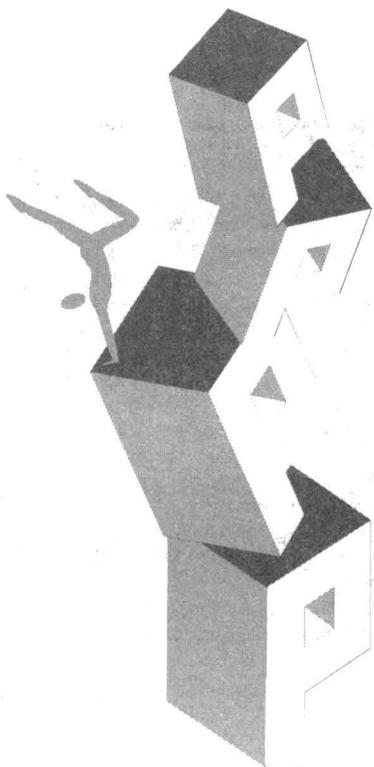

¿SOCIALISMO DE MERCADO O SOCIALIZACIÓN DEL MERCADO?

Diane Elson



Versión revisada del artículo aparecido en *Inprecor* 78, que corresponde a la primera parte del artículo original en inglés.

Resumen

Diane Elson, "Socialismo de mercado o socialización del mercado", Cuadernos de Economía, v. XIV, n. 20, Bogotá, 1994, págs. 177-214

En este artículo se critican los puntos de vista de Ernest Mandel y de Alec Nove. Su autora sostiene que existen alternativas al mercado y a la planificación burocrática. Según ella, el mecanismo de precios es un instrumento indispensable para coordinar una economía socialista, pero éste debe socializarse para que opere a favor y no en contra del socialismo. El mercado no puede rechazarse a priori y de lo que se trata es de establecer las condiciones para que funcione como una forma de libre asociación. Su trabajo estudia las formas de coordinación económica, pero no parte del mercado ni del plan, sino de la producción y la reproducción de la fuerza de trabajo, puesto que en una economía capitalista, el hilo conductor es la producción y la reproducción del capital. La capacidad creadora de los seres humanos y la expresión y desarrollo de sus necesidades se subordina a la búsqueda de beneficios. El hilo conductor de la economía socialista debe ser la producción y la reproducción de la fuerza de trabajo. Para que éstas lleguen a ser prioritarias, se necesitan transformaciones en las relaciones con los medios de producción y los medios de consumo, en los lugares de trabajo y en el hogar, en las relaciones entre productores y consumidores.

Abstract

Diane Elson, "Market Socialism or Socialization of the Market", Cuadernos de Economía, v. XIV, n. 20, Bogotá 1994, ps.177-214.

This article criticizes the approaches of Ernest Mandel and Alec Nove. The author holds that there are alternatives to the market and bureaucratic planning. She says that the price mechanism is an essential instrument for the coordination of a socialist economy; but that the mechanism should itself be socialized so that it will work in favor of socialism and not against it. The market cannot be rejected a priori, and the intention is to set the conditions for it to operate as a kind of free association. The article considers forms of economic coordination, but does not start from the market or a plan but from the production and the reproduction of labour power. The guiding thread of a capitalist economy is the production and reproduction of capital: human creative capacity and the expression and development of human needs become subordinate to the drive for profit. The guiding thread of a socialist economy must be the production and reproduction of labour power. If this socialist goals are the priority, the relationship between the means of production and the means of consumption will need to change, both at the place of work and in the home, affecting the relationship between the producer and the consumer.

Alabar las virtudes del mercado y criticar las deficiencias de la planificación parece ser un ejercicio común entre muchos economistas socialistas, tanto en los países capitalistas como en los de "socialismo real". También se han hecho defensas enérgicas de formas de coordinación económica no mercantiles, en particular la de Ernest Mandel, pero creo que no dan una respuesta totalmente satisfactoria a los defensores del socialismo de mercado. Este artículo discute los argumentos presentados por Mandel en un número anterior de *Imprecor* y los de Alec Nove, objetivo principal de su crítica. Comparto el punto de vista de Mandel de que, a pesar de los argumentos en contra de Nove, existe una alternativa tanto al mercado como a la planificación burocrática. Pero comienzo mi búsqueda de esta alternativa por derroteros diferentes. Conuerdo con Nove en que el mecanismo de precios es un instrumento indispensable para la coordinación de una economía socialista, pero sostengo que debe socializarse para que opere a favor y no en contra del socialismo. Mandel y Nove debaten sobre si es posible una sociedad de productores libremente asociados en la que se haya superado la producción de mercancías, y no tanto sobre la "mercantilización" del socialismo existente. Es necesario reconocer que los defensores del socialismo de mercado consideran el mercado como una forma de libre asociación: de hecho este es uno de sus puntos más fuertes. El mercado no puede rechazarse *a priori*. Por el contrario, debe discutirse si realmente pueden mantenerse las condiciones necesarias para que el mercado funcione adecuadamente como una forma de libre asociación. Tampoco se puede limitar de antemano la discusión definiendo el socialismo en términos de una ausencia de producción de mercancías y equiparando sin más la producción de mercancías con la compraventa. No consideraré en detalle los conceptos de mercancía y de fetichismo de la mercancía de

Marx. Sólo señalaré que el aspecto que da utilidad analítica a estos conceptos es la idea de que las mercancías son "entidades autónomas dotadas de vida propia, que entran en relación a la vez unas con otras y con la especie humana".¹ La mercancía, en los escritos de Marx, no es fundamentalmente un bien que se compra y vende por dinero. Siempre se pueden entresacar frases aisladas en las que la mercancía no parece tener otro significado que éste, pero el conjunto de sus textos sugiere algo menos banal. El estatus problemático de las mercancías se deriva no del simple hecho de la compra y la venta, sino del hecho de que la compra y la venta se realizan en condiciones que les permitan cobrar una vida independiente propia. Esta independencia de las mercancías lleva a que las relaciones sociales entre los hombres asuman la forma fantasmagórica de relaciones entre cosas: "Las personas existen unas para otras meramente como representantes y por tanto, como poseedores de mercancías".²

Una interpretación de este tipo deja abierta la posibilidad de crear una sociedad en que los bienes se intercambien por dinero pero no tengan una vida independiente propia; en la que las personas no existan unas para otras meramente como representantes de mercancías. Esta posibilidad, que requiere no la abolición sino la socialización de la compra y de la venta y del proceso de formación de precios, se discute en la segunda parte del artículo. La primera parte pone los cimientos mediante la crítica de los principales argumentos de Nove y Mandel.

Aunque este artículo trata de las formas de coordinación económica, no parte del mercado ni del plan, sino de la producción y la reproducción de la fuerza de trabajo. En una economía capitalista, el hilo conductor es la producción y la reproducción del capital. La capacidad creadora de los seres humanos y la expresión y desarrollo de sus necesidades se subordina a la búsqueda de beneficios. El hilo conductor de la economía socialista debe ser la producción y la reproducción de la fuerza de trabajo. Para que éstas lleguen a ser prioritarias, se necesitan transformaciones en las relaciones con los medios de producción y los medios de consumo, en los lugares de trabajo y en el hogar, en las relaciones entre productores y consumidores. La clave para juzgar cualquier forma particular de coordinación económica son sus implicaciones para la producción y la reproducción de la fuerza de trabajo; un enfoque más amplio que el socialista tradicional

1 Karl Marx, *El Capital*, v 1, Penguin, 1976, 165. Todas las referencias bibliográficas se refieren a la versión inglesa de las obras mencionadas.

2 Karl Marx, *op. cit.*, 179.

centrado en los trabajadores, que tiende a fijarse ante todo en las implicaciones para la fuerza de trabajo en el proceso de trabajo asalariado. Esta es sin duda una dimensión importante, y la forma en que se utilice la fuerza de trabajo tiene poderosos efectos en la definición de las necesidades para su reproducción. Pero, como siempre han sostenido las feministas, el proceso de trabajo no pagado en el hogar y en la comunidad está en el centro mismo de la producción y la reproducción de la fuerza de trabajo. Hay que dar a la palabra "productores" un sentido más amplio que el de "obreros que realizan un trabajo asalariado", un sentido que incluya el hecho de que cada productor ha sido niño, y que algún día la enfermedad y la edad disminuirán su fuerza. Los defensores de la planificación socialista han puesto más énfasis que los defensores del socialismo de mercado en las implicaciones que las distintas formas de coordinación de la economía tienen para los trabajadores pero, con pocas excepciones, tienden a adoptar una concepción estrechamente "obrerista" de los trabajadores. Por mi parte, otorgaré un papel central al hogar.

EL SOCIALISMO DE MERCADO DE NOVE Y LA PLANIFICACIÓN SOCIALISTA DE MANDEL

Nove defiende el socialismo de mercado en nombre del realismo:³ el "socialismo real" se ha hundido por las deficiencias de la planificación central, y la tradición marxista sólo puede ofrecer orientaciones utópicas o simplemente equivocadas. La única solución posible es reducir el papel de la planificación central y aumentar el del mercado.

LA ECONOMÍA DUAL DE NOVE

Desde el punto de vista de Nove, la única economía socialista posible es una economía dual: un sector dominante organizado a través de "un sistema de instrucciones vinculantes que emanen de las juntas de planificación" (p. 44) y un sector amplio, aunque subordinado, organizado a través del mercado. La principal diferencia entre una economía de este tipo y una "economía mixta" capitalista es la ausencia de propiedad privada de los medios de producción a gran escala. La economía está formada por tres tipos de empresas: de propiedad estatal, cooperativas y de propiedad individual. La posibilidad de elegir y la democracia dependen en gran medida de las operaciones del mercado y de un sistema político en el que los planificadores son

3 Alec Nove, *The Economics of Feasible Socialism*, Londres 1983.

responsables ante una asamblea elegida. Hay cierta preocupación por la transformación de las relaciones sociales y materiales de la producción, pero no de las relaciones de intercambio, distribución y consumo. No se trata la reorganización del proceso de trabajo más allá de la defensa de las pequeñas firmas, y no se dice nada de la reorganización de las relaciones entre producción y reproducción de la fuerza de trabajo.

Este desinterés no es exclusivo de Nove: casi toda la discusión sobre la organización de una economía socialista sufre del mismo prejuicio productivista. Se ocupa de la transformación de las relaciones de producción en los lugares de trabajo, pero no es capaz de repensar las relaciones entre producción y consumo en el lugar de trabajo y en el hogar, ni de considerar la forma de reorganizar el consumo y la reproducción de la fuerza de trabajo. Un enfoque feminista de los problemas de la economía socialista otorgaría un papel central a la articulación entre producción de bienes y servicios y reproducción de la fuerza de trabajo. Esto exige, entre otras cosas, repensar cómo los hogares adquieren bienes y servicios de organizaciones exteriores, quién establece la relación con los colegios, los servicios médicos, y cosas por el estilo, y a través de qué tipo de relaciones sociales y materiales. Nove, junto a la mayoría de escritores sobre el tema, no ha considerado nada de esto. Hay alguna discusión sobre la transformación de la producción, pero la conexión entre las empresas y los hogares sigue siendo el mercado o sistemas administrativos jerárquicos: y las organizaciones productivas mantendrían la iniciativa a la hora de determinar el diseño de los bienes y servicios que los hogares utilizarían.

