

Libros de la Catarata, 2016

“Sociólogos contra el economicismo”

Coord. Enrique Gil Calvo

Capítulo 1 (Introducción):

**“¿Todo mercado? El irresistible ascenso
de la competitividad neoliberal”**

Por Enrique GIL CALVO

¿Cuándo comienza esta historia, en qué momento se torcieron las cosas? Volvamos la vista atrás. Hace treinta años se lanzó en España una sorprendente campaña publicitaria destinada a *obtener* un éxito descomunal. El producto anunciado era un vulgar detergente doméstico, el archiconocido ‘Bote de Colón’ que Alaska y los Pegamoides habían llevado a la gloria de la movida madrileña con su canción de 1982. Pero tres años después la compañía fabricante, SA CAMP, amenazaba con entrar en quiebra, ante su incapacidad como pequeña empresa familiar para competir con los gigantes multinacionales del sector (Procter & Gamble, Henkel y Lever). Y para salir del agujero ficharon a un manager recién llegado de EE UU, Manuel Luque, quien tras reestructurar la compañía ideó una campaña de publicidad miméticamente inspirada en el modelo de Lee Iacocca (el creador del Ford Mustang en 1964), que acababa de reflotar la quebrada compañía automovilística Chrysler. En consecuencia, los *spots* televisivos incluían una doble novedad. Ante todo, el protagonista del anuncio era el propio Manuel Luque, director general de Camp, quien al frente de una representación de sus empleados se dirigía directamente a la cámara para fijar sus ojos en el telespectador como si fuera un político en campaña electoral. Y además, el mensaje que transmitía al público no cantaba las alabanzas del producto sino que planteaba un imperativo moral en forma de admonición o exhorto: “Busque, compare y si encuentra algo mejor, cómprelo”.

El resto es historia, pues como registran todos los manuales de marketing, el impacto comercial de los anuncios fue brutal. Tanto, que en sólo tres años (septiembre de 1985 a junio de 1989) la compañía Camps, de estar en quiebra con una deuda de 11.000 millones de pesetas (66 millones de euros), fue vendida tras sanearse a una empresa alemana (Benckinser) por 36.000 millones de pesetas (216 millones de euros). Pero si cito aquí esta anécdota no es por tratarse de un hito empresarial o publicitario sino por el nuevo marco mental (*frame*) que implicaba su mensaje ideológico. La frase “busque, compare y si encuentra algo mejor, cómprelo” fue leída e interpretada no sólo como lo que objetivamente pretendía ser, un eficaz eslogan comercial, sino como algo mucho más influyente, que transcendía su carácter de anuncio publicitario para convertirse en una moraleja aforística, un proverbio moral o, en definitiva, un imperativo categórico. Y si la anécdota mercantil se interpretó como una categoría moral (un encuadre cognitivo capaz de ejercer dominación simbólica o hegemonía cultural) fue porque así lo demandaba el espíritu de los tiempos, dado el contexto social en que tuvo lugar la afortunada campaña de publicidad, pues por entonces estaba naciendo y llegando hasta nosotros la primera oleada globalizadora de la mercantilización neoliberal.

La apertura al mercado exterior

Situémonos en aquel contexto histórico. Hace treinta años, el 1 de enero de 1986, se producía el ingreso efectivo de España en la Comunidad Económica Europea (CEE: nuevo nombre del antiguo Mercado Común y anterior avatar de la actual Unión Europea), tras la firma por el presidente González del Tratado de Adhesión el 12 de junio de 1985. Y la tan ansiada integración europea generó unas impresionantes oportunidades de negocio para nuestra economía, permitiéndole salir definitivamente de la grave crisis depresiva iniciada doce años antes con el *shock* del petróleo y la transición democrática. Así se abrió un lustro largo de alto crecimiento económico (1985-1991), coronado con los dos magnos acontecimientos de 1992 (la Exposición Universal de Sevilla y los Juegos Olímpicos de Barcelona), que de nuevo estuvo presidido por la célebre máxima del “¡enriqueceos!” de Guizot (primer ministro de Felipe de Orleans que lideró el liberalismo francés hasta la Revolución de 1848).

No fue ese el único periodo de alto crecimiento económico de la España reciente, tras la salida de la autarquía franquista de la posguerra, pues ha habido otros dos más intensos y más prolongados. El primero fue el *desarrollismo*, durante el llamado *milagro económico* español que se produjo de 1961 a 1973, cuando los *Planes de Desarrollo* de los tecnócratas del franquismo lograron impulsar por fin la definitiva industrialización de España. Y como consecuencia se produjo un masivo proceso de éxodo rural y emigración tanto interior (a Madrid, Cataluña o País Vasco) como exterior (a Francia, Suiza, el Benelux y Alemania), con un sostenido proceso de urbanización, salarización y escolarización que potenció extraordinariamente las clases medias urbanas. Una España que así se convertía en una sociedad de nuevos ricos presidida por buenas oportunidades y todavía más altas expectativas de ascenso social. Fue la España sumamente horterera del turismo, de la televisión y del ‘landismo’ (por las películas protagonizadas por Alfredo Landa), que recién salida de las cornadas del hambre se las prometía muy felices porque parecía bendecida por un inagotable cuerno de la abundancia. Aunque pronto se vio que todo era un burdo espejismo, en cuanto la crisis del petróleo iniciada en 1973 acabó con el desarrollismo, como inicio de una profunda depresión que habría de durar más de dos lustros, y sobre todo cuando estalló la crisis política tras la muerte de Franco, que abría una incierta transición hacia la futura democracia.

