

Citar: Apellidos, N. (2016) "Título", en: Santos González, D. y Giménez Rodríguez, S. (coords.) (2016). *Integraciones y Desintegraciones sociales*. Toledo: ACMS, pp. ....

## LA SOCIOLOGÍA Y LOS MERCADOS: UNA APROXIMACIÓN

Eduardo Díaz Cano. *Universidad Rey Juan Carlos*

Giuliano Tardivo. *Universidad Rey Juan Carlos*

### Introducción

El mercado representa una de las instituciones económicas más importantes en la sociedad actual además de haberse convertido en un arma arrojadiza entre los diferentes responsables de decisiones tan simples o complejas como la redistribución de la riqueza, el reparto de fondos económicos provenientes de los impuestos, si estos impuestos deben ser mayores o menores, o si el precio de un kilo de maíz, un barril de petróleo o una barra de pan sube o baja. Los mercados influyen en nuestra vida cotidiana más de lo que creemos pero ¿de qué mercados estamos hablando? ¿De los mercados de abastos diarios o de los mercados de futuro donde se negocia el precio a unos cuantos meses o a años vista? O, quizás, ¿un lugar de interacción laboral y/o social? Polanyi describe en su obra (2011:222) “la separación del trabajo de otras actividades de la vida y su sometimiento a las leyes del mercado equivalió a un aniquilamiento de todas las formas orgánicas de la existencia”, línea similar a la seguida por Adam Smith (Polanyi, 2011: 166). ... La libertad de contrato significaba la lealtad a un empleador/proveedor y la eliminación de relaciones no contractuales, difíciles o imposibles de “cuantificar”. Hablar de mercado, dentro del campo de la sociología, es hacerlo dentro del entorno de la sociología económica. ¿Desde cuándo podemos decir que existe esta rama sociológica? Siguiendo la propuesta de Smelser y Swedberg (2005:7) lo sitúan en “W. Stanley Jevons (1879), un economista británico” y, posteriormente, ya aparecerá en trabajos de Durkheim y Weber. Y una definición de este término global, dentro del cual se va estudiar el mercado, podría ser la de Fligstein y Dauter (2006:45<sub>1</sub>) que incluye no solamente un determinado tipo de intercambio social sino también en un entorno que ellos llaman capitalista y, más concretamente se trata de analizar las empresas, los mercados de materiales, el mercado laboral y sus relaciones con los proveedores, los trabajadores, los Estados, el papel de las culturas locales y sistemas de significado que indican qué son productos, qué se puede comprar y vender y el papel de la moral en la creación de determinados tipos de mercados particulares.

### Estructura del texto

La estructura del texto, después de esta corta y controvertida introducción a la definición de sociología económica, más por los problemas internos sobre si la ciencia económica es realmente una ciencia o, la misma pregunta sobre la sociología, quizás ya situada en el pasado pero que retorna una y otra vez (Hernández, 2016) está marcada por el estudio del mercado con una línea económica y otra sociológica para confluir al final, tanto conceptual como históricamente. En cuanto a los autores a seguir, el trabajo se basa, inicialmente, en las obras de Smelser (1963), Mingione (1993), Swedberg (1994 y 2005); Swedberg (1997); Fligstein y Dauter (2006) y Polanyi (2011), así como, posteriormente, los textos de Stiglitz (2015) y Piketty (2015), de quienes se toman las ideas básicas.

El mercado lo vamos a ver como un tipo específico de estructura social. Verlo como un lugar de intercambio, como se ha dicho en la definición y afirma Coase (1994:8), que abarca tanto la faceta puramente mercantilista de la compra-venta de productos como la posibilidad de comenzar, proseguir o concluir relaciones sociales más allá del aspecto monetario. Aunque para Simmel (1988:304-305) y Mead (1972: 311) es algo natural y dinámico, no estático alterándose no solo los actores y su lugar de competencia, sino que también se definen y redefinen los productos que se intercambian (Herranz González, 2008:278).

### Definiciones

¿Cómo definimos estructura social? Es común el definirla como una serie de interacciones recurrentes y pautadas entre diferentes actores y que pueden prevalecer gracias a acuerdos y normas que lo regulan.

Comenzar definiendo “mercado” es complejo por las múltiples acepciones pero si seguimos el DRA (disponible online) vemos que su procedencia es del latín “mercātus” en el sentido de transacción, contratación pública; sitio público destinado para comerciar pero, también (nº 7) “conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio” aunque, como dice Fernández Enguita (1998:62-63) falta esa discusión -definiciones- en el ámbito económico pues consideran al mercado como algo obvio y, en boca de Lerner (1972: 259) dice “una transacción económica es un problema político resuelto”, pero aquí quita valor a la política en relación con la vida económica.

Y los economistas han añadido un sentido propio: el mercado como un mecanismo abstracto que establece los precios de los productos y que es central para la asignación de

## MESA DE TRABAJO 2: TEORÍA SOCIOLOGICA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

recursos en una economía dada, pero en cuanto a su estudio, incluso para los economistas, sigue siendo un “caballo de Troya” (Lepper, 2011: x).

Hablar de mercados es complejo, también, por saber a qué tipo de actividad nos estamos refiriendo. No vamos a centrarnos ahora en seccionar las posibilidades y sí en hacer un recorrido histórico, dentro de lo que nos permiten diferentes fuentes.

Polanyi, como historiador y antropólogo (Mingione, 1993:59-63) sitúa su nacimiento en intercambios familiares o tribales que hacían posible la vida en comunidad, la supervivencia. El valor de estos intercambios no era individual, sino del grupo, de la comunidad (2011:222). Un siguiente paso, que es el que más se suele resaltar en la historia, es el intercambio entre diferentes tribus (no pensemos, como también refiere Polanyi (2011: 93), que las diferencias con respecto a las actuales son enormes y menos en la economía) de aquellos elementos que podían disponer en abundancia o escasez (por razones vitales o superfluas). El mercado era una de las pocas formas de establecer contacto entre diferentes grupos humanos, además de las luchas por el territorio, alimento u otros desencuentros. La localización de este tipo de mercados era habitualmente en “zonas neutras”, al borde de los territorios de las diferentes comunidades. Evidencias arqueológicas de hace 5000 años o más que muestran productos no originarios de una región sugieren que pudiera haber sido una de las primeras civilizaciones de las que tenemos constancia de haber practicado el comercio con otros grupos sociales, tribus o sociedades. Más evidencias encontramos del papel central jugado por Oriente Próximo como lugar de paso y encuentro para el mercadeo entre lo que hoy consideramos África y Asia.

Posteriormente ya son más conocidos y estudiados los casos de Grecia, Roma y las culturas, civilizaciones posteriores.

Durante finales de la Edad Media se produjo otra evolución considerable consistente en un intento de control de los precios de los productos ofrecidos así como de su calidad. La celebración de los mercados era, fundamentalmente, dentro de los muros de la ciudad. En la misma época comenzaron a surgir también las “ferias” de mayoristas protegidas y auspiciadas por los príncipes locales. La fama de alguna de estas ferias y el trasiego de compradores y vendedores hacía que esa ciudad experimentase una dinámica de incremento económico y así comenzó a extenderse esta forma de “mercado” que ayudó, en una posterior evolución, a la economía de mercado donde el producto no se presentaba en su totalidad sino que se hacía a través de “muestras”.

