

NOTAS SOBRE LA CUESTIÓN DEL MERCADO



Luis Cruz Salas

Archivos Internet Salvador Allende

NOTAS SOBRE LA CUESTIÓN DEL MERCADO*

Luis Cruz Salas

El presente texto tiene por objeto contribuir a la discusión actual sobre el tema del mercado en los medios socialistas. De ahí que sólo se limite a acercarse a las distintas ideologías que hoy en día intentan justificar la preeminencia que otorgan al mercado. Se espera en una etapa posterior desarrollar una crítica en profundidad a dichas concepciones. Como sólo constituye un mero intento por responder a los distintos aspectos abordados en dicha discusión adopta la forma de notas.

En la actual discusión sobre el tema, hay quienes estiman que el máximo de felicidad y de bienestar posibles para el mayor número posible de seres humanos se puede obtener a través del mercado. Otros, por el contrario, estiman que es sólo a través de una acción decidida del Estado que se puede obtener los mismos objetivos. En los dos casos, el sujeto social preponderante es una potencia que aparece como externa y superior a los individuos concretos o al género humano mismo. En ninguno de los dos casos se piensa en la posibilidad que sean los seres humanos mismos los que tomen en sus manos las decisiones que les conciernen sin la mediación del dinero o de las tecno-burocracias. La cuestión de la democracia y de la política desaparecen en ambas visiones. El “vivir-juntos” aparece determinado sea sólo por la economía sea por una voluntad omnipotente que todo lo regula y controla. En estos enfoques, las luchas que se libran por la libertad y la igualdad (la “igualdad”) no parecen tener ninguna significación. En nuestra perspectiva, por el contrario, son los combates en contra de la explotación y de la dominación los que determinan los cambios en los discursos y en las políticas de los distintos actores y, por supuesto, los cambios y mutaciones de estos mismos actores. La preeminencia del discurso del mercado es el resultado de la instalación de un nuevo modo de acumulación en los años setenta, modo de producción que es resultado a su vez de las batallas anti-sistémicas que se libran sobre todo en los años 60. Son estas las que obligan al capital mundial – que hace entonces frente a un nuevo momento de baja de la tasa de beneficio – a entrar en un proceso de reestructuración que implicó al mismo tiempo la desestructuración de las clases trabajadoras.

La entrada de la economía mundial en los años 70 en una nueva fase descendente del ciclo largo se vio acompañada por la reaparición de políticas económicas de corte neoliberal, políticas que progresivamente devienen hegemónicas en distintas latitudes. En efecto, en los años en cuestión, frente a la caída de la tasa de ganancia, el capital responde, entre otras medidas y como históricamente siempre lo ha hecho en situaciones semejantes, con el aumento del grado de explotación del trabajo (mediante la prolongación de la jornada de trabajo y mediante la intensificación del trabajo mismo), con la reducción del salario por debajo de su valor, con el aumento de la sobrepoblación relativa (léase cesantía), con el abaratamiento de los elementos que forman el capital constante (máquinas, edificios, etc.), con el desarrollo del comercio exterior¹ etc.

Estas medidas tienen que ver con la gestión estatal de la fuerza de trabajo (POM y PEHJ en Chile por ejemplo), con la privatización de vastas ramas del sector público, con la desregulación de las relaciones del trabajo así como con el problema de libre comercio/proteccionismo. Todo esto se presenta como política neoliberal cuyo eje consiste en adjudicar al mercado el rol de motor fundamental del proceso de producción y reproducción económicas: todo debe ser privado (por tanto, todo lo que no lo es todavía, debe ser privatizado), sin que exista regulación estatal de ningún orden. El agente fundamental del desarrollo es la empresa privada y el Estado debe limitarse a intervenir sólo cuando una de las partes no

* El texto que aquí presentamos constituye una versión corregida y aumentada de la original presentada para la discusión sobre el tema en el núcleo “Manuel Cantú” en julio de 1996.

¹ Cf. Marx, 1966, III, Cap. XVI

cumpla lo pactado.

En el discurso neoliberal el tema del mercado pasa a ocupar el lugar central, no sólo como arma de batalla en contra de la "planificación central" de los capitalismos burocráticos del Este sino que también en contra del keynesianismo y cualquiera otra forma de "intervencionismo" estatal de los capitalismos del Oeste. Sin embargo, más allá del enemigo "estatal", el problema central para el neoliberalismo es cómo evitar la posibilidad de la emergencia obrera y el reconocimiento del carácter social del trabajador colectivo como posibilidad de poder. El discurso neoliberal es la expresión teórica del antagonismo capitalista con los niveles de lucha alcanzados por los distintos segmentos del proletariado mundial en los años 60. Su problema teórico central es sobre qué fundamentos elaborar una política eficaz que permita prevenir toda posibilidad de masificación, generalización, politización y radicalización de las luchas obreras y populares como las vividas en la década en cuestión². El discurso neoliberal permite elaborar una nueva utopía basada en el dominio irrestricto de las relaciones económicas de mercado y en la consecuente despolitización y neutralización generales³.

En las líneas que siguen se analizará brevemente, en forma crítica, la temática del mercado como parte del discurso neoliberal. Se precisa que se trata de un discurso, es decir, de un conjunto de enunciados destinados a condicionar actitudes, a inducir formas de pensar y de sentir entre los receptores. Se trata así, más que de enunciados de realidad, de proposiciones de carácter ideológico, destinadas a producir determinados efectos sociales. Ello no significa que ese discurso no contenga elementos de verdad, sino que el aspecto dominante está constituido por los efectos sociales que se pretenden obtener. Previo al análisis del discurso neoliberal, es preciso examinar desde un punto de vista conceptual e histórico tres nociones relativas al tema: el mercado propiamente tal, la economía de mercado y la sociedad de mercado. Se verá en seguida la relación entre la forma-empresa y el mercado.

I EL MERCADO

1. Don, Intercambio y Mercado

En todo grupo social el conjunto de relaciones implican el dar y el recibir, sea por parte de un individuo al grupo o de este al individuo o entre los componentes del grupo entre sí. Este "intercambio" puede ser gratuito: un hijo no paga a su madre por el cariño que esta le da. Es el don, que se da y se recibe como el alimento, como el cariño, como la naturaleza toda. En la mayoría de las sociedades llamadas "primitivas" lo que predomina es el dar y el recibir gratuitos. Es el obsequio, el presente, el regalo, la ofrenda o el homenaje lo que domina. El dar y el recibir hacen parte orgánica del conjunto de relaciones sociales y no constituye una esfera de actividades separadas del resto.

En tales condiciones mal se puede identificar esta forma de intercambio "natural" con el mercado, con los negocios, con la productividad. Todos los seres vivientes intercambian energía con su medio, pero no se puede sostener que entre un pez y el agua en que vive hay "mercado" o "intercambio de valores". Estas dos nociones designan algo realizado por seres humanos en determinadas condiciones históricas. Es por ello que la noción de mercado debe ser especificada social e históricamente, lo que implica detenerse en los supuestos lógicos del mercado.

De la producción al intercambio

En primera instancia, aparece como obvio que antes que algo pueda ser intercambiado, ha tenido que ser producido. No hay intercambio si no hay producción de lo que se intercambia. La producción implica un proceso de trabajo, entendido

² Sobre este punto y para el caso de Chile un resumen se encuentra en Cruz, Luis "Estado, partidos políticos y movimiento obrero" en Vitale, Luis y otros *Para recuperar la memoria histórica* Santiago de Chile: CESOC, 1999.-

³ Cf. Schmitt, pp. 133-154

éste como la actividad racional de transformación de una materia (bruta o prima) determinada en un valor de uso determinado, utilizando medios de trabajo determinados y un modo de hacer más o menos específico⁴. Esta definición, al centrarse en la relación entre el trabajador y la naturaleza, en los elementos simples y abstractos del proceso de trabajo – es decir, en aquellos aspectos comunes a todas las formas sociales por igual –, no considera la relación del trabajador con otros trabajadores y por tanto no es suficiente (aunque sí necesaria) para entender el problema del intercambio que justamente debe considerar dicha relación. El concepto de producción – que incluye el proceso de trabajo – permite situarse en este nivel de socialización y por tanto de mayor concreción.