No se menciona en absoluto una política de valores de uso, o la participación popular en el plan a través de la cooperación directa entre las organizaciones de productores y los hogares que consumen sus productos.⁴ Nove concede poco valor a la autoorganización por la base y es particularmente reacio al papel de los sindicatos, a los que se considera un obstáculo para las reformas económicas necesarias en los países capitalistas y socialistas. La acción pública de los miembros de la sociedad socialista de Nove parece limitarse a comprar, vender y votar.

La concepción del socialismo de Nove enfatiza la propiedad formal y se define primariamente en términos de ausencia de grandes empresas capitalistas. Las ventajas que atribuye a su modelo de economía

4 Estas preocupaciones han sido el centro del debate sobre el socialismo municipal en Gran Bretaña. Ver M. Mackintosh y H. Wainwright eds., *A Taste of Power: The Politics of Local Economics*, Verso, Londres 1987.

socialista son flexibilidad, eficacia, posibilidad de elegir y capacidad de evitar los excesos del capitalismo o de una planificación centralizada sin limitaciones.⁵ Como señala Mandel, Nove no se plantea los problemas de flexibilidad de quién, eficiencia para quién y capacidad de elección de quién. En una economía capitalista, el beneficiario de todo ello es el capital. Eficiencia significa eficacia para obtener beneficios: desde el punto de vista de los trabajadores puede significar costes más altos en términos de tiempo y esfuerzo, porque las así llamadas ganancias de eficiencia suelen obtenerse transfiriendo tareas del trabajo asalariado al trabajo no pagado o intensificando la explotación del trabajo pagado. Puede significar costes más altos en términos de una salud peor, porque la sanidad y las medidas de seguridad cuestan dinero. La solución de Mandel, como veremos, da prioridad a las necesidades de la población en la producción de bienes y servicios, y tiende a ignorar sus necesidades a la hora de usarlos en la producción y la reproducción de la fuerza de trabajo.

Pero, por difícil que sea, debemos enfrentar el hecho, de que surgen tensiones entre productores y consumidores de bienes, así no existan empresas privadas. Flexibilidad, eficacia y capacidad de elección de los consumidores puede significar desorganización, tensión e incertidumbre para los productores. Una solución satisfactoria debe proponer formas de negociar estas tensiones: esta es la esencia de una política de valores de uso. Mandel y Nove ofrecen una respuesta unilateral: Mandel desde el punto de vista del productor, Nove desde el punto de vista del consumidor. Pero sostener la oposición entre "productores" y "consumidores" es en todo caso artificial, porque somos ambas cosas a la vez, aunque reconocerlo no acabe con la tensión. En este artículo trataré esta tensión en términos de interacción entre dos tipos diferentes de instituciones sociales: las empresas y los hogares. Ambas compran y venden, los hogares venden su fuerza de trabajo y las empresas compran su fuerza de trabajo y otros insumos. Ambas instituciones son, por tanto, "consumidoras" y "productoras".

Nove no ofrece un análisis detallado de qué son realmente los merca-

5 Algunos ensayos recientes sobre la organización de las economías socialistas llegan a conclusiones similares sobre las virtudes y la inevitabilidad del mercado. Geoff Hodgson, por ejemplo, quien presta mucha más atención que Nove al tema de la participación obrera en la organización de la producción y en la democratización de la planificación, insiste también en que "la descentralización del control sobre la industria supone el establecimiento inevitable de mecanismo de mercado: no se ha encontrado aún una alternativa realista", *The Democratic Economy*, Harmondsworth, 1984, 174.

dos, cómo funcionan en el capitalismo, cómo deben organizarse en el socialismo. La imagen que surge de algunas referencias sueltas es un sistema de "contratos negociados elegidos libremente" (p. 44) o de negociación entre suministradores y consumidores. Por ejemplo:

"Sólo se puede dar precio eficazmente a la gran mayoría de los bienes y servicios en el proceso de negociación entre suministradores y consumidores, negociación que debe incluir cláusulas detalladas sobre la fecha de entrega de los bienes, su calidad, etcétera. Naturalmente, debe esperarse que las empresas productores intenten 'administrar' los precios, y que las organizaciones de mayoristas y minoristas busquen obtener el precio más alto que consideren apropiado, pero en ausencia de escasez y dada la capacidad de elección de los consumidores, estos pueden negarse, acudir a otro lugar o regatear. En otras palabras, la competencia debe prevenir el abuso de poder de los productores" (p. 120).

UN MODELO IRREAL

El "modelo negociador" no es una descripción realista de una economía moderna de mercado en la que, como los economistas reconocen en general, predominan los mercados de precios fijos. Es cierto que las decisiones de los compradores establecen indirectamente limitaciones a la fijación de precios y que las empresas no pueden sin más dictar los que quieren. Pero allí donde los compradores se enfrentan a precios ya dados, son los vendedores quienes los fijan, y elegir la estrategia de determinación de los precios es una función de los especialistas de gestión. Así, por ejemplo, los hogares generalmente no negocian los precios con los minoristas, y en los casos en que puedan hacerlo, como con un constructor o un decorador, su capacidad para obtener un buen precio depende de su habilidad para desplegar recursos considerables en forma de conocimientos y tiempo. En la gran mayoría de los casos, la posibilidad de elegir sólo puede ejercerse sobre un conjunto predeterminado de bienes con precios prefijados, que los hogares sólo pueden aceptar o rechazar libremente, en unas condiciones en que las empresas utilizan grandes recursos para moldear las preferencias de las unidades familiares y controlar su conocimiento de las características de los productos. Los hogares no están en posición de contratar los servicios de compradores especializados y de asegurar que hacen la "mejor compra" posible. Como afirma Joan Robinson, "nadie que haya vivido en el mundo capitalista puede ser engañado por la pretensión de que el sistema de mercado asegura la soberanía de los consumidores. Corresponde a las economías socialis-

tas encontrar la forma de hacer realidad esta soberanía".⁶ Llegando a sugerir que para las economías socialistas:

"Su mejor esperanza es desarrollar una clase de funcionarios que jueguen el papel de vendedores al por mayor, cuya carrera y autorreconocimiento dependa de su capacidad para satisfacer al consumidor. Podrían mantenerse en contacto con la demanda a través de las tiendas. Las investigaciones de mercado, que en el mundo capitalista buscan cómo manipular al ama de casa, podrían utilizarse para descubrir lo que realmente necesita. El diseño y la calidad se podrían imponer a las empresas fabricantes y el producto se podría acabar de definir a través de pedidos previos, de modo que se cree un equilibrio entre las economías de escala y los diferentes gustos".

Robinson es uno de los pocos economistas para quienes reorganizar el mecanismo de compra es un elemento tan importante de un proceso socialista como reorganizar la producción. La importancia de sus comentarios no radica en las soluciones que ofrece sino en el reconocimiento de que un aspecto esencial del socialismo es la transformación de la relación entre el hogar y el proceso de producción. Nove no considera este enfoque, ni ofrece una sugerencia propia acerca de cómo mejorar la posición negociadora de los hogares frente a los suministradores, porque cuenta con que la "competencia" resolverá este problema. Pero, ¿a qué se refiere exactamente cuando habla de competencia? El ejemplo que utiliza es instructivo:

"Supongamos que hay dieciséis o más firmas (socializadas y cooperativas) dedicadas a proveer algunos bienes y servicios: ropa de lana, pasta de dientes, cojinetes, hoteles para vacaciones o cualquier otra cosa. Las empresas basan sus actividades productiva en la negociación con sus clientes. Estos últimos pueden elegir con cuál de ellas obtener los bienes y servicios que necesitan. Todas ellas pueden obtener de sus proveedores, que ellas han elegido, los insumos necesarios para hacer posible la producción. Tienen un interés propio en satisfacer a los consumidores, y por lo tanto no se requieren medidas especiales que lo aseguren (aparte de regulaciones 'normales' sobre la calidad de la comida, no adulteración, corrección en el etiquetado, etcétera)" (p. 204).

Se trata de una visión de la competencia sumamente idealizada: productos normalizados, suposición implícita de conocimiento y capacidad de negociación adecuados por parte de los compradores, no distinción entre productos de consumo final, como la pasta de dien-

6 J. Robinson, "Consumer's Sovereignty in a Planned Economy", A. Nove y D. Nait, *Socialist Economics*, Harmondsworth, 1972.

tes, y bienes de producción, como los cojinetes, y lo que es más importante, ninguna discusión de la dinámica de la competencia. La implicación es que la existencia de esta feliz situación entre las dieciséis empresas productoras, compitiendo unas y otras para atraer clientes con precios bajos y alta calidad, se mantendría indefinidamente en el tiempo. No se tienen en cuenta formas más predatorias de competencia: fusiones, tomas bursátiles, estrategias destinadas a provocar la bancarrota del competidor; ni la adopción de medidas para restringir la competencia llegando a acuerdos con los proveedores. La dinámica de centralización y concentración en los mercados competitivos —subrayada por Marx, Schumpeter y Kalecki entre muchos otros— no juega ningún papel en este escenario. La competencia es la antítesis del monopolio, no su generadora potencial, un proceso que equilibra no que refuerza el poder de las empresas.

Esta visión idealizada de Nove quizás no sorprende cuando se tiene en cuenta que ha dedicado toda su vida a estudiar las economías de Rusia y Europa del Este, donde el mercado y la competencia han estado ausentes en buena medida.⁷

Sin embargo, la imagen que presentan los estudios empíricos de las economías capitalistas es muy diferente. Evidencias aplastantes apoyan las nociones de centralización y concentración: lo que no significa que se eliminen las pequeñas empresas sino que las grandes predominan, mientras que las pequeñas subcontratan o juegan un papel muy localizado. Los datos sobre la estabilidad de la proporción entre el valor añadido (ventas menos compras a otras empresas) y las ventas de las empresas norteamericanas no debilitan esta conclusión.⁸ Como es natural, las empresas comercian activamente entre sí, pero una gran parte de este comercio no se realiza "horizontalmente" en mercados impersonales, sino que tiene lugar entre una gran compañía "cen-

7 En Yugoslavia, donde el papel del mercado ha sido mucho mayor que en otros países de "socialismo realmente existente", hay evidencias del proceso de concentración y centralización. En 1970, las 130 mayores empresas de manufactura y minería concentraban el 45.1 por ciento del total de ventas y el 33.7 por ciento del empleo total. En 1977, estas proporciones se habían elevado a 70.1 y 48.3 por ciento respectivamente. De 1965 a 1967, 12 por ciento de todas las empresas yugoslavas atravesaron un proceso de fusiones que continuó en los años setenta [A. Zimbalist y H. J. Sherman, *Comparing Economic Systems*, Orlando 1984, 429]. Aunque Nove discute algunos problemas de la experiencia yugoslava, no menciona éste.