El comienzo de la industrialización hizo más fácil el transporte de mercancías no necesariamente “vitales” y la demanda de estas estructuras creó la necesidad de cambios en las legislaciones locales para reducir los muchos aranceles y facilitar el intercambio. Y si la venta al por mayor cambió, surgió también la venta al por menor con la creación de las tiendas cercanas al consumidor ya que estos se habían “alejado” de los productos al cambiar su forma de vida “rural” por otra urbana y centrada en el trabajo en las factorías sin posibilidades de autoabastecerse de casi ningún producto.

Y si el mercado laboral ha existido siempre, sea como esclavos, siervos o por acuerdo mutuo, durante la industrialización se produjo un gran salto en la contratación por cuenta ajena al emigrar del campo a la ciudad y trabajar a cambio de un salario en proporciones nunca vistas anteriormente (Williamson, 2012:55) pasando del 23, 8% en 1750 al 46,9% en 1911 en Inglaterra evolucionando la población urbana en términos similares o más acentuados (24,1% en 1750 hasta un 78,9% en 1911). Y si esto fue así en Inglaterra, variaciones similares se observaron en otros países de Europa y en Estados Unidos.

La evolución, sin embargo, no ha sido lineal en todas las zonas geográficas y grandes diferencias prevalecen aun hoy lo que marca a las diferentes regiones, países o comarcas y establece grandes desigualdades simplemente por el hecho de una relación mercantil muy desequilibrada.

### **I. Las teorías económicas y el mercado**

Clave de este apartado: analizar el modo en el que la teoría económica ha sido capaz de manejar la complejidad del fenómeno del mercado. Revisar cómo ha sido analizado el mercado a lo largo de la historia del pensamiento económico desde Adam Smith hasta hoy en día. Hacerlo así nos facilitará el comprender el mercado como el mecanismo creador de los precios de los productos pero, igualmente, nos facilitará el intento de ver el mercado como una institución en sí misma.

Algunas manifestaciones, la ya enunciada de Lepper y de investigadores de mediados de los 70 (Barber, 1977:19 y North, 1977:710), afirman que existe una “sorprendente mínima atención prestada a la idea de mercado en la literatura económica” (Barber) y “es un dato objetivo peculiar de esta literatura que contiene muy pocos temas de discusión de una institución central que subyace a las economías neoclásicas: el mercado”.

#### **a) La economía política clásica – el mercado: de Smith a Marx**

## MESA DE TRABAJO 2: TEORÍA SOCIOLOGICA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

En primer lugar, los economistas clásicos veían el mercado como un lugar donde realizar acciones de compra-venta o como un área geográfica identificable en un mapa. En segundo lugar, el mayor énfasis en la economía política clásica se situaba en la producción más que en el intercambio y lo que decidía el precio era la cantidad de trabajo-mano de obra necesaria para producir ese bien y no tenía en cuenta otras fuerzas intervinientes como la cantidad de oferta o de demanda. Y tercero, enfatizan que el mercado real, de las transacciones materiales, podía confundir al analista especialmente cuando se hablaba de precios ya que factores imprevistos, secundarios, podrían hacer variar un valor de mercado que era diferente al del valor natural.

En el texto de Smith (1952), solo dos capítulos hablan del mercado: el 3 del libro I: "That the division of labour is limited by the extent of the market" y el 7: "Of the natural and market price of commodities". Es en estos dos capítulos donde Smith resalta la parte central de todo análisis del mercado: la relación entre el mercado y la división del trabajo y cómo el mercado influye sobre los precios. Para él, la riqueza de una comunidad es el resultado del trabajo de sus miembros, y la productividad del trabajo estaba determinada por cómo estaba desarrollada la división del trabajo y así lo reflejó en el título de ese capítulo 3: "La división del trabajo se encuentra limitada por el tamaño de [ese mismo] mercado", es decir, una aldea tiene una división rudimentaria del trabajo mientras que una gran ciudad junto a un río o al mar, tendrá, necesariamente, una mayor y desarrollada división del trabajo (Ibíd., 8-9).

Con los trabajos de Ricardo (1817/1993) y de J. S. Mill (1848/1994), la economía política se volvió más abstracta, perdiendo gran interés en las instituciones económicas concretas, incluidos los mercados. La idea general de su análisis se basaba en que la producción era el componente fundamental para el precio natural de las cosas mientras que el precio de mercado tendía a ser el resultado de un cúmulo de circunstancias accidentales. Sin embargo, ambos comienzan a introducir en sus trabajos la idea de analizar la oferta y la demanda, especialmente Mill.

Otro de los clásicos de la economía política es Marx y, coincidente con los otros analistas, afirma que la producción era más importante que el mercado si de lo que se trata es de hablar de cómo decidir el precio de un producto. Sin embargo, el mercado estaba constituido por relaciones sociales (Mingione, 1993: 44-45) pues "los productos no pueden ir ellos mismos al mercado y realizar, ellos mismos, el intercambio" (Marx, 2008: 103), de esa manera, el valor de ese producto no es algo inherente al producto en sí, más bien el

resultado de relaciones propias de cosas entre las personas y relaciones sociales entre las cosas (Ibíd., 89).

Marx argumenta que el mercado "no es el paraíso de los derechos innatos del hombre" (Ibíd., 203), es un lugar en el que los trabajadores se ven forzados a vender su fuerza laboral por una miseria a los capitalistas. La llave secreta para entender el modo de actuar de la economía capitalista se encuentra en "los espacios cerrados de la producción" y no en el mercado, "ese espacio ruidoso donde todo sucede a la vista de todos" (Marx, 2008: 208-209).

### **b) Grandes cambios y nuevos conceptos para el "mercado": el Marginalismo**

Hacia finales del siglo XIX el concepto de mercado, en la teoría económica, sufrió un dramático cambio de la mano de Leon Walras, William Stanley Jevons, Carl Menger y otros autores. El término, generalmente atribuido a Von Wieser -*Grenznutzen*- y desarrollado por la Escuela Austríaca (Wakolbinger, 2005). Las diferencias entre lo anterior y lo nuevo son enormes.

Si para economistas como Smith, el mercado era algo concreto y de un limitado interés para su análisis ya que el precio de mercado estaba a menudo influenciado por circunstancias accidentales. Ahora, la forma de pensar era casi al revés al convertir al mercado en un concepto abstracto que recuperaba un interés de análisis enorme como mecanismo capaz de establecer el precio de las cosas y distribuidor de recursos. Durante este periodo, los intentos de análisis desde el punto de vista histórico o social fueron rechazados, y el concepto de mercado fue reducido hasta el punto de hablar de "el mercado hipotético" o de la "teoría del intercambio" lo que para estos autores facilitaba y hacía posible la "conceptualización de la economía en su totalidad como un sistema de mercados" (Swedberg, 1994: 259). Lo que representaba una novedad era que los economistas añadían ahora un significado al término mercado y este era "perfecto". Un mercado perfecto es un mercado muy abstracto caracterizado por una competencia perfecta y una información perfecta y así se puede definir "los mercados como un concepto empíricamente vacío de los foros en los que se realizaba el intercambio. El sistema legal y el gobierno eran relegados al trastero" (Demsetz, 1982:6). Uno de los logros de esta corriente es el haber entendido el mercado como un mecanismo central de asignación en la economía.

Uno de los autores reseñables de esta corriente es el ya citado Marshall (Méndez Ibisate, 1993:2) quien evolucionó en sus formas de entender el mercado desde una relación entre la oferta y la demanda, hasta *Industry and trade* en el que lo define como un grupo o grupos de

gente en el que algunos de ellos desean obtener ciertas cosas y algunos de ellos están en disposición de abastecer lo que otros desean, además resalta cinco factores importantes para entender los mercados: espacio, tiempo, regulación formal, informal y familiaridad entre el comprador y el vendedor, cada uno de los cuales marca de una forma concreta el valor del producto (Swedberg, 1994:206).

