

## Poscrecimiento, desmercantilización y «buen vivir»

La creciente mercantilización de la vida presiona contra las posibilidades de avanzar hacia el «buen vivir», en la medida en que reduce espacios para la realización personal, quebranta la solidaridad y la cohesión social, afecta negativamente el trabajo reproductivo y la equidad de género, disminuye la sostenibilidad y merma la confianza colectiva. Partiendo de las categorías –ya clásicas– propuestas por Karl Polanyi en su crítica de la sociedad de mercado, este artículo plantea algunas ideas para avanzar en los debates sobre el cambio social desde una estrategia de desmercantilización en una lógica de poscrecimiento.

**KOLDO UNCETA**

*Una economía de mercado es un sistema económico regido, regulado y orientado únicamente por los mercados. La tarea de asegurar el orden en la producción y distribución de bienes es confiada a ese mecanismo autorregulador. Lo que se espera es que los seres humanos se comporten de forma que puedan ganar el máximo dinero posible. Tal es el origen de una economía de este tipo.*

**Karl Polanyi, *La gran transformación*<sup>1</sup>**

---

**Koldo Unceta:** es catedrático de Economía Aplicada e investigador del Instituto Hegoa, Universidad del País Vasco (UPV/EHU), España.

**Palabras claves:** «buen vivir», desmercantilización, poscrecimiento, sociedad de mercado.

**Nota:** este texto se basa en una intervención del autor en la Conferencia Internacional «Poscrecimiento y 'buen vivir'», Fundación Friedrich Ebert (FES-ILDIS), Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso) y Universidad de Kassel, Quito, 2014.

1. *La gran transformación. Crítica del liberalismo económico*, La Piqueta, Madrid, 1997, p. 122.

Hace ahora 70 años, Karl Polanyi, en su famosa crítica del proceso de mercantilización forzosa de la sociedad, planteaba así la esencia de la economía *de* mercado (no confundir con economía *con* mercados), a la vez que llamaba la atención sobre las nocivas consecuencias de este proceso. Hoy, bien entrado ya el siglo XXI, sabemos con claridad hasta qué punto la mercantilización ha sido llevada casi hasta sus últimas consecuencias, poniendo en peligro la convivencia humana y la propia sostenibilidad de la vida. En este contexto, las posibilidades de avanzar hacia el «buen vivir», hacia una forma de vida capaz de asegurar una mayor satisfacción humana, basada en la equidad, la cohesión social y la sostenibilidad, chocan abiertamente con la persistente expansión del mercado en todos los ámbitos de la vida.

Este artículo se orienta a explorar algunas propuestas teóricas y metodológicas para la transición hacia un modelo económico y social alternativo, en línea con las preocupaciones presentes en los debates sobre el «buen vivir». Durante los últimos años han sido numerosos los textos que han explorado diferentes aspectos del tema, algunos de los cuales han abordado también el complejo asunto de la transición (o las transiciones) desde un modelo socioeconómico como el actual hacia otro más en sintonía con la idea del «buen vivir». Aquí, se ahonda en este debate desde la perspectiva de la desmercantilización, proponiendo una mirada hacia el «buen vivir» basada en su desvinculación de la noción de crecimiento y examinando algunas ideas que pueden ser útiles para avanzar hacia un escenario de posrecimiento.

### ■ «Buen vivir» y posrecimiento

La defensa del crecimiento económico ha sido el centro de todas las propuestas del pensamiento oficial sobre el desarrollo a lo largo de los dos últimos siglos y se ha convertido además en una de las bases principales para la permanente ampliación de la esfera del mercado. Esta defensa del crecimiento está relacionada con distintas cuestiones, como la apelación a las necesidades humanas y al imperativo de producir más para poder satisfacerlas; el requisito planteado de crear más empleos a través del crecimiento para incrementar las rentas de la población; la fácil adaptación del PIB/hab. como elemento simplificador de la compleja realidad económica y su consiguiente consolidación como referencia del pensamiento convencional; o la propia coartada que la apuesta por el crecimiento ha significado para evitar los debates sobre la distribución.

**En los últimos años la crítica del objetivo del crecimiento ha ido ganando terreno y se lo ha cuestionado desde dos enfoques distintos pero complementarios: como inviable y como indeseable ■**

Si bien a lo largo de varias décadas se había ya cuestionado abiertamente la relación entre crecimiento y desarrollo<sup>2</sup>, en los últimos años la crítica del objetivo del crecimiento ha ido ganando terreno y se lo ha cuestionado desde dos enfoques distintos pero complementarios: como inviable y como indeseable. Asimismo, se ha venido mostrando que el crecimiento económico generó en ocasiones más problemas de los que debía solucionar y constituyó al mismo tiempo una fuente de frustración y de malestar para muchas personas. Los enfoques del «buen vivir» participan en buena medida del escepticismo y de la desconfianza de estas críticas hacia el crecimiento económico, y plantean la necesidad de estrategias que no descansen sobre este último. Además, existe una contradicción que trasciende el plano teórico y se expresa en términos sociales en los conflictos surgidos en torno de las prácticas extractivistas que, en nombre del crecimiento, se llevan a cabo en diversos países latinoamericanos.

