
EL MERCADO DE LOS ECONOMISTAS Y EL MERCADO DE LOS SOCIÓLOGOS

Pétronille Rème*

Resumen

Rème, Pétronille. "El mercado de los economistas y el mercado de los sociólogos", *Cuadernos de Economía*, v. XXIV, n. 43, Bogotá, 2005, páginas 13-34

Este artículo explora la posible 'fertilización cruzada' entre la sociología y la economía recurriendo a trabajos sociológicos recientes sobre las relaciones de mercado. Muestra que la principal diferencia entre estas dos disciplinas reside en el tipo de organización social que suponen sus modelos respectivos, y la atribuye a que los investigadores de ambos campos tienen aspiraciones distintas: mientras que los sociólogos tratan de explicar el funcionamiento real del mercado, los economistas -al menos los neoclásicos- teorizan cómo debería funcionar para que sea 'eficiente'. Concluye que es difícil esperar dicha 'fertilización cruzada' (Schumpeter 1954) a menos que los trabajos recientes de economistas como Kirman desaten una tormenta en la disciplina económica.

Palabras claves: mercado, sociología económica. **JEL:** B52.

* Profesora, Universidad París 1 Panthéon, Sorbonne, Matisse CNRS. Traducción de David Rodríguez, revisión de Alberto Supelano. Enviar los comentarios al correo: Petronille.reme@free.fr. Artículo recibido el 24 de octubre de 2005, aprobada su publicación el 1 de noviembre.

Abstract

Rème, Pétronille. "Economists and sociologists' differing markets", Cuadernos de Economía, v. XXIV, n. 43, Bogotá, 2005, pages 13-34

This paper questions the possible "cross fertilization" (Schumpeter, 1954) between Economics and Sociology. It uses recent works, notably sociological ones, about market relationships. Though the market is, in economics, a traditional object of study, it has started to interest an important number of sociologists only since the 70s, in United States and in Europe. This paper suggests that the main difference between economics and sociology rests upon the type of social organization these disciplines assume in their respective models, and explains this difference through the distinct aspirations of their researchers: while sociologists seek to explain the actual market process, economists (at least neoclassical economists) conceptualize "efficient" markets. Unless the recent works of economists, like Kirman, heralds a watershed in the discipline, the paper considers that the "cross fertilization" long-awaited by Schumpeter is hard to conceive.

Key words: market, economic sociology. **JEL:** B52.

Résumé

Rème, Pétronille. "Marche des économistes et marche des sociologues", Cuadernos de Economía, v. XXIV, n. 43, Bogotá, 2005, pages 13-34

Cet article s'interroge sur la possible «fertilisation mutuelle» (Schumpeter 1954) de l'économie et de la sociologie en s'appuyant sur les récents travaux, notamment sociologiques, consacrés aux relations marchandes. Alors que le marché est un objet d'étude traditionnellement privilégié en économie, ce n'est que depuis les années 70 qu'il intéresse un nombre de plus en plus important de sociologues, et ce, tant aux Etats-Unis qu'en Europe. En contrastant deux façons d'appréhender le marché, cet article propose une ligne de clivage entre économie et sociologie qui repose sur le type d'organisation sociale supposée dans les modèles respectifs de ces deux disciplines, et qui s'explique par les aspirations différentes de leurs chercheurs: alors que les sociologues tentent d'expliquer le fonctionnement effectif du marché, les économistes (du moins les économistes néoclassiques) le théorisent tel qu'il devrait être pour être « efficient ». Il s'ensuit –à moins que les récents travaux de certains économistes comme Kirman n'annoncent un véritable tournant de la discipline–, qu'il est difficile d'envisager la «fertilisation mutuelle» tant espérée par Schumpeter.

Mots clés: marché, sociologie économique. **JEL:** B52.

El mercado es un lugar, una institución y una entidad abstracta en la que se enfrentan la oferta y la demanda. Está en el centro de las reflexiones de los economistas, que se interesan ante todo en la formación de los precios y en las modalidades de intercambio entre individuos o agentes económicos. Pero a los sociólogos les interesa como forma de organización social que da marco a esos intercambios. De hecho, desde comienzos de los setenta observamos un renovado interés de los sociólogos por temas que eran propios de la economía, sobre todo con la aparición de la “nueva sociología económica”, una corriente heterogénea con fronteras bastante fluidas, muy activa en Estados Unidos en lo que concierne al análisis de mercados¹. En Europa, particularmente en Francia hay una gran abundancia de trabajos sociológicos que eran propios de la economía². Aquí se tienen en cuenta únicamente los que estudian el mercado y su forma de organización.

En el plano teórico los economistas y los sociólogos conciben el mercado de manera muy diferente. Esta diferencia se puede atribuir a la importancia que se da la racionalidad, al cálculo individual en el análisis: para los economistas es esencial, mientras que para los sociólogos es secundaria pues privilegian la red de relaciones, la forma de organización en la que se insertan las relaciones comerciales. Este artículo argumenta que la diferencia entre economistas y sociólogos no reside tanto en la manera de concebir el comportamiento mercantil y el lugar que ocupa la racionalidad en el mercado como al tipo de organización social que suponen sus modelos respectivos. En nuestra opinión esta diferencia obedece a que los economistas y los sociólogos tienen aspiraciones distintas. En general, los modelos económicos, en contraste con los

¹ Ver Baker (1984), Granovetter (1985), Uzzi (1996), White (1981 y 2002), Zelizer (1983 y 1985).

² Para una presentación de los trabajos de la nueva sociología económica, ver Lévesque, Bourque y Forgues (2001), Steiner (1999), Swedberg (1987), This (2004) y Trigilia (2002).

modelos sociológicos, no se construyen a partir de la observación de los mercados *tal como son*; suponen *cómo deberían ser* para que las transacciones sean ‘eficientes’ (es decir, óptimas en el sentido de Pareto). Es difícil concebir entonces una “fertilización cruzada” (Schumpeter 1954) entre la teoría sociológica y la teoría económica, mientras esta última mantenga su perspectiva normativa.