### **c) La Escuela Austríaca: el mercado como un proceso**

La escuela de economía austríaca tiene sus raíces en los trabajos de Carl Menger quien entendió el mercado como el resultado espontáneo y no buscado de un desarrollo histórico (Menger, 1985:139-159). Las dos figuras en esta Escuela son Ludwig von Mises y su estudiante Friedrich von Hayek quienes desarrollaron sus ideas tanto durante la I Guerra Mundial como después. Los intereses de ambos autores eran descomunadamente amplios e incluían tanto la teoría como la economía misma. Von Mises fue un buen amigo de Max Weber, siendo ambos miembros de la Sociedad Alemana de Sociología, y realizó numerosas referencias sociológicas en su famoso seminario comenzado en 1920 en Viena. Weber cita tres trabajos de von Mises (2002:58,82) pero ninguna a Menger o a Hayek en *Economía y Sociedad*. Su amistad la define de forma resumida Swedberg (2000:198).

La parte central de la Escuela Austríaca es, indudablemente, su teoría sobre el mercado como un proceso. "El mercado no es un lugar, una cosa o una entidad colectiva", como dijo von Mises (1998:258), "es un proceso que funciona por la interrelación de las acciones de varios individuos cooperando dada una determinada división del trabajo". Según esta Escuela, el mercado surge espontáneamente siendo el resultado de la acción humana como algo opuesto a un "diseño humano". Un mercado es, respecto a su naturaleza, descentralizado y constituido, principalmente, por un conocimiento local sobre cuánto cuesta algo y dónde se pueden encontrar oportunidades (Hayek, 1948).

Como algo opuesto a lo que los economistas llaman "economía", el mercado no tiene un centro, más bien consiste en una "red de muchas economías interconectadas" (Hayek, 1998:108). La diferencia con los neoclásicos es que estos defendían que todas las economías deberían estar centralizadas en torno al concepto del mercado.

### **d) La ley del mercado y Keynes: críticas**

En su obra inicial *Teoría general* (1936), Keynes defendía que las diferentes corrientes económicas anteriores cometían el error de dar por sentada la *Ley de Say* sobre los

mercados especialmente los apartados que afirman que la oferta crea su propia demanda y que el sistema económico está siempre trabajando a su máxima capacidad (cap. 2). Si uno observa cómo son las cosas en realidad se da cuenta de que el desempleo tiende a ser una constante en la sociedad moderna y que la economía es floja en general. La solución de Keynes para hacer que la oferta y la demanda se encuentren y, de esta manera, hacer que el mercado actúe de forma adecuada, es con la intervención del Estado. El Estado debería, en particular, ser el responsable de ajustar el consumo y las inversiones necesarias. La falta de confianza de Keynes en que los mercados, y solo por su propia acción, pueda asegurar un alto nivel de productividad y un bienestar general de la sociedad es evidente en su análisis de los dos mercados en los que él estaba interesado. Keynes resalta que de acuerdo a las teorías clásica y neoclásica, todos los mercados son completos y, consecuentemente, el “desempleo ... no puede existir” (Keynes, 1936:16). Dado que el desempleo existe, este análisis clásico y neoclásico era erróneo y era necesario el encontrar una nueva teoría sobre el mercado laboral. Keynes, en su análisis del mercado de valores (la Bolsa), constató igualmente que lo que estaba sucediendo era algo totalmente diferente a lo que debería suceder según la teoría económica, la realidad superaba a la ficción (teoría). El mercado de valores moderno dirigía la mayor parte de sus esfuerzos en “anticipar cuál era la opinión media que esperaba tener la opinión media (Keynes, 1936:156). Este esfuerzo por adivinar cuál podría ser el precio de una acción en el futuro, más que calcular el rendimiento futuro de una inversión es lo que condujo a Keynes a pensar diferente. La solución pasaba, también aquí, por la intervención del Estado para regular el mercado.

### **e) El mercado y la empresa-organizaciones**

Las teorías sobre la organización industrial se crearon para introducir un nuevo concepto de mercado: el mercado definido como industria a la vez que una actitud más empírica a la hora de estudiar los mercados en general. La nueva tendencia emerge, en 1933, del texto *Theory of monopolistic competition*, de Edward H. Chamberlin. Su idea principal era una crítica a la teoría de la competencia perfecta que consideraba que tenía muchos puntos débiles. “En una situación de competición pura, el mercado de cada vendedor coincide exactamente con el de sus competidores, por lo tanto hay que reconocer que cada uno se encuentra en cierto modo aislado de tal manera que la totalidad no es un mercado único de muchos vendedores sino una red de mercados interrelacionados, uno para cada vendedor” (Chamberlin, 1933: 69). Los límites entre mercados eran ahora más difíciles de concretar.

### **f) Los mercados después de 1945**



Una gran variedad de teorías surgieron durante esta época. Así tenemos la “Teoría general del equilibrio” (Arrow, 1968); la “Teoría de los juegos”, pionera a la hora de introducir la intersubjetividad en la corriente de pensamiento económico según la cual cada actor del mercado toma en consideración las decisiones de los otros actores (Shubick, 1984; Schelling, 1984). La “Escuela de Chicago” defensora de un papel más central del mercado en la teoría económica así como en cuestiones políticas y, finalmente, se ha producido un gran número de avances interesantes en lo referente a la economía de la información. El énfasis en el papel del conocimiento en la forma de analizar los mercados a llevado a realizar estudios sobre los “fallos del mercado”, las “señales de los mercados”, etc., (Stiglitz, 2002 y sus compañeros del Nobel: Akerlof, 1970; Spence, 1973).

### **II. La sociología y las teorías sobre el mercado**

Si los economistas han estado analizando los mercados por su cuenta y sin comunicación con otras Ciencias Sociales, lo mismo sucede con los sociólogos creando estos su propia “historia de la economía” y aquellos su “historia de la sociología” (Schumpeter, 1971: 40-41) sin que desmerezca la aportación de cada uno de ellos al estudio de los mercados.

#### **a) La teoría sociológica clásica sobre el mercado**

Entre los sociólogos clásicos, podemos decir que Max Weber fue el más interesado en los mercados, quizás por su formación como economista y cuyas ideas se “fijaron” en la sociología. Él afirmaba que la economía debería de ser una ciencia amplia que recogiese temas tales como “sociología de los mercados” haciendo ya desde los inicios un esbozo de tal ciencia (Weber, 2002: 62-63, más ampliamente pero también “incompleto” en 493-497). Otros autores, como Simmel (2004), tratando especialmente el papel del dinero en la sociedad moderna, y Durkheim (1994), en su visión de “situación sin norma-anomia”, especialmente en lo relativo a la economía, libro III, también lo trataron en sus textos.

Weber analizó los mercados desde sus inicios como investigador, tanto *La Bolsa* (en 1892), como una forma de mercado, hasta *Economía y Sociedad* (1922) (Weber, 1988; Radkau, 2005:172-173). De estos estudios se deduce que Weber estaba especialmente interesado en la naturaleza de las especulaciones bursátiles y cómo estaba organizada la Bolsa en los diferentes lugares en los que actuaba (New York, Londres o París). Weber también veía la Bolsa desde su dimensión política interpretándola como “un instrumento de poder para la lucha política, especialmente entre Estados (Weber, 2002: 854).

