripto, y a complejas y densas redes de relaciones sociales y urbanas. Ciertamente, también existe aquí el polo petroquímico de Mestre, cerca de Venecia, y otras formas de desarrollo industrial que no se condicen con esta particular imagen del mercado en armonía con la ciudad. Pero éstas son aquí más la excepción que la regla y denotan un tipo de organización de la economía que no ha tenido su origen en el Véneto ni en Italia. Por el contrario, la imagen del mercado incorporado a la ciudad, en el formato moderno de los distritos industriales, es el punto de llegada de una larga evolución histórica que se remonta a las pequeñas empresas de origen artesanal, fuertemente enraizadas en cada región que, ante la crisis de la gran empresa en la década del setenta, redescubren su potencial y su capacidad de inserción en la nueva economía de mercado.

De acuerdo con el economista de la Universidad de Bolonia, Stefano Zamagni –el representante más conocido de la llamada escuela de la economía civil– mercado y sociedad son realidades ciertamente diferentes pero de ningún modo necesariamente opuestas. En efecto, Zamagni es un crítico tanto de la imagen del mercado total de Gary Becker como de la del mercado perverso de Polanyi y Coraggio:

Por un lado están quienes ven la extensión del mercado y la lógica de la eficiencia asociada a ella como la solución a todos los problemas. Por otro lado están quienes ven el avance de los mercados como una amenaza para la vida civil y por lo tanto luchan para protegerse contra ella (Bruni y Zamagni, 2007: 16).

En el primer caso, agrega Zamagni, a través de una interpretación distorsionada del pensamiento liberal, esta visión aísla la dimensión social como una entidad separada de la mecánica del mercado, el cual es visualizado como una institución ética y socialmente neutral. De acuerdo con tal visión los mercados están siempre trabajando para el bien común. Son la forma más alta de sociedad civil y cualquier intervención en ellos es considerada peligrosa (Bruni y Zamagni, 2007: 16-17). En el segundo caso, por el contrario, se considera al mercado capitalista como el lugar en donde los poderosos explotan a los débiles. Tal como sostiene Polanyi, el avance de éste último acelera la ‘desertificación social’. Los mercados amenazan a la sociedad. Así, es tarea de la sociedad civil tomar acción y protegerse de los mercados antes de que su lógica erosione las relaciones auténticamente humanas (Lugino Bruni & Stefano Zamagni, *Civil Economy*, 2007: 17). Zamagni propone una imagen distinta del mercado que puede descubrirse en la historia del Véneto pero también del norte de Italia y del norte de Europa en general. Siguiendo las tesis de los historiadores Hans Baron y Quentin Skinner, entre otros, Zamagni considera que el mercado no es una forma de organización económica

moderna que interrumpe violentamente la civilización medieval sino que es, por el contrario, el fruto de una larga evolución de esa misma civilización y en particular, de la ciudad medieval. En efecto, a partir del año 1000, comenzaron a surgir las ciudades en el norte de Italia, dando lugar a un nuevo tipo de sociedad que iba a diferenciarse de la sociedad feudal por el tipo de relaciones sociales que se desarrollarían en ella. En tanto en la sociedad feudal las relaciones sociales estaban basadas fundamentalmente en la relación vertical, jerárquica, entre el señor y el vasallo, las nuevas relaciones "civiles" estarán basadas fundamentalmente en el intercambio y en la reciprocidad entre personas básicamente iguales en sus derechos y obligaciones. Estas relaciones de reciprocidad abarcaban los distintos aspectos religiosos, culturales, sociales y también económicos de la vida. Así, el mercado moderno no nace como la irrupción de relaciones de intercambio de equivalentes en oposición al resto de las relaciones personales o sociales, sino como un sistema de relaciones que además del intercambio de equivalentes motivado por el interés propio, puede incluir otro tipo de motivaciones:

Para evitar malos entendidos – no estamos diciendo que el mercado no haya conocido en su larga historia episodios de degeneración – pensemos en muchas organizaciones criminales que utilizan los mecanismos de mercado para aumentar su poder- o que no ha sido la causa de serias injusticias y creado desigualdades sociales. Lo que queremos decir es que el mercado, por su propia naturaleza, no está obligado a actuar de acuerdo a las reglas que permiten tal degeneración⁴ (Bruni y Zamagni, 2007: 23)

La imagen del mercado de la economía civil que presenta Zamagni tiene su fundamento en una concepción antropológica de las acciones económicas que se diferencia con claridad de las dos visiones antedichas:

La relación mercado-sociedad típica

de la economía civil, se sitúa en una perspectiva radicalmente distinta respecto a las dos perspectivas hoy dominantes. La idea central (y en consecuencia la propuesta) de la economía civil es la de vivir la experiencia de la sociabilidad humana, en el seno de una vida económica normal, no al margen, ni antes, ni después de ésta. Nos dice que principios diferentes del beneficio y del intercambio de equivalentes pueden tener cabida dentro de la actividad económica (Zamagni, 2006: 20).

Esta imagen civil del mercado no implica, sin embargo, de acuerdo con Zamagni, una exaltación nostálgica de un mundo constituido por pequeñas comunidades locales basadas en relaciones tradicionales. Más bien se basa en la idea de que, aún en el ámbito de una economía moderna y globalizada, es posible que ciertos mercados bajo ciertas circunstancias, sin perder su naturaleza económica específica ni la motivación del interés monetario, incluyan también dentro de sí la riqueza motivacional de las relaciones personales y sociales expresadas en virtudes sociales como la fidelidad, la confianza mutua e incluso la gratuidad o el don⁵.

En principio esta tercera imagen del mercado parece todavía estar restringida al ámbito de las propuestas "alternativas" y de experiencias muy localizadas. Sin embargo, la creciente tendencia a la combinación de lo local y lo global, el auge del desarrollo regional, la evidencia de que la innovación tecnológica sólo se da enraizada en un territorio regional, urbano, comunitario y cultural rico y concreto, el reconocimiento de que la creación de empleo se da en las empresas medianas y pequeñas muy vinculadas a la comunidad y el surgimiento de nuevos tipos de empresas que combinan la generación de beneficios con otros objetivos sociales, son para Zamagni elementos concretos que alimentan la posibilidad real de concebir en nuestro tiempo la imagen del mercado como un espacio humano y civil.

IV. Tres imágenes, tres escenarios

Las tres imágenes del mercado que acabamos de presentar de modo sucinto compiten hoy por apropiarse de la agenda de las decisiones políticas, de la realidad económica y social y, lo que tal vez sea la definición más importante, del imaginario simbólico de nuestra cultura. Frente a esta situación, surge de inmediato la pregunta acerca de cuál de las tres predominará. A primera vista, el aspecto más visible de la globalización –es decir el que presentan los mercados financieros globales, en especial el mercado de capitales y el de las grandes empresas transnacionales– sumado a la creciente tecnologización de la economía, hace pensar que el predominio corresponderá a la primera imagen del mercado presentada por Gary Becker. La tendencia de la globalización llevaría a una cada vez mayor des-territorialización de los mercados al mismo tiempo que a una homogenización motivacional de los agentes económicos que los asimilaría de modo creciente a la imagen del mercado que describe la teoría económica neoclásica. Como consecuencia, y a pesar de los traspiés momentáneos que pudiera tener, la tendencia intrínseca de la globalización podría llevar también a que dicha asimilación ya no sólo se dé en el campo de la economía, sino en el de toda la sociedad en general, incluyendo las áreas de la vida –como la salud, la educación y las relaciones humanas– consideradas tradicionalmente como no mercantiles. Así, a pesar de que las otras dos imágenes del mercado pudieran permanecer latentes en el imaginario colectivo, la realidad rotunda de un mercado total terminaría por aislarlas en el silencio o, por lo menos, volverlas políticamente inútiles.

