

Algunas reflexiones sobre la imposibilidad de separar la jerarquía, el mercado y los valores

(Comentario a "Vino nuevo en odres viejos" de D. Anisi)

Federico Aguilera Klink

"La historia económica muestra que los mercados nacionales no surgieron en absoluto porque se emancipase la esfera económica progresiva y espontáneamente del control gubernamental, sino que, más bien al contrario, el mercado fue la consecuencia de una intervención consciente y muchas veces violenta del Estado, que impuso la organización del mercado en la sociedad para fines no económicos".

Karl Polanyi. La Gran Transformación.

I. LO POPULARES QUE SOMOS

En la primera parte de su ponencia, muestra D. Anisi su "sorpresa" por lo populares que somos los economistas y señala con acierto el que cualquier persona se siente capacitada para opinar sobre economía, eso sí, amparándose en la más completa impunidad a la hora de decir insensateces.

Esto me sugiere una primera reflexión un tanto paradójica, y es que mientras la economía es considerada en estos tiempos como una "ciencia" mitificada a la que (aparentemente) se acude para que diga la última palabra (científica) antes de tomar una decisión (normalmente política), es decir, mientras los profesionales de la economía (en el sentido de Análisis Económico que señala Anisi) aparecemos como una especie de magos que somos capaces de expresar en forma de precios y de resultados (ambos científicos) los términos de cualquier problema, al mismo tiempo asistimos —como mínimo perplejos, pero también enojados— a una divulgación ignorante, interesada e impune de la

economía. Asistimos, en definitiva, a una mitificación (por un lado) y a una completa desvalorización (por otro) de la economía, ya que cualquier ignorante habla y opina de economía (y sobre todo del mercado) con una impunidad pasmosa.

¿Por qué se produce esta situación?, ¿Qué papel jugamos los profesionales del Análisis Económico en toda esta historia?

II. EL MERCADO COMO SINÓNIMO DE LA ECONOMÍA

En mi opinión, Anisi ha acertado al plantear dos cuestiones claves, ambas claramente relacionadas, pero creo que no las ha planteado correctamente. La primera se refiere al abuso que existe de la opción del mercado y cómo la cantinela con la que se nos martillea a todos es la que insiste en que todo se arregla con más mercado y más privatización. Se nos vende el mercado como la Coca-cola—dice Anisi. La segunda es que parece que sólo el mercado ha sido el sujeto digno de estudio, dejando lo jerárquico y lo valorativo abandonado fuera de los centros de atención del análisis, y llegando casi a practicar la nada científica asociación entre extramercado y extraeconómico.

Así pues se nos vende el mercado (sin explicar qué es) y se nos dice implícitamente que mercado es sinónimo de economía, es decir que el ámbito de lo económico es lo que pasa por el mercado, conformando de esta manera un esquema reduccionista que no acaba aquí, pues al final se limita a señalar que lo científico desde un punto de vista económico son los precios. Exigimos, en consecuencia, como dice Bromley (1982), demasiado poco a nuestra disciplina, nos limitamos a estudiar cuestiones de cantidades y precios y no a estudiar la maraña de intereses institucionales, económicos y políticos que condiciona y explica la formación de los mercados y de los precios.

Ahora bien, aunque Anisi señala cuales son las cuestiones, no es fácil compartir el tratamiento que les da, sobre todo cuando se pregunta ¿Qué se sabe desde la teoría económica sobre el mercado? y contesta que sobre el mercado se sabe todo lo que prácticamente hay que saber, aunque reconoce que más que en el mercado nos centramos en el *funcionamiento* (esto es lo que me interesa destacar) del sistema de precios.

Aquí es donde yo veo un problema importante, pues no creo que sea posible que sepamos todo sobre el *funcionamiento* del mercado si no sabemos bien qué es el mercado. Otra cosa es que Anisi se refiera a saber todo sobre el supuesto funcionamiento teórico de un mercado igualmente teórico e inexistente. Por lo tanto, creo que la primera cuestión a la que hay que enfrentarse es ¿Qué es el

mercado?, ya que se ha dejado bastante de lado el propio concepto de mercado. Por ejemplo, los estudiantes de economía se familiarizan desde el primer curso con el uso de términos (es decir, de etiquetas) como mercado, precios, eficiencia, intervención pública, ... etc., pero sin profundizar en el significado conceptual de dichos términos. Dicho de otra manera, se familiarizan con una noción tremendamente superficial y de carácter divulgativo de la economía.

Es, por tanto, en las propias Universidades, donde se inicia el proceso de divulgación ignorante e interesada de términos (pero no de conceptos) porque la mayoría de los profesores tampoco ha profundizado en los conceptos (y por lo tanto los desconoce), es decir, se limita a plantear la cuestión de un hipotético funcionamiento del mercado pero sin profundizar en los aspectos conceptuales y en la dependencia que tienen estos conceptos con respecto del marco institucional, marco que tampoco puede desligarse de los intereses de los grupos de poder que lo han creado. En palabras de Roscoe Pound (antiguo decano de la Facultad de Derecho de Harvard) "... la presión organizada de los grupos con un interés económico común es la única explicación que puede darse a muchas disposiciones de la colección legislativa" (Pound, 1950, 150).