La producción es siempre concreta, no hay ni producción en general, ni producción general. Está histórica y socialmente determinada. *"Toda producción es apropiación de la naturaleza por el individuo en el seno y por intermedio de una forma de sociedad determinada"*⁵. En sus actividades productivas los seres humanos establecen determinadas relaciones entre sí, relaciones que varían en el tiempo y en el espacio. Estas formas de relación son no sólo "materiales" sino que también simbólicas. Las relaciones de producción no son sólo económicas sino que también políticas y culturales al mismo tiempo. No existen relaciones puramente "económicas" que no sean al mismo tiempo sociales en su sentido amplio, que no comprendan al mismo tiempo relaciones de poder y dominación y que no sean pensadas de alguna manera, pensamiento que a su vez es expresado a través del lenguaje. Las categorías expresan esas relaciones.

De ahí entonces, que un determinado modo de producir sea consubstancial a un modo de comportamiento social: *"Toda forma de producción engendra sus propias instituciones jurídicas, su propia forma de gobierno, etc."*⁶. Estos fenómenos constituyen un todo orgánico, en que el todo determina las partes y las partes el todo, aunque no necesariamente de manera homogénea y coetánea, sino que de manera desigual y combinada.

De la misma manera, la producción hace un todo orgánico con el consumo, la distribución y el intercambio, pero el momento determinante es la producción. Es el modo de producir lo que determina el modo de intercambiar.

Puede acotarse al pasar que la producción privada implica la división del trabajo. Se entiende por división del trabajo la repartición más o menos permanente de tareas entre los distintos componentes de un colectivo. La división del trabajo puede presentarse como "espontánea" o como "deliberada", como "vertical" u "horizontal", etc. Existen diferentes formas de la división del trabajo: División del trabajo en el taller o "división técnica" del trabajo, división por géneros (la llamada "división sexual del trabajo"), división entre trabajo privado "doméstico" y trabajo (público) social, división internacional del trabajo, división del trabajo social en ramas y sectores (división sectorial del trabajo), separación del trabajo de dirección del de ejecución, separación del trabajo "intelectual" del trabajo "manual", separación entre "los-que-saben" de "los-que-no-saben", etc. De esta manera, el intercambio privado (entre "privados") es sólo posible en una sociedad en que existe división del trabajo. En las sociedades llamadas "primitivas" no hay división del trabajo y por tanto no hay intercambio en su seno.

Esto conduce a considerar otro aspecto del proceso económico: la distribución. En primera instancia, la distribución es el momento en que se determina la proporción en que los agentes de la producción participan de lo producido. El capital, como agente de la producción, aparece al nivel de la distribución como interés y ganancia, mientras que el trabajo como agente de la producción aparece como trabajo asalariado o simplemente como salario. Los modos y relaciones de distribución aparecen sólo como el reverso de los agentes de la producción. La organización de la distribución está totalmente determinada por la organización de la producción. *"La distribución es ella misma un producto de la producción, no sólo en lo que se refiere al objeto - solamente pueden distribuirse los resultados de la producción -, sino también en lo que se refiere a la forma, ya que el modo determinado de participación en la producción determina las*

⁴ Marx, K. 1966: I, 136

⁵ Marx, Karl 1971:8

⁶ *Ibíd.*

*formas particulares de la distribución, el modo bajo el cual se participa en la distribución*⁷.

Se debe considerar, sin embargo, que antes de ser distribución de los productos, la distribución es "1) *distribución de los instrumentos de producción*; 2) *distribución de los miembros de la sociedad entre las distintas ramas de la producción (...)* La distribución de los productos es manifiestamente sólo un resultado de esta distribución que se halla incluida en el proceso mismo de producción y determina la organización de la producción"⁸. Así, en una sociedad de clases, hay unos a los que les "han tocado" medios de producción y a otros no. Unos "han sido distribuidos" en unas ramas de la producción y otros en otras. Es esta "distribución" de los medios de producción y de los agentes de la producción en las distintas ramas de la producción la que determina la distribución de los productos. Son las relaciones de producción las que determinan las relaciones de distribución.

Volviendo al intercambio se puede anotar lo que sigue. Es la producción la que proporciona al intercambio el objeto a ser intercambiado. Si no hay nada que intercambiar, no hay intercambio. Sin producción no hay mercado.

Por otra parte, es la forma de producir, el tipo de relaciones de producción, lo que determina el tipo de intercambio. A una producción colectiva corresponde un tipo de intercambio colectivo (en estricto rigor, no hay intercambio: Hay transferencia de un sector a otro, de un individuo a otro o de la comunidad al individuo y viceversa). A una producción privada (es decir, efectuada por agentes que actúan como propietarios privados) corresponde el intercambio privado. De esta manera, "la intensidad del cambio, lo mismo que su extensión y su índole, están determinados por el desarrollo y la organización de la producción"⁹.

El intercambio, por su lado, es un momento mediador entre la producción y la distribución por una parte y el consumo por otro. En condiciones de producción privada, de división del trabajo, el cambio es condición de la producción en la medida en que aporta medios de trabajo producidos en otras ramas de la producción y recursos humanos "producidos" en otras esferas que la directamente productiva. Constituye así un momento de la producción y en tal medida determina a su vez a la producción, pero de manera unilateral. Así, por ejemplo, cuando el mercado se extiende, la producción amplía su ámbito y se subdivide más en profundidad¹⁰. El desarrollo del intercambio acelera o frena el desarrollo de la producción, pero no determina el proceso global ya que mientras la circulación permite la reproducción del proceso de producción, de todas maneras el proceso económico recomienza sólo a partir de la producción. Es por ello que se habla del carácter orgánico del proceso en su conjunto y de la necesaria correspondencia de los distintos momentos y aspectos que lo conforman. Así, mal se puede pensar en una producción privada y en un intercambio colectivo. Sería un obstáculo a la producción tal como históricamente esta se da. Luego es inoficioso pensar en una modificación o transformación de las relaciones de intercambio si no se piensa al mismo tiempo en una transformación de las relaciones de producción y de distribución. No hay por tanto posibilidades reales y efectivas de control democrático sobre el mercado si al mismo tiempo no hay control democrático sobre la producción. Es por esto que la crítica debe centrarse en el modo de producir más que en el modo de intercambiar. Este último puede ser el punto de partida de la crítica, pero se debe profundizar hacia el elemento determinante, el modo de producir.

El intercambio aparece así estrechamente ligado a la producción de bienes y servicios, es decir, de aquellas cosas aptas a satisfacer necesidades humanas, de cualquier clase que ellas sean, pero 1° deben ser producidas, es decir, hechas por el ser humano y 2° producidas para otros. Decir producidas significa que son el producto de un trabajo humano. El aire es útil al ser humano pero no es producto del trabajo humano: No se vende ni se compra (por lo menos hasta ahora). No es mercancía – salvo cuando es comprimido, es decir, cuando es producido. Pero no todo producto del trabajo humano es

⁷ Marx, 1971:16

⁸ *Ibíd.* p. 17

⁹ *Ibíd.* p. 20

¹⁰ *Ibíd.* p. 20

mercancía, es decir, bien transable: si preparo mi comida, esta tiene un valor de uso para mí, me es útil, pero no es mercancía. Si la produzco para otros, si tiene un valor de uso social, entonces es una mercancía, un bien que es tal en y por la relación de intercambio. En la relación de intercambio de mercancías se hace abstracción de su utilidad. Un valor de uso, siempre y cuando se presente en la proporción adecuada, vale exactamente lo mismo que otro. Luego, lo que en estricto rigor se intercambia en el mercado no son las utilidades respectivas de las mercancías en cuestión sino que, como se verá más adelante, el trabajo desplegado en la producción de bienes intercambiados.