Un segundo escenario podría darse en caso de que las tensiones que viene presentando la globalización, sumadas a las consecuencias de las distintas crisis, llevaran a un predominio de la segunda imagen paradigmáticamente descrita por Polanyi y aplicada a nuestro medio por Coraggio. En tanto la imagen de una oposición radical entre el mercado y la sociedad era

enarbolada hasta no hace mucho sólo por grupos muy activos pero pequeños y dispersos (como los militantes anti-globales, los grupos ecologistas radicales o la extrema izquierda) ésta se ha extendido ahora a millones de "indignados" en todo el mundo, a los gobiernos de varios países en desarrollo y a muchos ciudadanos europeos y norteamericanos hasta hace muy poco confortables habitantes de una cada vez más perfeccionada sociedad de mercado. ¿No podría por tanto instalarse en la sociedad global un ánimo anti-mercantil tal que terminara finalmente tomando la forma política de un neostatismo o un neosocialismo a escala regional o planetaria?

Finalmente, ¿qué podría ocurrir con la tercera imagen del mercado presentada por Zamagni? Ciertamente en comparación con las otras dos primeras imágenes, esta tercera visión del mercado como espacio humano y civil parece presentar a primera vista tres rasgos que la dejan en desventaja: su aparente anacronismo o carácter puramente nostálgico-comunitario, la excesiva complejidad de su modelo explicativo de la conducta humana y la imposibilidad de su aplicación universal o a gran escala. No obstante, de acuerdo con Zamagni, esas tres objeciones podrían volverse también a favor de esta concepción y en contra de las dos primeras.

En efecto, en primer lugar, las soluciones aparentemente nuevas que se infieren de las otras dos imágenes no son realmente tales: tanto la imagen del mercado total como la de la dialéctica entre mercado y sociedad, han fracasado ya en varias oportunidades a lo largo de la historia moderna, y de manera drástica en el siglo XX. Basta sólo con mencionar las dos grandes crisis que marcaron los excesos expansivos del mercado sobre la sociedad (1930, 2008) como el derrumbe de los proyectos de sociedad edificados a contrapelo del mercado (1989-1991). En realidad, sólo la opción de un mercado en armonía no dialéctica con la sociedad constituiría una auténtica novedad histórica. Tal como argumenta Zamagni, la idea de un mercado civil fue un proyecto que quedó trunco a principios de la modernidad con la formación de los grandes Estados modernos y la expansión del

capitalismo industrial en gran escala. Estos compitieron o se aliaron entre sí, potenciando la tendencia expansiva y por tanto, también la tensión conflictiva entre ambos, dejando de lado en buena medida a la sociedad con sus relaciones humanas y mercantiles concretas. Es por tanto la tercera imagen del mercado la que todavía no ha nacido. Así, la apelación a una imagen civil del mercado no es el resultado de un acto de nostalgia por un pasado ya realizado, sino la salida natural al envejecimiento y la crisis de las otras dos.

En segundo lugar, la objeción de la excesiva complejidad de la tercera imagen –y por tanto de una mayor utilidad de los modelos simplificados de la conducta humana, contenidos en la primera o la segunda imagen del mercado que presentan autores como Becker o como su opositor Polanyi– sería admisible si éstas dos últimas pudieran explicar mejor que la tercera lo que efectivamente ocurre en el mercado. Sin embargo, el actual debate epistemológico en las ciencias sociales en general y en la ciencia económica en particular, parece desmentir esto último. De hecho, la mayoría de los economistas del *mainstream*, parecen ir en la dirección de la necesidad de una cada vez mayor complejidad para dar cuenta de las conductas humanas y, por tanto también, de las acciones y relaciones que se dan en el mercado. Así, la heterogeneidad motivacional que fundamenta la imagen civil del mercado reflejaría mejor lo que está sucediendo en la realidad y terminaría siendo por tanto más útil para la comprensión y la orientación de la economía.