Y el otro periodo de alto crecimiento fue posterior y mucho más reciente, pues me refiero al boom de la llamada *nueva economía* que se dio a partir de 1995, tras la recuperación de la crisis económica de 1992, y que habría de llegar hasta 2007, cuando se desencadenó en 2008 la devastadora crisis financiera internacional conocida como Gran Recesión, en cuyos últimos coletazos todavía nos encontramos. La *nueva economía* se llamó así porque se creyó que había superado para siempre los ciclos económicos recesivos, impulsada por la expansión indefinida del mercado global a partir de la revolución de las nuevas tecnologías de la información. Fue la edad de oro del capitalismo financiero y la globalización neoliberal, que generó otra Belle Époque finisecular como la ocurrida un siglo antes durante la era del imperialismo colonial en vísperas de la Gran Guerra. Y que también ahora habría de hundirse en el vacío tras el estallido en 2001 de la burbuja tecnológica de las empresas *punto.com* y el posterior estallido en 2007 de la crisis de las hipotecas *sub prime*. Pero entretanto el “¡enriqueceos!” se erigió en el imperativo categórico de todo el mundo occidental. E igual ocurrió entre nosotros con el “España va bien” del presidente Aznar (1996-2004), cuyos gobiernos estimularon la doble burbuja especulativa tanto financiera como inmobiliaria que habría de alimentar

las desmedidas aspiraciones de encumbramiento de una sociedad mesocrática de nuevos ricos encelados por el afán de lucro del individualismo posesivo.

Pero frente a esos dos periodos anterior y posterior de alto crecimiento, el que aquí se comenta de 1985 a 1992 cobra una significación especial porque estuvo presidido por la definitiva apertura de España a su integración europea. Gracias a ello, la segunda mitad de la década de los ochenta volvió a ser una época de vacas gordas, lo que permitió al influyente ministro de economía del gobierno socialista, Carlos Solchaga, pronunciar su célebre frase: "España es el país donde es más fácil enriquecerse en menor tiempo". Fue la época dorada de la llamada cultura del pelotazo, donde la figura del empresario triunfador y el hombre de negocios súbitamente enriquecido se erigió en el nuevo modelo social digno de envidia y admiración, que entronizaba a personajes tan dudosos moralmente como los Albertos (Cortina y Alcocer) o Mario Conde, a los que rodeaba una fauna de parásitos aduladores y corifeos clientelares adictos al papel cuché a la que se retrató irónicamente con el remoquete de *Beautiful People*.

Pero todavía más significativo que el mero enriquecimiento colectivo fue el hecho de que esa etapa centrada en 1986 estuvo presidida por el impacto neoliberal de la revolución conservadora iniciada en 1980 por Thatcher y Reagan, que preconizaron la disolución de la sociedad de clases para fundar un capitalismo popular basado en la primacía del libre mercado. Más adelante retomaré el análisis del neoliberalismo como motor ideológico del actual proceso de mercantilización. Pero antes quiero recordar que ese *zeitgeist* o espíritu de la época, marcado por el inicio de la revolución neoliberal, es lo que mejor explica el triunfo moral del eslogan de Camp ("busque, compare y si encuentra algo mejor, compre") como regla de oro de la triunfante sociedad de mercado.

Tras el ingreso en la CEE en 1986, los españoles empezamos a sentirnos 'normales' y comparables a los demás europeos por primera vez en muchos años, pudiendo competir y medirnos de igual a igual con ellos. Es verdad que veinte años antes, durante el desarrollismo de la década de los 60, también se produjo otra eclosión semejante de enriquecimiento súbito, al compás del *boom* de la exportación, la construcción y el turismo que acabamos de ver. Pero por entonces España continuaba estando moral y políticamente aislada del exterior, por lo que no había forma todavía de compararse con los modelos foráneos, quedando los españoles marcados por el sambenito del complejo de inferioridad. Pues la única forma de relacionarse con el milagro europea era como clase de servicio migrante, según el ejemplo de películas costumbristas como *Españolas en París* (Roberto Bodegas, 1971) o *Vente a Alemania, Pepe* (Pedro Lazaga, 1971). De ahí que el eslogan "busque y compare", de haber sido usado en aquella época, no habría podido tener el mismo sentido cosmopolita que tuvo a partir de 1986, cuando ya fue posible compararse de tú a tú con el resto de los europeos.

Por eso puede decirse que la plena integración de España en los mercados externos se produjo en dos etapas. La primera en el lustro 1986-1990, cuando aprendimos a compararnos con los modelos foráneos de acuerdo al simbólico ejemplo del eslogan "busque y compare" imitado de Lee Iacocca. Y la segunda quince años después, en la siguiente eclosión del enriquecimiento súbito, primero con la burbuja tecnológica de las empresas 'punto.com' (al final de la década de los 90) y después con el boom especulativo de la burbuja inmobiliaria (en la primera década del siglo XXI), cuando vuelven a darse las condiciones favorables a la competencia de mercado donde todos aspiran a compararse con los demás para emular y ostentar sus signos externos de riqueza: el chalet en la urbanización privada, el todo terreno diésel, los artefactos tecnológicos de últi-

ma generación, a ser posible de marca Apple... Una sociedad que de nuevo entendía el significado moral del eslogan “busque y compare”, pues por entonces el “España va bien” de Aznar se embarcaba con sus telefónicas, sus constructoras y sus financieras a la nueva conquista de América Latina, una vez asumida la normalización con nuestros vecinos europeos tras el ingreso en la moneda única: ese mismo euro que nos permitía sentirnos comparables o incluso superiores a casi todos nuestros competidores.

La sociedad aspiracional

Retornemos, pues, al eslogan introducido en España en 1986 (“busque, compare y si encuentra algo mejor, cómprelo”), que expresa con una precisa fórmula magistral la supuesta soberanía del consumidor que preside la sociedad de mercado. Una utopía de competencia perfecta que garantiza la afluencia universal de todos los agentes individuales, nivelando por igual a compradores y vendedores pero a costa de ocultar la creación por la publicidad de falsas necesidades artificiales, según la célebre denuncia de John Kenneth Galbraith en su libro *The Affluent Society* (1958), traducido entre nosotros como *La sociedad opulenta* (Galbraith, 2004). Pero aquí no me voy a centrar en la crítica de la demanda superflua inducida por el marketing de consumo, también revelada por el exhorto final del eslogan de marras (cuyo significado vendría a ser “¡comprad, comprad, malditos!”, paráfrasis del célebre título cinematográfico), sino en la admonición que figura en su inicio, prescribiendo compararse con los demás. Éste es, a mi entender, el sentido más subliminal y perverso del mensaje a considerar.