## MESA DE TRABAJO 2: TEORÍA SOCIOLOGICA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

Como sociólogo, unos años después, reformuló su análisis del mercado desde el punto de vista del individualismo metodológico y la forma de entenderlo los actores participantes, su sociología comprensiva (*Verstehen*). Así podemos leer que “debe hablarse de un mercado tan pronto como concurren, aunque solo sea de una parte, una pluralidad de interesados en el cambio y en las probabilidades de cambio” y esto tiene lugar en un lugar físico, lo que constituye el tipo de mercado más consistente aquel en el que se desarrolla el regateo. Desde el punto de vista sociológico, el mercado representa socializaciones racionales, coetáneas y sucesivas; cada una de las cuales tiene un carácter efímero. El cambio realizado constituye una sociedad solo con el partícipe y el regateo preparatorio representa siempre una acción comunitaria ya que ambos interesados en el cambio orientan sus ofrecimientos en el actuar potencial de un número indeterminado de interesados en el cambio, reales o imaginarios” (Weber, 2002: 493).

Weber realiza también la distinción conceptual entre intercambio y competición. Más concretamente, la acción social en el mercado comienza como una competición entre los posibles contrincantes por el bien objeto de deseo y termina como un intercambio. Para él, este intercambio final y la competencia previa representan “el arquetipo de toda acción social racional” (Ibíd., 493). Pero, continúa diciendo que en el mercado también se producen situaciones de enfrentamiento o discusión, llegando a definirlo como la lucha del mercado “la lucha de los hombres unos contra otros” (Ibíd., 70). La forma de los pagos tiene por objeto asegurar la “paz del mercado” cuya garantía, puesto que originariamente el mercado es una socialización entre individuos que no son compañeros, es decir, entre enemigos, deja, al igual que las costumbres de guerra del derecho de gentes, a los poderes divinos (Ibíd., 521).

Estando los mercados sometidos a un orden concreto, Weber afirma que cuanto más racional es un mercado, menos regulado está formalmente y, continúa, el máximo de libertad de mercado o “racionalidad del mercado” se ha conseguido en las sociedades capitalistas en las cuales se han eliminado la mayoría de los elementos irracionales (fundamento de la teoría económica: racionalidad formal, frente a la racionalidad material en la que se plantean exigencias políticas, utilitarias, estamentales, igualitarias, etc. (Ibíd., 64). Y se puede concluir, según la línea de pensamiento de Weber que el mercado capitalista es el resultado de un largo proceso histórico.

### **b) Comienzos del renacimiento del mercado en la sociología**

## MESA DE TRABAJO 2: TEORÍA SOCIOLOGICA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

Si bien ha quedado patente que Weber, así como Simmel o Durkheim estudiaron con detenimiento el mercado, no se vuelven a ver estudios sobre el mercado hasta los años 50 en los que encontramos autores como Parsons, Smelser y Polanyi (Mingione, 1993:52-58).

Tanto Parsons como Smelser estaban interesados en mostrar que la teoría económica y la teoría social podrían estar integradas de una manera provechosa y establecían los puntos de arranque para un desarrollo sistemático de la sociología del mercado. La idea era el conceptualizar al mercado como un sistema social en sí mismo, por propio derecho, si bien, la mayoría de sus esfuerzos se centraron en mostrar que los mercados son diferentes, unos de otros, no solo en el grado de desarrollo que han experimentado hasta el momento sino también en el tipo sociológico, tal y como explican Smelser y Swedberg (1994: capítulo 1).

Por su parte Polanyi realiza un análisis del mercado menos abstracto que el de Parsons y Smelser. Para Polanyi, el encontrar un nuevo enfoque sobre el mercado era una de las tareas esenciales del ámbito de los estudios sobre economía por las razones que explica en el inicio de su obra diciendo “La civilización del siglo XIX se ha derrumbado. ... La clave del sistema institucional del siglo XIX se encontraba en las leyes gobernantes de la economía de mercado. Nuestra tesis es que la idea de un mercado autorregulado implicaba una utopía total” (2011: 49-51). Explicar la importancia del mercado en la sociedad moderna se convirtió en el objetivo principal de su obra más conocida. Desde un punto de vista histórico muestra que solo han existido dos tipos de mercado a pequeña escala el “local” y el “externo” (pp. 54 y ss.). Ambos mercados habían sido regulados pero ninguno de ellos había sido lo suficientemente dinámico como para generar una ruptura. Sin embargo, dos momentos decisivos marcaron el rumbo hacia la economía del mercado moderno, la creación del mercado “interno” o nacional y la eliminación radical de toda regulación del mercado en la Inglaterra de mediados del siglo XIX. Se produjo el cambio de los mercados de pueblo (locales o regionales) a un gran mercado (nacional) en el que tanto la tierra como la fuerza laboral eran tratados como productos normales que pueden ser comprados y vendidos (“La evolución del patrón mercado, pp. 105 y ss.; y Speenhamland, 1795, pp. 128 y ss.). El resultado de este cambio fue la miseria en la que se vio inmersa la gran mayoría de la gente corriente (“El pauperismo y la utopía”, pp. 156 y ss.) hasta que se tomaron medidas para proteger a la sociedad contra la utopía del “mercado autorregulado”. Polanyi señala a algunos de los más devastadores acontecimientos del siglo XX (I y II Guerra Mundial) como consecuencias del intento inglés de transformar la sociedad en un mercado gigante. “El mecanismo del mercado se estaba afirmando y reclamando su terminación: el trabajo humano debía convertirse en una mercancía. ... Saliendo de los horrores de Speenhamland,

los hombres corrían ciegamente en busca del abrigo de una economía de mercado utópica (p. 155).

El desarrollo conceptual de su análisis comienza argumentando que existen varios modos de organizar la economía, como pueden ser la reciprocidad, la redistribución o el intercambio (que se produce en el mercado). Y si algunos piensan solo en un tipo de mercado como la única forma de organizar el intercambio, Polanyi muestra que ésta es solo una de ellas (p. 267).

### **c) Inicios de la explosión teórica sobre los mercados en la sociología**

El debate propuesto por Polanyi tuvo efectos entre los antropólogos y los historiadores pero no entre los sociólogos quienes se olvidarían del tema hasta entrados los 70'. Nombres como Barber (1977), Granovetter (1974), DiMaggio (1977), Wallerstein (1974) o Zelizer (1979) sí se adentrarían estudiando campos como la "amistad" como valor para poder encontrar un empleo; planteando una nueva teoría sobre el "sistema-mundo moderno" en el que el mercado juega un papel crucial o el papel que juega el valor de la vida para una sociedad en la que todo se mercantiliza.

A partir de los 80' surgen más autores interesados en el mercado, por nombrar a algunos de ellos, desde Baker (1981/1990), Collins (1990), Powell (1990), Podolny (1993/2005), o Lie (1997). Y si estos son algunos de los representantes de esa época, también surgieron nuevas corrientes de pensamiento, como puede ser la corriente estructural que dominó el debate por dos razones, una era que es el intento más serio de formular una teoría sociológica de los mercados y, otra, porque atrajo a un elevado número de investigadores.

Lo que caracteriza a este corriente es que focaliza principalmente en la estructura social y en sus intentos por bosquejar esa estructura en una forma muy concreta (normalmente en red) y el mantener una sospecha ante todo intento de explicación psicológica o cultural. Esta forma concreta de entender la estructura ha generado un gran debate especialmente por rechazar la idea de que los valores, las ideas y la cultura son centrales para el análisis sociológico.