MERCADO Y TEORÍA ECONÓMICA

Por teoría económica se entiende aquí la teoría dominante, la neoclásica, construida alrededor del modelo de equilibrio general (Arrow y Debreu 1954). Esta teoría se distinguiría de otras teorías en ciencias sociales por su rigor, su capacidad para deducir un cierto número de propuestas generales a partir de un número limitado de axiomas sobre las características y comportamientos de los individuos de sus modelos (hogares y empresas) (Israel 1997). Desde esta perspectiva, sus obras fundadoras son *The Theory of Value* de G. Debreu (1959) y *General Competitive Analysis* de K. Arrow y F. Hahn (1971). Aunque se enumeran de manera muy detallada los axiomas empleados en las demostraciones, en particular, la de la existencia de al menos un equilibrio de competencia perfecta, no se encuentra ningún *pasaje* que analice el mercado ni cómo se forman los precios o se organizan los intercambios. Debreu no habla del mercado, salvo una alusión en su introducción. Arrow y Hahn lo mencionan algunas veces, incluidos los títulos de los capítulos II y V, sin precisar jamás cómo lo entienden. Si sólo se tiene en cuenta el índice, bastante detallado, la palabra ‘mercado’ sólo aparece en la página 438 y además ¡sin definirla!³ Del mismo modo, en el *New Palgrave Dictionary of Economics* no se encuentra la entrada ‘mercado’. La que más se acerca, ‘mercado de productores’, fue escrita por... dos sociólogos (Eccles y White 1988). En la literatura reciente, el principal –si no el único– trabajo de reflexión sobre el tema del mercado es también de un sociólogo, R. Swedberg, que en un artículo titulado *Los mercados como estructuras sociales* recuerda que los economistas han sido poco prolijos sobre el tema

³ Se puede hacer la misma observación a propósito de obras más recientes, que se suelen dar como referencia por su seriedad y su rigor formal: Kreps (1990a), Mas-Colell, Whinston y Green (2000) y Tirole (1988), en los que se hacen alusiones permanentes al mercado, sin definirlo; y ni siquiera aparece en el índice extremadamente detallado de estos libros.

(Swedberg 1994). Muestra que Alfred Marshall, uno de los pocos que lo abordó explícitamente, titubeó en su definición pues mientras que en los *Principios* (1890) habla del ‘mercado perfecto’ como el lugar donde todos pagan el mismo precio por el mismo bien⁴, en *Industria y comercio* (1919) un mercado es “un grupo o grupos de personas, algunas de las cuales desean obtener ciertos bienes y otras pueden suministrárselos”.

Para saber qué es el mercado para la teoría económica es necesario examinar sus modelos, empezando por el que describe el mercado por excelencia, en el caso ideal: el modelo de competencia perfecta. Este supone un modo de organización social muy particular: un sistema muy centralizado donde se prohíbe que los agentes fijen precios o hagan intercambios. Más precisamente, donde los agentes están obligados a transmitir sus ofertas y sus demandas al ‘centro’, que las compara globalmente con el fin de encontrar –por ‘tanteo’– los precios de equilibrio. A nuestro parecer, la importancia que se concede a este modelo tan alejado de la idea usual de mercado se debe al carácter óptimo de sus equilibrios, que convierte estados deseables en normas.

MERCADO ‘PERFECTO’ Y NORMAS

El uso de términos como ‘perfecto’ o ‘puro’ hace pensar en la física. Es decir, la teoría ignora momentáneamente algunos aspectos de la realidad porque se los considera ‘imperfecciones’. Tal es el caso, por ejemplo, de la ‘fricción’, imagen que se suele usar en teoría económica a propósito del modelo de competencia perfecta. La perfección hace aquí referencia a lo que sucede efectivamente, aunque sea en un contexto idealizado. Este es el punto de vista que predomina entre los economistas, para quienes la física es el ejemplo que se debe seguir (Mirowski 1989).

En vista de la forma de organización social que postula, el modelo de competencia perfecta no se puede concebir desde esa perspectiva. La perfección se entiende como una norma, teniendo en cuenta la estrecha relación entre los equilibrios de competencia perfecta y los óptimos de Pareto, relación establecida por los dos teoremas de la economía del bienestar. Uno de los objetivos de la teoría económica sería establecer las

⁴ Citado por Swedberg (1994, 260).

condiciones de la ‘perfección’ y, sobre todo, en caso de que no se cumplan algunas de esas condiciones, encontrar la manera de eliminar las ‘imperfecciones’ que lo impiden⁵. Encontramos de nuevo la imagen de la ‘fricción’ pero en una perspectiva normativa: más que considerarlas como un aspecto de la realidad que se deba integrar gradualmente al modelo, se busca eliminarlas por considerárselas factores que impiden obtener el caso ideal. Así, la teoría económica, que privilegia las elecciones individuales, se formula y desarrolla con el fin de establecer o reestablecer las condiciones de competencia perfecta.

Sin embargo, algunos teóricos eminentes reconocen que el marco de competencia perfecta, como representación de un sistema de mercados, es problemático. Por ejemplo, en sus *Lecciones de microeconomía*, después de mencionar el carácter altamente irrealista de este marco, David Kreps escribe:

Sería más realista pensar en instituciones y mecanismos donde los mercados funcionan por separado o los intercambios se realizan directamente entre individuos. Por ejemplo, podríamos imaginar que los consumidores deambulan por un vasto lugar, cargando en la bolsa todo lo que poseen. Se encuentran al azar, y cuando se encuentran dos de ellos, examinan lo que cada uno tiene para ofrecer, para ver si pueden hacer un intercambio mutuamente ventajoso. Para ser más precisos, podríamos imaginar que en cada encuentro, deciden a cara o sello cuál hace una oferta de intercambio, que el otro sólo puede aceptar o rechazar. Si el intercambio tiene lugar, ambos modifican el contenido de su bolsa, y parten al encuentro, al azar, de otras personas dispuestas a hacer intercambios a tasas más ventajosas. Nadie tiene derecho a consumir lo que tiene, ni a irse, hasta que el proceso haya terminado (Kreps 1990a, 201).