Como decíamos, la defensa del crecimiento económico ha sido uno de los argumentos fundamentales que han permitido una expansión permanente de la esfera del mercado a lo largo de los años. Al medirse el crecimiento en términos monetarios, su avance está indisolublemente unido a la expansión de las relaciones mercantiles, ámbito en el que los intercambios son monetizables. De ahí que el impulso del crecimiento haya ido en paralelo con la defensa de la ampliación del mercado y con su extensión a todas las esferas de la vida. En este contexto, interesa situar el debate sobre el «buen vivir» en un enfoque que deje de lado la idea del crecimiento, dentro de un enfoque de poscrecimiento, y de una lógica conceptual que valore las actividades humanas en función de su contribución al bienestar y no de su aportación al aumento del PIB<sup>3</sup>.

---

2. Ver K. Unceta: *Desarrollo, subdesarrollo, maldesarrollo y postdesarrollo*, Carta Latinoamericana N° 7, CLAES / D3E, Montevideo, 2009.

3. Algunas propuestas identifican este rechazo de la lógica del crecimiento con una defensa del decrecimiento. No es el propósito de este trabajo analizar las coincidencias y discrepancias entre los enfoques del decrecimiento y los del «buen vivir». Pero sí consideramos de interés señalar que no es en absoluto evidente que la disminución de la producción (y menos aún de su valor monetario) sea en cualquier circunstancia la condición para el avance hacia el «buen vivir» ni para la consecución de una sociedad más sostenible y equitativa. V. a este respecto K. Unceta: «Decrecimiento y Buen Vivir ¿paradigmas convergentes? Debates sobre el postdesarrollo en Europa y América Latina» en *Revista de Economía Mundial* N° 35, 2013.

La necesidad de una propuesta que deje de lado la idea del crecimiento y se sitúe en una lógica de posrecimiento pasa por considerar una triple estrategia, basada en la desmercantilización, pero también en otras dos cuestiones: la desmaterialización y la descentralización. La *desmercantilización* se orienta a reducir la esfera del mercado promoviendo una estrategia múltiple que contemple también otras formas de relación social y otras maneras de hacer frente a las necesidades humanas; que posibilite una mayor eficiencia social y ecológica, y también una mayor satisfacción personal. La posibilidad de promover y abrir camino a otras formas de relación social alternativas pasa, en cualquier caso, por una nueva lectura de conceptos como producción, consumo o trabajo<sup>4</sup>, de modo que puedan considerarse estas categorías más allá de su relación con el mercado (producción mercantil, consumo a través del mercado, trabajo como empleo remunerado). Es preciso subrayar también los vínculos entre las propuestas de desmercantilización y algunas preocupaciones de la economía feminista, relacionadas con el tema de los cuidados y la sostenibilidad de la vida.

El proceso de desmercantilización debe ir de la mano de una *desmaterialización* de la producción, lo que implica una organización de la vida económica más eficiente, basada en un menor flujo de energía y materiales, así como en una clara apuesta por el reciclaje. La apuesta por la desmaterialización parte de asumir que la insostenibilidad del modelo actual está directamente relacionada con la degradación de la base física de la economía, derivada de la abusiva utilización de recursos y de los impactos ambientales generados. Desde esta perspectiva, la clave no estaría tanto en una disminución del PIB (como variable monetaria), sino en una disminución de la cantidad de recursos utilizados para producir. Ahora bien, las propuestas de desmaterialización, para ser viables, requieren de algo más que de simples cambios en la esfera tecnológica que, aun siendo necesarios, no son en modo alguno suficientes. Se requiere plantear la desmaterialización de la producción en el marco de una propuesta global que implique la propia reconsideración del consumo pues, de lo contrario, la menor utilización de recursos por unidad de producto podría verse ampliamente compensada por el incremento del número de unidades producidas.