Las formas de la transferencia y del intercambio de bienes.

En lo que respecta a la producción de medios materiales, si se examina las sociedades primitivas se constata que lo que se produce sea es consumido en forma inmediata sea es utilizado para sembrar o para ser almacenado. Cuando se producen excedentes es para ser dados como presente a otro grupo o para ser ofrendado a los dioses. No se produce para intercambiar unos productos por otros. Lo que caracteriza a toda comunidad, entre otras cosas, es justamente el que no exista en su seno un intercambio en sentido económico. Los bienes producidos no son mercancías. Esto es lo que ha dominado en el período llamado "prehistórico" (por lo menos durante cerca de 600 000 años y probablemente en todo el largo proceso de hominización comenzado hace tres millones de años) y en gran parte de lo que podría ser denominado las periferias del "mundo civilizado" (que varían de acuerdo a las regiones hasta un tanto entrado el siglo XX) y en algunas de las actuales "culturas primitivas" (Africa Central y del Sur, Amazonía, Oceanía, etc.).

Otra situación es la relativa a la existencia de intercambio, incluso a larga distancia, obedeciendo a una lógica del desinterés y de la reciprocidad, que no puede reducirse ni al simple cálculo de utilidades ni al de los tiempos de trabajo. Se trata en general de transacciones excepcionales de bienes de lujo y de prestigio.

Una forma simple de intercambio es el trueque, por el cual un producto es cambiado por otro. Por su carácter mismo es bastante poco frecuente. Primero, porque debe producirse el encuentro entre A, que posee algo que dar a cambio, y B que desea lo que tiene A y que a su vez tiene algo que A desea adquirir. Segundo, porque ambos productos deben ser del mismo valor, es decir deben ser el resultado de un tiempo de trabajo similar. En tercer lugar, deben responder a deseos iguales e inversos.

El comercio, como forma más desarrollada del intercambio, sólo surge cuando se producen bienes con la intención expresa de intercambiar unos productos por otros. Es decir, tiene que haber un acto de intercambio entre dos sujetos distintos: un comprador y un vendedor. Cada uno de ellos es a la vez el contrario del otro: Quien compra al mismo tiempo vende y quien vende, compra.

Para que haya comercio, lo que el grupo produce debe no sólo permitir su sobrevivencia sino que además generar excedentes destinados a ser cambiados por otros productos. Esos objetos, como tales, son objetos ajenos al ser humano y por tanto son enajenables. *"Para que esta enajenación sea recíproca, basta con que los hombres se consideren tácitamente propietarios privados de esos objetos enajenables, enfrentándose de ese modo como personas independientes las unas de las otras... Esta relación de mutua independencia no se da entre los miembros de las comunidades naturales y primitivas, ya revistan la forma de una familia patriarcal, la de un antiguo municipio indio, la de un estado inca. El intercambio de mercancías comienza allí donde termina la comunidad, allí donde ésta entra en contacto con otras comunidades o con los miembros de otras comunidades. Y tan pronto como las cosas adquieren carácter de mercancías en las relaciones de la comunidad con el exterior, este carácter se adhiere a ellas también, de rechazo en la vida interior de la comunidad"*¹¹. El intercambio de mercancías no ha existido siempre en la historia de la humanidad.

¹¹ Marx, K. 1966:T. I, L. I, Cap. II, p. 51

Se habla de comercio cuando hay intercambios generalizados, es decir, cuando se cambia no sólo un producto por otro, sino que una multiplicidad de productos. Para que el cambio se produzca, los productos deben ser comparados los unos con los otros, su valor debe ser determinado. El valor de un producto es la cantidad de trabajo invertido en su producción.

En el intercambio generalizado, el valor de un bien A se mide no sólo por el valor de otro bien B, sino que por un bien Z que mide a A y a B. Es decir, tiene que haber un equivalente general, una mercancía que funciona como equivalente a todas las otras. Esta mercancía es el dinero. Este permite expresar el valor de un bien en una forma general, equivalente a sí misma (un kg. de pan vale \$ 600 y \$600 vale \$ 600, no se remite a otro valor, por tanto, el dinero es igual a sí mismo). El precio es, a grosso modo, la expresión monetaria del valor.

En su forma material, el dinero se presenta como moneda (conchas en algunos pueblos, trozos de metal en otros, pasando por las monedas de oro, de cobre y por los billetes hasta llegar al "dinero plástico" de nuestros días). De esta manera, para que se pueda hablar de comercio debe existir dinero. De ahí, entonces que, en términos estrictos, no se pueda hablar de mercado antes de la aparición de la moneda (más o menos 6 000 años a. n. e.). La moneda es lo que permite descomponer el intercambio en compra y venta, operación en la que el comprador cambia su dinero por una mercancía y en que el vendedor se desprende de su producto por dinero.

El comercio, por tanto, no ha existido ni siempre ni en todos los lugares¹² y, contrariamente a lo que sostienen algunos teóricos del neoliberalismo, el comercio no es algo consubstancial al ser humano¹³. Es un tipo de relaciones históricamente datadas y socialmente situadas. Si no siempre ha existido comercio tampoco ha existido mercado.

La existencia del comercio no implica que exista una economía de mercado. Examínense las siguientes situaciones.

La primera es la que el historiador Karl Polanyi llama "comercio administrado" que es una forma de intercambio de bienes de lujo y/o de prestigio. Los precios son fijados por el Estado, sin variación al menos por un cierto período y los agentes del intercambio no son mercaderes sino que funcionarios, los que no buscan un beneficio económico sino que una promoción. En este tipo de intercambio existe comercio pero no economía de mercado.

Una segunda situación tiene que ver con la antigua distinción entre intercambio interno a la comunidad, en manos de los "comerciantes" y el comercio a larga distancia, en manos de los "negociantes"¹⁴. El mercado aquí es el lugar donde se producen los intercambios locales. Lo único comparable en el momento actual sería una feria de barrio o de pueblo. Las transacciones son modestas. Cabe notar en todo caso que, durante siglos, los precios de los mercados locales estuvieron fijados de antemano por las autoridades locales las que procuraban que no subieran. En el comercio a larga distancia la situación es diferente. El prototipo es un puerto comercial: es el tipo de lugar del gran comercio y de los intercambios internacionales. En este caso, las transacciones son de grandes dimensiones. Las grandes ciudades comerciales (Venecia, Amsterdam en el siglo XVII, por ejemplo) están volcadas hacia el exterior y su preocupación no es mercantilizar el campo. Sus clientes son gente adinerada.