Finalmente, la objeción de que la imagen de un mercado humano y civil es imposible de llevar adelante a escala nacional y menos aún global, sería aceptable si ya existiera la experiencia de un tipo de globalización hecha sobre la base de mercados civiles interconectados entre sí. En realidad, ni siquiera se ha practicado en la modernidad la edificación de regiones o sectores enteros de la economía sobre la base de este tipo de mercados. El caso de la Italia del norte o de los distritos industriales integrados en el tejido social y urbano existentes en muchas partes del mundo, permanecen todavía con

un potencial de ampliación e interconexión inexplorados debido al predominio de los mercados globales financieros y de las estructuras estatales burocráticas, generadas durante la época en la que predominaron las otras dos imágenes del mercado. De todos modos, la imagen de un mercado como espacio humano y civil, no implica de ningún modo la negación del rol clave del Estado o de los mercados capitalistas convencionales, sino la aspiración a una humanización y civilización de los mismos por medio de una colaboración mutua. La imagen civil del mercado no es monolítica ni autárquica sino relacional, es decir está basada en un amplio pluralismo institucional conformado por diversos tipos de mercados, empresas, asociaciones de la sociedad civil y el Estado, los cuales pueden producir, si están flexiblemente interconectados entre sí, una suma de pequeños cambios a nivel micro que van generando gradualmente, también grandes cambios a nivel macro.

Luego de varias décadas en que la imagen del mercado como espacio total predominó y llegó casi a apropiarse de casi todas las esferas sociales, hoy vivimos una situación de reacción ante aquel predominio que va tomando por momentos la forma de una oposición que nos retrotrae a los tiempos del conflicto y del gran rechazo. Sin embargo, queda aún la posibilidad de que comience a proyectarse con mucha mayor fuerza una tercera imagen del mercado que absorba y supere, aunque sea parcialmente, las tensiones entre la economía y la sociedad que amenazan con oscurecer el futuro.

Referencias bibliográficas

- Becker, Gary (1998). *The Economic Approach to Human Behavior*. The University of Chicago Press, Chicago.
- Bruni, Lugino; Zamagni, Stefano (2007). *Economía civil. Eficiencia, equidad, felicidad pública*. Prometeo, Buenos Aires.
- Coraggio, José Luis (2002). "La economía social como vía para otro desarrollo social". *Documento preparado para el lanzamiento del debate sobre "Distintas propuestas de Economía Social" en URBARED, Red de Políticas sociales 2002* www.urbaredu.ungs.edu.ar.
- Coraggio, José Luis (2012). "Karl Polanyi y la otra economía en América Latina". En *Karl Polanyi. Textos escogidos*. UNGS/CLACSO, Buenos Aires.
- Friedman, Milton; Friedman Rose (1983). *Libertad de elegir*. Orbis, Madrid.
- Luttwak, Edward (2000). *Turbocapitalism*. Harper Collins, New York.
- McNeill, William H. (1991). *A Memoir of the University of Chicago 1929-1950*. The University of Chicago Press, Chicago, 1991.
- Polanyi, Karl (1957). *The Great Transformation*. Beacon Hill, Boston.
- Zamagni, Stefano (2006). *Heterogeneidad motivacional y comportamiento económico. La perspectiva de la economía civil*. Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales "Francisco de Vitoria", Unión Editorial, Madrid.

¹ Coraggio sigue en esto casi literalmente a Polanyi: "La conclusión, aunque extraña, es inevitable [...] la dislocación causada por tal sistema necesariamente destruye las relaciones del hombre y amenaza con aniquilar su habitat natural" (Coraggio, 2002: 42).

² "En última instancia –escribe Polanyi– ésa es la razón por la que el control del sistema económico por el mercado tiene consecuencias abrumadoras para toda la organización de la sociedad: significa nada menos que la concepción de la sociedad como un auxiliar del mercado. En lugar de que la economía esté imbuida en las relaciones sociales, las relaciones sociales están imbuidas en el sistema económico [...] Así la sociedad debe ser moldeada de manera tal que permita que ese sistema funcione de acuerdo a sus leyes. Este es el significado de la conocida aserción de que una economía de mercado sólo funciona en una sociedad de mercado" (Coraggio, 2002: 57).