Después de bosquejar este modelo, Kreps hace el comentario siguiente: “la exploración de modelos más realistas de los mercados aún está en sus comienzos” (ibid., 202). Se podría pensar, sin embargo, que después de medio siglo de alta matematización de la teoría económica, la situación relativamente simple que él describe –intercambios sin producción– no plantea mayores problemas, y debería permitir desarrollos más que embrionarios. Si no existen es porque el paso de una forma de organización muy centralizada, como la de la competencia perfecta, a

⁵ Ver Tirole (1988) y Arrow (2000).

otra que lo es menos, introduce inevitablemente varios problemas fundamentales, que no son de índole matemática. A este respecto cabe señalar que aun en ese modelo que califica de “más realista” que el de competencia perfecta, Kreps impone ciertas reglas –algunas de ellas muy poco realistas– a los participantes: encuentros al azar, lanzar una moneda para decidir quién hace una propuesta, condición de ‘lo toma o lo deja’, prohibición de consumir o irse antes de terminar el proceso. De hecho, todo modelo en el que los individuos puedan mejorar su situación –aumentar su ganancia– por medio del intercambio supone una forma de organización más o menos elaborada, especialmente para superar la indeterminación inherente a toda situación de regateo.

MERCADO Y REGATEO

Para saber más sobre el funcionamiento efectivo de los mercados es necesario retornar a la fuente: las transacciones comerciales entre individuos. Una condición necesaria para que se realicen es que cada parte tenga un interés, es decir, que sean mutuamente ventajosas. El problema teórico y práctico es, entonces, el de la distribución de la ganancia producto del intercambio. Si las relaciones entre individuos son directas, sin mediación, habrá regateo y cada parte buscará obtener la parte más favorable posible. Sin embargo, el resultado de este regateo es indeterminado. Desde el comienzo, los teóricos neoclásicos fueron conscientes de este problema, que dio lugar a fuertes debates, especialmente entre Walras y Edgeworth (Berta 2001). Edgeworth (1889) rechazó la solución walrasiana de los ‘precios anunciados’ que se ajustarían por tanteo poniendo en acción a la oferta y a la demanda, subrayando que esta manera de proceder no es muy coherente, porque ‘da a conocer’ desde el comienzo las incógnitas del problema, los precios (tasas de cambio), cuando su objetivo es justamente determinarlos⁶. La solución que propuso Edgeworth –que pone el acento en las coaliciones que pueden hacer los agentes– evita razonar con precios dados, pero sólo elimina la indeterminación si existe un número infinito de agentes de cada tipo, sin dar luces sobre la manera de encontrar los precios de

⁶ La incoherencia desaparece suponiendo que existe una entidad que propone y hace variar los precios, y los agentes son ‘tomadores de precios’; pero Edgeworth (1889 y 1891) criticó esta solución en nombre del realismo.

equilibrio (Berta 2001)⁷. La solución de Walras se impuso de hecho, con sus precios anunciados y sus ofertas y demandas centralizadas y comparadas globalmente, la que hoy llamamos modelo de competencia perfecta⁸. A veces se recurre a Edgeworth para justificar el comportamiento de los agentes, como tomadores de precios, del modelo de Walras, que se explicaría por su ‘atomización’.

El problema del regateo y de la indeterminación de su resultado –si lo hay– no dejó de atormentar a Edgeworth. Los teóricos de juegos le dedicaron numerosos trabajos, dentro del ‘enfoque cooperativo’, y propusieron una multitud de conceptos o de tipos de solución, lo que demuestra la dificultad para encontrar una solución única al problema del regateo (Shubik 1982). En los años cincuenta John Nash propuso una solución ingeniosa, que cumpliría algunas condiciones ‘razonables’, como la eficiencia –óptimo de Pareto– y la simetría (Nash 1950). Esta solución se situó desde el comienzo en una perspectiva normativa, puesto que preconiza lo que *deben hacer* las partes si respetan estas condiciones, y no lo que hacen o harían en una situación real de regateo.

En su balance de la teoría de juegos, Kreps da un lugar importante al problema del regateo, sin mencionar siquiera la solución de Nash, quizá por su carácter normativo. Allí hace la siguiente observación:

Para utilizar las técnicas de la teoría de juegos es preciso definir de forma clara y precisa las ‘reglas del juego’. El análisis de situaciones de competencia tan abiertas como las que se describen en nuestro modelo simple de regateo no entra en el marco de aplicación de estas técnicas; salvo que se dé mucha mayor precisión sobre las reglas del regateo (Kreps 1990b, p. 84 de la edición en francés, cursivas del original).

⁷ Para encontrar esta solución es necesario que cada individuo (y por hipótesis son infinitos) tiene que considerar todas las posibles coaliciones y encontrar aquella en donde en la repartición de los recursos ningún individuo se beneficie haciendo coaliciones. Lo que supone, especialmente, conocer la relaciones de preferencia de los otros. De hecho, Edgeworth –retomado por Debreu y Scarf (1963)– llama la atención sobre la *existencia* de esta distribución de recursos, sin decir cómo se puede alcanzar.

⁸ Sin preocuparse por la demostración de la existencia de al menos un equilibrio, su formulación no es axiomática como la de Arrow y Debreu. El punto fundamental acá es que ambos modelos suponen una forma de organización social muy particular y centralizada.