Y digo perverso porque la máxima se presenta en apariencia como un compendio de mera racionalidad instrumental: busque la alternativa que le parezca mejor. O como se diría hoy: seleccione la opción que resulte más eficaz y eficiente. Es el imperativo categórico del *homo economicus*, movido no tanto por el propio interés egoísta, o por el afán de lucro personal, como por la búsqueda de la máxima utilidad. Pero la clave de semejante maximización utilitarista es que ha de basarse en la comparación entre bienes o valores alternativos: “busque, compare y elija”. Ahora bien, lo que se oculta es que esa comparación actúa por partida doble, pues lo que se compara no son sólo los bienes, los medios o los recursos a seleccionar (de acuerdo al postulado aristotélico de racionalidad) sino también los fines, las preferencias o los objetivos a alcanzar.

Se presume que la búsqueda de utilidad debe ser individual, a partir de unas preferencias personales autodeterminadas de antemano, ya sea que se opte por la inversión o el consumo, por la riqueza o el ocio, por el ahorro o el gasto. Pero en realidad no es así, pues la elección de las propias preferencias también se produce tras un proceso de comparación con las preferencias adoptadas por los demás. Y ello tanto si es para imitar y emular las preferencias ajenas, según el modelo del *deseo mimético* postulado por René Girard (1985), como si es para recusarlas adoptando otras más distintivas y selectas, de acuerdo al principio de *distinción* analizado por Pierre Bourdieu (1988). Es lo que Mary Douglas (1998), en su análisis de las decisiones de consumo, caricaturizó con la fórmula “ni muerta me dejaría ver con eso puesto”. Lo que también podría definirse como ‘aversión mimética’ parafraseando en sentido inverso la fórmula de Girard.

Pero reparemos en los planteamientos de Mary Douglas. Para esta autora, existen cuatro estilos o ‘tipos culturales’ posibles. El estilo jerárquico, que asume por esnobismo deferente las preferencias normativas de las élites sociales. El estilo sectario, que obedece por conformismo las señas de identidad comunitaria de un enclave segregado. El estilo innovador, que trata por vanguardismo de anticiparse a la última novedad en busca de notoriedad. Y el estilo asocial, que adopta por retraimiento un mosaico de ras-

gos inconexos, contradictorios y eclécticos. Pero sea cual fuere el estilo preferido, todos se adoptan tras un proceso inconsciente o deliberado de comparación con los demás: imitas a tus grupos de referencia, te identificas con tu grupo de pertenencia, emulas o imitas a tus competidores, o te resistes a seguir cualquier norma ajena. En todos los casos, buscas, comparas y adoptas o rechazas los ejemplos externos.

En suma, la formación de preferencias resulta siempre un proceso relacional que se desarrolla por comparación al comportamiento ajeno que sirve de término de referencia, ya sea para plegarse o para resistirse a él, para confirmarlo y reproducirlo, o para rechazarlo y refutarlo. Y esta evidencia fundada en el principio de comparación se deduce también del cálculo del bienestar (o el malestar), que sólo puede evaluarse al compararse con los demás. Los bienes poseídos (y los males padecidos) sólo producen satisfacción (o se soportan con resignación) cuando parecen superiores (o inferiores) a los que atesoran (o sufren) los demás. Por eso, para saber si nos sentimos bien necesitamos compararnos con los otros, que son quienes determinan la economía política de nuestra felicidad. Y de ahí se deriva el que las sociedades más igualitarias, como las del norte de Europa, sean también las que se sienten más felices en términos de satisfacción personal, ya que tienen poco que compadecer o que envidiar a sus conciudadanos. Y en sentido contrario, las sociedades más desiguales son las que generan más infelicidad e insatisfacción personal, dado que la mayoría de la población se siente desgraciada por comparación con la escasa minoría que posee y atesora muchos más bienes que ellos.

Lo que viene a demostrar que la envidia es el fundamento de la sociedad de mercado, pues para perseguir nuestro propio beneficio debemos compararlo con el de los demás. Fue René Girard quien hizo de la envidia entendida como deseo mimético el motor del comportamiento social. Y ha sido Jean-Pierre Dupuy (1998), un seguidor de Girard, quien ha hecho de la envidia el fundamento del neoliberalismo, lo que refuta y desmiente su presunto individualismo metodológico. Los sujetos neoliberales (es decir, el *homo economicus*) no son átomos o mónadas individualistas sino por el contrario partículas elementales (como los electrones libres) necesitadas de conectarse a los demás sujetos, a los que envidian y con los que se comparan para poder competir con ellos tratando de superarles. Este es, en esencia, el sentido último de la máxima de Iacocca replicada por Manuel Luque: busque, compare y si encuentra algo mejor, aspire a ello. Es decir, médase con los demás y aspire a superarlos, o al menos a igualarse con ellos.

El advenimiento de la disociación posindustrial

Ahora bien, para poder encontrar otros objetos que desear y otros sujetos con los que compararse, hace falta que puedas relacionarte con ellos, superando o atravesando las barreras que pudieran impedirlo. En la sociedad segmentaria, en la sociedad de clanes, en la sociedad de castas, en la sociedad estamental o en la sociedad de clases, esa comparación envidiosa o competitiva de unos sujetos con otros sólo puede producirse dentro del grupo, dentro del clan, dentro de la casta, dentro del estamento o dentro de la clase social, pues no hay posibilidad alguna de comparación externa ni por tanto se puede aspirar a lograr esos estatus externos que resultan inalcanzables. Un siervo de la gleba, un burgués o un villano no podían compararse con un hidalgo gentilhomme, con un aristócrata señorial ni con un miembro de la nobleza. Mientras que en la sociedad de mercado con competencia perfecta la comparación ha de ser universal y abierta por igual a todos, sin fronteras ni barreras de ningún género que puedan limitar o impedir el proceso de comparación de unos sujetos con otros. Y por eso se denomina mercantilización al proceso por el que los sujetos antes aislados y limitados por barreras segmenta-

rias, estamentales, clasistas o sectarias van viendo cómo esas barreras se levantan, se disuelven o se abren hasta quedar todos ellos expuestos a la comparación universal, en una abierta y transparente sociedad de mercado donde pueda realizarse la máxima moral: busque, compare y si encuentra algo mejor, aspire a lograrlo.