Por otra parte, resulta imprescindible vincular el abandono de la lógica del crecimiento a la cuestión de la *descentralización* de las actividades económicas

---

4. V. a este respecto Santiago Álvarez Cantalapiedra et al.: «Por una economía inclusiva. Hacia un paradigma sistémico» en *Revista de Economía Crítica* N° 14, 2012.

y el cambio en la escala de la producción y el intercambio. Ello está vinculado con la dimensión, el alcance y las implicaciones que, en términos espaciales, han adquirido las actividades humanas a lo largo de las últimas décadas. Resulta difícil imaginar avances en la desmaterialización o en la desmercantilización de las actividades económicas si no se plantea al mismo tiempo la mencionada descentralización y disminución de la escala productiva. El tamaño alcanzado por los mercados, los requerimientos de materiales y energía que se derivan de las necesidades del transporte a gran distancia, la creciente dependencia de recursos externos, la complejidad y sofisticación alcanzadas por las grandes redes de intermediación comercial, o los propios intereses financieros y especulativos asociados a ellas constituyen factores que tienden a reproducir y perpetuar la lógica del crecimiento y limitan el posible alcance de estrategias alternativas. La descentralización de las actividades económicas se encuentra en línea, asimismo, con algunas de las cuestiones señaladas por la nueva economía institucional, en el sentido de reducir los costes de transacción fortaleciendo las redes de confianza y la institucionalidad de la vida social. Además, la apuesta por la descentralización no solo constituye un requerimiento para una estrategia de poscrecimiento, sino que representa un elemento básico del «buen vivir», ya que resulta muy difícil articular sociedades más solidarias –y mejor integradas en el conjunto de la naturaleza– al margen de las capacidades existentes en cada territorio y de los mecanismos de participación y control que puedan canalizar los anhelos de la gente.

Estos tres aspectos –desmaterialización, desmercantilización y descentralización– se encuentran interrelacionados, ya que los avances que puedan lograrse en alguno de ellos favorecen –y viceversa– la contribución de los otros dos a la estrategia del poscrecimiento. Y se trata, al mismo tiempo, de cuestiones relevantes para plantear propuestas alternativas de organización de la vida, en línea con los debates sobre el «buen vivir». Partiendo de estas premisas, en las siguientes páginas nos centraremos en presentar algunas ideas para una estrategia de desmercantilización de la vida económica y social que permita avanzar en el mencionado camino.

### ■ Desmercantilización y «buen vivir»

Como es sabido, existe un amplio debate –tanto en el ámbito académico como en el plano social– sobre el significado y alcance del concepto de «buen vivir». Por ello, a la hora de estudiar la incidencia que una estrategia de desmercantilización puede tener sobre las propuestas del «buen vivir», debemos

aclarar que partimos de una concepción abierta, en línea con lo apuntado por Alberto Acosta: «De lo que se trata es de construir una sociedad solidaria y sustentable, en el marco de instituciones que aseguren la vida» y «en donde lo individual y lo colectivo coexistan en armonía con la Naturaleza»<sup>5</sup>. Esto supone que, dentro del debate existente, nuestra aproximación al «buen vivir» se inscribe entre las que lo consideran como una propuesta en construcción, como un horizonte interpretativo que –más allá de sus raíces andinas– está alineado con muy distintas propuestas de construcción social alternativa planteadas a lo largo y a lo ancho del mundo. Y desde esta perspectiva consideramos la existencia de una abierta contradicción entre la idea de una sociedad solidaria y sustentable y la existencia de una sociedad *de* mercado. La mercantilización presiona contra muy diversos aspectos vinculados al «buen vivir», al tiempo que reduce espacios y recursos muy importantes para su consecución.

Ahora bien, ¿cómo puede afectar específicamente la desmercantilización a las propuestas sobre el «buen vivir»? La relación entre ambas cuestiones puede observarse a partir de las tres dimensiones del «buen vivir» que son citadas de manera recurrente en la mayor parte de los trabajos y aproximaciones a este concepto: la dimensión personal, la dimensión social y la dimensión medioambiental o de inserción en el conjunto de la naturaleza.

En primer lugar, es preciso tener en cuenta que la desmercantilización afecta la *dimensión personal* del «buen vivir» en cuanto a que una sociedad menos dependiente del mercado podría permitir una mayor realización personal. Gran parte de la vida se encuentra condicionada actualmente por la creciente mercantilización de todo tipo de actividades, incluidas aquellas que afectan más directamente a las propias relaciones humanas o al mundo de los afectos. Las personas se ven impelidas a dedicar cada vez más horas a realizar trabajos remunerados para poder adquirir en el mercado diversos tipos de bienes y servicios, muchos de los cuales resultan superfluos, mientras que otros responden a cuestiones que podrían ser resueltas de manera

**Gran parte de la vida se encuentra condicionada actualmente por la creciente mercantilización de todo tipo de actividades, incluidas aquellas que afectan más directamente a las propias relaciones humanas o al mundo de los afectos ■**

---

5. A. Acosta: *El Buen Vivir. Sumak Kawsay, una oportunidad para imaginar otros mundos*, Icaria / Antrazit, Barcelona, 2013, p. 66.

más satisfactoria en otros ámbitos distintos de los del mercado, especialmente cuando este está crecientemente centralizado y resulta cada vez más anónimo. Todo ello limita considerablemente algunas opciones de las personas para dedicar más tiempo a la expansión de sus capacidades, a las relaciones humanas, al ocio y, en general, a aquellas actividades que suponen una mayor satisfacción personal. Y, a la vez, la creciente dependencia del mercado en todas las facetas de la vida incide en la creciente vulnerabilidad de las personas y en el

**La desmercantilización se vincula, en segundo término, a la *dimensión social* del «buen vivir», ya que el constante incremento del espacio del mercado está afectando de forma negativa tanto la equidad y la cohesión social como la confianza colectiva ■**

aumento de la incertidumbre y la inseguridad humana frente a los constantes cambios que se producen en aquel.