Recordemos que la teoría de juegos es, ante todo, una reflexión sobre lo que pueden ser comportamientos racionales en situaciones de interacción de decisiones de individuos conscientes de la existencia de esas interacciones. Esta teoría sigue la misma dirección de la teoría neoclásica, a la que abarca, pues ambas insisten en las elecciones individuales. Kreps destaca un punto fundamental: *en un contexto de individuos que interactúan no se puede caracterizar o definir una decisión racional sin antes precisar las reglas que gobiernan estas interacciones*. El hecho de postular que cada quien busca la mayor ganancia posible, lo que caracteriza la racionalidad –al menos en economía–, no permite concluir qué es lo que va a pasar. Estamos frente a una indeterminación⁹. Para superarla es necesario imponer restricciones o condiciones adicionales. Ese es, por ejemplo, el papel de las reglas, de las costumbres, las tradiciones y otros factores ‘extra económicos’ que no dependen de las decisiones de los individuos involucrados. ¿De qué manera el teórico toma en cuenta estos factores en la elaboración de sus modelos? Los economistas y los sociólogos dan respuestas totalmente diferentes a esta pregunta: los economistas tienden a elegir las reglas y el marco institucional pensando en lo que *debería ser* una buena solución (eficiente), los sociólogos lo hacen más bien recurriendo a factores ‘extra económicos’ –y a su evolución– en los diversos contextos donde tienen lugar las relaciones comerciales, a las que suelen calificar como ‘concretas’ porque son el resultado de la observación o de encuestas empíricas (White 1981 y 2002, Granovetter 2000).

MERCADO, REGATEO Y TEORÍA SOCIOLÓGICA

El mercado o las relaciones comerciales no han sido tradicionalmente objeto de estudio de la sociología. Claro que existen reflexiones y análisis valiosos sobre el tema en Weber, sociólogo y economista; en Durkheim, quien llamó la atención sobre los problemas que existirían en una sociedad en la que todo se negociara en todo momento, especialmente en el campo de las relaciones de trabajo; en Simiand, responsable de la

⁹ En el mismo sentido, cuando Mas-Colell *et al.* (2000) intentan justificar el lugar que se da al equilibrio de Nash como solución de un juego, observan que su única justificación es que es una ‘convención social estable’ entre jugadores. ¿Qué mejor homenaje se le puede hacer a la sociología?

sección ‘sociología económica’ de *l'Année Sociologique*, que puso en evidencia, por ejemplo, la necesidad de fijar un precio de referencia antes de establecer un precio de mercado (Simiand 1902).

Entre los trabajos sociológicos recientes sobre el mercado se encuentra, por ejemplo, el de Jorion (1990) sobre el mercado del pescado en Concarneau. La subasta tradicional se presenta aquí como el resultado de relaciones de fuerza construidas previamente. Detrás del regateo está la idea del ‘precio justo’ que se reparte entre mayoristas y pescadores. Por una parte, los dos grupos, mayoristas y pescadores, buscan mantener cierto grado de acuerdo –por solidaridad y dependencia mutua– que se traduce en un precio mínimo, por debajo del cual los pescadores, y en consecuencia los mayoristas no podrían sobrevivir. Por otra parte, se enfrentan por la fracción del precio que excede a ese mínimo, que aparece como “la expresión cuantificada, la medida de la relación de fuerza entre vendedores y compradores” (Jorion 1990, 87-88). La indeterminación del regateo se resuelve mediante una convención tácita –el precio justo– y mediante el poder de negociación de las partes.

Por su parte, M. F. Garcia-Parpet (1986) se interesó en la evolución de la forma de organización del mercado de fresas en Solonia, forma de organización que sufrió cambios importantes en la década de 1980. La red de relaciones directas más o menos formales entre productores e intermediarios fue sustituida por un sistema centralizado en el que las transacciones son anónimas. El modo de formación de los precios que utilizan quienes pusieron en práctica esta nueva organización, es el de las ‘subastas holandesas’: el vendedor propone inicialmente un precio alto – que él estima– para un lote dado y preciso de productos, en este caso fresas. Si nadie lo toma, este precio se reduce progresivamente hasta que alguien lo acepte y adquiera el lote ofrecido. Garcia-Parpet muestra que esta forma de organización es el resultado de un proceso complejo de negociación entre los sindicatos que representan a los productores, los mayoristas, etc. Aunque ella no explica por qué se eligieron las subastas ‘holandesas’ frente a otro tipo de subasta o forma de organización, ese caso sería una aplicación del modelo de ‘mercado perfecto’ de la teoría neoclásica (uno de sus promotores había hecho estudios de ‘ciencias económicas’). Para esto se apoya en las definiciones de competencia

perfecta de los manuales¹⁰, que dejan en la sombra la forma de organización social que supone este modelo, y aluden a nociones tan vagas como transparencia, atomización, homogeneidad¹¹. No obstante, la formación de precios en competencia *no se basa* en un sistema de subastas: los precios son *siempre* propuestos por el subastador, que en el mercado de fresas se llama vendedor¹², y los agentes se limitan a hacer ofertas y demandas a ese precio. De hecho, el mercado de subastas ‘a la holandesa’ existía mucho antes de la aparición de la teoría neoclásica, incluso John Stuart Mill trató el tema en uno de sus artículos (Mill 1869). Es entonces discutible considerar a este mercado como una aplicación de dicha teoría.

Más allá de estas consideraciones de detalle, se observa que si el mercado organizado de esta manera permite superar la indeterminación del regateo es gracias a unas reglas muy precisas, aceptadas por todos, y a que después viene el verdadero proceso de negociación. De los estudios de García-Parpet y de Jorion se desprende, además, que el interés particular es una motivación esencial de los actores (productores, compradores, distribuidores, etc.), al menos en lo que respecta a sus relaciones comerciales: los agricultores buscan liberarse de las relaciones demasiado estrechas que los unen a los intermediarios o a los distribuidores, quienes desean evidentemente mantener estos lazos porque les dan una posición de fuerza en el regateo con los productores. Luego se tratan negociaciones más complejas en las que intervienen sindicatos, cooperativas y gremios de agricultores, en las que se pone en juego la forma de organización que es más favorable para cada parte¹³. La existencia de redes de relaciones interpersonales o de producción puede también cumplir un papel importante para superar la indeterminación del regateo.

¹⁰ Hace especial hincapié en el de Ferguson y Gould (1988).

¹¹ Sobre este punto, ver Guerrien (1999, 46).