La aparición del moderno capitalismo manufacturero se debió precisamente a la primera mercantilización laboral de los ‘trabajadores libres’ analizada por Marx. En la economía campesina tradicional, los trabajadores agrarios estaban sujetos a la tierra que cultivaban y en la que vivían como aparceros, dentro de un sistema de propiedad familiar, feudal o comunitaria. Pero tras las *enclosures* o cercamientos de los predios que a partir de la Guerra Civil crearon la propiedad privada capitalista, esos trabajadores agrarios fueron expropiados y expulsados de sus tierras para quedar ‘liberados’ de su anterior sujeción a la gleba, lo que les obligó a emigrar del campo a la ciudad para contratarse como asalariados en las modernas manufacturas urbanas. Así nació el mercado capitalista de trabajo asalariado. Y desde esa primitiva mercantilización originaria, el proceso se ha repetido de nuevo de forma diferente pero análoga cada vez que los episodios de destrucción creativa consustanciales al capitalismo (que analizó Schumpeter) han ido procediendo a la reconversión industrial, liberando la fuerza de trabajo expropiada para entregarla como mercancía que debe ofertarse a bajo precio en los mercados urbanos de trabajo. Es la *gran transformación* que en 1944 documentó Karl Polanyi (1989).

Y la última vez que ese proceso de gran transformación mercantilizadora se ha dado a gran escala ha sido tras la crisis que atravesó el capitalismo a partir de 1974, el año del shock del petróleo en el que puede fecharse el final de la sociedad industrial tal como la veníamos conociendo. Hasta entonces, durante los llamados *treinta* (años) *gloriosos* de expansión sostenida del capitalismo fordista que se instauró tras la II Guerra Mundial, basado en la cadena de montaje y el consumo de masas, la estructura social parecía sólida, rígida y estable. El empleo de los cabezas masculinos de familia (el varón proveedor que sostenía el hogar con su salario familiar) era indefinido y vitalicio, y ello tanto para los trabajadores de cuello azul (empleados manuales y obreros sin cualificar) como para los de cuello blanco (empleados de servicios, empresarios, directivos y profesionales cualificados), de los que dependían sus mujeres e hijos. Por lo tanto, todas las personas estaban firmemente sujetas a la posición ocupada por su familia en la estructura de clases, de la que dependía su propio capital social (la red de parentesco, confianza y ayuda mutua) y su distintiva subcultura o conciencia de clase, reforzada por la identificación política con una determinada ideología de partido (socialdemócrata para las familias asalariadas, liberal-conservadora o cristiano-demócrata para las familias propietarias). Y en ese tipo de sociedad industrial jerárquicamente estratificada, había escasas posibilidades de compararse con las demás personas ajenas al propio estatus.

Pero todo cambió a partir de 1975 con el advenimiento de la sociedad postindustrial, preventivamente anunciado por el sociólogo Daniel Bell (1976). La producción a gran escala con cadenas fordistas de montaje y empleo asalariado vitalicio ha disminuido por doquier para ser sustituida por la nueva producción posfordista de especialización flexible, que emplea mucha menor mano de obra por estar robotizada e informatizada. El sector industrial ha decaído y se ha reducido al mínimo tras ser sustituido por la economía terciarizada de los nuevos servicios comerciales, financieros y comunicativos. El empleo fijo y estable mayoritariamente masculino ha sido sustituido por una gran movilidad laboral con empleos temporales, rotatorios y deslocalizados, mayoritariamente ocupados por mujeres bien cualificadas pero subempleadas a tiempo parcial con salarios inferiores. La estabilidad familiar se ha desarticulado como consecuencia de una

creciente divorcialidad que ha multiplicado las nuevas formas de familia desestructurada. La posición ocupada por las personas se ha desanclado de las estructuras sociales en que se enraizaban y que las sujetaban para quedar flotando a la deriva al compás de su inestabilidad laboral y familiar. El desclasamiento de los sujetos determinado por la desestructuración social ha hecho disminuir la identidad y conciencia de clase hasta hacerlas casi desaparecer de puro borrosas. Las reservas de capital social se han reducido y devaluado como consecuencia de la precariedad laboral y la desestructuración familiar. La identidad de las personas ya no se construye sobre la actividad laboral o profesional, ni tampoco sobre la vinculación amorosa o familiar, sino sobre los estilos de vida asociados al ocio y al consumo. Y la fidelidad de las personas a sus identificaciones partidistas se ha reducido al mínimo, con creciente desafección política y alta volatilidad electoral. En suma, la estructura social se ha fragmentado y desarticulado para evolucionar con fluidez a la deriva arrastrada por múltiples turbulencias. Es lo que un sociólogo como Zygmunt Bauman (2002) ha llamado modernidad líquida.

Y al disolverse la estructura de clases que *enclasaba* y clasificaba a las personas, arraigándolas a su posición social e integrándolas en grupos de estatus circunscritos con distintiva identidad propia que les contenían y les sujetaban, erigiéndoles en sujetos sociales (en el doble sentido de ser sujetos agentes y de estar sujetos a los compromisos contraídos), los individuos se han visto ‘liberados’ de su anterior sujeción social, quedando disociados y dispersos y sintiéndose desarraigados y desintegrados al desaparecer las formas anteriores de cohesión social. Es lo que Anthony Giddens (1999) denominó desanclaje de la estructura social, como principal consecuencia de la mercantilización contingente. Y es lo que otro sociólogo como Ulrich Beck (2003) ha llamado individualización institucionalizada, para referirse no tanto al creciente proceso de atomización social como a la presión social que se ejerce sobre las personas para que se comporten como sujetos individuales capaces de gobernarse a sí mismos sin depender de vínculos, dependencias ni compromisos. Algo que al no poder lograrse en la ya desaparecida sociedad de clases, con sus antiguas agencias de socialización (la familia, la escuela) cada vez más desautorizadas, solo queda buscarlo en la indiferenciada sociedad de mercado.

De este modo, como denuncia François Dubet (2012), los individuos han perdido la protección brindada por las posiciones sociales circunscritas que ocupaban y que les respaldaban con sus redes de solidaridad y sus prerrogativas de estatus, para pasar a competir aislados e inermes ante los otros en un atomizado mercado de meritocrática igualdad de oportunidades. Un espacio abierto donde hay que medirse y compararse con todos los demás, sea cual sea su origen y su posición social. Es decir, un espacio en el que se hace posible la realización del nuevo imperativo categórico impuesto por la mercantilización: “busque, compare y si encuentra algo mejor, aspire a lograrlo”.