8 Ver P. Auerbach, M. Desai, A. Shambari, "The Dialectics of Market and Planning", *New Left Review* 170, 1988.

tral" y su "periferia" dependiente de empresas subcontratistas. La concentración y la centralización constituyen sin duda un proceso dinámico y la referencia al mismo no implica apoyar la idea analítica de un "capitalismo monopolista" y una tendencia al estancamiento. Tampoco excluye la aparición de nuevos competidores en nichos determinados: Amstrad puede desafiar a la IBM en el mercado de computadores personales, pero sólo aceptando previamente los estándares técnicos impuestos por la IBM. Sin embargo, ningún empresario individual, por dinámico que sea, creará que puede desafiar a la IBM en el mercado de redes y sistemas informáticos.

Una competencia predatoria que lleve a centralización y concentración significa que las condiciones de producción y reproducción de la fuerza de trabajo están determinadas cada vez más por la estrategia de acumulación de las grandes compañías, y que la diferencia entre los hogares y las empresas es cada vez más pronunciada. Para los hogares es cada vez más difícil vender otra cosa que no sea su fuerza de trabajo. Si el papel de las autoridades centrales se limita a fijar las "normas habituales" por las que precios y cantidades se determinan en las interacciones privadas entre compradores y vendedores, ¿qué impedirá que los intereses de las empresas productoras se impongan sobre los de los hogares, como consumidores y como vendedores de fuerza de trabajo? El "socialismo posible" de Nove es más utópico de lo que pudiera parecer a primera vista.

MENOSPRECIO DE LOS MERCADOS COMO INSTITUCIONES Y PROCESOS

Nove no es el único participante en el debate sobre la economía socialista que presta poca atención a lo que es el mercado y cómo opera realmente. La mayor parte de la abundante literatura sobre teoría de la coordinación económica, y del plan frente al mercado, no es capaz de considerar a los mercados como instituciones sociales y materiales.⁹ En cambio, invoca uno o más de tres escenarios favoritos: el modelo negociador de Nove; una subasta en la que compradores y vendedores pujan unos contra otros; y un mercado organizado por un agente de bolsa que ofrece comprar y vender acciones a ciertos precios, a los que deben reaccionar quienes quieran adquirir o vender esas acciones. Pero estos escenarios son particularmente insustan-

9 Este problema es tratado por G. Hodgson, *Economics and Institutions*, Oxford 1988, y por L. M. Lachmann, *The Market as an Economic Process*, Oxford 1986.

ciales. En el debate sobre la coordinación de sistemas económicos, generalmente no se suele considerar el hecho de que los mercados necesitan recursos para operar.¹⁰ Por el contrario, y en forma muy marcada, la magnitud de recursos necesarios para la planificación socialista siempre se ha introducido en la discusión como un factor negativo. Por lo general se ha ignorado el numeroso personal de ventas, expertos en marketing, ejecutivos de publicidad, agentes de bolsa necesario para que puedan funcionar los mercados;¹¹ de igual modo, tampoco se tiene en cuenta el número de empleados que se ocupan de las actividades de planeación en las propias empresas privadas.¹² Así, por ejemplo, Hayek defendió los ahorros en la producción de información como una ventaja decisiva de la asignación de recursos a través del mercado, en comparación con el plan.¹³ Pero como señaló Helms, Hayek suponía implícitamente que el mercado provee gratis la información. Sin embargo, los subastadores, los agentes de bolsa y el personal de ventas tienen que comer, y sus actividades también exigen recursos. No tienen un conocimiento perfecto de antemano, sino que tienen que recoger información. Con demasiada frecuencia, la superioridad de la asignación de recursos a través del mercado se defiende comparando un sistema de mercado, con precios dados exógenamente o sin costes, y un sistema de planificación con una multitud de costes administrativos visibles; y jamás se pregunta cómo funcionan exactamente los mercados.

Un mercado es una relación monetaria entre compradores y vendedores: una relación que no existe de por sí, sino que debe ser creada. Un

-
- 10 Entre las pocas excepciones, S. Moss, *An Economic Theory of Business Strategy: An Essay in Dynamic without Equilibrium*, Londres 1981, y D. Helm, "Price Formation and the Cost of Exchange", M. Barazini y R. Scazzieri, *Foundations of Economics*, Oxford 1986.
 - 11 Un estudio sobre la reacción de una empresa textil yugoslava a las reformas de 1965 muestra que su departamento de ventas pasó de 12 a 39 personas en un año. La necesidad de responder más rápidamente a un mercado inestable y el esfuerzo por influir en las condiciones del mercado llevaron a una creciente concentración del proceso de toma de decisiones en manos de un sector ampliado intermedio de la gerencia, a pesar de las provisiones sobre la participación obrera, Zimbalist y Sherman, *op. cit.*, 439.
 - 12 R. Murray "Ownership Control and the Market", *New Left Review* 164, 1987, estima que 350.000 personas trabajan en el planeamiento de las empresas privadas tan sólo en Londres, incluyendo economistas, contables, analistas de inversiones, planificadores y diseñadores, sin contar el personal administrativo ni los especialistas en informática.
 - 13 F von Hayek, *Economics and Knowledge*, Economica, nueva serie 4, 1937.

mercado implica uno o más agentes que actúan como promotores de mercado, fijando precios y facilitando información sobre la oferta y la demanda, que ponen en contacto compradores y vendedores. En la teoría general del equilibrio de Walras, que ha dominado el pensamiento socialista y liberal sobre la coordinación económica, el promotor de mercado es un subastador "fantasmal" que permanece fuera del proceso económico, sin buscar un beneficio. La escuela austríaca, a la que pertenece Hayek, tiene una posición más sólida: concibe el mercado como un resultado de la acción de agentes, empresarios, comerciantes y financieros en busca de beneficios. Pero ninguno de sus miembros presta atención al hecho de que la promoción de mercados requiere controlar medios de comercio tales como crédito, comunicaciones, transporte, almacenamiento e información.

En una economía capitalista, los mercados son en su mayoría privados, en cuanto los medios de comercio necesarios para constituir el mercado son controlados en su mayor parte por empresas que buscan realizar beneficios. Es cierto que el gobierno interviene en los mercados, con reglamentos y orientaciones, y aportando parte de la infraestructura requerida para el comercio, como las carreteras. Pero esta intervención y regulación sólo busca influir en los términos en que las empresas capitalistas ejercen su poder para crear de mercados, dejando a los promotores de mercado una enorme capacidad para evadir esas regulaciones y "captarlas" a su favor, de tal modo que las instituciones estatales que regulan ostensiblemente el mercado lo hacen en defensa de los promotores.

En la mayoría de las discusiones sobre la introducción del mercado en el socialismo, se sostiene que la promoción de mercados debe volver a ser responsabilidad de empresas autofinanciadas, que carguen los costes de esa promoción en sus precios de venta. Un mercado de este tipo también es privado en el sentido de que es creado por empresas individuales, con el criterio de aumentar su plusvalor individual. En estos mercados privados (sean capitalistas o socialistas), los precios son fijados por agentes especializados a los que llamaremos fijadores de precios. Otros agentes, que en el mercado reaccionan a estos precios, son los receptores de precios. Los mercados operan para hacer públicos los precios que fijan los fijadores de precios, valga la redundancia, mientras que la respuesta de los receptores de precios permite que se mantenga o no el sistema de precios fijado. La determinación de precios en un mercado de este tipo no implica que estos fluctúen continuamente. Algunos mercados, como el financiero o el de productos primarios, sí dan lugar a oscilaciones de precios (mercados de

precios flexibles). Pero los mercados de la mayor parte de los productos manufacturados operan con listas de precios que cambian de tiempo en tiempo, no día a día (mercados de precios fijos).

Los precios pueden operar como señales útiles sólo si quienes toman las decisiones pueden tener la idea de que en un momento dado los precios son "normales" o no lo son. Si se considera que son "anormales", surgirá la expectativa de que no podrán mantenerse en ese nivel y se tomarán las decisiones oportunas. Las instituciones del mercado tienen la importante función de establecer normas: usualmente un número limitado de promotores de mercado estructura el comercio y publica información selectiva para facilitar la formación de expectativas acerca de precios y normas, en una actividad que suele recibir el nombre de "ordenamiento de mercados".¹⁴ Así, la fijación de precios por parte de un número limitado de promotores de mercado cumple la función esencial de establecer precios "normativos", sin los que sería extremadamente difícil tomar decisiones en un mundo incierto. Pero la ejecución de esta tarea esencial otorga a quienes fijan los precios una influencia desproporcionada sobre lo que ocurre: los procesos históricos que tienen lugar en el mundo real son "secuenciales" y quienes fijan los precios tienen la iniciativa a la hora de definir el punto de partida de esa secuencia. Como dice Lachmann, "quién fija los precios y quién los analiza es una pregunta importante". El proceso de producción y reproducción de la fuerza de trabajo es ante todo un proceso de análisis de precios.

CRÍTICA DEL MERCADO

La alternativa de Mandel al mercado y al plan central implica un sistema de "autogestión obrera articulada" que intenta ofrecer un sistema de coordinación descentralizado y no mercantil. Aunque concuerdo con Mandel en que una economía socialista debe tratar de ir más allá de una coordinación a través del mercado, y que existen maneras descentralizadas de hacerlo, creo que su solución particular es muy insatisfactoria. La debilidad principal de su posición es que rechaza tanto el mercado como los precios. Sostendré que una economía socialista descentralizada requiere un mecanismo de precios descentralizado, pero que ello no implica la formación de precios a través de mercados privados (es decir, no implica que los precios sean fijados por empresas que actúan como promotores de mercado).

14 Ver Hodgson, *op. cit.*, 185.

¿Qué se objeta entonces a la coordinación a través del mercado? Entre las razones más obvias: que significa producir para obtener beneficios y no para satisfacer necesidades, que es la antítesis de la cooperación, que es impersonal y "ciego", que es un mecanismo para disciplinar a los trabajadores, y que lleva a la inestabilidad económica porque no ofrece medio alguno para saber de antemano si lo que se produce podrá ser vendido. Sin embargo, si estas razones no se exponen de manera más cuidadosa, los defensores del mercado pueden rechazarlas con es facilidad.