¹² La descripción del mercado de fresas propuesto por García-Parpet menciona a un vendedor que se ubica en una cabina para “anunciar las categorías de fresas que serán objeto de transacción, y que se constituye en el ordenador de precios” (1986, 4).

¹³ A esto se añade la existencia de autoridades que pueden promover una u otra forma de organización, la existencia de divisiones en cada campo, donde los intereses no son idénticos; por ejemplo, entre pequeños y grandes productores o distribuidores, etc.

MERCADOS Y REDES

En la década de 1970 la nueva sociología económica empieza a dar atención al problema de la forma de las relaciones sociales en economía gracias al desarrollo del ‘análisis de redes sociales’ fundado por Harrison White¹⁴. La ‘nueva sociología económica’, que se desarrolla en Estados Unidos, usa este análisis como principal instrumento de trabajo, tomando al mercado como objeto de estudio principal.

Mark Granovetter es, sin duda, el autor que más ha contribuido a este renovado interés de los sociólogos por los asuntos económicos, especialmente en las relaciones comerciales. Apoyado en la observación, su punto de partida es que las redes de relaciones entre personas influyen en las relaciones comerciales. Lo que está en juego es, de nuevo, la forma de organización de los mercados y su evolución en función de diversos factores no comerciales.

A este respecto, Granovetter (1985) critica a la teoría económica, pero a nuestro modo de ver, basándose en una visión mutilada: le reprocha la representación ‘atomizada’ de las relaciones entre individuos que actuarían exclusivamente con base en ‘elecciones racionales’. En ese mismo artículo, Granovetter propone la teoría del empotramiento del mercado en las relaciones sociales, y afirma que “la economía clásica y la neoclásica se refieren a una situación imaginaria de este tipo [el estado de naturaleza de Hobbes], pues suponen que los individuos tienen un comportamiento racional, guiado por el interés personal, y así muy poco afectado por las relaciones sociales” (Granovetter 2000, 78). La teoría económica¹⁵ tendría entonces “una concepción atomizada, subsocializada de la acción humana” [Y consideraría] “por hipótesis que la estructura y las relaciones sociales no tendrían efecto alguno sobre la producción, la distribución o el consumo” (ibid., 79)¹⁶. La teoría

¹⁴ Ver Lorrain y White (1971), Boorman, Breiger y White (1976).

¹⁵ En realidad, la teoría neoclásica. Aquí no se discute la concepción de las relaciones sociales de los clásicos, que está lejos de ser ‘atomística’.

¹⁶ En el mismo artículo Granovetter (2000, 79) indica que “desde hace tiempo se admite que si esta concepción abstracta de los mercados ha resistido críticas virulentas es... porque en el análisis económico, no sólo se hace abstracción de las relaciones sociales, sino que al mismo tiempo trata de resolver el problema del orden, al menos en la esfera económica”.

económica no tendría en cuenta las relaciones sociales pues cada cual toma sus decisiones de manera aislada, independientemente de todo y a su antojo, guiado sólo por su racionalidad. Sin embargo, como hemos señalado, la teoría económica no supone nada de eso. Tampoco compartimos la crítica del irrealismo de las hipótesis del modelo de competencia perfecta¹⁷. A nuestro parecer, pone de manifiesto un error de interpretación del sociólogo en la medida en que este modelo no explica, como ya dijimos, el funcionamiento del mercado, sino cómo debería funcionar para ser eficiente.

Granovetter, por el contrario, se basa en la observación y trata de elaborar una teoría del funcionamiento efectivo de los mercados. Para ello, toma ejemplos en la industria eléctrica y en el mercado del trabajo (Granovetter 1974). Observa la importancia, en cada caso, de las redes de relaciones interpersonales, que permiten superar la indeterminación del regateo mediante un proceso complejo. Igual que en el caso del mercado de fresas en Solonia, cada quien busca obtener la mayor ganancia posible: productores, distribuidores y financistas en el caso del sector eléctrico, y empleadores y empleados en el caso de las relaciones laborales. En el plano teórico, lo que está en juego no es la racionalidad, sino la pertinencia del modelo de relaciones sociales escogido: el marco institucional, las relaciones de fuerza y el momento histórico en los que tienen lugar los intercambios. El estudio de Granovetter, MacGuire y Yakubovitch (2002) destaca la importancia de las luchas por el poder en la determinación del precio de los servicios de la industria eléctrica. Los autores reconstruyen la historia de los sindicatos del sector, y explican cómo se instituyó un sistema de precios (Wright), en detrimento de otro (Bartow), mediante relaciones de fuerza: “El sistema Bartow fue eliminado por la fuerza más que por la argumentación” (Granovetter *et al.* 2002, 18). En efecto, muestran que el ‘sistema Wright’ se impuso en virtud de la posición de poder de un grupo de dirigentes de la industria eléctrica:

Aquí vemos cómo entra en juego el poder de las redes sociales concretas: un grupo de dirigentes de la industria eléctrica institucionalizó su sistema de precios gracias a su posición dominante en la estructura de poder de la industria y, en particular, a que controlaba el sector de la comercialización (Granovetter *et al.* 2002, 7).

¹⁷ Ver el análisis de Granovetter (1985) basado en la crítica radical del *homo oeconomicus*.

Granovetter se cuida de no emitir juicio alguno sobre la ‘eficiencia’ de las soluciones que se imponen en la práctica. A este respecto discute el enfoque neoinstitucionalista de Williamson y North, que no logran desprenderse del enfoque normativo y decretan –o tratan de mostrar– que en todo momento y lugar predominan las ‘mejores’ formas, las que permiten aprovechar todas las situaciones mutuamente ventajosas (Granovetter 1985, 93). White les hace la misma crítica, aunque su enfoque hace menos énfasis en las relaciones interpersonales que en la incertidumbre y sus consecuencias sobre los comportamientos individuales.