El imperialismo de los economistas

Este proceso de desestructuración social se vio acompañado desde sus inicios en los años 80 del siglo pasado por un fuerte movimiento de resistencia de los actores sociales afectados por la desintegración, como los sindicatos y las asociaciones de vecinos, así como de lúcidas voces de crítica intelectual entre las que destacaron sociólogos como los antes citados Giddens y Beck. Pero también se desató un paralelo proceso de justificación ideológica del mismo por parte de actores tanto políticos como académicos. Entre los primeros destacó el thatcherismo y el reaganismo (la *reaganomics*), a partir del célebre eslogan de la dama de hierro: “la sociedad no existe”, sólo los individuos y sus familias entregados al mercado libre. Y entre los segundos pronto cobró auge

el llamado imperialismo de los economistas neoclásicos, a partir de sendos premios Nobel cofundadores de la célebre Escuela de Chicago: Milton Friedman y Gary Becker, el primero como principal apóstol del monetarismo en lucha contra el keynesianismo, y el segundo como autor de un célebre texto *El enfoque económico del comportamiento humano* (Becker, 1977) que se convertiría en la biblia del economicismo neoclásico que pretendía exportar el racionalismo del *homo economicus* a toda la realidad social.

El contexto histórico en que se inició el ascenso de este nuevo enfoque neoclásico fue el del declive del modelo keynesiano de acumulación capitalista basado en la subvención pública de la demanda agregada que había hecho posible el crecimiento sostenido de la producción y los salarios desde la II Guerra Mundial. Pero desde finales de los años 60 ese modelo se agotó entrando en una espiral inflacionaria que amenazaba con hacerlo quebrar, como sucedió con el golpe de gracia que se produjo con el shock del petróleo de 1973. Fue entonces cuando los monetaristas como Friedman teorizaron el fracaso del keynesianismo y la necesidad de adoptar políticas neoliberales basadas no ya en el sostén de la demanda sino ahora en el lado de la oferta, favoreciendo así la economía financiera fundada en la industria crediticia. Y es verdad que mediante altos tipos de interés se logró controlar lentamente la inflación, pero también se arruinó a buena parte de la economía productiva tras un severo proceso de reconversión industrial.

Pero en todo caso, la batalla de ideas entre el keynesianismo y el monetarismo se decantó finalmente a favor de este último, primero tras el ascenso político del thatcherismo y el reaganismo, y después tras el fracaso del socialismo real que terminaría en la década siguiente con la definitiva caída del muro de Berlín y el fin consiguiente de la guerra fría en 1989. El marxismo había muerto y con él se enterraba también la sociedad de clases, el Estado interventor keynesiano y la propia socialdemocracia, sospechosa de ser antieconómica. Y con ello quedó el campo enteramente libre para que se produjera el triunfo definitivo del mercado libre y el Estado mínimo, pasando a instaurarse el llamado consenso de Washington como programa político que prescribía recortar los presupuestos públicos y desregular los mercados privados. Un clima de opinión que explica el auge que fue adquiriendo el imperialismo de los economistas.

Desde entonces, el economicismo neoliberal está logrando adquirir el monopolio de la verdad legítima en la definición de la realidad. En el pasado reciente no sucedía así, pues los economistas compartían con otros científicos sociales, como los sociólogos, su capacidad de proponer dictámenes sobre la consistencia de los fenómenos: ¿qué está pasando y por qué ocurre así, cómo se explica la continuidad o el cambio de comportamiento de personas, instituciones y colectividades? Hasta el final del siglo pasado, autores como Tony Giddens o Ulrich Beck ejercían tanta o más influencia sobre la opinión pública que sus colegas economistas de primer rango. Pero tras el fin de la guerra fría (1989) y el posterior inicio de la llamada guerra contra el terror (2001), y sobre todo, tras el encadenamiento sucesivo de recurrentes crisis globales (quiebra tecnológica de 2001, crisis financiera de 2007, crisis del euro en 2011), el equilibrio del poder explicativo entre sociólogos y economistas se ha roto en perjuicio de aquellos y beneficio de estos, que han alcanzado una posición de predominio sin rival por su capacidad de imponer a públicos y autoridades su definición de la realidad social.

Así se ha consumado el llamado imperialismo de los economistas (Ovejero, 1997), que comenzó a ser denunciado desde los años 70 cuando el paradigma keynesiano que presidió los ‘gloriosos treinta’ años de crecimiento (1945-1975) fue sustituido por la contrarrevolución ortodoxa del pensamiento neoclásico impuesto por la Escuela

de Chicago, cuyo reduccionista paradigma del *homo economicus* presidió la naciente exportación del modelo de libre mercado dispuesto a ser aplicado como programa máximo del economicismo imperante a todos los campos extraeconómicos de la realidad social. De este modo los vínculos sociales, los compromisos políticos y los lazos culturales pasaron a ser vistos como puras transacciones de mercado entre agentes autónomos (individuales o colectivos) que buscaban maximizar su propio interés racional.

Así se ofrecía un firme respaldo académico a la ideología des-socializadora del thatcherismo, que negaba la existencia de la sociedad (articulada por una estructura de relaciones sociales fundadas en compromisos morales) para reducirla a un mosaico discontinuo de intercambios de mercado. A partir de ahí advino la era del neoliberalismo financiero presidido por el consenso de Washington que desregularizó los mercados y privatizó los poderes públicos, pasando a mercantilizar la mayor parte de las relaciones sociales. Y autorizados por la posición dominante que habían alcanzado en las instituciones académicas, gubernamentales y mediáticas, los economistas comenzaron a ejercer un influyente poder performativo en el sentido de Austin de “hacer cosas con palabras” (Austin, 1971), lo que les permitió convertir en reales sus sesgadas definiciones de la realidad transformando en consecuencia las sociedades solidarias en mercados venales. Es la performatividad del economicismo denunciada por Bourdieu (1999) y teorizada por Callon (2008).