Sus defensores argumentan que la coordinación a través del mercado lleva a satisfacer las necesidades porque permite que los consumidores escojan. La rentabilidad indica hasta qué punto la producción satisface esas necesidades. Por supuesto, las necesidades que se satisfacen son las que están respaldadas con el poder de compra necesario. Si el problema es que los pobres no pueden expresar sus necesidades en el mercado en forma comparable a los ricos, la solución sería modificar la distribución del poder de compra mediante impuestos y subvenciones, y realizar cambios en la propiedad de los medios de producción, pero no acabar con el mercado. En definitiva, sus defensores mantienen que la coordinación a través del mercado facilita la cooperación y la reciprocidad porque satisface el interés común de compradores y vendedores: comprar y vender.¹⁵

El carácter impersonal del mercado también puede defenderse como algo benéfico, como una protección de la libertad individual y un obstáculo a la tiranía personalizada. Puede afirmarse que cualquier mecanismo descentralizado de toma de decisiones es "ciego", en el sentido de que su resultado no es producto de la voluntad consciente de los participantes sino que emerge de la suma de sus decisiones individuales. Así, cada votante decide por cuál candidato votar en las elecciones, pero la elección final es el resultado de la operatividad "ciega" de un método concreto de sumar votos. También puede decirse que todo sistema económico requiere formas de disciplina del trabajo, o aceptarse la posibilidad de desequilibrios entre la oferta y la demanda en cualquier economía compleja. Y se puede sostener que lo impor-

15 Sin embargo, como señala Sen, aunque los mercados operan con base en alguna congruencia de intereses, el mecanismo de mercado no puede resolver los conflictos de intereses entre compradores y vendedores en la distribución de los beneficios del comercio. A. K. Sen, *Resources, Values and Development*, Oxford 1984, 93-94.

tante no es prevenir esos desequilibrios sino poseer los mecanismos adecuados para corregirlos.

En esa forma también se defiende el mercado como un buen mecanismo de ajuste. Esa era la principal ventaja de "la mano invisible" según Adam Smith, a quien no preocupaba tanto alcanzar el equilibrio general estático óptimo de Pareto —que ha dominado la discusión sobre el mercado como sistema de coordinación entre los economistas neoclásicos del siglo XX— como la reasignación correcta de recursos cuando cambiaban las condiciones de oferta y demanda.¹⁶ Si el mecanismo de ajuste del mercado opera muy lentamente, generando problemas de desempleo e inflación, se sugiere enfrentarlos con una política fiscal y monetaria conveniente, acompañada de una intervención que aumente la velocidad de funcionamiento del mecanismo. Por todo ello, los defensores del mercado pueden concluir que ninguna de esas objeciones es concluyente, y que los socialistas deben aprovechar el mercado como instrumento que permite una toma de decisiones flexible y descentralizada y motiva a los individuos a satisfacer el interés público persiguiendo sus propios intereses.

TOMA DE DECISIONES Y MERCADOS

Los socialistas deben reconocer los aspectos progresivos de la coordinación a través del mercado. Así lo hizo Marx: en sus escritos pueden encontrarse pasajes llenos de elogios a la forma en que el mercado destruyó los lazos de dependencia personal característicos del feudalismo y al reconocimiento de que los mercados pueden facilitar la satisfacción mutua de necesidades. Pero Marx también subrayó que los mercados no son tan sólo instrumentos de la libertad, del libre albedrío de los individuos y de su cooperación: incluso los mercados ideales concebidos por Nove pueden ejercer a su vez un poder sobre los individuos, un poder que Marx llamó "fetichismo de la mercancía" y que en el lenguaje popular recibe el nombre de "fuerzas del mercado".

Y ello es así porque los mercados no sólo descentralizan la toma de decisiones: también las atomizan. En la relación esencial del mercado, la conexión monetaria, cada decisión individual carece de relación con cualquier otra y sólo establece esa relación con la cantidad y el precio de las mercancías. Y esto se aplica si quien toma la decisión es

16 Hayek también subraya los beneficios dinámicos del mecanismo de mercado y rechaza la optimización de Pareto como marco de evaluación.

un fijador o un receptor de precios. Un agente de bolsa que da instrucciones de compra y venta frente a una pantalla de computador en la que aparecen los precios de las acciones puede servir de ejemplo. Pero incluso cuando las instituciones del mercado no los separan físicamente, compradores y vendedores están aislados unos de otros en el sentido de que el mecanismo de mercado como tal, la conexión monetaria, no provee a los individuos que compran y venden información directa sobre las intenciones y valores de los otros. Cada cual debe actuar por su cuenta ignorando las intenciones de los otros y esperar a que ellos expresen sus preferencias a través de cambios de precios y de cantidades. En estas circunstancias, cada individuo aislado tiene una base exigua para prever qué efecto o diferencia en el resultado final tendrían sus decisiones, en caso de tener alguno. (En muchos análisis económicos este problema se evita suponiendo que quien toma las decisiones es marginal, es decir que las decisiones de cada quien no tendrán ningún efecto final en el mercado). La repercusión de las decisiones individuales en el resultado final sólo se manifiesta después de que han sido tomadas, cuando cambian los precios, los niveles de inventarios, los resultados finales y el empleo. La interconexión entre las distintas unidades de toma de decisiones sólo se produce a través de los cambios en precios y cantidades: "la relación entre productores... reviste la forma de relación social entre productos del trabajo".¹⁷ Compárese con el proceso de toma de decisiones en un comité o equipo, donde cada participante puede descubrir las intenciones y preferencias de los demás antes de que se adopte la decisión final.

El aislamiento de quienes toman las decisiones significa que cada uno se pregunta: ¿qué debo hacer para defender mejor mis intereses, sabiendo el precio actual de las mercancías y su disponibilidad, pero sin conocer las intenciones de los otros y qué están dispuestos a hacer? La respuesta no es necesariamente la misma que se daría a esta otra: ¿qué debo hacer para defender mejor mis intereses, sabiendo el precio actual de las mercancías y su disponibilidad, conociendo también las intenciones de los demás y lo que están dispuestos a hacer? Esta es la cuestión central de la "paradoja del aislamiento" que es la base de la discusión sobre la toma de decisiones individuales y colectivas en las economías de bienestar contemporáneas.¹⁸ Cuestión que surge porque las decisiones que tomamos creyendo que son las que más nos favorecen no son independientes de las que a su vez otros pueden tomar, en especial si la satisfacción que nos brindan depende de las

17 Marx, *op. cit.*, 164.

18 Ver por ejemplo, A. K. Sen, *op. cit.*, Introducción y cap. 4.

decisiones que los otros adopten. Los mecanismos de mercado no nos proporcionan información directa sobre intenciones, deseos y valores, sólo nos transmiten información sobre el resultado de decisiones que se toman en la oscuridad. Lo que se quiere transmitir describiendo como "ciegos" los mecanismos de mercado es que no iluminan nuestra oscuridad, que no ilustran nuestra ignorancia. La teoría del fetichismo de la mercancía de Marx, que para muchos economistas es uno de sus conceptos más oscuros, puede entenderse como una metáfora dramática del problema del aislamiento: "la relación social determinada entre los hombres mismos, que así reviste para ellos la forma fantasmagórica de relaciones entre cosas".¹⁹ Quienes toman las decisiones en los mercados no pueden establecer una relación directa con los deseos, aspiraciones y valores de otros.

Por el contrario, esos deseos, aspiraciones y valores de otros se convierten en precios de mercado y cantidades que parecen operar como fuerzas de la naturaleza, a las que debe adaptarse cada unidad de toma de decisiones sin que haya oportunidad alguna para la reflexión colectiva social y para una discusión que podría llevar a una serie de decisiones distintas. El resultado del mercado se percibe, por tanto, como una presión coercitiva externa a la que los individuos deben adaptarse; y los procedimientos del mercado no ofrecen medios para que quienes toman las decisiones puedan reconsiderarlas antes de realizar las compras y las ventas, a la luz del resultado agregado que probablemente se produciría a causa de una secuencia particular de decisiones, o para que puedan tener en cuenta otros cambios de objetivo.

Este problema no se percibe cuando se supone que no existe interdependencia entre la satisfacción que brinda una decisión individual y las que resultan de las decisiones que los otros toman. La mayoría de las teorías económicas suponen que esta interdependencia carece de importancia. Los ecologistas han demostrado hasta qué punto pueden extenderse las interdependencias pero han tendido a fijarse en las interdependencias físicas, como la contaminación o la congestión del tránsito.

La economía paretiana del bienestar —que suele ser el sistema de referencia enseñado a los estudiantes de economía para juzgar los puntos fuertes y débiles de los mecanismos de mercado— no tiene inconvenientes para aceptar la intervención del gobierno en los mercados para enfrentar problemas como la contaminación. Sin embargo, es totalmente incapaz de contemplar otros tipos de interdependencia,

19 Marx, *op. cit.*, 165.

que surgen no debido a la ausencia del mercado (causa de interdependencias como la polución) sino a causa del carácter cíclico del desequilibrio que se produce en cualquier mercado en tanto proceso real temporal (incluso en el mercado de futuros) en el que los individuos deben tomar decisiones, aislados, antes de que obtengan los frutos que les depararán esas decisiones. En el tiempo que transcurre entre la toma de decisiones y el disfrute de sus resultados pueden ocurrir muchos cambios, debidos a la influencia de las decisiones de otros, que afectan al resultado final. Esta interdependencia afecta a decisiones sobre el uso de la fuerza de trabajo y la inversión, pero los mecanismos de mercado no ofrecen medio alguno para que se manifieste esta interdependencia.²⁰

Cuando existen interdependencias generalizadas entre las decisiones de diferentes personas (o grupos), la toma de decisiones en favor del bien común ofrece inmensas ventajas, incluso desde el punto de vista del interés individual.²¹ Perseguir sólo su propio interés, su propia rentabilidad inmediata, sin tener en cuenta las repercusiones de sus decisiones en otros y en la viabilidad de las instituciones termina siendo perjudicial para cada uno de quienes toman las decisiones. Pero el mercado no sólo no facilita la adopción de decisiones en favor del bien común sino que además tiende a socavarla.

En efecto, quienes toman decisiones en una economía de mercado no se resignan a su "atomización" y a la carencia de información directa sobre las intenciones de los otros. Como Marx señaló que:

"Junto al desarrollo de esta alienación, y sobre las mismas bases, surgen esfuerzos para superarla: aparecen instituciones gracias a las cuales cada individuo puede adquirir información sobre la actividad de los otros y consiguientemente, intentar adaptar la propia, como por ejemplo listas de precios corrientes, tasas de cambio, contactos entre quienes comercian a través del correo o del telégrafo, etcétera".²²

Se forman cámaras de comercio, quienes toman decisiones hablan de sus planes en comidas de negocios, los mercados están rodeados por una red de contactos no mercantiles sin mediación monetaria. Sin

20 Este tipo de interdependencia se ha denominado relación externa "pecuniaria" o "dinámica"; ver T. Scitvosky "Two Concepts of External Economies", *Journal of Political Economy*, 1954.