Los autores más conocidos de esta corriente son Ronald Burt, Wayne Baker y Harrison White y si bien sus raíces no son exclusivas de estos ni su contenido se utiliza exclusivamente para los mercados, sí podemos resaltar las ideas de White con sus intentos, desde la base, por entender el mercado y crear una teoría sociológica totalmente nueva y

## MESA DE TRABAJO 2: TEORÍA SOCIOLOGICA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

sociológica ¿por qué existen los mercados particulares? ¿por qué se mantiene un determinado mercado y otros no? ¿qué tipo de estructura social observable es un mercado? El mercado típico de White es el mercado de producción -aquel compuesto por una docena de empresas que se constituyen como mercado y son vistas por los compradores como tal-, característicos de las economías industriales y, de esta forma, los comerciantes conocen exactamente cuáles son los costes de producción para un determinado volumen de ventas y tratan de maximizar sus beneficios marcando un valor para sus productos. Su definición de mercado podría ser “Los mercados son grupos de productores reales que se miran unos a otros. La presión, por parte del comprador, crea un espejo en el que se ven los propios productores, no a los consumidores” (White, 1981:543).

Baker, por su parte, desarrolla tanto una teoría sociológica como aporta, para ello, un análisis empírico de los mercados afirmando que no son homogéneos pero sí están estructurados socialmente y esta es su base de estudio, los mercados como redes (Baker, 1981: 183; Uzzi, 1996; White, 2001) aunque el más exitoso trabajo sobre redes podría ser el de Granovetter, ya citado anteriormente y escrito una década antes de la obra de Baker (Granovetter, 1974). El mercado y las redes, a las que hace referencia, son el mercado laboral y las redes, las redes familiares o de amistades de cada uno de los buscadores de empleo, muy lejos de la “teoría existente sobre el mercado de trabajo y las formas de encontrar el empleo de un modo académico (p. 25). Si lo contraponemos a un trabajo anterior de White (1970), este habla de la “cadena de oportunidades” que se abre cuando alguien encuentra un nuevo puesto de trabajo.

Para introducir una crítica importante al resurgir de la sociología económica, es Pierre Bourdieu (2003:14 y 2005:75) (señalada también por Fligstein, 2001) quien, en su intento por desarrollar la teoría que envuelve el discurso sobre las estructuras sociales de la economía, opina que tanto Baker como Granovetter, al igual que Coleman, no van al fondo del problema que puede plantear un paradigma obsoleto (en este caso la teoría neoclásica) y solo pretenden “corregir” algunas lagunas o insuficiencias y que pretende dar ejemplo con esta y otras obras suyas y en colaboración, citadas en su texto. Conceptos como “habitus”, “capital cultural”, “capital social”, “capital simbólico” o la “noción de campo” podrían, según Bourdieu, ser un paso importante en la demarcación de una nueva forma de entender la “Nueva sociología económica” (Ibíd.) y que sirve como punto de enganche con otras críticas a esta y otras corrientes.

Otros críticos afirman, respecto a la corriente estructural, que no es perfecta y algunos de ellos echan en falta el aspecto cultural del mercado, sin intentar convertir esta teoría en exclusivamente cultural pero tratando de evitar el reduccionismo y sí facilitar el diálogo entre las diversas ciencias que estudian el mercado: la antropología y la historia social sobre la cultura del mercado, y evitar que se pierda completamente la posibilidad de comprender el papel que juegan los diferentes valores existentes en el mercado (Zelizer, 1988). Otros afirman que es necesario incluir la dimensión político-legal en el análisis de los mercados ya que el árbitro final de cualquier mercado es el Estado, o diversas agencias estatales que regulan diferentes tipos de mercados y mantienen un orden moral de un determinado mercado y, así, se promueve también la confianza en el sistema económico como tal (Fligstein, 1990 y 1996, Shapiro, 1988 y Burk, 1992). A partir de estos autores, la sociología económica experimentó un gran resurgir de teorías y artículos de esta especialidad sociológica. Fligstein (2002:61) afirma que desde la obra de Smelser y Swedberg (1994) es “casi imposible el abrir un número de las revistas de sociología que no contenga alguna contribución a esta rama de la sociología”.

### **III. Economía y sociología: dos visiones enfrentadas sobre el mercado**

Los mercados reales muestran una gran complejidad y variedad a lo largo de la historia. Los intentos por analizar estos mercados se han llevado a cabo tanto en sociología como en economía. Los autores, ya nombrados, van desde Marshall y su intento de estudiar la organización de los mercados, pasando por Chamberlin intentando entender cómo actúan los mercados concretamente: diferenciación de productos, patentes, marcas, reputación de los vendedores, etc. La Escuela Austríaca, el mercado como un proceso descentralizado; Keynes con sus deficiencias entre los mercados y dentro de cada mercado así como el papel de las expectativas; la Teoría de los juegos, en la que cada actor del mercado tiene en cuenta las posibles acciones de los otros actores, y, finalmente, la nueva economía institucional que defiende que el mercado es una institución por derecho propio y no solamente un mecanismo de establecimiento de precios. Coase introduce, también, la dimensión legal del intercambio y conceptos como los costes de transacción, los costes de búsqueda, obligación legal y de medida y Çalışkan y Callon (2010) el concepto de “performatividad” en los mercados. No podemos olvidar la idea que transmiten diversos trabajos de Portes relacionando mercados con los movimientos migratorios (Portes, 2013).

En sociología, se han acentuado los esfuerzos por captar los mercados como un fenómeno social complejo en sí mismo desde Weber pero aún existe una fuerte tendencia en analizar

los mercados como simples mecanismos de intercambio. Para Swedberg (1994: 271), los mercados son algo más que el simple intercambio, incluso añadiendo los factores legales y políticos y, siguiendo la argumentación de Weber, sugiere que existe un segundo elemento principal: la competencia entre los diferentes actores: compradores y/o vendedores y que finaliza con el intercambio para unos pocos de los actores. En esta línea argumentativa, Simmel ve en el mercado la competición como un conflicto que no está dirigido para conseguir destruir al oponente (comprador y/o vendedor) sino que más bien consiste en un esfuerzo paralelo entre los actores por superar al oponente pero sin destruirlo o eliminarlo lo que beneficia a la sociedad más allá del simple triunfo de uno sobre otro. En una competición cada uno de los actores trata de hacer lo mismo pero mejor que el contrario e, independientemente de lo que cada uno espere como recompensa, ambos tendrán que ofrecer a la otra parte lo que desea si es que se quiere que el intercambio se produzca (Simmel, 1955: 13). Y si esto podría ser una forma propia de entender el intercambio de Simmel, también se podrían ver la “mano invisible” de A. Smith en tanto que el objetivo máximo del individuo se convierte en una herramienta para el grupo.

Campos del mercado aun por analizar para la sociología, como sugiere Swedberg (2005: 249-250): los mercados en los medios de comunicación, en los libros de texto escolares, el papel que juegan los mercados en el proceso de socialización económica en la moderna sociedad capitalista.

#### **IV. A modo de conclusión**

Para finalizar esta “aproximación a la sociología del mercado” nos queda añadir algunos aspectos que consideramos importantes y surgen con los nuevos tiempos, las nuevas economías y sería interesante estudiar por esta rama de la sociología, quizás en la línea que marca el maestro Swedberg.