La desmercantilización se vincula, en segundo término, a la *dimensión social* del «buen vivir», ya que el constante incremento del espacio del mercado está afectando de forma negativa tanto la equidad y la cohesión social como la confianza colectiva, la conformación de redes sociales o la propia organización de la vida comunitaria. La idea de un orden social basado en las fuerzas del mercado y en el supuesto equilibrio resultante de la defensa de

los distintos intereses individuales a través de la «mano invisible» ha mostrado sobradamente su debilidad. En paralelo, los esfuerzos desplegados en las últimas décadas para liberalizar la economía y ampliar la esfera del mercado a todos los ámbitos han traído como consecuencia un notable aumento de la desigualdad social, como se ha venido poniendo de manifiesto en diversos trabajos recientes<sup>6</sup>. Nos encontramos con sociedades cada vez menos cohesionadas, en las cuales las personas se ven obligadas a competir entre ellas para poder sobrevivir en mejores condiciones, dejando de lado los elementos de cooperación y colaboración que permiten aumentar la integración social, la confianza mutua y la seguridad colectiva. Esto incide también en la propia eficiencia de la economía, ya que los costos de transacción aumentan, como es sabido, en la medida en que disminuyen las redes de confianza.

Mención aparte merece la incidencia que, dentro de esta dimensión social, tiene la ampliación de la esfera del mercado sobre las relaciones de género.

---

6. Ver Branco Milanovic: *La era de las desigualdades*, Sistema, Madrid, 2006, y Thomas Piketty: *Le capital au xxie siècle*, Seuil, París, 2013.

Como ha sido señalado numerosas veces desde la economía feminista, la irrupción del mercado en diferentes aspectos del ámbito reproductivo plantea importantes interrogantes sobre la sostenibilidad de la vida humana. Pero, al mismo tiempo, pone de manifiesto la necesidad de que la desmercantilización de una parte de esas actividades –vinculadas especialmente al ámbito de los cuidados– descansen sobre una justa y equitativa distribución del trabajo y del tiempo entre hombres y mujeres.

Finalmente, la desmercantilización incide también en la *dimensión medioambiental* del «buen vivir» y en el impacto sobre los recursos de algunas actividades. Es necesario tener en cuenta que el tamaño de los mercados afecta cuestiones esenciales para el uso de los recursos como el transporte, lo que incide asimismo en la ordenación del territorio y en la consideración otorgada a los distintos tipos de actividades humanas. Por otra parte, la continua presión de las últimas décadas en favor de un aumento constante de la producción mercantil ha derivado en una mayor utilización de energía y de materiales, de la mano de la obsolescencia programada y la sustitución permanente de unos productos por otros. Esto, a la vez que dificulta los procesos de reciclaje, provoca una dependencia cada vez mayor de las personas respecto de los mercados, limitando su autonomía y capacidad de decisión.

Volviendo a los argumentos planteados y debatidos en el apartado anterior, cabe preguntarse si, además de incidir en estas dimensiones del «buen vivir», la desmercantilización puede afectar también al PIB como expresión cuantitativa de la producción y variable directamente relacionada con el crecimiento. La respuesta a esta cuestión es que, lógicamente, se podría producir un impacto en ese ámbito ya que, a fin de cuentas, el PIB refleja el valor de mercado de lo que se produce. Sin embargo, se trata de algo escasamente relevante a los efectos de lo que aquí nos interesa resaltar. En efecto, la desmercantilización puede generar un menor crecimiento, o incluso un descenso del PIB, pero también puede haber un descenso del PIB sin que disminuya la incidencia del mercado en la vida de las personas ni aumente su bienestar<sup>7</sup>. La defensa de la desmercantilización que aquí se realiza no está orientada expresamente al objetivo del decrecimiento –como se plantea desde otros enfoques–, sino a una lógica de posrecimiento, aunque eventualmente pudiera tener algún efecto en la evolución de variables monetarias como el PIB.

---

7. Podría recordarse a estos efectos la caída de 10% promedio del PIB/hab. en América Latina entre 1980 y 1990, o las recientes caídas del PIB/hab. en varios países europeos, donde esto no representó una mejora en las condiciones de vida de la mayoría de la gente, sino todo lo contrario.