21 Para una discusión más detallada de este punto ver F. Hirsch, *Social Limits of Growth*, Londres 1977.

22 Marx, *Grundrisse*, Penguin, 1973, 161.

embargo, la extensión y la calidad de la cooperación entre empresas para el intercambio del tipo de información que no puede proveer la relación monetaria están limitadas por la búsqueda de ventaja competitiva, como reconocen algunos de defensores del socialismo de mercado.²³ El flujo de información se fragmenta, se limita el libre acceso a las redes de información y se despilfarran recursos porque la tarea de buscar información se multiplica a consecuencia del secretismo. O, para utilizar el mismo estilo de Marx en los *Grundrisse*, en una economía de mercado, los esfuerzos cooperativos para superar la alienación del mercado no pueden ir más allá de la propia alienación, por los límites que ella misma impone. En consecuencia, los resultados del mercado se siguen imponiendo sobre los individuos como si fueran fuerzas externas.

PROCESO DE AJUSTE, PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN DE LA FUERZA DE TRABAJO

El grado de recelo ante las fuerzas del mercado depende de la opinión sobre la facilidad y capacidad de estabilización de los ajustes y sobre en qué medida existen alternativas a la coordinación atomizada que ofrece el mercado. Si los individuos pueden reaccionar ante los cambios en las condiciones económicas y ajustar con relativa facilidad sus compras y ventas de modo que tengan un efecto estabilizador, y si además tienen ante sí una amplia gama de opciones atractivas, entonces no hay tantos motivos para preocuparse con la presión coercitiva del mercado.

Los defensores del mercado tienden a creer que si no se ponen trabas a su funcionamiento, los ajustes son relativamente fáciles, aunque no todos basen sus opiniones en las mismas teorías. Por ejemplo, la teoría del equilibrio general de Walras (fundamento de las economías neoclásicas) incorpora la reconfortante suposición de que los individuos pueden ajustar sus planes de producción o consumo, en respuesta a las indicaciones de los precios, antes de que efectivamente hayan comprado, vendido o asignado recursos a la producción. Su continua respuesta a los cambios en los indicadores de precios revela sus preferencias, superando así su ignorancia de las intenciones ajenas. Presupone que el mercado opera como si estuviera coordinado

23 "En la esfera de los mercados competitivos... la confianza y la cooperación a largo plazo, aunque presente en cierta medida, son socavadas por la competencia entre los muchos y distintos agentes. En el mercado hay una población cambiante y volátil, y los individuos persiguen sus objetivos según sus cálculos de pérdidas y beneficios", Hodgson, *op. cit.*, 210.

por un subastador (gratuito). Cuando el mercado abre, el subastador anuncia una serie de precios al azar, y quienes participan en el mercado deciden lo que quieren comprar y vender a esos precios. Transmiten (gratuitamente) esta información al subastador, que a continuación anuncia una nueva serie de precios, más bajos para las mercancías con oferta excesiva y más altos para aquellas con demanda excesiva. Entonces, todo el mundo vuelve a decidir qué quiere comprar y vender, y esta secuencia continúa hasta alcanzar una serie de precios que equilibran la oferta y la demanda, permitiendo liquidar las mercancías del mercado. Sólo en ese momento tienen lugar las compras y las ventas. Se eluden así los problemas asociados a la toma de decisiones secuencial y atomizada: el subastador coordina las decisiones adoptadas y las compras y ventas reales tienen lugar simultáneamente y no a lo largo de un período de tiempo. La producción tiene lugar sólo cuando todo el mundo es consciente de las implicaciones de las distintas decisiones. El proceso de ajuste implícito en esta hipótesis es un proceso ficticio que ocurre fuera del tiempo real.²⁴

La escuela austríaca (Menger, von Mises, Hayek y sus discípulos actuales, como Lachmann y Kirzner) ofrece una versión más consistente, donde el papel principal se asigna no a un subastador sino a un empresario. El ajuste no es simultáneo sino secuencial y ocurre mediante las acciones de los empresarios, bien sea negociando, especulando o innovando. Se enfatiza la versatilidad y flexibilidad de los seres humanos, más que las limitaciones con las que se encuentran. Los representantes de esta escuela tienden a sobreestimar la facilidad de los comerciantes para pasar de la compra a la venta o la de los financieros para saltar de una industria a otra, subestimando las dificultades para convertir las espadas en arados o los mineros en ingenieros electrónicos. Rechazan el concepto de equilibrio estático, eje de la economía neoclásica, para subrayar las nociones de incertidumbre y cambio. Pero, a pesar de ello, la escuela austríaca también defiende la idea de la existencia de una tendencia general al equilibrio, como consecuencia de la competencia entre empresarios, que suben los precios cuando la demanda supera a la oferta y los bajan cuando ésta es mayor que la demanda.²⁵ De hecho, en la mayoría de los mercados existen buenas razones para que no se liquiden sus existencias.

24 Para una discusión crítica de este concepto de ajuste, ver G. Duménil y D. Levy "The Classics and the Neo-Classicals: a Rejoinder to Frank Hahn", *Cambridge Journal of Economics*, v 9, n. 4, 1985.

25 Para una comparación de los enfoques neoclásicos y austríacos, ver D. La-voie, *Rivalry and Central Planning*, Cambridge 1985.

Para las empresas puede ser racional no reducir los precios cuando cae la demanda e incluso subirlos ante la perspectiva de una caída de la demanda, cuando los agentes en un mercado particular son siempre o compradores o vendedores, sin intercambiar papeles,²⁶ cuando compradores y vendedores valoran la continuidad de sus relaciones mutuas, y cuando el proceso de compra es caro. Pero, como admite Lachmann, los economistas de la escuela austríaca han fracasado en sus intentos de explicar cómo se forman realmente los precios, o cómo se establecen las relaciones entre fijadores y receptores de precios en el mercado. Y no prevén la posibilidad de que la rivalidad entre empresarios dificulte el ajuste.

Ninguna de las dos escuelas cree necesario diferenciar el trabajo de los demás factores de la producción en el proceso de ajuste. Un ajuste acorde con las exigencias del mercado implica reducir la mayor parte de las personas ocupadas en la producción al estatus de meros factores de producción que deben usarse en una forma que asegure la mayor rentabilidad. Significa tratar a la gente instrumentalmente, no como fines en sí mismos. El mercado no me alienta a relacionarme con otros como conciudadanos, miembros de la misma comunidad, que tienen otra serie de objetivos además de comprar productos, sino sólo como factores en un proceso de producción que ha producido las mercancías disponibles para mi compra. Puedo comprar estos productos porque he adquirido un poder de compra mediante la venta de mi fuerza de trabajo como factor en la producción de mercancías para otros. Esto es lo que quería decir Marx cuando decía que en una economía de mercado las relaciones entre productores toman la forma de relaciones sociales entre cosas, "una relación que existe separada y ajena a los productores".

Por supuesto la gente se resiste a que se la reduzca al estatus de robots. No se adapta pasivamente a los cambios de la oferta y la demanda, y trata de cambiar los parámetros a su favor, de adquirir y ejercer poder en el mercado, y de reducir su indefensión ante las fuerzas del mercado. Quienes tienen más educación, habilidad, recursos, conexiones y organización tienen más éxito; quienes disfrutan en menor medida de todo ello cargan con los costes del ajuste. Los defensores del mercado suelen deplorar esta resistencia, sosteniendo que la misma resistencia hace más doloroso el ajuste, que los costes serían menores si la gente aceptara que no hay otra alternativa.

26 Ver, por ejemplo, A. Okun, *Prices and Quantities: a Macroeconomic Analysis*, Washington 1981.

Lo irónico del caso es que una economía en la que sólo existieran agentes pasivos de ese tipo no podría tener gran éxito. Por ejemplo, el progreso técnico sólo es posible gracias a la gente que trata de cambiar los parámetros y no acepta que no haya otras alternativas; sólo si la gente despliega imaginación, iniciativa y previsión, incluso en las cadenas de montaje más monótonas, se puede alcanzar una productividad elevada; la gente necesita sentir algún efecto, orgullo y satisfacción por su trabajo si se quieren obtener niveles altos de calidad. La respuesta de la clase dominante a estos problemas es dejar que una parte privilegiada de la fuerza de trabajo —directores de empresa, ejecutivos, investigadores científicos, profesores de universidad— ejerza su iniciativa e imaginación, exigiendo al resto que sean meros ejecutores pasivos de las órdenes recibidas. Cuando se niegan a ello, la única opción que tiene la mayoría para influir en el proceso productivo es obstaculizar el ajuste de manera defensiva. Es obvio que esta respuesta de la clase dominante no es una solución para quienes están interesados de verdad en alcanzar una sociedad socialista.

Otra ironía es que ninguna economía puede adaptarse exclusivamente a través de un proceso de ajuste orientado por el mercado, porque hay recursos claves que no pueden ser reducidos totalmente al estado de mercancías. Los más importantes son el trabajo y el medio ambiente. A pesar de comprarse y venderse, la fuerza de trabajo no puede reducirse totalmente a mercancía, porque ésta a su vez no se produce como tal. Aunque los costos y beneficios económicos juegan un papel en la decisión de tener hijos, por lo general estos no son tratados únicamente como recursos económicos que pueden abandonarse si cambia el equilibrio entre gastos y beneficios. Las máquinas pueden convertirse en chatarra y las cosechas quemarse si no proporcionan beneficios, pero aparte excepciones extremas, una vez nacidos los niños de alguna manera son tratados como fines en sí mismos, no como simples recursos económicos y no se ahorrarán esfuerzos en su crianza. Una economía de mercado exige que los hogares tengan una conducta colectiva altruista y sigan un modelo de asignación de recursos no totalmente determinado por la exigencia de responder a las indicaciones de precios.²⁷ La respuesta patriarcal es alentar a las mujeres para que se sacrifiquen con altruismo por el bien general del hogar, de modo que su trabajo no pagado proporcione un colchón flexible para que los hombres puedan responder a las señales del mercado. Esta respuesta debe ser rechazada tajantemente por los so-

27 N. Folbre, "Cleaning House: New Perspectives on Households and Economic Development", *Journal of Development Economics* 22, 1986.

cialistas, no porque estemos en contra del altruismo o de las conductas colectivas sino porque queremos fomentarlos en condiciones de dependencia general y no sólo unilateral.²⁸ El proceso de ajuste en una economía de mercado, en la que existen desigualdades sustanciales dentro del proceso de trabajo pagado y del hogar, depende de que quienes tienen el poder obliguen o convencan a quienes no lo tienen para que se adapten pasivamente o se sacrifiquen con altruismo; la capacidad de iniciativa, tan celebrada por la escuela austríaca, que es la base de la autodeterminación de los individuos, queda reservada a unos pocos.