2. Del mercado a la economía de mercado

Es a partir del comercio a larga distancia que se desarrolla el mercado y la economía de mercado. Ello es producto de un largo proceso. Así, según el historiador francés F. Braudel, el intercambio entre 1400 y 1800 es bastante imperfecto. No toda la producción es destinada al consumo externo, "*una enorme parte de la producción se pierde en el autoconsumo,*

¹² Cf. Gide, [1912]:244

¹³ Para el liberalismo clásico, el comercio tiene virtudes civilizadoras, pero no define al ser humano. Así, para A. Ferguson, es el desarrollo del comercio lo que habría permitido el paso de la sociedad guerrera tradicional a la sociedad civil moderna (*Essay on the History of Civil Society*, 1767). Benjamin Constant por su parte, ve en el comercio el sustrato de la libertad de los modernos (*De la liberté chez les Modernes*, 1819)

¹⁴ Una mención al respecto se encuentra ya en *La República* de Platón

de la familia o de la aldea, sin entrar en el circuito del mercado"¹⁵. De esta manera, la economía de mercado es en Europa, hasta el siglo XVIII, minoritaria. Sin embargo, constituye el sector más dinámico de la economía: "*el mercado es el lazo, el motor, la zona estrecha pero viva donde brotan las incitaciones, las fuerzas vivas, las iniciativas, las tomas múltiples de conciencia, los crecimientos y los progresos*"¹⁶.

La economía de mercado está volcada al exterior. Surge como economía mundial desde sus comienzos. Entre los siglos XV y XVIII, los precios suben o bajan en cadena, en Europa, Japón, China, India, los países islámicos, en América española, etc., lo que muestra la interrelación económica que se ha producido. Cabe anotar que las mercancías que circulan son principalmente metales preciosos. Es entonces que se puede hablar propiamente de mercado mundial, como sistema de intercambios generalizados por sobre los límites que imponen las fronteras nacionales. El mercado, tal como se entiende hoy, se desarrolla a partir del mercado mundial.

Es a partir de aquí que surge la economía capitalista moderna. "*La circulación de mercancías es el punto de arranque del capital. La producción de mercancías y su circulación desarrollada, o sea, el comercio, forman las premisas históricas en que surge el capital. La biografía moderna del capital comienza en el siglo XVI, con el comercio y el mercado mundiales*"¹⁷. El capitalismo surge ligado al "comercio de lejos" ("de exportación-importación"), que se encuentra en manos de los grandes "negociantes".

Desde esa época se constata ya que los precios de mercado son fijados arbitrariamente por los monopolios. Se muestra asimismo que el mercado no asegura de manera perfecta la ligazón entre la producción y el consumo. El lazo entre uno y otro es, como lo señala Braudel, parcial.

La especialización, la división del trabajo se acentúa rápidamente a medida que la economía de mercado progresa, afecta a toda la sociedad mercantil salvo a su cima, a los negociantes capitalistas. Es en la base que hay especialización y no en la alto de la pirámide, puesto que el comerciante de alto vuelo no se limita jamás a una sola actividad: es negociante, pero jamás en una sola rama y es también, según la ocasión, armador, asegurador, prestamista, financista, banquero o incluso empresario industrial o explotante agrícola. De esta manera, al dividir sus actividades entre diversos sectores puede limitar sus riesgos. Braudel avanza además dos razones para ello:

1ª Ninguna rama es suficientemente bien alimentada para absorber toda la actividad del capital: Hay capitales que buscan inútilmente dónde ser invertidos

2º Si el gran comerciante cambia frecuentemente de actividad es porque el gran beneficio cambia también de sector. Tiene gran facilidad de adaptación y de reconversión.

Una sola especialización, en todo caso, se ha manifestado históricamente: el comercio del dinero, pero su éxito jamás ha sido de larga duración.

El mercado, en su sentido moderno, no surge sino que cuando se estructura como mercado nacional, articulado en todo el territorio dominado por un Estado. Las relaciones internas a cada comunidad se organizan progresivamente siguiendo el modelo del comercio internacional, a partir de relaciones impersonales. Se crean asimismo y de manera progresiva, relaciones comerciales entre el comercio de larga distancia y el comercio local. Esta situación aparece históricamente datada a partir del siglo XVI. El mercado nacional es una extensión del mercado mundial y existe en la medida en que existe éste.

¹⁵ Braudel, 1985:22

¹⁶ Ídem

¹⁷ Marx, op. cit. T. I, L. I, Cap. IV, p. 103

La categoría de mercado permite expresar una forma específica de relaciones de intercambio en que los compradores se relacionan con los vendedores a través del dinero. Por tanto, no se la encuentra en todas partes; es una categoría particular que corresponde sólo a una fase del desarrollo histórico. Como categoría, su valor está determinado por las prácticas que expresa. De la misma manera que no siempre han existido las relaciones sociales que denominamos mercado tampoco ha existido el concepto que lo designe.

En resumen, para que haya mercado debe haber intercambio de excedentes a través de un equivalente universal: la moneda. El mercado como tal, sólo se desarrolla a partir del mercado mundial. El mercado es el supuesto lógico e histórico del capitalismo. Pero la condición básica para que el mercado se desarrolle en toda su plenitud es que el capitalismo se desarrolle. A partir de un momento determinado, sin mercado no hay capitalismo, como tampoco capitalismo sin mercado. Uno de los temas de discusión es si es posible un capitalismo sin mercado (el caso de los llamados "países socialistas") y otro si es posible un "socialismo de mercado" (también en algunos de los llamados "países socialistas"). En ambos casos, se parte del supuesto de que ambas categorías son autónomas una respecto a la otra, temas ambos que exigirían un análisis más profundo que el que pueda serle destinado en estas líneas.

El mercado en la sociedad moderna

Lo que caracteriza al mercado en la sociedad moderna es que

1° Se universaliza

2° Se extiende a todos los sectores y esferas de la economía

3° Entran en el mercado, de manera generalizada, en calidad de mercancías, la tierra, el dinero y la fuerza de trabajo. Hasta más o menos el siglo XI sólo de manera excepcional la tierra y el dinero son objetos de compraventa. A partir de entonces progresivamente, se transforman en objeto del intercambio mercantil. La extensión de la compraventa de fuerza de trabajo comienza a generalizarse sólo recién a partir de fines del siglo XVIII. En las líneas que siguen, nos detendremos en este último aspecto.

Mercado y trabajo

El trabajo, como tal, es una categoría moderna y los comienzos de su compraventa generalizada data del siglo XVIII. Si bien antes hubo trabajo asalariado, tuvo carácter marginal y/o esporádico.

Lo que distingue a la sociedad capitalista de otras formas de sociedad es que la fuerza de trabajo se convierte en mercancía, es decir, pasa a comprarse y a venderse. Se crea así un mercado de trabajo.

Para el socialismo, el punto esencial de la crítica anticapitalista es que la fuerza de trabajo pasa a ser un medio de la valorización del capital. Mientras el trabajador vende su fuerza de trabajo para satisfacer sus necesidades y las de su familia, el capital compra esa fuerza de trabajo para valorizar el valor, como medio de acrecentar la riqueza. El valor de uso, la mera satisfacción de las necesidades, no puede considerarse jamás como fin directo del capitalista, como lo pretenden los publicistas del régimen burgués. El empresario compra fuerza de trabajo para obtener una plusvalía, en la medida en que la fuerza de trabajo es la única mercancía que, a través de su empleo, permite obtener más valor del inicial. El comercio como tal no añade ningún valor a los productos (se tiende a confundir el comercio con el transporte de mercancías: este sí valoriza el producto al ponerlo al alcance del comprador, operación en la cual se ha invertido trabajo humano). El comercio es siempre cambio de equivalentes. En cambio, es en la producción que se agrega valor, es en ella que el trabajo se materializa, que la actividad humana se objetiva en algo distinto de lo que era inicialmente. Este valor es creado por el consumo por el empresario de la fuerza de trabajo del trabajador.