Finalmente, antes de plantear el análisis sobre las posibles vías para una estrategia de desmercantilización, conviene señalar que esta consideración sobre el «buen vivir» parte de reconocer la importancia y profundidad de algunos cambios sociales producidos en los últimos dos siglos –y muy especialmente

**No es posible plantearse la construcción del «buen vivir» en las comunidades rurales andinas o en las aldeas del Himalaya sin tener en cuenta las limitaciones derivadas de otros ámbitos más amplios ■**

en las últimas décadas–, que impiden hablar ya de sociedades o grupos sociales aislados y separados del resto. En la actualidad existen muy diferentes tipos de comunidades y sociedades humanas, que van desde el ámbito local hasta el global, atravesando un variado y complejo entramado de interrelaciones en muy distintos niveles. Por lo tanto, no es posible plantearse la construcción del «buen vivir» en las comunidades rurales andinas o en las aldeas del Himalaya sin tener en cuenta las limitaciones derivadas de otros ámbitos más amplios, o las alternativas que se plantean en ellos. En estas circunstancias, las propuestas

del «buen vivir» deberían contemplar tanto las limitaciones, las referencias, los valores y los anhelos que afectan al conjunto de los seres humanos, como también aquellos aspectos relativos a cada caso específico y a la historia de cada sociedad y de cada territorio, lo que llevaría a plantear, de acuerdo con Xavier Albó, la idea de una pluralidad de «buenos vivires» o «buenos convivires»<sup>8</sup>.

**■ Karl Polanyi, la sociedad de mercado y otras formas de organización social**

Como se ha señalado con anterioridad, nuestra posición parte de considerar que la construcción del «buen vivir», en cualquiera de sus niveles, pasa por limitar la esfera del mercado y, sobre todo, por superar la lógica del mercado como principio organizador de la sociedad, abriendo nuevos espacios para distintas formas de interrelación humana. Este vínculo entre desmercantilización y «buen vivir» está ya presente en diferentes trabajos. Así, por ejemplo, Acosta señala que «lejos de una economía sobredeterminada por las relaciones mercantiles, se promueve una relación dinámica y constructiva entre mercado, Estado y sociedad»<sup>9</sup>, mientras que en otro texto, el propio Acosta plantea junto con Eduardo Gudynas que «el ‘buen vivir’ es un concepto que se cimienta en un entramado de relacionalidades, tanto entre humanos como

8. X. Albó: *Suma Qamaña = El Buen Convivir*, Cipca, La Paz, 2009.

9. A. Acosta: ob. cit., pp. 143-144.

con el ambiente, en vez de una dualidad que separa a la sociedad de su entorno y a las personas entre sí»<sup>10</sup>.

Nuestro propósito es concretar un poco más todo esto, para lo que nos basaremos en la crítica de la sociedad de mercado planteada en 1944 por Polanyi<sup>11</sup> y en las tres categorías –ya clásicas– que propuso para estudiar las formas de integración social y para analizar las maneras principales que, a lo largo de la historia, han servido para vertebrar y organizar la sociedad de cara a lograr su sustento y su reproducción mediante algún tipo de interacción institucionalizada: la reciprocidad, la redistribución y el intercambio a través del mercado. Una breve síntesis sobre el significado de estas tres categorías permite resaltar los siguientes aspectos o características de cada una de ellas.

En primer lugar, la *reciprocidad*, como elemento de integración social, implica una cierta *relación de simetría*, lo que vendría a suponer que los diferentes miembros o grupos están en condiciones homologables de dar y de recibir, actuando de forma similar en ambas direcciones<sup>12</sup>. Implica asimismo una *racionalidad distinta* a la utilitarista convencional, no basada en el egoísmo pero tampoco necesariamente en el altruismo; una forma de relación basada en la aproximación mutua, en el conocimiento del *otro* o de los *otros* y en el establecimiento de algún tipo de vínculo o de sentimiento afectivo. La reciprocidad se basa también en un *principio de organización social* que trasciende los aspectos económicos y se vincula a cuestiones simbólicas, de prestigio, lo que sustenta una institucionalidad basada en buena medida en la confianza. En este sentido, la existencia de una parte de gratuidad o de desinterés ha sido muchas veces defendida como fundamento de una relación social más sólida.

En segundo término, la *redistribución* constituye una forma de integración social que implica la existencia de una cierta *relación piramidal* o de agrupamiento basado en una centralidad ya que, a diferencia de la reciprocidad, la apropiación no se produce desde puntos diferentes y simétricos, sino que se basa en movimientos de aproximación hacia un centro y luego hacia el exterior. Supone también la necesidad de algún *patrón redistributivo*, de una pauta sobre la base de la cual llevar a cabo tanto la agrupación como el reparto, lo que requiere un pacto sustentado en la costumbre o en la ley<sup>13</sup>. E implica, por último, una *institucionalidad*

---

10. E. Gudynas y A. Acosta: «El buen vivir, más allá del desarrollo» en *Quehacer* N° 181, 2011, p. 81.

11. K. Polanyi: ob. cit.

12. En algunas aproximaciones, la noción de reciprocidad tiende a sintetizarse en una triple obligación no escrita: dar, recibir, devolver.