LA MICROCAUSA DE LOS MACROPROBLEMAS

Además del problema de los requisitos funcionales para que el ajuste orientado por el mercado tenga éxito, también hay otros, como la calidad del resultado final y la regularidad de su proyección temporal. La toma de decisiones atomizada en el mercado permite elegir entre ajustes marginales, parciales y alternativos pero no entre conjuntos de estados alternativos: la decisión a pequeña escala no implica elección a gran escala. Y ello es particularmente importante en los temas ecológicos. Hirsch cita el siguiente ejemplo:

"A medida que se deteriora el transporte público, tenemos un incentivo extra para utilizar nuestro propio modo de transporte privado, lo que produce a su vez un mayor deterioro del público y reduce su atractivo frente al privado. En un proceso dinámico, la elección se plantea a cada nivel del mismo y no hay capacidad de selección entre opciones alternativas en ambos extremos del proceso".²⁹

La brecha que la toma de decisiones atomizada y secuencial abre entre micro y macro racionalidad tiene en particular importantes implicaciones para la estabilidad de conjunto del sistema de mercado; de ella depende que el proceso de ajuste tienda a producir algún tipo de equilibrio estable o que tienda, por el contrario, a recalentarse, a crecimientos seguidos de estancamientos, a ajustes destructivos y repentinos mediante crisis, a períodos prolongados de estanflación.

Incluso los más ardientes defensores del mercado reconocerán la existencia de problemas como el "ciclo del cerdo".³⁰ Muchos reconocerán

28 La útil distinción entre dependencia general y dependencia unilateral aparece en Marx, *La ideología alemana*, Londres 1974, 55.

29 Hirsch, *op. cit.*, 18.

30 Cuando el precio del jamón es alto, los granjeros crían más cerdos. Cuando

otros problemas, como la inestabilidad de los mercados financieros, que ha jugado un papel muy importante en la creación de la insostenible e impagable deuda del Tercer Mundo, y el reciente auge largo y la crisis repentina del mercado internacional de valores. Como resumía una elegía post mortem del *Financial Times*: "la caída del precio de las acciones en un 20 por ciento en un día deja en ridículo la pretensión académica de que los mercados de valores son eficientes". Esta inestabilidad está ligada estrechamente a la forma en que el proceso de toma de decisiones atomizado y secuenciado enfrenta la incertidumbre. El problema reside en que las medidas para reducir los riesgos propios adoptadas por quienes toman decisiones aisladas y en secuencia temporal pueden aumentar los riesgos de quien está sometido al conjunto del sistema. Así, las tasas de interés flotante, los créditos sindicados y las cláusulas colectivas de seguro contra riesgo de insolvencia, mecanismos todos concebidos para reducir los riesgos a que se expone cualquier banco que conceda créditos a los gobiernos del Tercer Mundo, aumentan los riesgos para el conjunto del sistema de créditos destinado a los gobiernos del Tercer Mundo.³¹ En forma similar, la existencia de mercados de valores "líquidos" en los que es posible hacer transacciones a bajo costo en cualquier momento limita los riesgos de los inversionistas individuales, pero aumenta los que amenazan al conjunto de las inversiones. Este hecho llevó a que Keynes describiera los mercados de valores como "casinos" y propusiera encarcelarlos y hacerlos inaccesibles.³² Desde que escribió esto, los mercados de valores se han vuelto mucho más baratos y accesibles, y ésta es una de las razones por las que la velocidad de la caída de los precios de las acciones fue mucho más rápida en el derrumbe del año 87 que en el del año 29.

Este problema del riesgo del sistema —resultado de los intentos de quienes toman decisiones atomizadamente, unidos sólo por la conexión monetaria, para reducir en forma individual y aislada sus propios riesgos— es también la fuente fundamental del problema macroeconómico de la demanda insuficiente en una economía de

estos crecen y pueden sacrificarse para hacer jamón, su precio cae y lleva a reducir el número de cerdos que se criarán, lo que a su vez provocará un alza en los precios del jamón, y así... Nove [*op. cit.*, 210] reconoce este problema y sugiere que algunos productos agrícolas básicos deben someterse a control de precios.

31 H. Lever y C. Huhne, *Debt and Danger: The World Financial Crisis*, Harmondsworth, 1985.

32 J. M. Keynes, *The General Theory of Employment, Interest and Money*, Londres 1973, 159.

mercado. En la perspectiva de un futuro incierto, las unidades económicas aisladas intentan mantener la flexibilidad atesorando dinero, que como poder general de compra es mucho más flexible que esos servicios específicos. Esta es una de las características de una economía monetaria capitalista a la que Keynes llamó preferencia por liquidez. Pero la misma flexibilidad que el instrumento social del dinero otorga a las unidades económicas aisladas, hace también que la economía monetaria, al estar compuesta por estas unidades, sea esencialmente volátil. Debido a la flexibilidad que confiere el dinero atesorado, las unidades individuales rápidamente pueden cambiar sus planes para responder a un cambio de expectativas. La "confianza" se convierte en un determinante esencial del nivel de inversiones y de la utilización de las inversiones y capacidades. Como resumió Bhaduri: "paradójicamente, la opción individual de atesorar dinero para enfrentar mejor la incertidumbre puede fracasar como instrumento social, al magnificar la influencia de la propia incertidumbre en las actividades económicas en curso".³³

Este aspecto negativo tenderá a predominar en una economía en la que el dinero funciona no simplemente como medio de cambio y para acumular valor, sino también como capital; es decir, cuando el dinero se usa para facilitar la adquisición no de bienes por sí mismos sino de más dinero. Considérese la forma en que los hogares usan el dinero. Intercambian un tipo de bien (por ejemplo, la fuerza de trabajo) por otros bienes (comida y ropa), cambiando fuerza de trabajo por dinero y dinero por comida y ropa. La reproducción de esta cadena de compras y ventas depende en cierta medida de cuáles son las expectativas. El hogar puede diferir sus compras y atesorar su dinero si cree, por ejemplo, que los precios van a caer. Pero el "hasta cuándo" depende del hecho de que no puede posponerse la necesidad de comida y ropa más allá de cierto punto. Si la despensa está vacía, no hay más remedio que comprar comida hoy a pesar de que vaya a ser más barata la semana que viene.

La situación es diferente para las empresas, obligadas a hacer de la realización de beneficios su principal objetivo. No están interesadas, y no pueden estarlo, en los bienes en sí mismos. Lo que les importa por encima de todo es la suma de dinero que aparece en la última línea del libro de contabilidad. (Como al parecer dijo Henry Ford, su negocio no era hacer coches sino dinero). Ello puede expresarse en el concepto

33 A. Bhaduri, *Macroeconomics - The Dynamics of Commodity Production*, Londres 1986, 91.

de Marx del ciclo dinero-capital-dinero, donde el objetivo no es el intercambio de unos bienes por otros sino el de una suma de dinero por otra mayor. Es más probable que la preferencia por liquidez interrumpa la reproducción de este ciclo que la cadena de compras y ventas de los hogares. Si una empresa no confía en vender su producción, es más lógico guardar dinero que usarlo en la compra de medios de producción y fuerza de trabajo. Su búsqueda de dinero líquido no está limitada por la necesidad de bienes, ya que las empresas no pasan hambre. En estas circunstancias el dinero se fetichiza y adquiere vida propia. En su búsqueda de beneficios, las empresas pueden dar prioridad a la liquidez incluso si los precios de los insumos están cayendo. Aun en el caso de que los trabajadores aceptaran reducciones salariales y ello llevara a una caída de precios de otros insumos. Si la caída de precios generara expectativas de mayores caídas, entonces sería bastante racional seguir guardando dinero líquido y posponer su utilización.³⁴ Por consiguiente, en una economía monetaria no hay garantías de que se cumpla la ley de Say por muy flexibles que sean los precios y por muy rápido que el mercado tienda a liquidar sus existencias. Siempre existe la posibilidad de una demanda insuficiente. Mandel tiene toda la razón en insistir que la raíz de los problemas macroeconómicos está en el mercado.

LA RESPUESTA KEYNESIANA: INTERVENCIÓN EN EL MERCADO

La respuesta keynesiana a la brecha entre micro y macro racionalidad es que el Estado intervenga en el mercado, comprando, fijando impuestos y prestando dinero, pero siempre como solución última para contrarrestar la posibilidad de una demanda insuficiente. Por ejemplo, el Estado puede absorber liquidez para contrarrestar un aumento de la misma que podría tener consecuencias inflacionarias. Pero hay algunos problemas inherentes al mercado que no pueden superarse tan fácilmente. La intervención en el mercado cambia los parámetros (precios, tasas de interés, tasas de cambio, tasas impositivas, niveles de demanda) a los que se enfrentan los promotores de mercado y otros sujetos del proceso de toma de decisiones, pero no cambia las características del proceso a través del cual opera el mercado. En particular, no supera el aislamiento social de quienes toman decisiones sometidos a fuertes presiones para que satisfagan sus propios intereses de una manera miope, evadiendo y subvirtiendo los cambios producidos

34 Bhaduri, *op. cit.*, 91.

por las autoridades sociales.³⁵ La intervención en el mercado tiende a ser ineficaz o muy costosa si los agentes en el mercado sólo responden a la búsqueda de ventajas individuales; pero al mismo tiempo, el aislamiento social que impone el mercado hace muy difícil que los individuos puedan hacer otra cosa. La intervención en el mercado no brinda instituciones que faciliten la reflexión colectiva antes de que las autoridades individuales tomen decisiones.

El problema de qué hacer frente a la estanflación en los países industriales avanzados es un ejemplo especialmente significativo. Los remedios keynesianos convencionales, fiscales y monetarios, no pueden enfrentar una situación en la que aumentan los precios y los salarios mientras que la producción y el empleo disminuyen. Esto ha dado la oportunidad para que las políticas "monetaristas" propongan una solución al problema combinando la deflación con los intentos de hacer más "competitivo" al mercado, tratando de que se parezca más a los mercados de las teorías walrasianas y austríacas, según las cuales los precios deberían caer paralelamente a la demanda. Estas políticas implican costes enormes en términos de desempleo y despilfarro de recursos, y finalmente han terminado por ser contraproducentes. La mayoría de los mercados no funcionan, no por falta de competencia como en las teorías walrasiana y austríaca sino precisamente por su existencia. Okun ofrece una explicación accesible del porqué: "... el funcionamiento correcto del mercado de clientes y del mercado del trabajo de profesionales exige un importante distanciamiento de la flexibilidad de precios del modelo competitivo. Clientes y proveedores, empleados y empresas desarrollan métodos para reducir los oscilaciones de precios que ayudan a perpetuar sus relaciones y a minimizar los costos de transacción a largo plazo".³⁶ Hay buenas razones a nivel microeconómico para que las firmas suban los salarios trasladando sus costos a los precios al tiempo que reducen la producción y el empleo. Con ello obtienen mejores condiciones para mantener la cooperación y la lealtad de sus clientes y su fuerza de trabajo que si redujeran salarios y precios.