Se entiende por "*capacidad o fuerza de trabajo el conjunto de las condiciones físicas y espirituales que se dan en la*

corporeidad, en la personalidad viviente de un hombre y que éste pone en acción al producir valores de uso de cualquier clase"¹⁸. Para que esta fuerza de trabajo pueda aparecer en el mercado como una mercancía, debe ser ofrecida y vendida como una mercancía por su propio poseedor, es decir, por la persona a quien pertenece. Es decir, este debe ser libre propietario de su capacidad de trabajo, de su persona. De esta manera, el comprador de la fuerza de trabajo y el vendedor de esta se enfrentan en el mercado como personas jurídicamente iguales. Para que esta situación se mantenga en el tiempo, es necesario que el dueño de la fuerza de trabajo sólo la venda por cierto tiempo, "pues si la vende en bloque y para siempre, lo que hace es venderse a sí mismo, convertirse de libre en esclavo, de poseedor de una mercancía en mercancía"¹⁹. La segunda condición esencial es que el poseedor de la fuerza de trabajo "no pudiendo vender mercancías en que su trabajo se materialice, se vea obligado a vender como una mercancía su propia fuerza de trabajo"²⁰. La mercancía que se vende aquí es la capacidad de trabajo ("saber- hacer", conocimiento, habilidad, capacidad para mantener la atención, voluntad, etc).

La compra se efectúa en torno al valor de la fuerza de trabajo ocupada durante cierto tiempo. "El valor de la fuerza de trabajo, como el de toda otra mercancía, lo determina el tiempo de trabajo necesario para la producción, incluyendo, por tanto, la reproducción de este artículo específico". De esta manera, este valor "es el valor de los medios de vida necesarios para asegurar la subsistencia de su poseedor". El salario es, a grosso modo, pagado de acuerdo a ese valor.

Sin embargo, el consumo por el capitalista de la fuerza de trabajo materializa más valor que el representado por la fuerza de trabajo. Se crea así un plus valor que queda en manos del capitalista. El proceso de consumo de la fuerza de trabajo por el capitalista es, al mismo tiempo, proceso de producción de la mercancía y de la plusvalía. "El consumo de la fuerza de trabajo, al igual que el consumo de cualquier otra mercancía, se opera al margen del mercado o de la órbita de la circulación"²¹. El proceso de consumo de la fuerza de trabajo por el capitalista presenta dos fenómenos característicos:

1º El obrero trabaja bajo el mando del capitalista a quien su fuerza de trabajo pertenece

2º El producto es propiedad del capitalista y no del productor directo, es decir, del obrero²².

La pretendida "colaboración" entre los llamados "factores de la producción" (capital, trabajo, materias primas, etc.) no es tal: la cooperación entre los productores directos se hace bajo la dirección del capitalista, es una forma heterónoma de cooperación. Más aún, el resultado del proceso de trabajo, el producto, es de propiedad del empresario y no de todos los "factores".

Si se considera, por otra parte, que la fuerza de trabajo no se paga nunca hasta que ya ha funcionado durante el plazo señalado en el contrato de compra, queda claro que el comprador la consume antes de pagarla al trabajador. Es este quien le da crédito a su capitalista y no a la inversa.

Como se ve, en el proceso de compraventa de la fuerza de trabajo la desigualdad y la desarmonía son la norma. En todo caso, lo anterior muestra que no es el mercado quien produce riqueza sino que ésta se produce al margen de él, en el seno del proceso de producción, proceso que es al mismo tiempo un proceso de creación de valor.

Notas complementarias

El precio

¹⁸ Marx, op. cit. T. I, L. I, Cap. IV, p. 121

¹⁹ *Ibíd.*

²⁰ *Ibíd.*

²¹ *Ibíd.*, p. 128

²² *Ibíd.* p. 137

Mientras para Marx, en función de su teoría del valor, el precio "*es el nombre en dinero del trabajo materializado en la mercancía*"²³, para la teoría liberal el precio queda determinado por el libre juego de la oferta y la demanda. Sería el juego de preferencias de oferentes y demandantes lo que determinaría el precio. El precio sería así resuelto por el mercado a través de las fluctuaciones de la oferta y la demanda.

La ley de la oferta y la demanda

Esto se expresaría en la ley de la oferta y la demanda: el precio varía en razón directa de la demanda y en razón inversa de la oferta. Así,

A igual oferta y mayor demanda el precio sube
A igual oferta y menor demanda el precio baja
A igual demanda y mayor oferta el precio baja
A igual demanda y menor oferta el precio sube

Esta "ley" tiene algún grado de validez en algunos dominios y en determinadas coyunturas. Existe una serie de factores que limitan su acción: si se trata de un mercado protegido o abierto, si existen acuerdos entre los compradores o entre los vendedores, etc.

Entre las objeciones que se hacen a la validez de esta ley se mencionan:

1º Una reducción de mitad en la cantidad ofrecida no arrastra necesariamente a una duplicación de los precios.

2º Si el aumento de la demanda hace subir el precio, la baja del precio tiende a restringir la oferta

3º Indefinición de la noción de demanda. Por oferta, por lo general se entiende la cantidad de una determinada mercadería existente en el mercado (stock). Por demanda, en general, el sentido es poco claro. La cantidad demandada de un tal o cual producto es indeterminada puesto que depende del precio a que se ofrezca: La demanda de vestones vendidos a \$ 1 000 es ilimitada, pero a \$ 10 000 000 casi nula.

Para evitar esta indeterminación se trabaja con las categorías de demanda potencial y demanda efectiva. La demanda potencial es la necesidad que existe de un determinado bien: por ej. en una población 10. 000 personas necesitan zapatos, sí pueden comprarlos o no es otro problema. La demanda efectiva es la demanda que está respaldada por una cantidad de dinero para comprar: En una misma población de 10 000 personas hay sólo 6 000 que pueden pagar un par de zapatos a un x precio mientras que los otros 4 000 no pueden pagar ese precio.

Ello lleva asimismo a la necesidad de segmentar el mercado: dado que la demanda está determinada por el precio del producto, se ofrece un mismo producto pero con calidades más o menos diferentes a diferentes precios. El qué producir estaría determinado por los consumidores al formular una demanda. Las empresas deberían en tal caso producir de acuerdo a la demanda. Sin embargo, las cosas no suceden así. Gran parte de las observaciones precedentes suelen contradecir los procesos más ocultos pero no por eso menos esenciales de la producción y de la acumulación capitalista. Dichas observaciones no permiten dar cuenta de la acumulación de riquezas en una parte de la sociedad y del empobrecimiento relativo de la otra a partir de un intercambio equitativo.

3. Economía de mercado y sociedad de mercado.

Cuando se asiste a la mercantilización de todos los aspectos de la vida social se puede hablar de "Economía de mercado". Existe así una diferencia entre mercado y economía de mercado. El proceso puede profundizarse más y se puede hablar de "sociedad de mercado", como aquel conjunto de relaciones sociales en que las relaciones económicas pasan a ser

²³ Marx, K, op. cit. T. I, L. I, cap. III, p. 62

dominantes y en que la forma dominante de esas relaciones económicas es la "economía de mercado".

Supone por tanto que todas las actividades sociales

- . pasan a ser consideradas bajo el prisma "económico" y estimadas en función de su costo/beneficio monetario
- . pueden ser consideradas susceptibles de ser compradas/ventas de acuerdo a las leyes del mercado. Es la mercantilización de todas las actividades sociales.

En estas condiciones, el mercado es el proceso por el cual, separados por la doble partición de los productores individuales entre poseedores y no-poseedores de medios de producción, los agentes de la producción capitalista buscan, se imponen y transforman las determinaciones sociales generales de sus actividades a partir del intercambio monetario. El mercado es el medio que permite la redistribución del capital entre los capitalistas y el desarrollo de la competencia entre los trabajadores.

La existencia del mercado presupone la división social del trabajo y la separación de los trabajadores de los medios de producción. Es un procedimiento que, manteniéndose siempre como relación de exterioridad, hace surgir la cohesión social, muestra la interdependencia mutua. Esto se manifiesta en la forma-empresa.