La Gran Mercantilización

Ahora bien, con el inicio de la Gran Recesión tras la caída en 2008 de Lehman Brothers, pareció que el predominio del neoliberalismo financiero llegaba a su fin, dada la necesidad de que los bancos centrales corrieran a rescatar con liquidez pública la quiebra del endeudamiento privado. De suerte que muchos pudieron pensar que el imperialismo economicista habría de derrumbarse, dando lugar a una devolución de poderes al resto de las ciencias sociales. En particular a la ciencia política, dado el nuevo papel interventor de los poderes públicos, pero también a la sociología, susceptible de explicar la consiguiente conflictividad social derivada de la crisis. Pero sin embargo no fue así. Antes al contrario, y bien lejos de batirse en retirada, el economicismo imperante ha logrado reafirmar su predominio indiscutido con mayor vigor todavía, alcanzando la posición privilegiada de indiscutible verdad oficial al no encontrar suficiente resistencia por parte de las demás ciencias sociales (si exceptuamos la nueva sociología económica a la que en seguida aludiré), que no lograron aportar ninguna explicación propia al estallido de la crisis viéndose obligadas a asumir la versión ortodoxa de los economistas.

Y esta suerte de monopolio dictaminador de que goza el economicismo oficial es tanto más injusto cuanto en el pasado no fue capaz de prevenir el surgimiento de la crisis, que refutaba y desmentía todos sus veredictos, ni tampoco después ha sido capaz de proponer soluciones eficaces de salida y recuperación, pues por el contrario sus recetas aportadas, como la austeridad o contracción fiscal expansiva (Blyth, 2014), han generado perversos efectos todavía más dañinos que el mal que pretendía corregir y anular, al dar lugar a la segunda recesión (2010-2013) que ha deprimido con sus devaluaciones de rentas todo el sur de Europa. De tal modo que la situación actual se revela ciertamente paradójica, pues la opinión pública está dominada por un pensamiento, el economicismo financiero imperante, que sabemos errado y falaz, a pesar de lo cual no tenemos ninguna otra alternativa que oponerle. Y por eso nos encaminamos hacia la tercera recesión (tras las dos anteriores de 2008 y 2012), esta vez debida a la crisis china y la devaluación de las materias primas, pues ahora mismo está fracasando la trampa de liquidez gratuita

con que los bancos centrales (primero la FED y desde 2012 el BCE) creyeron conjurar los peores efectos de esta interminable *crisis crónica* (Gil Calvo, 2009), aplicando la receta monetarista de Milton Friedman de regar el mercado con manguerazos de dólares surtidos desde un helicóptero con el fallido propósito de frenar la deflación.

Pero lo más preocupante desde la perspectiva que aquí nos interesa es que la gran mercantilización ha venido progresando tanto en tiempos de vacas gordas (la *belle époque* de la ‘nueva economía’ neoliberal, de 1985 a 2005) como de vacas flacas (la crisis crónica iniciada en 2007 con la Gran Recesión, en la que continuamos todavía). En épocas de auge, la euforia del “¡enriqueceos!” de Guizot intensifica la mercantilización con el estímulo de los altos beneficios esperados de múltiples burbujas especulativas (financieras, tecnológicas, inmobiliarias, etcétera), cuyo espejismo contagia y propaga una epidemia de fiebre del oro. Pero en épocas de depresión, cuando los mercados se vacían por el estallido de las burbujas especulativas y todos los inversores huyen en estampida impulsados por la fiebre del pánico, ocurre otro tanto. Pues si bien es cierto que en tales épocas de crisis los mercados no se expanden sino que se contraen, también se da sin embargo otro fenómeno inverso que realimenta la mercantilización, y es la erosión o la desintegración de las relaciones sociales a causa de la depresión.

En efecto, durante las épocas de crisis los empleos se pierden, los salarios descienden, los contratos se fragmentan, los subsidios se recortan, los servicios se reducen, las viviendas se desahucian, las parejas se disuelven, las familias se fracturan... Y en consecuencia las personas se ven desplazadas de la posición que ocupaban en la estructura social, quedando abandonadas a su suerte sin poder recurrir a la protección pública ni a sus redes de solidaridad, cada vez más vulnerables y deterioradas. Por eso, ante el fallo de los seguros institucionales de vida (la familia, el Estado, el capital social, los grupos de estatus), y tras quedar inermes en situación de emergencia, las personas se libran al mercado en inferioridad de condiciones, viéndose obligadas a aceptar un trato explotador e inhumano. Es el caso del tráfico de personas, sean trabajadores precarios, migrantes deslocalizados, mujeres prostituidas o refugiados políticos.

De modo que la mercantilización, entendida como sustitución de compromisos sociales por intercambios venales, funciona como un flujo en dos fases. Por una parte actúa el efecto negativo de la destrucción del tejido social, la desestructuración de las posiciones ocupadas, la fragmentación de las relaciones sociales, la incapacidad de cumplir los compromisos adquiridos y la pérdida de las lealtades institucionales (la *loyalty* de Hirschman, 1977), tal como ocurre sobre todo en las épocas de crisis. Y por otra se activa el proceso positivo de apertura de mercados, facilitación de los intercambios, reducción de los costes de transacción, multiplicación de oportunidades y oferta de estímulos que invitan a la salida de los compromisos contraídos (*exit* en el sentido de Hirschman, 1977), lo que sucede especialmente en periodos de auge. Y ambos mecanismos de pérdida de vínculos de lealtad y facilidades de salida y acceso se enlazan entre sí para acoplarse como un par de fuerzas que hacen girar rotatoriamente la espiral de la mercantilización que succiona los lazos sociales.

Por eso la nuestra es la edad de oro de la mercantilización, dado que nunca como ahora se están viendo tan erosionadas las estructuras sociales, tan debilitados los compromisos morales y tan evadidas las lealtades políticas, a la vez que nunca como ahora ha habido tantas oportunidades de sustituir esos lazos cada vez más insatisfactorios por nuevas oportunidades de conexión a redes de intercambios discontinuos a la carta que pueden desconectarse a voluntad sin compromiso de reciprocidad. El mundo virtual de

internet es la gran metáfora de la mercantilización, en la medida en que confiere el poder y la capacidad de acceder a transacciones libremente elegidas con cualquier elemento de una red universal sin barreras jerárquicas ni sociales, pudiendo revocar además el contacto por propio interés de forma inmediata. Así, la red permite realizar con un clic el *diktat* aspiracional de Manuel Luque: “busque, compare y si encuentra algo mejor, acceda a ello”. De esta forma los contactos telemáticos están acabando con el gremio de taxistas o el oficio de posadero, el *dating* sexual está sustituyendo al compromiso amoroso y las llamadas redes sociales (que no son tales sino sólo virtuales, por lo que habrían de llamarse asociales) están sabotando las lealtades políticas. Todo ello en beneficio del marketing de la industria más destructora de empleo pero más rentable para el accionista, como es la que surge de hardware y software al comercio digital.