La conclusión práctica de esta forma de razonar es que la política fiscal y monetaria keynesiana debe ir acompañada de una política de

35 Ver Hirsh, *op. cit.*, cap. 9.

36 Okun, *op. cit.*, 342. Una literatura cada vez más numerosa sobre la microeconomía de los problemas macroeconómicos estudia cómo la estanflación se deriva de la naturaleza del proceso del mercado. Ver S. Fisher, "Recent Developments in Macroeconomics", *Economic Journal*, v 98, n. 391, junio 1988.

ingresos que obligue a las empresas a no aumentar los salarios, haciendo posible una política keynesiana convencional que mantenga un alto nivel de demanda sin provocar inflación. Sin embargo, si no existe un mecanismo complementario que frene el aumento de precios así se penaliza a los hogares en comparación con las empresas. Reconociendo la existencia de este problema, algunos defensores de una política de salarios también defienden de una política de control de precios. Pero si la fijación de precios se deja en manos de las empresas, seguirá existiendo un desequilibrio fundamental: los hogares no pueden analizar la formación de precios en tal forma que puedan imponer restricciones a las empresas del mismo modo que éstas pueden analizar la formación de costos salariales e imponer un programa de recortes a sus obreros.³⁷ Además, la información esencial del costo unitario y del margen de beneficios sigue en manos de las empresas, y sin esta información las Comisiones de Precios carecen de eficacia y no pueden vigilar la aplicación de los acuerdos en esta materia. Este desequilibrio sólo desaparecerá socializando el proceso de formación de precios, ayudando a que sea transparente para los hogares, haciendo públicos el costo unitario y el margen de beneficios. Las empresas capitalistas siempre se opondrán, porque el secreto les da una ventaja competitiva y la propiedad privada implica el derecho a no revelar esa información. Las empresas estatales también se opondrán en tanto su principal objetivo sea maximizar sus propias ganancias y relacionarse con otras empresas y con los hogares a través del mercado. No es sorprendente que la formación de precios sea algo tan explosivo en la mercantilización del socialismo.

De modo que no se puede confiar en que la política keynesiana de intervención en el mercado, con políticas fiscales y monetarias acompañadas de políticas de ingresos y precios, supere los problemas macroeconómicos que surgen del mercado en tanto proceso. Carece de sentido afirmar que el mercado puede usarse para resolver los problemas microeconómicos de asignación de recursos y las políticas keynesianas para superar los problemas macroeconómicos, porque los dos tipos de problemas están ligados íntimamente. El mercado como institución tenderá a minar la eficaz puesta en práctica de las políticas keynesianas.

37 Okun, *op. cit.*, 344-346.

"NO HAY UN TERCER CAMINO"

Nove reconoce muchos de estos inconvenientes del mercado, pero está convencido de que no hay más remedio que aceptarlos porque el mercado es la única alternativa a la burocracia. La coordinación sólo puede establecerse mediante una relación monetaria, una relación administrativa o una combinación de ambas. Sin embargo, otros autores sostienen que hay otra relación, la cual juega un papel vital en la coordinación económica. Dietrich³⁸ rechaza la dicotomía plan-mercado y afirma que, para que funcionen, los mecanismos de mercado y de planificación requieren un tercer tipo de relaciones, a las que llama "relaciones informales". También sugiere que ningún sistema planificado, bien sea en el sector privado o en el público, puede basarse simplemente en los procedimientos establecidos. La racionalidad limitada de quienes toman decisiones requiere relaciones informales entre ellos para que el sistema pueda funcionar. Y apoya esta tesis con estudios sobre el funcionamiento interno de las corporaciones multinacionales y de los sistemas administrativos. En forma similar, la relación monetaria en los mercados se suplementa con relaciones informales pues las decisiones individuales no tienen por qué llevar a un resultado óptimo cuando las unidades económicas son interdependientes. Okun llama a estas relaciones informales "apretón de manos invisible" en contraposición a la "mano invisible del mercado".³⁹ El "apretón de manos invisible" se entiende como un contrato implícito o un compromiso moral que ayuda a cimentar la continuidad de las relaciones entre compradores y vendedores. En su crítica a un libro de historia de los negocios, Hannah escribe:

"Gran parte de los actuales análisis del éxito económico muestran que ni la mano invisible' del mercado de Adam Smith ni la mano visible' de las jerarquías burocráticas de Alfred Chandler pueden explicarlo. Por el contrario, parece que una tercera mano' de redes e interrelaciones unas veces basadas tan sólo en la confianza y en la reciprocidad, y otras en redes de conexiones más fáciles de observar y medir es un componente importante."⁴⁰

Y buena parte de la literatura sobre el éxito económico en Japón, Corea del Sur y Taiwan enfatiza ese mismo punto: las relaciones de

38 M. Dietrich, "Organisational Requirements of a Socialist Economy: Theoretical and Practical Suggestions", *Cambridge Journal of Economics*, v 10, n. 4, 1986.

39 Okun, *op. cit.*, 89.

40 L. Hannah, "Fully Interlocking", *Times Literary Supplement*, 28 de julio de 1985.

confianza, buena voluntad y reciprocidad han jugado un papel esencial en el desarrollo económico de esas naciones.⁴¹

LA TERCERA VÍA DE MANDEL

Mandel también se refiere a estas relaciones. Las llama "cooperación informal objetiva" y en forma semejante a Okun, subraya el valor de la continuidad en las relaciones comprador vendedor.⁴² Sin embargo, Mandel va más allá del simple reconocimiento de la existencia de ese tipo de relaciones y afirma que éste está reemplazando la relación monetaria y llevando a que los precios sean económicamente irrelevantes. Personalmente no creo que sea así, pero comparto con Mandel y con otros economistas antes mencionados el punto de vista de que existe un tercer tipo de relaciones de coordinación. El problema no es la ausencia de una tercera vía, sino cómo institucionalizarla y cómo asegurar que la cooperación sea verdaderamente libre, un resultado genuino de la confianza y la buena voluntad. Con frecuencia, en una economía capitalista el "apretón de manos invisible" no es más que un falso sinónimo de "torcer el brazo invisiblemente".

Para Mandel, el problema del mercado obedece a que la oferta y la demanda no pueden alcanzar un equilibrio antes de que se asignen recursos para la producción. Considera esencial que el equilibrio entre las preferencias de los consumidores y la asignación de recursos se alcance antes de iniciar la producción. Desde su punto de vista, la ventaja de la planificación es que puede lograr este objetivo, sin que se produzcan desequilibrios entre oferta y demanda. De hecho, el sistema de planificación cumpliría el mismo papel que el subastador walrasiano. Como muchos otros economistas socialistas, Mandel acepta implícitamente que el principio neoclásico de equilibrio general es el objetivo en relación con el cual se debe juzgar el funcionamiento de una economía socialista.⁴³

Las críticas a la economía socialista relacionadas con este planteamiento en gran medida buscan resolver el problema generado por una masa enorme información y una vasta cantidad de decisiones

41 Ver, por ejemplo, R. Dore, "Goodwill and the Spirit of Market Capitalism", *British Journal of Sociology*, v 34, n. 4, 1983.

42 Mandel, *In Defense of Socialist Planning*, 22-23.

43 Este paralelismo entre la economía neoclásica y las teorías económicas de muchos marxistas ortodoxos ha sido señalado por Hodgson, *op. cit.*, 158.

individuales.⁴⁴ La consecuencia de concebir la tarea de coordinar una economía socialista como la búsqueda de un equilibrio *ex ante* es que la información sobre las posibilidades productivas y la demanda de todo tipo de bienes debe reunirse y procesarse en un corto lapso de tiempo, durante la preparación del plan, antes de asignar los recursos e iniciar la producción. La cuestión de cómo procesar simultáneamente una inmensa cantidad de información es el punto de partida de quienes sostienen que la existencia de computadores no ha resuelto el problema de información. Una ventaja del sistema de mercado, comparado con la planificación central, es no tanto la de generar información a bajo costo como la de permitir una relativa autonomía de las decisiones, de modo que sólo debe procesarse una fracción de la información sobre las posibilidades productivas y la demanda en un momento y un lugar determinados.

Aceptando aquel objetivo, la principal preocupación de Mandel es reducir la burocracia y descentralizar la asignación de recursos. Y ello se puede hacer de dos maneras. La responsabilidad de determinar la estructura del plan (qué proporción del Pib se dedica a cada uno de los veinte o treinta sectores claves de producción, qué tasa de crecimiento, qué volumen de recursos se destina a los sectores "no esenciales", qué diferencias salariales se establecen) corresponderá al Congreso anual de Delegados de los Consejos Obreros y Populares. Los planificadores tendrían aún que diseñar un plan más detallado dentro de esta estructura, señalando los recursos disponibles para cada rama de la producción mediante tablas insumo producto. Pero la asignación de recursos dentro de cada rama de producción sería responsabilidad de organismos autogestionados, los Congresos de Consejos Obreros por rama de producción. La lista detallada de bienes que se deben producir sería el resultado de consultas previas entre los Consejos Obreros y las Conferencias de Consumidores elegidas democráticamente por todos los ciudadanos. Así se eliminaría gran parte de la burocracia de los ministerios centrales de cada sector de la producción.

El papel del dinero, de la compra y de la venta se reduciría a un mínimo. El objetivo de Mandel es terminar con el dinero, la compra y la venta mediante la distribución directa y libre de los bienes necesarios para satisfacer las necesidades básicas: "Es posible reducir el papel del dinero en el conjunto de la economía si los bienes y servicios distribuidos libremente llegan a ser más numerosos que los bienes y servicios que se compran".⁴⁵ La alternativa de Mandel prevé no un

44 Ver Lavoie, *op. cit.*

45 Mandel, *op. cit.*, 17.

proceso diferente de determinación de los precios, sino su abolición. Como Engels, Mandel dice que: "la forma más simple y democrática de adaptar los recursos materiales a las necesidades sociales no es interponer entre ambas la mediación del dinero, sino descubrir las necesidades de la gente, simplemente preguntándole cuáles son".⁴⁶

Sin embargo, si se eliminan los precios, sería imposible llevar a cabo la primera etapa para determinar la estructura del plan. De entrada, el cálculo del Pib sólo es posible si se pueden sumar recursos con una medida homogénea. De hecho, el Pib se calcula usando precios. Mandel no aclara si cree posible utilizar precios de "referencia" para calcularlo. Pero en todo caso la primera etapa requiere usar algún tipo de precios. Se prevé que los hogares tengan alguna capacidad de elección:

"Se presentará a los consumidores varios modelos, por ejemplo distintas modas de zapatos, que podrán probar, criticar y reemplazar por otros. Los principales instrumentos para hacer estas pruebas serán las salas de exhibición y los catálogos publicitarios. Estos últimos pueden cumplir el papel de un referéndum: por ejemplo, los consumidores con derecho a seis pares de zapatos al año podrían marcar allí los seis modelos que prefieren entre una lista de cien o doscientas opciones. El número de modelos que se van a producir se determinaría por el resultado del referéndum, con mecanismos correctivos postproducción que reflejen las críticas subsiguientes de los consumidores".⁴⁷