II EMPRESA Y MERCADO

La empresa, al contrario de otras formas de unidad de producción, se caracteriza por producir para la compra/venta. El bien producido es un artículo destinado a ser vendido. Es una mercancía. Pero no basta con que sea un artículo destinado a la compraventa. Debe ser una mercancía cuyo valor cubra y rebase la suma de los valores de las mercancías invertidas en su producción, es decir, de los medios de producción y de la fuerza de trabajo por los que se adelantó dinero en el mercado. A la empresa no le interesa cambiar un producto por otro, le interesa la ganancia. Si se produce un tal o cual producto o servicio lo que se espera es obtener un plus valor. El valor de uso de ese producto o servicio es sólo un soporte para su valor de cambio. La empresa es más que una unidad de procesos de trabajo o de producción, es una unidad de valorización del capital.

Según Max Weber, empresa es un tipo de orientación económica por la ganancia, pero estima que no todo intento de lucro debe ser llamado empresa "sino sólo en cuanto se orienta por el cálculo de capital" (1992:42). Así sólo se fundan "empresas" y se las explotará permanentemente sólo cuando se espere obtener aunque sea el mínimo de interés de capital.

Relaciones de las empresas entre sí

La empresa es una unidad de producción a la vez "dependiente" e "independiente" de las otras. Toda empresa depende de otras unidades de producción en la medida en que necesita medios de producción que vienen de esas otras unidades y en que sus productos están destinados a ser comprados por ellas (y también por los consumidores directos). Hay una interdependencia interna entre todas las empresas. El carácter social de la producción queda expresado en esta interdependencia de las distintas unidades "independientes".

Pero, por otra parte, las distintas empresas funcionan como sujetos autónomos. Cada empresa compra medios de producción a otras o los vende bajo la forma de mercancías de acuerdo a sus propios criterios. Cada empresa compra fuerza de trabajo por la que paga un salario, de acuerdo a sus propias normas, es decir interviene en el mercado de trabajo como sujeto autónomo.

De esta manera, es a través del mercado que las diversas unidades de producción se ponen en relación, relación que se da de un modo solamente externo.

En este sentido, la relación entre las empresas entre sí es de competencia, de lucha por los mercados. Las formas que reviste esta competencia determina el modo de ser de las empresas. En una economía de libre mercado, las mercancías "nacionales" deben competir con las importadas, es decir, la equivalencia debe establecerse con el valor incorporado por trabajadores de otras latitudes. De esta manera, la competencia - o su medición en términos de competitividad - es siempre competencia entre trabajadores sean estos de una misma región, país o de diferentes países. En una economía-mundo mundializada, la competencia es a nivel mundial, entre todos los trabajadores del mundo. Cuando se llama a "mejorar nuestra competitividad como país" en competencia con otros países se oculta el hecho de que es un llamado a la competencia entre trabajadores de distintos países y constituye una forma de amarrar los trabajadores de un determinado país al capital "nacional" respectivo.

Como el valor es determinado a nivel mundial, la empresa debe bajar el valor de la fuerza de trabajo a ese nivel para poder conservar sus márgenes de ganancia. Ello implica adoptar modelos organizativos o tecnológicos que produzcan ese efecto. Se tiende así a generalizar la estrategia y las prácticas empresariales de las industrias líderes en alta tecnología hacia el resto de las empresas que constituyen el andamiaje por la vía del "efecto de demostración laboral" o "mimetismo de patrones de conducta" empresarial. O sea, se pretende establecer modos de organización del trabajo o de relaciones laborales que no necesariamente corresponden a algún cambio tecnológico.

III EL DISCURSO DEL MERCADO

El discurso del mercado se estructura sobre la base de al menos los siguientes aspectos: naturalización del mercado, subjetivación del mercado y sus corolarios: el mercado como motor del desarrollo, el mercado como asignador de recursos, el mercado como productor de armonía social.

1) Naturalización del mercado

La racionalidad del mercado estaría dada por su carácter de "natural", es decir, el mercado es conforme al orden de la naturaleza, propio de la especie humana. El ser humano es un ser del intercambio económico, cuestión desarrollada por Adam Smith, el padre del liberalismo económico. En esta línea de pensamiento se sitúan quienes después de afirmar que, de la misma manera que en la naturaleza existe un intercambio permanente, también existe un intercambio entre los hombres entre sí y que este intercambio es el mercado. El mercado en tales condiciones sería una característica natural del ser humano: este es un ser esencialmente determinado por sus motivaciones económicas, un *homo æconomicus*, racional, egoísta y calculador.

La proposición de la naturalidad es fundamentada en dos aspectos: la eternidad del mercado y su universalidad.

En el discurso neoliberal vulgar, el mercado es eterno: existe desde épocas inmemoriales hasta ahora y seguirá existiendo por los siglos de los siglos. Esta eternidad del mercado demostraría su necesidad: Sin mercado no funciona la sociedad humana. Ello determina la posibilidad: Si es necesario que el mercado exista, es posible que exista. Cuando el mercado no está desarrollado, la sociedad "funciona mal". De ahí el "deseo" de mercado: el hombre aspira siempre al mercado. Los neoliberales cultivados no consideran efectivo tal carácter eterno del mercado, sino que se les aparece como el producto de la evolución social.

En lo que están de acuerdo ambos neoliberales es que el mercado tiene un carácter universal: esto es, se le encontraría en todas las sociedades actuales. Cuando no existe o tiene escaso desarrollo, la sociedad tampoco se desarrolla. En algunas versiones se sostiene que esta necesidad de mercado se manifiesta incluso en el hecho de que el mercado existió también en las sociedades llamadas socialistas. Se cita incluso a Stalin para demostrar su existencia a partir de las afirmaciones de éste en torno a la persistencia de la ley del valor en una economía "socialista".

Como el mercado tiene un carácter universal es universalizable: aparece como la norma a la que deben ajustarse las sociedades “no-actuales”: las sociedades mal llamadas “primitivas” y las sociedades “subdesarrolladas”. Estas deberán someterse a la lógica de mercado en sus relaciones sociales para salir sea de su estado primitivo sea para “desarrollarse”.

2) El mercado como sujeto

Para la ideología del mercado, este es un sujeto activo, provisto de voluntad propia. Tiene eficacia social porque provoca efectos sociales. Sin embargo, el mercado no es una persona, es algo impersonal. ¿Cómo se explica entonces su “personificación”? Según A. Smith, cada individuo actúa en la vida económica movido por su interés particular para obtener ganancias. En tal sentido, su interés choca con el de otro, pero cada uno buscando su propio interés termina por hacer lo que es más conveniente para todos. Se conformaría así una especie de “mano invisible” que guiaría las acciones de todos y de cada uno.

En todo caso, en este tipo de explicación, lo que no queda claro es cómo adaptar una cierta oferta a la demanda. Se puede suponer que el público necesita un tal tipo de bienes: es decir, hay demanda de tal o cual producto. Si un empresario desea obtener utilidades puede ofrecer en el mercado los productos demandados. Al satisfacer su deseo de ganar, el empresario satisface el interés del público. Al satisfacer su interés, el público satisface el del empresario. De esta manera cada uno, movido por su interés particular, al satisfacer el interés del otro, obtiene lo que quiere. El mercado produciría así armonía. El interés general se constituye a partir de la competencia entre intereses particulares. Es por tanto superior a la suma de los intereses particulares.

Por lo mismo, cada uno debe competir con el otro: haciéndolo contribuirá al bienestar general. Para el liberalismo, el Estado no puede intervenir en esta lucha, debiendo limitarse al papel de vigilante (gendarme) para proteger el libre juego de la oferta y la demanda: “dejar hacer, dejar pasar”. A lo más, el Estado debería tomar a su cargo la satisfacción de aquellas necesidades ajenas a la órbita particular como la defensa nacional, la seguridad pública, la justicia.