13. Los patrones redistributivos y sus referencias han ido variando con la historia, desde los sistemas de protección comunitarios hasta los sistemas de protección social universal de las sociedades contemporáneas.

reconocida y aceptada sobre la que hacer descansar los esquemas redistributivos, la cual puede adoptar múltiples formas y escalas.

Finalmente, en tercer lugar, se encuentra el *intercambio a través del mercado* como otra forma de organización social que puede contribuir a la satisfacción de las necesidades derivadas del funcionamiento de las sociedades humanas, su sustento y su reproducción. Este tipo de intercambio ha adoptado muy diferentes formas a lo largo de la historia en unos y otros tipos de sociedades, y representa la posibilidad de una *relación entre puntos dispersos o fortuitos del sistema*. Para poder generar integración y asociación entre las partes, el intercambio precisa de un sistema que se rige sobre la base de precios y de mecanismos de oferta y demanda. Ahora bien, esto requiere también de una *racionalidad utilitarista*, que incide en la consideración de las opciones más ventajosas a la hora de comprar o vender. Y significa igualmente la necesidad de una cierta *institucionalización*, de unas reglas –más o menos precisas según el grado de complejidad social– para que el mercado pueda funcionar.

Estas tres formas de integración, de vertebrar u organizar la sociedad mediante una interacción institucionalizada, no se plantean de manera aislada, sino que han coexistido en el seno de casi todas las sociedades. Lo que diferencia y caracteriza la economía *de* mercado es que esta institución, al revés de lo ocurrido en otros contextos históricos y culturales, es en la actualidad absolutamente hegemónica y condiciona todo el funcionamiento social. Ahora bien, ¿cómo se

**La mercantilización de la vida social ha precisado de una *base ideológica*, y se ha promovido a categoría la idea de organizar el sustento de la sociedad desde el móvil individual de la ganancia, frente al móvil de la subsistencia colectiva ■**

ha producido la institucionalización de la actual economía *de* mercado, el proceso de construcción de la sociedad *de* mercado tal como hoy la conocemos? No es propósito de este trabajo profundizar en esta cuestión, por otra parte descrita ya por el propio Polanyi en *La gran transformación*. Sin embargo, conviene subrayar algunas de las características más relevantes de este proceso, así como sus consecuencias más importantes en algunos ámbitos, pues esto puede ayudar a nuestro análisis sobre la relación entre desmercantilización y «buen vivir».

En primer término, la mercantilización de la vida social ha precisado de una *base ideológica*, y se ha promovido a categoría la idea de organizar el sustento de la sociedad desde el móvil individual de la ganancia, frente al móvil de

la subsistencia colectiva, lo que fue acompañado a su vez de una *creciente separación de las personas respecto de los medios de subsistencia*. Paralelamente, se procesó una *institucionalización de la sociedad de mercado*, de unas estructuras de apoyo (legislaciones, códigos, instituciones, etc.) orientadas a destruir las bases sociales preexistentes y sin las cuales difícilmente hubiera podido consolidarse una hegemonía tan extraordinaria.

Las consecuencias de este proceso han afectado todos los órdenes de la vida humana. Por una parte, se ha producido una casi completa mercantilización del trabajo, que lo ha convertido exclusivamente en mercancía intercambiable por dinero. De esa manera se han ido eliminando otras formas de trabajo social, voluntario, comunitario, etc., a la vez que se ha pretendido invisibilizar el trabajo no remunerado que se lleva a cabo en la esfera reproductiva –realizado mayormente por mujeres–, lo que ahonda la discriminación en función del género. Al mismo tiempo, se ha profundizado en la mercantilización de la naturaleza, que se ha llevado hasta sus últimas consecuencias, al convertir en simple mercancía los recursos naturales e incluso pretender que se patenten formas de vida. Ello ha producido una separación casi absoluta entre el ciclo económico y el ciclo de la vida, con el consiguiente impacto sobre la insostenibilidad y crisis del modelo. La sociedad y la naturaleza han pasado a ser consideradas y gestionadas como elemento auxiliar del mercado, y todo queda incluido y condicionado por su funcionamiento.

### ■ Reciprocidad, redistribución y redimensionamiento del mercado

De acuerdo con lo señalado en el punto anterior, y teniendo en cuenta las tres principales categorías de interrelación social planteadas por Polanyi, consideramos de interés explorar una estrategia de desmercantilización basada en tres pilares fundamentales: reciprocidad, redistribución y redimensionamiento del mercado. Por tanto, el propósito de este apartado final es debatir las potencialidades y los problemas que cada una de estas propuestas plantea. Esto implica analizar los elementos o bases teóricas que cada una de ellas aporta a la construcción del «buen vivir» y, al mismo tiempo, considerar y discutir en qué medida pueden tener aplicabilidad o viabilidad práctica en diferentes niveles y en distintos tipos de sociedades.