Y así potenciada por el turbomotor de internet, la gran mercantilización está arrasando las relaciones sociales y los compromisos institucionales para sustituirlos por contactos efímeros, intercambios episódicos y transacciones instantáneas. Pues la venalidad del comercio social, la compraventa disociativa, es el gran atractor de la mercantilización universal, que permite sustituir con ventaja vínculos indisolubles por contratos fugaces subastados al mejor postor. Y para enmarcar en su justo valor las consecuencias éticas de esta sustitución generalizada del compromiso social por el comercio interactivo, nada mejor que leer el recomendable libro de un eminente filósofo: *Lo que el dinero no puede comprar: Los límites morales del mercado*, de Michael J. Sandel (2013). Pues lo que se comercializa para ofertarlo con ventaja a la demanda más solvente resulta *ipso facto* desnaturalizado, perdiendo su capacidad de generar el sentido de la responsabilidad cívica. Si todo es mercado, nadie puede pedir ni rendir cuentas ante los demás.

El retorno de lo social

Pero como no podía ser de otra forma, conforme avanza la mercantilización surgen también las muestras de protesta y resistencia social, en defensa de los derechos adquiridos que amenazan con quedar prescritos. Ya he comentado en otros lugares los movimientos de resistencia procedentes de la sociedad civil contra las políticas de recorte salarial y ajuste fiscal, implantadas por los gobiernos europeos con el pretexto de combatir la Gran Recesión (Gil Calvo, 2013). Por eso aquí me referiré en exclusiva a la resistencia intelectual y académica que el pensamiento social ha opuesto contra la invasión de los economistas neoclásicos. Es lo que se conoce con el rótulo de la ‘nueva sociología económica’, a partir de autores como Granovetter (2003), Portes (2013) o Callon (2008). Y su principal argumento es el de negar la mayor, rechazando la idea impuesta por los economistas de que las relaciones de mercado son las únicas que cuentan a la hora de articular la realidad social, despreciando como fútiles las demás relaciones sociales cuya función sería poco más que redundante, decorativa o residual.

Y contra esa hipótesis economicista, Granovetter propuso entender los mercados como anclados, encajados, incrustados o encastrados (*embedded*) en la estructura social. El concepto de *embeddedness* lo tomó de Carl Polanyi, el autor de *La gran transformación* (1944) que analizó la segunda ola modernizadora (la primera fue contemporánea de la acumulación primitiva analizada por Marx). Y para Granovetter vendría a significar que los intercambios de mercado no se dan ni pueden darse en el vacío social sino que aparecen previamente estructurados por los nichos o enclaves sociales desde los que actúan sus agentes conformándolos y haciéndolos posibles. Así, el *homo sociologicus* es el prerequisite o condición de posibilidad del *homo economicus*, pues lo social no sería

una mera superestructura de los mercados, de la que se podría prescindir, sino por el contrario una auténtica infraestructura subyacente y fundamentadora.

Y en otro artículo justamente célebre, Granovetter vino a perfilar sus propuesta distinguiendo dos tipos de vínculos interactivos: los lazos débiles (*weak ties*), asimilables a las relaciones de mercado, y los lazos fuertes (*strong ties*), correspondientes a aquellos vínculos sociales basados en el compromiso incondicional que formatean los intercambios de mercado, como son las relaciones de amistad, compañerismo, familiaridad, emparejamiento y compromiso político. De este modo la realidad social estaría tejida tanto de lazos fuertes como de lazos débiles, coexistiendo de forma simultánea ambas texturas autónomas entre sí, sin que pueda predicarse de antemano cual es la predominante y cuál la subordinada pues todo depende de las contingencias de cada caso. Así, el economicismo neoliberal tiene parte de razón, cuando reconoce la fortaleza de los lazos débiles (título del artículo de Granovetter), pues en efecto, el mercado importa. Pero al sociologismo estructural también le asisten buenas razones al señalar que no todo es mercado, pues los compromisos incondicionales también importan aún más.

Así se reproduce la vieja dicotomía decimonónica propuesta por Tönnies entre *Gesellschaft* (asociación), hilvanada con lazos débiles, y *Gemeinschaft* (comunidad), anudada con lazos fuertes. Lo que si queremos parafrasearlo para llevarlo a nuestro plano implicaría la oposición entre la *gesellschaft* del mercado (conectado por lazos débiles) y la *gemeinschaft* de la estructura social (vertebrada por lazos fuertes). Ahora bien, planteado así, y aun reconociendo la autonomía relativa que posee cada uno de ambos hemisferios de la realidad social, siempre cabe interrogarse sobre cuál de los dos componentes resulta predominante: ¿el mercado, como postulan los economistas, o la sociedad, como sostenemos los sociólogos? Pero ante semejante dicotomía entre ambos *homines*, el *economicus* y el *sociologicus*, puede que no sea necesario optar, pues siempre resulta factible aceptar el dictamen de Viviana Zelizer (2015), colega de Granovetter y Portes y ella misma una eximia figura de la nueva sociología económica.

Frente al problema de analizar cómo se articulan ambos campos, la relación de mercado y el vínculo social, Zelizer distingue tres perspectivas distintas de interpretación que considera igualmente erradas. Ante todo está la propuesta bautizada como “esferas separadas”, cuando se sostiene que cada una de ambas posee su propia lógica interna (el cálculo de mercado y el compromiso incondicional), irreductible a la otra. Un buen ejemplo sería el contraste entre el interés racional y la pasión irracional, situado por Hirschman (1978) en la justificación originaria del liberalismo clásico. Después aparece la propuesta rotulada como “mundos hostiles”, que postula su incompatibilidad porque cada uno de ambos debe preservarse del contagio del otro si no quiere perder su función. Así ocurre cuando se dice que el matrimonio por interés destruye el verdadero amor, que ni se compra ni se vende so pena de prostituirse. Y la tercera propuesta capciosa, que Zelizer etiqueta como “no es nada más que”, sería la reduccionista de entender cada parte como una manifestación espuria, inconfesable o disfrazada de la otra. Es el caso del materialismo, que reduce cualquier sentimiento por elevado que sea a la mera codicia, como en el dicho “¿por qué lo llaman amor cuando quieren decir sexo?”