Hablamos en concreto de la libertad. ¿Cómo entender la libertad en un entorno de “mercado”? ¿seguimos las premisas de Friedman (1982, con primera edición en 1962) y el *Consenso de Washington* en un contexto completamente diferente? Es una pregunta compleja de responder pues la creencia más extendida es que desde la Revolución Francesa nunca se habían alcanzado grados de libertad tan altos como los actuales pero ¿es eso cierto hablando de mercados? Pensemos en los monopolios, oligopolios, la globalización y la concentración de empresas que se está generando (de forma “natural” - intereses propios de dos o más empresas- o “artificial” -incentivado por el Estado- como

## MESA DE TRABAJO 2: TEORÍA SOCIOLOGICA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

puede ser el caso de los bancos en la sociedad europea actual) y presentaremos unos esbozos ya que no somos los primeros en plantear el problema pero al que no se le ha dado la suficiente importancia y se ha “silenciado”, suponemos en aras de una “homogeneidad” que no es comprensible, al menos, en el marco teórico en el que nos movemos.

Hablar de libertad hoy en día y en las sociedades occidentales es hablar de democracia, instrumento garante de la primera ya que “todos/as” tienen la capacidad y facultad de elegir a quienes quieren que dirijan los destinos públicos -y privados- por un periodo de tiempo establecido pudiendo ser destituidos si los “elegidos” no llevan a la práctica lo prometido al final del mandato. Pero, y siendo críticos con el estado actual de la democracia al igual que lo fue Bourdieu (2003: 113-150), tenemos que decir que el entorno en el que se desenvuelve la democracia es completamente permeable a que determinados agentes (individuales u organizacionales) sean arte y parte de los estamentos responsables de tomas de decisiones públicas y que afecten a todos los actores (activos y pasivos) y desequilibren la balanza hacia los intereses particulares de una o varias organizaciones privadas (como lo describe claramente Bourdieu respecto a Francia y los cambios en la legislación relacionada con la vivienda).

Analizando los actores de los mercados, desde este punto crítico, nos encontramos con todos los planteados por los autores citados anteriormente, tanto los ya clásicos como aquellos que plantean críticas por echar en falta la dimensión cultural o la político-legal en la nueva sociología económica cuando hablan del mercado. Plantear también la libertad/democracia se asemeja más a una temeridad que a una posibilidad de que fuese tenido en cuenta por los actores ya que, como hemos visto, si bien no se define al mercado con un conflicto en el que se quiera eliminar al rival (Simmel) sí se quieren hacer las mismas cosas -por parte de todos los actores- pero mejor que el contrincante. ¿Cómo hablar, en este entorno, de libertad/ democracia? ¿qué sucede en la era de la globalización donde las herramientas que hemos creado y aceptado son los robots, para conducir, para ordenar el tráfico, para limpiar, para recoger datos de todo ciudadano, para hacer posibles las comunicaciones, para realizar transacciones económicas, para ocuparse de nuestra salud, para educar a nuestros hijos, para ser nuestra compañía, dándonos de comer o gestionando hoteles?

La era de la globalización está en proceso pero el camino que se ha comenzado, especialmente el relacionado con los mercados (de todo tipo: laborales, de servicios, de productos, educativos, de deuda, etc.), no ha dejado casi ninguna de las estructuras



## MESA DE TRABAJO 2: TEORÍA SOCIOLOGICA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

sociales anteriores “de pie” comenzando por el límite en el que normalmente se establecían las relaciones comerciales de la era industrial: la nación. Actualmente, la organización política, y normalmente delimitada físicamente, la nación, ha dejado de tener sentido para esta estructura de intercambio si bien se siguen manteniendo las “formas” y podríamos llegar a creernos que somos nosotros quienes regulamos esta estructura. Incluso nuestras deudas tienen su centro de decisión más lejos de lo que nos pensamos, como dice Lazzarato (2013) y Foucault (1999). Hemos pasado del mercado interno-local al global.

¿Quiénes son los verdaderos actores de las decisiones en la sociedad actual? Podríamos afirmar -sin temor a equivocarnos- que son los mercados, aunque maquillados por diferentes pantallas, recordemos a los lobbies en Estados Unidos (recientemente reconocidos en España).

El funcionamiento de estos “lobbies” es bastante simple, son los agentes que señalan a los gobernantes qué hay que hacer, aunque algunos políticos se puedan permitir el lujo de decidir el cuándo, pero ... ¿es esto todo? En los momentos actuales podemos afirmar que no. Los grandes actores del mercado no tienen ya fronteras “nacionales”, el mundo es “su mercado” y no solo por la posibilidad de vender sus productos en cualquier parte, sino por establecer las reglas a nivel local con las consabidas consecuencias si alguien decide no someterse a sus demandas. Ejemplos de esto: la deslocalización de empresas -y las consecuencias locales que esto acarrea para la sociedad que pierde los puestos de trabajo que se crean en otras pero que no ha creado las estructuras para acoger a esos “nuevos desempleados estructurales” (¿podría ser la “renta básica”, propuesta por varios autores, sometida a referéndum en Suiza y que se pondrá en práctica en Finlandia en 2017? (Groot, 2016), ya que todos debemos trabajar por un salario, incluso siendo “autónomos”, como sucedió al comienzo de la industrialización en Inglaterra (Polanyi)-, los paraísos fiscales, la nacionalización de las pérdidas (como se ve claramente en el caso de la crisis financiera española) o la oferta “única” (o casi única) de productos en todo el mundo (empresas como Apple, Samsung, Ford, Mercedes, compañías de seguros, eléctricas, gas, petróleo, bancos, etc.

Amartya Sen en su texto *Desarrollo y libertad* (2000: 31 y ss.) ya expresa estas y otras dudas similares que afectan a asuntos más profundos como pueden ser los Derechos Humanos, la supervivencia, el empleo, la desigualdad por razón de género, de raza, la salud, la educación, etc., y si bien en aquel momento se centraba en la diferencia Norte-Sur o Primer Mundo y Tercer Mundo, hoy ya no podemos hacer esa distinción -que sigue

## MESA DE TRABAJO 2: TEORÍA SOCIOLOGICA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

existiendo- pero que no sirve para este análisis. Las organizaciones implicadas directamente en el mercado -excluyendo el aspecto político-legal- se rigen, fundamentalmente, por el lema del máximo beneficio (flanqueado por esa retórica denominada “responsabilidad social” o, más acertada, “reputación social”). Los principios vigentes durante la época del “Estado del bienestar” han desaparecido o están en proceso. La adaptación a las nuevas realidades de este mercado, por parte de los clientes, será algo que estamos vislumbrando: aceptación de las reglas que establecen los actores dominantes.

Pero, dónde queda esa democracia/libertad de los consumidores/clientes si la tendencia de los “grandes actores” es la de aniquilar al contrario, sea ofreciendo los productos más baratos -incluso con pérdidas o dumping- hasta que se quedan con todo el mercado o, muy habitual en las “nuevas empresas relacionadas con las TIC” que es adquiriendo/comprando al contrario (Bayer-Monsanto o WhatsApp y Facebook, como dos mega-ejemplos). ¿Hacia dónde fluyen los mega-beneficios de estas empresas? Si tomamos como ejemplo a Amazon o Google, simplemente leer los periódicos y observar los problemas de Europa para “controlar-saber” los beneficios de estas empresas y “someterlas” a las reglas nacionales o supranacionales pero no universales. Se produce una concentración tal en pocas manos (incluso admitiendo el reparto o distribución entre los “accionistas”) que las desigualdades aumentan por segundos.