En una sociedad de este tipo, los hogares tendrían que esforzarse para planificar de antemano sus necesidades y no es claro cómo podrían enfrentar necesidades inesperadas. Una vez se hayan ordenado los productos básicos para el período del plan, ¿qué ocurriría si el tamaño y la composición de los hogares cambia de repente (por ejemplo, con el nacimiento de un nuevo miembro o la muerte de otro) o si cambian las necesidades debido a una enfermedad o un cambio de trabajo o aparecen nuevas necesidades de transporte? Mandel tampoco aclara cuáles serían los "mecanismos de corrección" y cómo funcionarían. Todo ello obedece al sesgo productivista de su enfoque. Mandel se preocupa más por lo que llama "despotismo" de los consumidores sobre los productores que por asegurar una producción que genere eficientemente la variedad apropiada de bienes y servicios, con la calidad y en el momento adecuados. Cree que

"los ciudadanos típicos de un país industrial avanzado no son sólo y

46 Mandel, *op. cit.*, 17.

47 Mandel, *op. cit.*, 28.

principalmente... consumidores. Son ante todo productores. Todavía dedican un promedio de nueve o diez horas al día, cinco días a la semana, a trabajar y desplazarse desde su casa al trabajo y viceversa. Si la mayoría de la gente duerme ocho horas por la noche, quedan seis para toda suerte de actividades, como consumir, divertirse, descansar, mantener relaciones sexuales, relacionarse socialmente".⁴⁸

Parece obvio que el "ciudadano medio" de Mandel sea de hecho un varón adulto. No menciona el trabajo no pagado del hogar, ni concibe el consumo como un proceso de producción del hogar. Incluso en el caso del varón adulto, el argumento de Mandel es falso: poco consuela a un varón el decirle que trabaja en una fábrica de automóviles y cuyo coche se estropea, por un defecto de fabricación, que es ante todo un productor y no un consumidor de coches. El problema es que Mandel comparte con los ejecutivos de marketing la misma concepción abstracta del consumo: algo que hacen los "consumidores". Todos somos usuarios de bienes y servicios. La mayoría de nosotros (salvo cuando niños o estamos enfermos) somos también productores. La tensión inevitable entre nuestras necesidades como consumidores y como productores no se resuelve afirmando que somos "ante todo" productores. Más aún, no es cierto que todos nos consideremos "ante todo" productores: muchas mujeres se consideran como esposas y madres con responsabilidades en el hogar al mismo tiempo que como trabajadoras, y muchas no forman parte de la fuerza de trabajo asalariada durante períodos significativos de su vida adulta. En el contexto de una distribución muy desigual de tareas hogareñas entre el hombre y la mujer, la incapacidad de las unidades productivas para proveer bienes de calidad apropiada supone una serie de cargas especiales para las mujeres. Según Mandel, los efectos adversos de la "libertad de los consumidores": desempleo, aceleración de los ritmos de producción, peligros para la salud, "disciplina autoritaria de los equipos de producción", no nacen de la capacidad de elección del consumidor *per se*, sino de las condiciones generales en las que se ejerce esa capacidad de elección.

No es claro cómo los Congresos de Consejos Obreros en cada rama industrial decidirían la asignación de recursos a las empresas. Estos tendrían que realizar de hecho muchas de las tareas que la Urss encomendaba a los Ministerios y enfrentar muchos problemas similares. Mandel tiende a pasar por alto estos problemas, invocando a los "organismos autogestionados"; afirmando, por ejemplo, que "una

48 Mandel, *op. cit.*, 21.

fuerza de trabajo autogestionada no tendría interés en ocultar los datos". Pero una unidad autogestionada particular podría, de hecho, ocultar los datos al Congreso de Consejos Obreros si con ello obtuviera una reducción del trabajo asignado o un aumento en los insumos asignados. En este caso, la autogestión significaría que toda la fuerza de trabajo de una empresa, y no sólo sus administradores, tendría mucho que ganar con la desinformación. La autogestión por sí misma no superaría las divisiones entre diferentes grupos autogestionados. Mandel ofrece pocos indicios sobre la forma de organizar las unidades autogestionadas: la autogestión funcionaría como una especie de *deus ex machina* para desplazar a la burocracia.

UNA ECONOMÍA DE LA REPETICIÓN

En el esquema económico de Mandel hay poco sitio para lo inesperado, y por ello tiende a simplificar las tareas que corresponderían a la "autogestión articulada". Se subraya la existencia de procesos casi automáticos y rutinarios: "Así es como hoy ocurren la mayoría de los negocios en los países capitalistas y socialistas: con base en hábitos, costumbres, rutinas y en la cooperación natural que nace del conocimiento mutuo y de la previsión de los resultados".⁴⁹ Este supuesto de una economía de la repetición casi diluye del todo el problema de la coordinación. Se trata de un supuesto clave para apoyar su énfasis en la conveniencia de lograr un equilibrio *ex ante* y su creencia en que el dinero y los precios pueden y deben ser eliminados, y dejen de jugar un papel importante en el proceso de coordinación. El supuesto de una economía que no requiere procesos de ajuste se refuerza con una concepción muy simplificada de sus necesidades. Mandel parte de la existencia, generalmente aceptada, de una jerarquía de necesidades para suponer que los planificadores pueden conocer de antemano la combinación de bienes necesarios para satisfacer las necesidades humanas y que ésta es independiente de los precios. Pero el hecho de que comer, beber, vestirse y alojarse sean necesidades fundamentales no implica conocer qué tipo de bebidas, comidas, vestidos y alojamientos quiere la gente. Mandel piensa que para conocer estos detalles podemos extrapolar las tendencias actuales de las ventas de comida, bebida, ropa y vivienda. Pero estas tendencias están determinadas por los precios relativos y la distribución del ingreso (y por las relaciones de poder subyacentes) tanto como por las necesidades. Si cambian los precios relativos y la distribución de ingresos, las tenden-

49 Mandel, *op. cit.*, 23.

cias de consumo pueden variar en forma considerable. La gente no decide qué y cuánto comprar, aun en el caso del pan, independientemente de su precio. Mandel considera que los precios no son importantes a la hora de determinar lo que la gente compra porque malinterpreta la importancia de los mercados de "precios fijos" y la incapacidad de los consumidores para responder a pequeños cambios de precio. Este fenómeno no significa que la asignación de recursos no se guíe por los precios. Por el contrario, significa que las empresas comparan los costos de reajustes frecuentes en los precios con los beneficios que obtendrían, y sólo cambian su lista de precios cuando los costos de producción exceden cierto límite. Los precios que fijan están limitados por la demanda de los consumidores. En forma similar, los consumidores también comparan los costos y los beneficios de buscar bienes más baratos.

Los precios en la mayoría de los mercados no son flexibles debido a los costos de venta en condiciones de información limitada y también, a que compradores y vendedores valoran la continuidad de sus relaciones. Por ello, a corto plazo la producción se orienta por señales cuantitativas. Lo que no significa que los precios sean innecesarios, porque son un determinante esencial de la rentabilidad y ésta guía las decisiones de inversión. Incluso a corto plazo, los fenómenos que menciona Mandel indican no que los precios no sean importantes sino que en la mayoría de las transacciones lo que importa es el precio normativo. Si una empresa intenta aumentar sus beneficios elevando los precios muy por encima de lo "normal", pronto perderá a sus clientes. Siguiendo su supuesto de una economía estática, Mandel asume implícitamente la estabilidad de los precios relativos "normativos", excepto en el caso de una situación de catástrofe económica. Ignora, así, los efectos del cambio tecnológico: hace treinta años, en Europa los precios relativos de los televisores eran altos y se consideraban un artículo de lujo. En términos relativos, hoy los precios son mucho más bajos y los televisores se consideran una necesidad básica, tanto por la opinión pública como por los investigadores sociales, para quienes el hecho de poseerlos o no es un indicador de pobreza.

Mandel afirma que "es mucho menos costoso y más razonable satisfacer las necesidades básicas mediante la distribución o redistribución directa de los recursos existentes que con la asignación indirecta, a través del dinero, en el mercado".⁵⁰ Pero debe señalarse que todos sus ejemplos se refieren a circunstancias extremas: el Chile de Pinochet, la

50 Mandel, *op. cit.*, 20.

hambruna del Sahel, las epidemias en Bangladesh. Todos coincidiríamos en que en circunstancias semejantes la política más efectiva es, sin duda, la distribución directa y gratuita de comida. Pero ¿las medidas de emergencia para ayudar en situaciones de desastre, con una distribución de ingresos muy desigual y la propiedad privada de los principales recursos, son realmente las mismas que se requieren para hacer funcionar una economía socialista donde los principales recursos son de propiedad social y la distribución de ingresos es relativamente igualitaria? Mandel no puede hacer la distinción entre los efectos del capitalismo y los del mecanismo de precios.

En algunos casos puede defenderse la distribución gratuita directa de ciertos bienes, como la atención sanitaria y la educación, debido a ciertas características de estos bienes. Lo importante no es que satisfacen necesidades básicas sino el tipo de interdependencias que exige su producción y uso. Mandel no se apoya en razones de este tipo, sino que considera deseable en sí misma la eliminación del dinero y de los precios. Y esto lo lleva a proponer algunas extrañas sugerencias, como la de una partida social que podría tomar la forma de "una ampliación determinada del período de vacaciones y viajes para todos (si ésta fuera la opción mayoritaria)".⁵¹ Pero ¿qué clase de beneficio sería éste para la minoría que prefiera quedarse en casa? ¿Por qué no distribuir esa partida social en dinero, para que cada cual pueda gastarlo según sus preferencias?

La cuestión básica es que el dinero y los precios permiten considerar diferentes alternativas, desde qué porcentaje del producto nacional debe dedicarse a servicios de salud hasta qué bienes debemos comprar para satisfacer nuestras necesidades individuales. Los precios no son la única información necesaria para poder elegir entre dos alternativas, pero es una información imprescindible.

La aversión de Mandel al dinero y a los precios quizás surge de creer que se trata de formas capitalistas sin remisión posible. Este es el punto de vista de la escuela austríaca y el fundamento de su creencia en la imposibilidad de que una economía socialista funcione bien. Tal vez Mandel y otros marxistas contrarios a los precios podrían compartir esta afirmación de Lavoie: "los precios son un reflejo de lo que para Marx son las contradicciones del capitalismo: una guía organizativa y racionalizadora de las decisiones en la producción y al mismo tiempo un reflejo de las relaciones sociales antagónicas entre compra-

51 Mandel, *op. cit.*, 35.

dores y vendedores". Pero mi propia conclusión es que los precios y el socialismo no son incompatibles, sino que las relaciones sociales existentes entre compradores y vendedores deben cambiarse para que no sean antagónicas. El proceso de formación de precios debe ser un proceso público que no esté controlado por las empresas. Y la información debe compartirse, con unas relaciones de confianza, reciprocidad y buena fe que delimiten el funcionamiento del mercado, en vez de estar subordinadas a éste.