El mercado representaría así el todo, mientras que los compradores/vendedores representarían sólo partes. Es el todo el que determina la parte de manera independiente y autónoma. El mercado pasa a convertirse en una potencia, en el macrosujeto que manda nuestras vidas. Esta manera de percibir el mercado muestra que su base se encuentra en el fetichismo de la mercancía. Las relaciones entre los hombres en la sociedad de mercado son relaciones entre cosas y las relaciones entre cosas son relaciones personificadas. Estas ocultan las relaciones de poder, las que adquieren un carácter cada vez más impersonal: la subordinación al dinero. La ideología del mercado es la ideología fetichista del mercado²⁴.

Los individuos en esta concepción aparecen actuados por el mercado y no son ellos los que actúan. Por otra parte, al ser actuados por el mercado son determinados por este ya sea como compradores ya sea como vendedores. El trabajador deja de ser asalariado, trabajador dependiente bajo el mando de un capitalista para transformarse en mero vendedor de su fuerza de trabajo. El empresario, por su parte, aparece como simple comprador de insumos. Desaparecen como portadores de relaciones sociales para devenir meras figuras del orden mercantil. La lucha de clases desaparece y las relaciones entre los seres humanos pasan a ser relaciones de simple negociación de los precios respectivos.

3) El mercado es el mejor asignador de recursos

Para el neoliberalismo, el mercado es el mecanismo por excelencia que permite asignar y reasignar los recursos. Esta posición es compartida por los sectores más representativos del socialismo chileno. Así, Jorge Arrate dice, por ejemplo que *“uno de los méritos indiscutibles del mercado es su particular sensibilidad, que los computadores de las oficinas*

²⁴ Sobre este punto cf. Cruz, Luis “El fetichismo de la mercancía”, Santiago:mimeo, 1996

centrales de planificación no han podido igualar, para ajustar demandas y ofertas de sus actores y asignar sus ingresos o recursos productivos"²⁵. En el mismo sentido se expresa Luis Sánchez Castellón: "El mercado es insustituible en la asignación de recursos, la provisión de información y la descentralización de las decisiones económicas"²⁶. Clodomiro Almeyda, por su parte, dice que "La izquierda puede y debe aceptar que el mercado es, en determinados contextos, un instrumento insustituible para servir de óptimo asignador de recursos y como mecanismo privilegiado para incentivar la competencia creativa y el incremento de la productividad del trabajo"²⁷.

Los socialistas, en todo caso, no conceden al mercado todas las virtudes que les atribuyen los neoliberales y precisan que debe ser regulado. Las desigualdades que crea el mercado deben ser solucionadas a través de la intervención del Estado, de la organización de la sociedad civil o complementarse el mercado con el plan. Llama la atención en el discurso socialista el que no se muestre el carácter propiamente capitalista (es decir, que surge con y favorece la acumulación capitalista) del mercado.

En contra de estas opiniones, el mercado no asigna sino lo que ya ha sido asignado. No crea recursos nuevos, lo que hace es redistribuir, a partir de las distintas capacidades monetarias, lo que ya estaba asignado. Los recursos, antes de entrar en la producción, son ya propiedad de alguien: los medios de producción son del capitalista y la fuerza del trabajo del trabajador. Al entrar esta última en el proceso de producción capitalista, el trabajador se desprende de su capacidad de trabajo. Esta pasa a pertenecer al capitalista. El trabajo vivo, la subjetividad del trabajador es subsumida en el proceso de producción. Esto es, se subordina a las exigencias del proceso productivo mismo. La competencia entre los trabajadores, que comienza en el momento de la compraventa de la fuerza de trabajo al exterior de la empresa, se desarrolla ahora al interior de ella. La igualdad entre patrón y trabajador cesa una vez que el trabajador entra en el proceso productivo. Al término del proceso de producción se habrá creado más valor del que inicialmente había: Se ha creado más riqueza. Sin embargo, el trabajador sale con el mismo salario que pactó. La igualdad formal del mercado aquí ya no cuenta. En términos reales, el patrón sale enriquecido, o sea, con más poder mientras que el trabajador se mantiene, en el mejor de los casos, igual de pobre.

Sin embargo, la cuestión puede ser vista desde otro ángulo. Es al término del proceso de producción que los productos entran en la circulación como mercancías, esto es, como bienes intercambiables. Son en ese momento compradas. Con lo obtenido, el capitalista volverá a invertir en nuevos medios de producción y nueva fuerza de trabajo. Si sus mercancías no son compradas o lo son a un precio inferior a su valor, no invertirá en ese sector y todos los "factores productivos" se descomponen, el proceso de producción se ve interrumpido, deja de existir. Los medios de producción serán destinados a otra finalidad al igual que la fuerza de trabajo (en esto, al capitalista poco o nada le interesa que esa fuerza de trabajo sean "personas", no son para él más que un "costo de producción", que es necesario si no disminuir, eliminar). El mercado constituye la sanción a la decisión del capitalista: si su decisión no es adecuada lo verá en el momento de vender su producción. Si es inadecuada tendrá que adoptar otra decisión, en otros términos, disponer de otra manera sus factores productivos. Sólo en ese sentido es aceptable la proposición "el mercado asigna los recursos". El mercado sólo asigna recursos *ex post* y no *ex ante*.

Por otra parte, se puede considerar lo siguiente: Para comprar hay que vender. Unos tienen para vender sólo su fuerza de trabajo y otros tienen sus mercancías. En términos cuantitativos, monetarios, unos tienen más que vender y otros menos. Según Hayek, el principal teórico del neoliberalismo, los que tienen menos mercancías son menos libres. Si la mercancía fuerza de trabajo es muy abundante en el mercado de trabajo baja de precio, en otros términos, el trabajador es menos libre. La conclusión que se debiera sacar desde el punto de vista de los trabajadores es que si se quiere hacer subir de precio la mercancía fuerza de trabajo, hay que trabajar menos, tanto en términos de horas de trabajo servidas como en

²⁵ Arrate, 1994:80

²⁶ Sánchez 1996:177.

²⁷ Almeyda 1991:7

intensidad del trabajo. En todo caso, cada vez que la fuerza de trabajo queda sólo sujeta a las fluctuaciones del mercado disminuye su valor, producto de la competencia entre los mismos trabajadores. En tal sentido, se puede decir que Hayek tiene razón cuando afirma que en la sociedad burguesa, la libertad está medida por el dinero que se tiene y no por la dignidad que todo ser humano tiene en cuanto ser humano.

4) El mercado es el motor del desarrollo

El mercado genera "ganadores" que muestran las nuevas vías por donde debe marchar la producción y "perdedores", que deben ser eliminados. Los primeros se llevan los beneficios, se constituyen en una fuente de acumulación de la riqueza. El mercado sería así un motor del desarrollo. *"El mercado lleva en sí mismo un sistema de incentivos fundados en el impulso maximizador de utilidades y beneficios que se atribuye a los actores. Si bien este mérito no le es exclusivo, ya que los incentivos a la libre iniciativa no son monopolio del libremercado como sistema, en el caso del mercado forman parte de su esencia"*²⁸. En esta perspectiva, el mercado permite lograr metas de crecimiento al señalar e incentivar la acción económica²⁹.

El mercado, al permitir y acelerar la competencia entre capitales, determina la desaparición de los sectores y ramas ineficientes (desde el punto de vista capitalista), con lo que pueden desarrollarse nuevas formas. El capital es fundamentalmente una relación de explotación. Luego toda forma superior de desarrollo es una nueva forma de explotación del trabajo vivo. El desarrollo del capital no es el desarrollo del trabajo como subjetividad, como fuerza viva, sino lo contrario, su subsunción permanente y acrecentada en el proceso de producción y reproducción del capital.