MERCADO E INCERTIDUMBRE: HARRISON WHITE

Hasta el momento se ha hecho énfasis en el problema de la indeterminación del intercambio, tomando en cuenta únicamente la condición de mutuo beneficio. Existe otra razón para que se bloqueen los intercambios, especialmente cuando se considera el tiempo: la incertidumbre. La teoría neoclásica sólo la trata en el caso en que se reduce a una lista exógena de ‘estados de naturaleza’ dados y conocidos por todos (Debreu 1959, cap. 7). Pero este caso tiene poco interés desde una perspectiva positiva o descriptiva porque lo esencial de la incertidumbre en la vida económica tiene que ver, para cada agente económico, con el comportamiento de los demás: *es endógena*, es una consecuencia de las elecciones individuales, y no independiente de ellas (como sí lo son las variables exógenas).

Un mundo regido por este tipo de incertidumbre sería profundamente inestable y, en consecuencia, estaría cerca de la parálisis: ¿Cómo tomar una decisión, sobre todo si tiene que ver con el futuro (producir, invertir, consumir, ahorrar) si no se sabe nada o casi nada de este? El mundo en que vivimos se caracteriza entonces por una relativa estabilidad de los comportamientos así como de la producción, la inversión, los precios, etc. Es cierto que se transforma, pero lenta y progresivamente, salvo en circunstancias excepcionales (crisis, guerras, revoluciones). Se reproduce de manera casi idéntica de un periodo a otro. H. White (1981, 518) propone calificar este fenómeno como estabilidad estructural (‘estructuras que se autorreproducen’), en la que cada cual tiene su sitio,

un nicho, dentro de la red o estructura. Si ésta se preserva es porque cada quien la observa y actúa pensando en que se va a preservar, y así ocurrirá debido justamente a ese comportamiento¹⁸. Se trata entonces de un fenómeno de autorrealización: todo el mundo se comporta teniendo en mente un modelo o teoría, y así se produce el fenómeno esperado o previsto por el modelo.

El punto de partida de la reflexión de White sobre los mercados es un conjunto de hechos que —a su parecer— son importantes y característicos; que los economistas llamaría ‘hechos estilizados’. White comienza su artículo de 1981 con las siguientes preguntas:

¿Por qué tantos de nuestros mercados de bienes están formados por alrededor de una docena de empresas¹⁹, de las cuales sólo algunas producen una parte sustancial del producto total? [...] ¿Por qué cuando las empresas más grandes quieren ofrecer un producto nuevo al público, lo hacen habitualmente adquiriendo una empresa existente? [...] ¿Por qué los economistas aceptan una teoría de la posición de las empresas en el mercado que desde el comienzo es contraria a las observaciones más comunes? (White 1981, 407).

White (2002) propone una lista de nueve hechos estilizados que la teoría económica neoclásica no logra explicar, o que se oponen a sus supuestos²⁰. Y recomienda definir los mercados como “estructuras sociales en las cuales los productores reproducen su propio conjunto de acciones, y este conjunto confirma que las expectativas de cada empresa sobre el volumen óptimo de producción que esperaba son correctas” (White 1981, 407). El autor presenta su análisis como un “caso particular

¹⁸ En la teoría de White, ninguna entidad parecida o no al subastador participa en el mantenimiento de la estructura: “no hay dioses, ni duendes walrasianos, ni demonios de Maxwell prestos a orquestar las diversas elecciones en los mercados” (White 2002, 13). “No hay subastador walrasiano que dé forma al mercado” (White 1981, 409).

¹⁹ En 2002 afirmó que por regla general, existen menos de veinte empresas de este tipo en el mercado de un bien básico dado.

²⁰ Como el ciclo de vida del producto, la escasez de monopolio, desigualdad de los participantes en el mercado, desigualdad en la ganancia, rendimientos crecientes, relación creciente entre calidad y costos de producción, importancia de las variables locales e históricas, búsqueda de reputación, número restringido de firmas en el mercado (White 2002, 12).

de expectativas racionales” (ibid). Nos encontramos pues, en la lógica de la profecía que se cumple así misma (This 1994). White (2002, 31) dijo, de manera aún más sucinta: “Podemos considerar el mecanismo del mercado como un sistema de señales que se autovalidan”.

MERCADOS Y ESTABILIDAD ESTRUCTURAL

Entre todos los sistemas posibles en los que los agentes se observan mutuamente y actúan en función de estas observaciones y de sus creencias, sólo algunos se reproducen de manera más o menos idéntica, es decir, son estables. Para reconocerlos, White propone partir de lo que existe: las estructuras que aparecen en los diversos sectores de la economía, y cuya misma existencia prueba que corresponden a cierta forma de estabilidad. Entonces, intenta explicar los hechos estilizados que encontró. Para construir una tipología de las estructuras que se reproducen, basada en parámetros particularmente significativos, White llega incluso a emplear algunas técnicas simples de maximización de la teoría económica (como la igualdad entre el costo marginal y el ingreso marginal), pero es claro que estas técnicas ocupan un lugar secundario en su análisis, a diferencia de lo que ocurre en la teoría económica. El punto esencial, en lo que nos concierne, es que White no busca distinguir las diferentes estructuras observadas desde el punto de vista normativo, es decir, tratando de averiguar si son eficientes o no. Así como Granovetter, White se aleja claramente de los economistas en este punto, incluso de los neoinstitucionalistas, a quienes critica explícitamente:

Nuestro análisis contrasta profundamente con los enfoques [...] que explican la existencia o persistencia de una estructura particular mostrando que es más eficiente —en el sentido de Pareto— que cualquier otra alternativa [Williamson 1975]. (Leifer y White 1987, 85).

White se interesa en las configuraciones observadas en los diferentes sectores de la economía, y explora la posibilidad de encontrar criterios que permitan decir que tal forma es viable —por ser lo suficientemente visible para que los agentes la reproduzcan— y tal otra no lo es. Para esto, recurre a las técnicas matemáticas que utilizan ciertos economistas —un poco Akerlof y sobre todo Spence en su teoría de las señales— pero a diferencia de ellos, no toma como referencia la solución ‘eficiente’, que estaría dada por el caso ‘competitivo’. Además, asigna un lugar esencial a

los hechos, a los datos, lo que dista de ser el caso de Akerlof y Spence, que se dedican a demostrar, en el sentido matemático, la existencia de equilibrios –en modelos demasiado ‘axiomatizados’– no eficientes. De allí las lecciones normativas que se extraen de estos modelos (¿qué hacer para alcanzar la eficiencia?) y que de hecho son su razón de ser²¹.