**La reciprocidad y el «buen vivir».** La reciprocidad plantea, a nuestro modo de ver, elementos de gran interés para avanzar en la desmercantilización, en la medida en que se trata de un tipo de relación social que puede contribuir a la cohesión social y al aumento de la confianza mutua, lo que favorece una

**Una relación social basada en formas de reciprocidad puede también favorecer la democracia y la participación, incrementando la capacidad de decisión de la gente y su empoderamiento ■**

mayor equidad así como el desarrollo de capacidades colectivas. Una relación social basada en formas de reciprocidad puede también favorecer la democracia y la participación, incrementando la capacidad de decisión de la gente y su empoderamiento. Del mismo modo, puede dar cabida a múltiples tareas asociadas a los cuidados y a la esfera reproductiva, y favorecer así la equidad de género,

siempre, eso sí, que no implique que tareas que hoy en día se han mercantilizado vuelvan a ser responsabilidad única de las mujeres.

Sin embargo, es preciso tener en cuenta que la reciprocidad ha sido normalmente ligada a las sociedades locales y a la vida comunitaria, espacio en que esta forma de relación social ha encontrado históricamente su cauce natural. Ello plantea la necesidad de considerar algunos problemas presentes en las actuales sociedades abiertas y plurales, los cuales no pueden obviarse a la hora de proponer alternativas basadas en la reciprocidad. Uno de esos problemas es el elevado grado de centralización, así como la creciente individualización de las relaciones entre las personas, sobre todo en las ciudades, lo que dificulta el ejercicio de la reciprocidad. La reciprocidad no depende en todo de la cercanía, pero es evidente que guarda una cierta relación con ella. Otro asunto a tener en cuenta es la ya mencionada separación radical que existe actualmente entre los seres humanos y los medios de subsistencia, lo que en muchos ámbitos –especialmente urbanos– puede constreñir las relaciones de reciprocidad al ámbito de lo inmaterial.

En consecuencia, la idea de la reciprocidad como una alternativa a la mercantilización creciente presenta problemas en las actuales sociedades complejas y abiertas. Ahora bien, eso no significa que no haya caminos por explorar, ni experiencias para tener en cuenta. En este sentido, además de las múltiples posibilidades que la reciprocidad plantea en los ámbitos locales (no solo en el ámbito rural, sino también en los barrios de las ciudades, en las comunidades de vecinos, etc.), existen hoy en día interesantes experiencias de intercambio recíproco en la red, como las iniciativas P2P (*peer to peer*), los bancos de tiempo y otras que permitirían ganar espacios al mercado favoreciendo formas de vida más acordes con el «buen vivir».

**La redistribución y el «buen vivir».** La redistribución constituye otro camino insoslayable en una estrategia de desmercantilización para el «buen vivir». Frente

a las relaciones basadas únicamente en el mercado y en la necesidad de que las personas deban afrontar individualmente sus problemas con independencia de su condición, la redistribución favorece una mayor equidad y cohesión social, y contribuye también a la confianza mutua y al bienestar colectivo.

La apuesta por elementos de redistribución frente a la lógica del mercado contribuye a la idea del bien común frente a la del interés individual, al tiempo que obliga a profundizar y consensuar democráticamente los objetivos cambiantes sobre los que basar la redistribución. Además, la redistribución como elemento de relación humana puede contribuir a la eficiencia social y ecológica, mediante la provisión de servicios públicos sostenibles no necesariamente rentables en términos estrictos de negocio.

Así como la reciprocidad suele asimilarse a la comunidad, la idea de redistribución ha sido asociada normalmente a los ámbitos gubernamentales y, en especial, al Estado-nación. Es cierto que han existido a lo largo de la historia formas de organización social basadas en la redistribución con mucha anterioridad a la aparición del Estado, las cuales han estado además presentes en muy distintos contextos culturales. Ahora bien, es preciso señalar que, en las sociedades contemporáneas, buena parte de las propuestas teóricas y políticas en clave redistributiva han tenido al Estado como pilar esencial de la estrategia. De ahí que, en la actualidad, el desbordamiento fáctico del Estado-nación y la primacía de procesos económicos globalizados plantean una serie de retos para las estrategias redistributivas que es preciso tener en cuenta.