Y frente a estas tres posturas erradas, que se basan en la disyuntiva *o/o* (o esto o lo otro), Zelizer propone una síntesis complementaria fundada en la conjunción *y/y* (no solo esto sino también lo otro). Es decir, tanto compromisos morales como relaciones de mercado, pues cada una de ambas formas de interacción presupone o implica la otra. De hecho, toda la obra de Zelizer se basa en la investigación acerca de cómo no puede ha-

ber intercambio económico sin vínculo social y viceversa, según ha demostrado con creces en sus estudios sobre la ética de la economía, el significado social del dinero, la valoración de la vida en el mercado de seguros o el precio inmaterial de los hijos.

Ahora bien, esta complementaridad entre relaciones de mercado y vínculos sociales no se plantea al modo de un *trade-off* o compromiso antagónico, que debiera sacrificar cierta parte de un elemento para poder conciliarlo con otra parte de su contrario, sino más bien como una interconexión recíprocamente potenciadora. Y para entender a qué me estoy refiriendo nada mejor que recordar la distinción de Hirschman (1996) entre *efecto balancín*, cuando dos elementos están interconectado de modo que el ascenso de uno implica el descenso del otro (como el flujo y reflujo de las mareas), y el *efecto trinquete*, cuando su oposición es mutuamente enriquecedora de modo que el crecimiento de una parte implica solidariamente el desarrollo de la otra. Y Hirschman lo aplicó a la contraposición entre *salida* y *voz* tras la caída del muro de Berlín. Antes de eso, la relación entre ambas instancias opuestas las hacía alternarse por efecto balancín, pues cuando la *salida* ascendía la *voz* se reducía y viceversa. Pero la debacle de la Europa del Este se debió a que la *salida* de los desafectos no redujo sino que potenció y multiplicó la *voz* de protesta de los disidentes. Es decir, no actuó el efecto balancín sino el efecto trinquete, lo que Hirschman argumentó a partir de la activación de la *lealtad* ciudadana.

Pues bien, apliquemos esta moraleja a nuestro relato sobre la gran mercantilización. Es verdad que, por efecto tanto de internet como de la crisis crónica, las interacciones mercantiles están proliferando de modo exponencial, lo que amenaza con transformar la realidad social en dirección al síndrome de *todo mercado*. Pero si hacemos caso a Hirschman y a Zelizer, esto “no ha de ser necesariamente así” (de acuerdo a la célebre aria de Sportin’ Life en *Porgy and Bess*, tal como anota el propio Hirschman), pues por el contrario podría suceder que la proliferación de las relaciones de mercado, basadas en la opción de salida privada, potencien al mismo tiempo la densidad y el espesor de los compromisos sociales. En tal caso, del *todo mercado* podría pasarse al *todavía más sociedad*. Aunque para que ello suceda así hará falta que intervenga y que actúe la opción activamente comprometedor de la lealtad ciudadana.

[E. GIL CALVO, 30-09-16]

Referencias citadas:

- AUSTIN, J. (1971): *Cómo hacer cosas con palabras*, Paidós, Barcelona.
- BAUMAN, Z. (2002): *Modernidad líquida*, FCE, Buenos Aires.
- BECK, U. y BECK-GERNISHEIM, E. (2003): *La individualización*, Paidós, Barcelona.
- BECKER, G. (1997): “El enfoque económico del comportamiento humano”, en R. Febreiro y P. Schwartz (eds.), *Lo esencial de Becker*, pp. 47-58, Ariel, Barcelona.
- BELL, D. (1976): *El advenimiento de la sociedad postindustrial*, Alianza, Madrid.
- BLYTH, M. (2014): *Austeridad. Historia de una idea peligrosa*, Crítica, Barcelona.
- BOURDIEU, P. (1988): *La distinción*, Taurus, Madrid.
- BOURDIEU, P. (1999): *Meditaciones pascalianas*, Anagrama, Barcelona.
- CALLON, M. (2008): “Los mercados y la performatividad de las ciencias económicas”, *Apuntes de Investigación del CECYP*, númº 14, pp. 11-68, Buenos Aires.
- DOUGLAS, M. (1998): *Estilos de pensar*, Gedisa, Barcelona.
- DUBET, F. (2012): *Repensar la justicia social*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- DUPUY, J-P. (1998): *El sacrificio y la envidia*, Gedisa, Barcelona.

- GIDDENS, A. (1999): *Consecuencias de la modernidad*, Alianza, Madrid.
- GIL CALVO, E. (2009): *Crisis crónica*, Alianza, Madrid.
- GIL CALVO, E. (2013): *Los poderes opacos: austeridad y resistencia*, Alianza, Madrid.
- GALBRAITH, J. K. (2004): *La sociedad opulenta*, Ariel, Barcelona.
- GIRARD, R. (1985): *Mentira romántica y verdad novelesca*, Anagrama, Barcelona.
- GRANOVETTER, M. (2003): “Acción económica y estructura social” y “La fuerza de los lazos débiles”, en Felix Requena (comp.), *Análisis de redes sociales*, pp. 196-269, CIS, Madrid.
- HIRSCHMAN, A. (1977): *Salida, voz y lealtad*, FCE, México.
- HIRSCHMAN, A. (1978): *Las pasiones y los intereses*, FCE, México.
- HIRSCHMAN, A. (1996): “Salida, voz y el destino de la RDA”, *Tendencias autosubversivas*, pp. 15-55, FCE, México.
- OVEJERO LUCAS, F. (1995): “El imperio de la economía”, *Claves de razón práctica*, númº 58, pp. 56-61, Madrid.
- POLANYI, K. (1989): *La gran transformación*, La Piqueta, Madrid.
- PORTES, A. (2013): *Sociología económica*, CIS, Madrid.
- SANDEL, M. (2013): *Lo que el dinero no puede comprar. Los límites morales del mercado*, Taurus, Madrid.
- ZELIZER, V. (2015): *Vidas económicas*, CIS, Madrid.