Aunque White es uno de los autores de la nueva sociología económica cuyo objetivo y método son más cercanos a los de los economistas –a los que conoce bien, incluso en el aspecto técnico–, es claro que su enfoque es profundamente diferente por el papel fundamental que él da a los hechos, lejos de toda visión normativa, en la misma dirección de la tesis que se defiende en este artículo acerca de la principal diferencia entre teoría económica y teoría sociológica.

CONCLUSIONES

La teoría económica y la teoría sociológica abordan el tema del mercado de manera totalmente diferente. Esperamos haber mostrado que la esencia de esta diferencia no es una especie de división del trabajo entre la teoría económica, que privilegiaría la dimensión racional, calculadora, de las relaciones comerciales, y la teoría sociológica, que insistiría en otros aspectos del comportamiento de los agentes. Puesto que por definición, el objetivo de estas relaciones es procurar una ganancia (en satisfacción, dinero, etc.) a las diversas partes, que buscan que su participación en la ganancia total sea lo más alta posible –si no estaríamos haciendo referencia a fenómenos no comerciales como la donación– es entonces normal dar al cálculo del interés un lugar privilegiado en el análisis y en el estudio de los mercados. Sin él, no existe mercado. Lo encontramos, tanto en la teoría económica neoclásica como en los trabajos de sociólogos como Garcia-Parpet, Jorion, Granovetter o White. Lo que está en juego no es entonces el cálculo ni la racionalidad de los comportamientos (cualquiera que sea la manera de entenderla), sino en la manera de abordar las relaciones sociales: mientras que los sociólogos las estudian tal como son, los economistas, guiados

²¹ R. Sudgen (2000) hace reflexiones muy interesantes acerca de la relación entre la realidad de este tipo de modelo, tal como la presentan sus autores, y tal como es efectivamente.

por la eficiencia, las teorizan tal como deberían ser. En estas condiciones nos es difícil ver en la sociología económica un puente o una síntesis – aún incompleta, desde luego– entre la sociología y la economía. A este respecto somos entonces más escépticos que P. Steiner cuando escribe:

Es posible aceptar el reto que encierra una célebre afirmación de Joseph Schumpeter (1954, 27), es decir, que se observa una fertilización cruzada entre las dos disciplinas después de muchos años de esterilización mutua debida a su desconocimiento recíproco (Steiner 2004).

Sin embargo, desde hace algunos años, algunos economistas parecen abandonar el análisis normativo para devolverle su lugar a los hechos. Tal es el caso por ejemplo de Alan Kirman (1989 y 1992) quien después de recordar las sin salidas de la teoría económica neoclásica hizo hincapié en la necesidad de romper con la visión centralizada de los mercados, y se dedicó a estudiar algunos de ellos. Sin recurrir a las nociones usuales de la sociología –grupo social, red, clase o estatus– describe el funcionamiento efectivo del mercado del pescado de Marsella a partir de muchos datos recogidos por observación directa. Él llama la atención sobre las reglas que rigen las transacciones y sobre la importancia de las restricciones espacio temporales que se imponen a los agentes en este caso particular (el carácter perecedero de la mercancía, la hora límite de salida de los compradores que la revenderán, etc.). Una de las principales observaciones concierne a la diferenciación de los precios: “un pescado de la misma especie y de la misma calidad se puede vender al mismo tiempo a precios muy diferentes” (Kirman y Vignes 1989, 161). Propone entonces construir modelos muy simples que expliquen sus observaciones empíricas. Observa que en el mercado del pescado en Marsella “las reglas de intercambio son relativamente simples pero derivadas de una larga experiencia en el mercado” (idem.). Así, partiendo del principio de que los compradores tienen dos tipos principales de comportamiento –la fidelidad o la elección al azar– construye un modelo destinado a mostrar la influencia de “redes estocásticas en las que los agentes interactúan con sus vecinos con cierta probabilidad” (Kirman 1999, 102). La probabilidad de que un comprador escoja a un vendedor, y no a otro, depende de la rentabilidad de la relación con el vendedor en el pasado. Un comprador cuya sensibilidad al pasado es baja escoge el vendedor al azar, mientras que uno cuya sensibilidad es alta elige un vendedor particular. Queda por saber si estos trabajos constituyen un

verdadero un punto de inflexión dentro de los estudios económicos, es decir, el comienzo de una posible ‘fertilización cruzada’ entre la economía y la sociología. El futuro lo dirá.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arrow, Kenneth. “Potentialités et limites du marché dans l’allocation des ressources”, *Théorie de l’information et des organisations*, Thierry Granger, Dunod, 2000 [1985].
- Arrow, Kenneth and Debreu, Gerard. “Existence of an equilibrium for a competitive economy”, *Econometrica*, 22(3): 265-290, 1954.
- Arrow, Kenneth and Hahn, Frank. *General Competitive Analysis*, Holden Day, 1971.
- Baker, W. “The social structures of a national securities market”, *American Journal of Sociology*, 89(4): 775-811, 1984.
- Berta, N. “Edgeworth, Walras et le tâtonnement: histoire d’un malentendu”, *Economia*, 31: 1657- 1697, 2001.
- Boorman, S. A., Breiger, R. L. and White, H. C. “Social structure from multiple networks, I. block model of roles and positions”, *American Journal of Sociology*, 81(4): 730-780, 1976.
- Debreu, Gerard. *The Theory of Value: an Axiomatic Analysis of Economic Equilibrium*, New York, Wiley, 1959.
- Debreu, Gerard and Scarf, Herbert. “A limit theorem of the core of an economy”, *International Economic Review*, 4(3): 235-246, 1963.
- Durkheim, E. *De la division du travail social*, Paris: PUF, 1967 [1893].
- Eccles, R. and White, H. C. “Producers’ markets”, *New Palgrave Dictionary of Economics*, 984-986, 1988.
- Edgeworth, F. Y. Review of *Eléments d’économie politique pure*, *Nature*, 40: 434-436, 1889.
- Edgeworth, F. Y. “La théorie mathématique de l’offre et de la demande et le coût de production”, *Revue d’économie politique*, 5(1): 10-28, 1891.
- Ferguson, C. E. et Gould J. P. *Théorie microéconomique*, Paris: Economica, 1988 [1966].
- Garcia-Parpet, Marie-France. “La construction sociale d’un marché parfait: le marché au cadran de Fontaines-en-Sologne”, *Actes de la recherche en Sciences sociales*, 65, novembre, 1986.