Volviendo al tema de la divulgación de etiquetas, parece oportuno recordar lo que escribió Joan Robinson en *La enseñanza de la economía*: "Aquellos cuyo único interés reside en superar los exámenes, aprenden pronto que el truco consiste en decir lo que de ellos se espera; *en no preguntarse qué significa lo que está diciendo* (porque tal cosa resulta desconcertante y arriesgada y puede restar puntos); en repetir la fórmula particular que parece convenir a cada problema particular (...) El que sólo persigue pasar los exámenes se convierte a su debido tiempo en examinador y por aquel entonces ya ha perdido cualquier duda que pudiera haber albergado algún día. Ha llegado a creer que la educación realmente consiste en eso. Y así se va perpetuando el sistema" (Robinson, 1965).

En suma, ¿Sabemos realmente qué es el mercado?, ¿Nos referimos a mercados creadores de precios o a mercados con precios administrados?, ¿Tenemos claro que existen intercambios sin mercado?, ¿Sabemos cómo afecta, el marco institucional (las leyes) al "mercado"?, ¿Sabemos a qué intereses responden las leyes?, ¿No dependen los precios del marco institucional y de la distribución de la renta más que del propio "mercado"?, ¿Cuántos precios son realmente fijados por el "mercado" y cuántos por actos administrativos?, ¿Tenemos claro lo que entendemos por "intervención" pública sobre la empresa privada?, ¿Sabemos bien lo que es una empresa?, ¿No es cierto que lo que es un coste y sobre quien tiene que recaer depende del marco institucional?, ¿No es cierto que la eficiencia es una noción caprichosa que depende más del

marco institucional que de los precios?, ¿Cuántas de estas cuestiones se estudian a fondo en las Facultades de Economía?

Tomemos por ejemplo el caso de la empresa. Es cierto que Coase considera que la actividad dentro de la empresa pertenece al espacio jerárquico del poder, es decir, dentro de la empresa los factores de producción no se asignan a través del mercado sino mediante órdenes, mediante una decisión administrativa, pero Coase va más allá y en *El problema del coste social* llega a decir que *la empresa representa una alternativa frente a la organización de la producción a través de las transacciones de mercado*, alternativa que se adoptará cada vez que los costes administrativos de la empresa fuesen menores que los de las transacciones del mercado a las que sustituye.

Aunque no hay que perder de vista, como señala Bromley (1982), que la frontera de la empresa, es decir, el dominio de elección abierto al empresario, constituye una variable política conjuntamente con la política fiscal del gasto público, etc. Ante esta situación, la idea de intervención tal y como es entendida, tanto en un sentido vulgar como académico, recobra un sentido completamente nuevo y nada peyorativo, puesto que es el Estado —a través de negociaciones políticas— el que está “interviniendo” continuamente al aprobar las leyes o el marco institucional en el que se va a desenvolver la actividad humana y la económica. Por eso es tan importante para un economista conocer quienes hacen o pactan ese marco institucional, con qué criterios, y a quienes se va a beneficiar y perjudicar. No olvidemos que ya Polanyi dijo hace mucho tiempo que el mercado no es nada más que un paquete de legislación, impuesto o pactado dependiendo esa imposición o pacto de la capacidad de negociación y de la fuerza que tengan las partes en cuestión.

¿Cuáles son, por ejemplo, los criterios que se han utilizado para alcanzar los acuerdos de Maastricht?, ¿Quiénes se van a beneficiar y perjudicar?

III. JERARQUÍA, MERCADO Y VALORES

Por todo lo anterior me sorprende, o al menos no termino de ver de manera nada clara, la distinción que lleva a cabo Anisi entre Jerarquía (órdenes), Mercado (precios) y Valores (persuaciones). Aunque Anisi nos advierte que la mezcla es lo habitual, (y yo entiendo que es en la explicación de esa mezcla donde él debía haber profundizado) afirma lo siguiente: diremos que alguien se *somete* al mercado cuando la regulación de su actividad sea *fundamentalmente* mediante el sistema de precios, reconociendo claramente una estrecha correlación entre mercado y precios, así como una absoluta independencia de ambos

con respecto a la Jerarquía y los Valores. Este es, en mi opinión, el problema, como voy a intentar hacer ver.

En efecto, este último párrafo de Anisi, leído en el contexto del apartado anterior, me lleva a plantear las siguientes reflexiones. Primero, entiendo que el término “somete” da *fundamentalmente* una idea de jerarquía y por lo tanto de orden. Segundo, entiendo que la distinción entre precios y órdenes sólo tiene sentido cuando el consumidor puede participar o influir *fundamentalmente* en la formación del precio, caso que es más una curiosidad teórica que algo real, pues en el práctica todos somos precio aceptantes. Esto significa que la formación de los precios —incluyendo la distribución de la renta— no se realiza de forma impersonal a través del mercado sino que los precios son formados mediante órdenes, es decir, de manera jerárquica.