Luego, toda nueva forma de desarrollo genera nuevas contradicciones. Así, por ejemplo, si se examina la situación chilena. El capital se encuentra prácticamente a fines de los 60 frente a un problema de reproducción, a una crisis de acumulación que amenaza la reproducción de la burguesía como clase. La solución pasa en parte por liquidar aquellas ramas ineficientes del capital. La contradicción con el trabajo encerrada en el mercado nacional es resuelta trasladando la contradicción a nivel mundial. Como señala M. Barrera, si la mercancía chilena es más cara que la extranjera se trae la extranjera con lo cual la oposición obrera a la valorización capitalista es quebrada gracias al libre comercio³⁰. El trabajador "nacional" como tal es descompuesto y debe enfrentarse a un capital cada vez más transnacional, hoy en día mundial. Por otra parte, la doble faz del trabajador como productor y como consumidor se disocia hasta el extremo: como productor es "proteccionista": defensa de la fuente de trabajo amenazada por la competencia extranjera, mientras que como consumidor es "librecambista": la mercancía importada es más barata.

5) De la armonía del mercado

Para el neoliberalismo, *"el robustecimiento de la economía de mercado es el objetivo espiritual más elevado que pueda fijarse hoy día el hombre civilizado"*³¹. En la perspectiva neoliberal, la teoría de la catalexia es la teoría de los cambios económicos en una sociedad de derecho. La economía de la sociedad compleja debe estar fundada esencialmente en los cambios voluntarios entre participantes libres; sea directamente de individuo a individuo, sea mediatizados por la autoridad pública en lo que se refiere a bienes con externalidades o bienes colectivos.

El cambio libre es una forma nueva de relación social, que trae paz y eficiencia, por cuanto permite alcanzar un óptimo económico. La justicia social no tiene sentido en un orden espontáneo³². Libertad de mercado y justicia social se

²⁸ Arrate, op. cit. p. 80

²⁹ *Ibíd.* p. 82

³⁰ "Si el factor trabajo incide en los costos de modo de eliminar la competitividad de un bien nacional, entonces, interviene el bien importado. De esta manera no sólo se regulan los salarios, sino también se recompone la economía" Barrera, 1981:28

³¹ Nemo, p. 5

³² Nemo, op. cit., p.9

contraponen.

En este aspecto coinciden algunos socialistas. Para Arrate *"el Estado, para ser democrático, debe respetar por definición, la condición libertaria esencial de la sociedad y de cada uno de sus integrantes. Esa condición no es tan sólo libertad espiritual, ... sino también libertad para emprender, producir y consumir, es decir, libertad económica. Es difícil concebir cómo en una sociedad puede ejercerse la libertad económica sin el mecanismo del mercado que permite la libre manifestación de productores y consumidores"*³³.

Para el neoliberalismo, la sociedad moderna puede nutrir un número de hombres inmensamente superior a aquel que nutrían las sociedades antiguas gracias a la emergencia del mercado. El capitalismo no empobreció a los hombres, lo que hizo fue multiplicar los pobres en una primera etapa, pero después permitió que se enriquecieran. El fenómeno se trasladó enseguida al Tercer Mundo, donde hoy en día se multiplican los pobres, pero después, en una segunda etapa, la del "chorreo", los pobres se enriquecerán.

Distinto ocurre en el mundo real: el mercado no crea armonía, sino que desarmonía y ello sólo considerando la simple distancia que puede separar la compra que pueda efectuar un vendedor después de haber vendido. En efecto, *"nadie puede vender si no hay quien compre. Pero no es necesario comprar inmediatamente después de haber vendido. Lo que hace que la circulación derribe las barreras temporales, locales e individuales del intercambio de productos es precisamente el hecho de desdoblar la identidad inmediata que existe entre el intercambio del producto del trabajo propio por el producto del trabajo ajeno mediante la antítesis de compra y venta. Al decir, que estos procesos independientes el uno del otro, forman una unidad interna, decimos también que esta unidad interna reviste al exterior la forma de una antítesis. Cuando cosas que por dentro forman una unidad, puesto que se complementan recíprocamente, revisten al exterior una forma de independencia y esta se agudiza hasta llegar a un cierto grado, la unidad se abre paso violentamente por medio de una crisis. La antítesis, que lleva implícita la mercancía, de valor de uso y de valor, de trabajo privado que se ve al mismo tiempo obligado a funcionar como trabajo directamente social; de trabajo determinado y concreto, cotizado a la par como trabajo general abstracto, de personificación de las cosas y materialización de las personas, esta contradicción inmanente asume sus formas dinámicas más completas en los antagonismos de la metamorfosis de las mercancías. Por eso, estas formas entrañan la posibilidad, aunque sólo la posibilidad, de crisis"*³⁴.

El acto de compraventa, como acto elemental de la sociedad de mercado, encierra así la posibilidad de la crisis. Esta yace en germen en el seno de la sociedad de mercado, debiendo desarrollarse más tarde o más temprano de acuerdo a las condiciones.

La desarmonía, la generación de desigualdades crecientes, es propia del mercado en la medida en que el cambio en sí entre propietarios de los medios de producción y los propietarios de fuerza de trabajo es desigual. Toda la palabrería en torno a las presuntas virtudes del mercado se revelan así en lo que son.

Santiago de Chile, mayo de 1997

³³ Arrate, op. cit. pp. 79-80

³⁴ Marx, K. op. cit. T. I. L. Cap. III, p. 73

BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV. Reflexiones socialistas sobre Chile.- Santiago de Chile: La Liebre Ilustrada, 1996
- Arrate, Jorge La Postrenovación: Nuevos desafíos del socialismo.- Santiago de Chile: Las Producciones del Ornitorrinco, 1994
- Baraona, Pablo La economía chilena actual en A.A. V.V. "Economía social de mercado en la experiencia alemana".- Santiago de Chile: Aconcagua, 1978
- Barrera, Manuel Las Relaciones laborales en Dossier: Las Modernizaciones p. 26 en Chile-América, n° 74-75, 1981.- Roma: Centro de Estudios y Documentación
- Braudel, Fernand La dynamique du capitalisme.- París: Flammarion, 1985
- Feliú, Manuel La empresa de la libertad.- Santiago de Chile: Zig Zag, 1988
- Friedman, Milton y Rose Libertad de elegir.-Buenos Aires: Orbis, 1983
- Gide, Charles, Curso de Economía política.- 3ª Ed. - México: Librería de la Viuda de Ch. Bouret, s.d.
- Marx, Karl El Capital.- México: Fondo de Cultura Económica, 1966
- Marx, Karl Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (borrador). 1857-1858.- Buenos Aires: Siglo XXI, 1971
- Montenegro, Walter Introducción a las doctrinas político-económicas.- México: Fondo de Cultura Económica, 1973
- Nemo, Philippe La Sociéte de droit selon F.A. Hayek.- París: Presses Universitaires de France, 1988
- Pérez de Arce, Hermógenes Economía social de Mercado.- Santiago de Chile: Editorial nacional Gabriela Mistral, 1974
- Piñera, José La Revolución laboral en Chile.- Santiago de Chile: Zig Zag, 1991
- Polanyi, Karl La gran transformación.- México: Fondo de Cultura Económica, 1992
- Ricardo, David Principios de economía política y tributación.- México: Fondo de Cultura Económica, 1994
- Schmitt, Carl La notion de politique.- París: Calmann-Levy, 1972
- Smith, Adam Indagación acerca de la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones. Madrid: Aguilar, 1961
- Weber, Max Economía y Sociedad.- México: Fondo de Cultura Económica, 1986