- Granovetter, M. *Getting a Job. A Study on Contacts and Career*, University of Chicago Press, 1974.
- Granovetter, M. "The problem of embeddedness", *American Journal of Sociology*, 481-510, 1985. Traducción francesa en *Le marché autrement*, Dexclée de Brouwer, 2000.
- Granovetter, M., MacGuire, P. and Yakubovich, V. *Electric charges: the social construction of rate systems*, 2002.
- Guerrien, Bernard. *La théorie économique néoclassique. Microéconomie*, tomo 1, repères, Paris: Editorial La Découverte, 1999.
- Israel, G. *La mathématisation du réel*, Dunod, 1997.
- Jorion, P. "Déterminants sociaux de la formation des prix de marché. L'exemple de la pêche artisanale", *Revue du Mauts*, 9 et 10, 1990.
- Kirman, A. P. "The intrinsic limit of economic theory: the emperor has no clothes", *Economic Journal*, 1989.
- Kirman, A. P. "Whom or what does the representative individual represents", *Journal of Economic Perspectives*, 6 (2), 117- 136, 1992.
- Kirman, A. P. "Quelques réflexions à propos du point de vue des économistes sur le rôle de la structure organisationnelle dans l'économie", *Revue d'économie industrielle*, 88(2): 91-110, 1999.
- Kirman, A. P. and Vignes, A. "Price dispersion: theoretical consideration and price evidence from the Marseille fish market", in Arrow J. K., *Issues in Contemporary Economics*, London: Macmillan, 1989.
- Kreps, David. *A Course in Microeconomic Theory*, Harvester-Wheatsheaf. 1990a.
- Kreps, David. *Games Theory and Economic Modelling*, Oxford University Press, 1990b.
- Leifer, E. and White, H. C. "A structural approach to markets", in M. S. Mizruchi and M. Schwartz, *Intercorporate Relations: the Structural Analysis of Business*, New York: Cambridge University Press, 85-108, 1987.
- Lévesque, B., Bourque, G. et Forgues, E. *La Nouvelle Sociologie Economique. Originalité et Diversité des Approches*, Paris: Desclée de Brouwer, 2001.
- Lorrain, F. and White, H. C. "Structural equivalence of individual in social networks", *Journal of Mathematical Sociology*, 1: 49-80, 1971.
- Marshall, Alfred. *Principles of Economics*, Macmillan, 1890.
- Marshall, Alfred. *Industry and Trade*, London: Macmillan, 1919.

- Mas Colell, A. Whinston, M. and Green, J. *Microeconomic Theory*, Cambridge University Theory, 2000.
- Mill, J. S. “Thornton on labour and its claims”, *Fortnightly Review*, 1869.
- Mirowski, P. *More Heat than Light*, Cambridge University Press, 1989.
- Nash, John. “The bargaining problem”, *Econometrica*, 18: 155-162, 1950.
- Schumpeter, Joseph. *History of Economic Analysis*, London: Allen and Unwin, 1954.
- Shubik, M. *Game Theory and Social Sciences*, The MIT Press, 1982.
- Simiand, François. “Histoire des classes ouvrières et de l’industrie en France avant 1798”, *l’Année Sociologique*, tomo IV, 1902.
- Steiner, Philippe. *La sociologie économique*, Paris: La découverte, 1999.
- Steiner, Philippe. “Le marché vu par la sociologie économique”, Université de Lille 3 et Iris, 2004.
- Sudgen, Robert. “Credible worlds: the status of theoretical models in economics”, *Journal of Economic Methodology*, 7(1): 1-31, 2000.
- Swedberg, R. *Current Sociology*, London: Sage publication, 1987. Traducción al francés: *Une Histoire de la Sociologie Economique*, Desclée de Brouwer: Paris, 1994.
- Swedberg, R. “Markets as social structures”, in N. J. Smelser and R. Swedberg, *Handbook of Economic Sociology* (pp. 255-283), New York: Russel Sage & Princeton University Press, 1994.
- This, I. “La construction d’un concept. Des prophéties autoréalisatrices de R. K Merton au concept général d’autoréalisation”, *Oeconomia*, 1994.
- This, I. “Peut-on définir la sociologie économique?”, Université Paris 1, Phare, 2004.
- Tirole, Jean. *The Theory of Industrial Organisation*, The MIT Press, 1988.
- Triglia, C. *Sociologie économique. Etat, marché et société dans le capitalisme moderne*, Paris: Armand Colin, 2002.
- Uzzi, B. “The source and consequences of embeddedness for the economic performance of organizations: the network effect”, *American Sociological Review*, 61(4): 674-698, 1996.
- White, H. C. “Where do markets come from?”, *American Journal of Sociology*, 87(3): 517-587, 1981.
- White, H. C. *Markets from Networks. Socioeconomic Models of Production*, Princeton University Press, 2002.

Zelizer, V. *Morals and Markets. The Development of Life Insurance in the United States*, New Brunswick: Transaction books, 1983.

Zelizer, V. *Pricing the Priceless Child. The Changing Social Value of Children*, New York: Basic Books, 1985.