Incorporar aquí el tema de las desigualdades es un tanto atrevido ya que el marco teórico necesario para sustentarlo sería amplísimo al existir múltiples teorías y autores, por nombrar a tres: Rousseau y llegando, en la actualidad, a Stiglitz o Piketty pero es imprescindible ya que desigualdad y mercados actuales son sinónimos.

La democracia, la capacidad de decidir de cada uno de los ciudadanos, está desapareciendo rápidamente, por muchas convocatorias electorales que publique el BOE y siendo esto una realidad en el marco político, no se encuentra lejos la realidad económica aunque, eso sí, no consigamos llegar a un análisis sociológico definitivo-cuantitativo.

¿Podemos seguir afirmando -aunque solo sea en apariencia- que la libertad de elección en la estructura social llamada mercado en las nuevas condiciones y actores que se nos presenta sigue siendo una realidad? “Depende de con quién se hable pero Stiglitz lo deja claro: un 1% de la población mundial tiene el equivalente a lo que necesita el 99% restante. Nos dice: “los mercados por sí solos no son ni eficientes ni estables y tienden a acumular la riqueza (económica e instrumental) en manos de unos pocos” contribuyendo a debilitar lo

que “queda” de la democracia y de las libertades. ¿Cómo es esto posible? Las palabras de Bourdieu ponen fin a este trabajo: los que toman las decisiones son arte y parte de todo el proceso y copan todos los puestos decisivos en la toma de decisiones, desde los bancos centrales a los diversos ministerios nacionales y los organismos internacionales, en economía también lo define así Keen (2015) “purgando a los heterodoxos”, eliminando a quienes no siguen los pasos de la ortodoxia neoclásica o Max-Neef y Smith (2014) quienes incluyen el medio ambiente -no solo a las personas- en este despropósito difícil de parar incluso con acuerdos como el de París (Cambio Climático) para “paliar” parcialmente las consecuencias de la desmesurada carrera hacia el beneficio, por muy legítimo que este sea, como dice MacKenzie (2009:139) creando un “nuevo mercado” ya que todo debe ser mercantilizado.

### **Bibliografía**

AKERLOF, G. (1970) “The market for ‘Lemons’: Quality uncertainty and the market mechanism”, *Quarterly Journal of Economics*, 84: 488-500.

BAKER, W. E. (1990) “Market networks and corporate behavior”, en *The American Journal of Sociology*, 96(3): 589-625. (parte anticipada en su tesis doctoral: *Markets as networks: A multimethod study of trading networks in a securities market*. Ph.D. diss., Department of Sociology, Northwestern University).

BARBER, B. (1977) “Absolutization of the market: Some notes on how we got from there to here”, en DWORKIN, G.; BERMANT, G. y BROWN, P. (eds.) *Markets and morals*. New York: John Wiley

BECKERT, J. (2007) “The social order of markets”, en *Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung Discussion Paper 07/15*, accessible en [www.mpifg.de](http://www.mpifg.de) .

BLINDER, A. S. (1991) “Why are prices sticky? Preliminary results from an interview study”, *American Economic Review*, 81(2): 89-100.

BOURDIEU, P. (2003) *Las estructuras sociales de la economía*. Barcelona: Anagrama.

BOURDIEU, P. (2005) “Principles of an economic anthropology” en SMELSER, N. J. y SWEDBERG, R. *Handbook of Economic Sociology*. Princeton, NJ: Princeton University Press, pp. 75-89.

## MESA DE TRABAJO 2: TEORÍA SOCIOLÓGICA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

BURK, J. (1992) *Values in the marketplace: The American Stockmarket under Federal Securities Law*. New York: Aldine de Gruyter.

ÇALIŞKAN, K. y CALLON, M. (2010) "Economization, part 2: a research programme for the study of markets", en *Economy and Society*, 39(1): 1-32.

CHAMBERLIN, E. (1933) *Theory of monopolistic competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

COASE, R.H. (1994) "La empresa, el Mercado y la ley", en COASE, R.H. *La empresa., el mercado y la ley*. Madrid: Alianza, pp. 1-31.

DEMSETZ, H. (1982) *Economic, legal, and political dimensions of competition*. Amsterdam: North\_Holland.

DIMAGGIO, P. (1977) "Market structure, the creative process, and popular culture: Toward an organizational reinterpretation of mass-culture theory", en *Journal of Popular Culture*, 11: 436-452.

DOBBIN, F. (ed.) (2004) *The new economic sociology: A reader*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

DURKHEIM, E. (1994) *The division of labor in society*. London: Mcmillan Press.

FERNÁNDEZ ENGUITA, M. (1998) *Economía y sociología*. Madrid: CIS.

FLIGSTEIN, N. (1990) *The transformation of corporate control*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

FLIGSTEIN, N. (1996) "Markets as politics: A political-cultural approach to market institutions", en *American Sociological Review* 61(4): 656-673.

FLIGSTEIN, N. (2001) *The architecture of markets: An economic sociology of Twenty-first-Century capitalist societies*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

FLIGSTEIN, N. (2002) "Agreements, disagreements, and opportunities in the 'New Sociology of Markets'", en GUILLÉN, M. F.; COLLINS, R.; ENGLAND, P. y MEYER, M. (eds.) *The New Economic Sociology*. New York: Russell Sage Foundation, pp. 61-78.

## MESA DE TRABAJO 2: TEORÍA SOCIOLOGICA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

FLIGSTEIN, N. y DAUTER, L. (2006) "The sociology of markets", en IRLE Working Paper No. 145-07, accessible en: <http://irle.berkeley.edu/workingpapers/145-07.pdf> .

FLIGSTEIN, N. y DIOUN, C. (2015) "Economic Sociology" en *International Encyclopedia of Social & Behavioral Sciences*, second edition, pp. 67-72.

FOUCAULT, M. (1999) *Estrategias de poder*. Madrid: Paidós.

FOURCADE, M. (2007) "Theories of markets and Theories of Society" en *American Behavioral Scientist*, 50(8): 1015-1034

FRIEDMAN, M. (1982) *Capitalism and freedom*. Chicago: The University of Chicago Press.

GRANOVETTER, M. (1974) *Getting a job: A study of contacts and careers*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

GRANOVETTER, M. (1985) "Economic action and social structure: The problem of embeddedness" en *American Journal of Sociology*, 91(3): 481-510.

GROOT, L. (2016) "¿Algo a cambio de nada?" en *El País*, 11 septiembre, accesible en <http://economia.elpais.com/> .

HAYEK, F. v. (1948) "The meaning of *competition*" en Hayek, F. v. *Individualism and economic order*. Chicago: University of Chicago Press, pp. 92-106.

HAYEK, F. v. (1998) "The market order or catallaxi", en Hayek, F. v. *Law, legislation and liberty*, (3 books in 1 vol.) -old vol. 2, London: Routledge and Kegan, pp. 107-132.

HERNÁNDEZ, E. (2016) "Hay un libro de economía que está sacudiendo Francia y es infame", en *El Confidencial* (21.09.2016), accesible en [http://blogs.elconfidencial.com/ ...\\_1262945](http://blogs.elconfidencial.com/..._1262945).

HERRANZ GONZÁLEZ, R. (2008) "George Simmel y la sociología económica: el mercado, las formas sociales y el análisis estratégico", en *Papers*, 87: 269-286.

KEEN, S. (2015) *La economía desenmascarada*. Madrid: Capitán Swing.