³ "La economía de mercado implica un sistema de autorregulación de los mercados; en términos más técnicos: es una economía dirigida por los precios del mercado y por nada más que los precios del mercado [...] La más asombrosa peculiaridad del sistema radica en el hecho de que, una vez establecido, se lo debe dejar funcionar sin ninguna interferencia externa" (Coraggio, 2002: 41-43).

⁴ En su libro *Turbocapitalismo* (2000), el analista geopolítico Edward Luttwak describe crudamente al capitalismo norteamericano actual como un capitalismo de mercado total -similar al criticado por Polanyi y exaltado por Becker. En contraposición, recuerda cómo

eran los mercados locales en la Italia de preguerra en la que vivió durante su infancia: "Cuando yo era chico en Milán –escribe Luttwak– uno no iba a supermercados anónimos o cadenas de tiendas elegidas cada vez por sus presuntas combinaciones de precio y calidad. El pan se compraba en el panadero, la carne en el carnicero, los vegetales y las frutas en el verdulero. Había solamente uno de cada uno en nuestra calle, y así como eran nuestros únicos proveedores, nosotros y nuestros vecinos éramos sus únicos posibles clientes. Los comerciantes no tenían que adivinar o especular cuando estoqueaban la mercadería, porque podían anticipar bastante acertadamente los ritmos de la demanda a través de las estaciones y día por día. Tampoco tenían que mirar los precios de sus competidores para equiparlos hasta el centavo exacto; los avisos a toda página de los diarios norteamericanos con listas de artículos para comparar precios no podían existir en ese mundo. Por la misma razón, los comerciantes no podían esperar expandirse más allá de los límites estrictos de los mercados localizados. Tampoco podían vender sus productos sin servir a sus clientes como individuos, adaptándose a sus diferentes modos de ser así como a sus necesidades específicas, que incluía el crédito informal sin intereses en las partes pobres de la ciudad". (Luttwak, 2000: 40-42).

⁵ "Este estado de cosas –explica Luttwak en el texto que citábamos antes– no suprimía el mecanismo de la oferta y la demanda: si alguno de nuestros comerciantes hubiera demandado precios irracionalmente altos, habríamos podido simplemente irnos a otra calle y encontrar un competidor [...] Pero allí las relaciones de mercado no eran 'puras'. Los comerciantes y sus clientes no eran

solamente vendedores y compradores, eran también vecinos que conocían a las respectivas familias y que se sentían comprometidos entre sí por obligaciones mutuas. Los clientes no se sentían libres para comprar en otro lado porque habrían despreciado la tradición. Tampoco los comerciantes vendían productos de peor calidad a sabiendas a clientes distraídos o a chicos que eran mandados a comprar, por la sencilla razón de que tendrían que verlos a ellos o a las madres al día siguiente y al otro día y en los años venideros. Hasta el día de hoy [...] el mismo tipo de relaciones de mercado [...] típica de los comerciantes y sus clientes en Milán sigue siendo una realidad hoy en relaciones comerciales de muchas partes del mundo [...] donde la americanización no ha llegado del todo [...] Japón es quizás el más puro ejemplo de esto. Las empresas no están constantemente buscando los proveedores más baratos, tal como prescribiría la teoría. En cambio, tienen proveedores estables con quienes están ligados por una red de obligaciones mutuas. Para los proveedores significa adaptarse a las necesidades de sus clientes [...] anticipándose a los requerimientos a su propio riesgo y nunca, nunca, tratar de explotar una escasez temporaria para obtener precios más altos. Para las empresas significa no abandonarlos por el hecho de recibir una oferta mejor [...] Todo se hace cara a cara y basándose en la palabra [...]. Pero esto no se detiene allí: la cadena de obligaciones personales se extiende hasta los empleados. Aunque la lógica pura de la oferta y la demanda no puede ser ignorada ni suprimida del todo, es, sin embargo, fuertemente atemperada por una grande y natural reluctancia a romper las relaciones tradicionales y personales" (Luttwak, 2000: 40-42)