Tercero, entiendo que dado que el marco institucional se negocia o se impone, sólo para aquellos que hayan participado en la negociación o se sientan representados en ella se evitará el carácter jerárquico de dicho marco y por lo tanto del mercado, pero no ocurrirá así para los no representados en la negociación.

Lo que quiero decir es que aunque Anisi tiene razón cuando dice que la mezcla es lo habitual y que es difícil imaginarse la realización de una actividad de mercado en la que el sistema de precios no se vea acompañado de elementos jerárquicos y valorativos, lo que no está tan claro, al menos para mí, es la distinción tan tajante que él hace entre los componentes de la mezcla. Es decir, el “mercado” está dominado *fundamentalmente* o puede estarlo pero no por los precios sino por las órdenes o por las persuasiones, por lo que el componente jerárquico o el valorativo es el que habría que tener en cuenta.

En resumen, la cuestión clave, al menos desde mi punto de vista, no consiste tanto en conocer si una actividad está regulada *fundamentalmente* por los precios, sino conocer en qué medida pueden estos precios estar regulados *fundamentalmente* de manera jerárquica, es decir, mediante órdenes. Cuidado que no estoy diciendo que los precios puedan tener un elevado componente jerárquico en su formación, como sería la incorporación de un impuesto, sino que los precios son fijados mediante una decisión (orden) administrativa (jerárquica) ya sea de una empresa o del gobierno.

Cualquier intento para profundizar en el conocimiento de la economía, exige estudiar y reconocer con detalle el papel *fundamental* de lo jerárquico y de lo valorativo sobre los precios, sin el cual la capacidad explicativa de los economistas sencillamente no existe. No podemos seguir pensando que las “imperfecciones” del mercado pueden ser corregidas por la incorporación de valores sociales o por la regulación gubernamental, pues no hay valores

sociales que añadir a los valores de mercado, al contrario, hay que tener bien claro que en todos los mercados subyacen determinados juicios de valor y determinadas reglas públicamente elegidas, por lo que cualquier conjunto de precios de mercado refleja algún acuerdo mínimo sobre un planteamiento ético. (Schmid, 1987).

IV. ¿EL MERCADO AL SERVICIO DE LA SOCIEDAD O LA SOCIEDAD AL SERVICIO DEL MERCADO?

Estoy de acuerdo, finalmente, con Anisi en que sabemos que el mercado, entendido en el sentido de panacea en el que él lo comparaba a la Coca-cola, no puede de ninguna manera resolver la mayoría de los problemas que existen. Por eso creo que es importante recordar que fue el Estado el que impuso (ordenó) el "orden" liberal (el sistema de mercado), y que también es importante recordar y aclarar que el mercado (no el sistema de mercado) fue creado por la sociedad y debería de estar al servicio de ella y no al revés, es decir, la sociedad al servicio del mercado.

Parece, en cualquier caso, que sólo algunos profesionales del Análisis Económico son los que siguen creyendo en que el mercado (en el sentido antes indicado de panacea o de "mercado libre") existe y puede resolver los grandes problemas. La realidad, por el contrario, nos enseña que los grandes problemas se intentan resolver mediante acuerdos o imposiciones internacionales o locales, en el sentido de nacionales o regionales, (pensemos por ejemplo en el GATT, la Capa de Ozono, la reducción de armamentos, ¿por qué no dejamos en manos de ese mercado ficticio la reducción de armamentos?, los acuerdos salariales, el precio (o será mejor hablar de tarifas) del petróleo, de la electricidad, del gas, de los créditos, de los periódicos, del pan, ... etc. pero, eso sí, utilizando al mismo tiempo el mercado como un inmenso paraguas ideológico de carácter impersonal. El mercado es el que decide, lo que diga el mercado, se nos repite cada vez con más frecuencia y, no obstante, deberíamos tener claro a estas alturas que el mercado como algo autónomo e independiente de los valores y de la Jerarquía es una ficción o, más aún, es una gran farsa.

Por todo ello, hace falta un cambio de orientación en la conceptualización de la propia economía, necesitamos pasar del enfoque formal (elección racional basada en el postulado de la escasez) al enfoque substantivo (la economía como un proceso institucionalizado).

Termino con una cita de Bertolt Brecht tomada del libro de Eduardo Galeano titulado *Las Venas Abiertas de América*: "En los países democráticos no se revela el carácter de violencia que tiene la economía; en los países autoritarios, ocurre lo mismo con el carácter económico de la violencia".

BIBLIOGRAFÍA

- BROMLEY, D.W. (1982): "Land and Water problems: an institutional perspective".
American Journal of Agricultural Economics, 64, 834-44.
- POLANYI, K.: *La Gran Transformación*. La Piqueta. Madrid. 1989.
- POUND, R.: *Las grandes tendencias del pensamiento jurídico*. Ariel. Barcelona. 1950.
- ROBINSON, J. (1960): "La enseñanza de la economía", en *Teoría económica y economía política*. Martínez Roca. Barcelona. 1975.
- SCHMID, A.A.: *Property, Power, And Public Choice*. Praeger. New York. 1987.