KEYNES, J.M. (1936) *The general theory of employment, interest, and money*. London: McMillan.

## MESA DE TRABAJO 2: TEORÍA SOCIOLOGICA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

LAZZARATO, M. (2013) *Gobernar a través de la deuda. Tecnologías de poder del capitalismo neoliberal*. Madrid: Amorrortu.

LEPPER, J. (2011) *An enquiry into the ideology and reality of market and market system*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.

LERNER, A. (1972) "The economics and politics of consumer sovereignty", *American Economic Review*, LXII: 258-266.

LIE, J. (1997) "Sociology of Markets", *Annual Review of Sociology* 23: 341-360.

MACKENZIE, D. (2009) *Material markets. How economic agents are constructed*. Oxford: Oxford University Press.

MARSHALL, A. (1925) *Principles of economics: An introductory volume*. London: MacMillan and Co.

MARX, C. (2008) *El capital: crítica de la economía política*. Madrid: Siglo XXI.

MAX-NEEF, M. y SMITH, Ph. B. (2014) *La economía desenmascarada. Del poder y la codicia a la compasión y el bien común*. Barcelona: Icaria Editorial.

MEAD, G.H. (1972) *Espíritu, persona y sociedad*. Barcelona: Paidós.

MÉNDEZ IBISATE, F. (1993) *El enfoque microeconómico: marginalismo y neoclásicos*. Madrid. Universidad Complutense de Madrid.

MILL, J.S. (1994) *Principles of political economy*. Oxford: Oxford University Press.

MISES, L. v. (1998) *Human action: A treatise on economics*. Auburn, Alabama: The Ludwig von Mises Institute.

MÜTZEL, S. (2007) "Marktkonstitution durch narrative Wettbewerb", en *Berliner Journal für Soziologie*, 4:451-464.

NORTH, D.C. (1977) "Markets and other allocation systems in history: The challenge of Karl Polanyi", en *Journal of European Economic History*, 6(3):703-716.

PIKETTY, TH. (2015) *El capital en el siglo XXI*. Barcelona: RBA.

## MESA DE TRABAJO 2: TEORÍA SOCIOLOGICA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

PODOLNY, J. M. (1993) "A status-based model of market competition", *American Journal of Sociology*, 98(4): 829-872.

PODOLNY, J. M. (2005) *Status signals: A sociological study of market competition*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

POLANYI, K. (2011) *La gran transformación*. México: FCE.

PORTES, A. (2013) *Sociología económica. Una investigación sistemática*. Madrid: CIS

POWELL, W. (1990) "Neither market nor hierarchy: Network forms of organization", en *Research in organizational behavior*, 12: 295-336.

RADKAU, J. (2005) *Max Weber. Die Leidenschaft des Denkens*. München: Carl Hanser Verlag.

RICARDO, D. (1993) *Principios de economía política y tributación*. México: FCE.

SCHELLING, TH. (1984) "What is a Game Theory?" en Schelling, Th. *Choice and consequence: Perspectives of an errant economist* (chapter 10). Cambridge, MA: Harvard University Press, pp. 213-242.

SCHUMPETER, J. A. (1971) *Historia del análisis económico*. Barcelona: Ariel.

SHAPIRO, S. (1987) "The social control of impersonal trust", *American Journal of Sociology*, 93(3): 623-658.

SHUBICK, M. (1984) *A game-theoretic approach to political economy*. Cambridge, MA: The MIT Press.

SIMMEL, G. (1903) "Soziologie der Konkurrenz" *Neue Deutsche Rundschau*, 14: 1009-1023.

SIMMEL, G. (1955) *Conflict and the web of group-affiliation*. New York: Free Press.

SIMMEL, G. (1988) *Sociología. Estudios sobre la socialización*. Madrid: Alianza.

SIMMEL, G. (2004) *The Philosophy of money*. London: Routledge and Kegan.

## MESA DE TRABAJO 2: TEORÍA SOCIOLÓGICA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

SMELSER, N. J. (1963) *Sociology of economic life*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall (Versión utilizada en italiano: (1972) *Sociologia della vita economica*. Bologna: Il Mulino).

SMELSER, N. J. y SWEDBERG, R. (1994 -1<sup>st</sup> edition- y 2005 -2<sup>nd</sup> edition-) *The Handbook of economic sociology*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

SMITH, A. (1952) *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. Chicago: Encyclopaedia Britannica, Inc.

SPENCE, M. (1973) "Job Market Signaling", *The Quarterly Journal of Economics*, 87 (3), pp. 355-374 (en 1984 publicado como libro y ambos basados en su tesis doctoral –signalling o signaling)

STIGLITZ, J. E. (2002) "La información y el cambio de paradigma de la ciencia económica", *RAE-Revista Asturiana de Economía*, 25: 95-164.

STIGLITZ, J. E. (2015) *El precio de la desigualdad. El 1% de la población tiene lo que el 99% necesita*. Barcelona: Debolsillo.

SWEDBERG, R. (1994) "Markets as social structures" in SMELSER, N.J. y SWEDBERG, R. *The Handbook of economic sociology*. Princeton, NJ: Princeton University Press, pp. 255-282.

SWEDBERG, R. (1997) "New economic sociology: What has been accomplished, what is ahead?" en *Acta Sociologica*, 40: 161-182.

TORRES LÓPEZ, J. (2011) "La crisis ha sido una gran estafa", entrevista realizada por Pagola, J. y publicada por *Alandar*, disponible en Attac.es: <http://www.attac.es/2011/01/30/la-crisis-ha-sido-una-gran-estafa/>

UZZI, B. (1996) "The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations: The Network Effect", *American Sociological Review* 61(4): 674-698.

WAKOLBINGER, I. (2005) *Die Österreichische nationalökonomische Schule*. Viena: Lektorat Magazin, Ergänzungen.



## MESA DE TRABAJO 2: TEORÍA SOCIOLOGICA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

WALLERSTEIN, I. (1974) *The modern world-system*. New York: Academic Press (3 vols. Publicados de entre 1974-1989)

WEBER, M. (2002) *Economía y sociedad*. Madrid: FCE.

WEBER, M. (1990) *Grundriss zu den Vorlesungen über Allgemeine ("theoretische") Nationalökonomie*. Tübingen: J.C.B.Mohr.

WEBER, M. (2000) "Stock and commodity exchanges ["Die Börse"-1894] en *Theory and Society*, 29(3): 305-338, published by Springer.

WHITE, H.C. (1970) *Chains of opportunity: System models of mobility in organizations*. Cambridge MA: Harvard University Press.

WHITE, H. C. (1981) "Where do markets come from?", *American Journal of Sociology*, 87: 517-548.

WHITE, H.C. (2001) *Markets from networks: Socioeconomic models of production*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

WILLIAMSON, J.G. (2012) *El desarrollo económico mundial en perspectiva histórica*. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza.

ZELIZER, V. (1979) *Morals and Markets: The development of life insurance in the United States*. New York: Columbia University Press.

ZELIZER, V. (1985) *Pricing the priceless child: The changing social value of children*. New York: Basic Books.

ZELIZER, V. (1988) "Beyond the polemics on the market: Establishing a theoretical and empirical agenda" *Social Forces*, 3: 614-634.

\*\*Este trabajo ha sido posible gracias al apoyo recibido por la Universidad Rey Juan Carlos (España) y la Cornell University (USA) y, como persona, al profesor Richard Swedberg quien facilitó enormemente la iniciación en esta ciencia.