Entre ellos, está la necesidad de contemplar diferentes escalas redistributivas, que van desde lo global hasta lo local, lo que precisa de una institucionalidad diversa y compleja en línea con los que se ha venido a llamar «gobernanza multinivel». Al mismo tiempo, se requiere considerar la mayor dificultad actual de establecer criterios redistributivos basados en la equidad y la eficiencia social, que precisan a su vez de acuerdos sobre formas de vida justas, deseables y/o sustentables en un contexto de referencias culturales múltiples y cambiantes. En ese sentido, no puede obviarse que el carácter multicultural de las sociedades actuales hace que no se parta ya de códigos compartidos, de intereses colectivos más o menos definidos por la costumbre o las características de la comunidad, sino que es necesario un ejercicio de ciudadanía y de responsabilidad colectiva capaz de sustentar cualquier estrategia de redistribución.

Sin embargo, y pese a estos problemas, la redistribución como alternativa a la mercantilización sigue siendo una cuestión fundamental que requiere tratamientos distintos a diversas escalas: desde iniciativas locales como los

bancos de alimentos, o la exención de tasas a sectores más vulnerables en la provisión de algunos servicios básicos, hasta llegar a las propuestas sobre fiscalidad internacional, pasando por las siempre necesarias medidas redistributivas a escala de cada país, como es el caso de las reformas agrarias. El abanico de posibilidades es grande, pese a las dificultades existentes.

***El redimensionamiento del mercado y el «buen vivir».*** Finalmente, en tercer lugar, es preciso considerar también las posibilidades existentes en el propio ámbito del intercambio de mercado. Se trata de propuestas que irían en la línea de un redimensionamiento del mercado y de una reconsideración del papel que este juega y debe jugar en la sociedad, con el objetivo de transitar desde una sociedad *de* mercado hacia una sociedad *con* mercados.

Como es sabido, la existencia del mercado y la satisfacción de parte de las necesidades a través de él es muy anterior al capitalismo, y a lo largo de la historia se ha mostrado un buen número de ventajas que ofrecen algunas formas de mercado como elemento de relación social. Entre ellas se encuentra la posibilidad de facilitar el contacto y la complementariedad –a la hora de hacer frente a necesidades humanas distintas– entre las personas y las instituciones que forman parte de la sociedad. Tampoco es desdeñable la posibilidad que brindan los intercambios a través del mercado de conocer formas diversas

**En la actualidad, el tamaño, la complejidad y la centralización de la mayoría de los mercados dificultan notablemente una repercusión más positiva de estos en términos sociales o ecológicos ■**

de satisfacer esas necesidades de manera más provechosa o eficiente en términos sociales o ecológicos. O, incluso, la posibilidad de ofrecer medios de vida a personas que están más directamente involucradas en la actividad mercantil.

Sin embargo, no es menos cierto que, en la actualidad, el tamaño, la complejidad y la centralización de la mayoría de los mercados dificultan notablemente una repercusión más positiva de estos en términos sociales o ecológicos. Ello guarda estrecha relación con la creciente dificultad de control –desde la sociedad y desde las instituciones– de tales mercados, que escapan al escrutinio público y acaban imponiendo sus propias normas al conjunto de la sociedad. Por ello, la posibilidad de redimensionar los mercados va indisolublemente unida al debate sobre algunos retos principales.

En primer lugar, debe plantearse la necesidad de limitar la escala de los mercados y de favorecer el funcionamiento de mercados locales, en pos de una

mayor cohesión interna desde la perspectiva de la rentabilidad social y del medio plazo. Al mismo tiempo, se requiere abordar el debate sobre la limitación del objeto, lo que implica algunas decisiones sobre lo que puede o no ser mercantilizable. Y, por último, es preciso generar una institucionalidad a diferentes escalas, capaz de limitar los abusos que casi necesariamente se generan en el funcionamiento del mercado, estableciendo una clara regulación para hacer que este funcione al servicio de la sociedad, y no al revés.

Es evidente que se trata de retos complejos, que requieren iniciativas y esfuerzos capaces de superar las dificultades presentes en las sociedades actuales. Sin embargo, existen hoy en día experiencias diversas para estudiar y analizar, las cuales pueden representar el germen de alternativas para una descentralización y una democratización de los mercados que podrían favorecer una paulatina desmercantilización de la sociedad. Se trata, además, de propuestas e iniciativas que pueden facilitar la compatibilidad de unos mercados redimensionados con estrategias de reciprocidad y de redistribución como las apuntadas con anterioridad. En este ámbito se sitúan distintas prácticas sociales que, aun dentro de la esfera del mercado, apuestan por un redimensionamiento y una reorientación de este. Entre ellas pueden citarse las iniciativas de comercio justo, algunas cooperativas de consumo, instituciones microfinancieras y banca ética, alternativas de financiación colectiva (*crowdfunding*), mercados alternativos, etc. En la mayor parte de los casos se trata, además, de propuestas que priorizan los mercados locales y favorecen de esa forma su función como elemento vertebrador de la sociedad.

### ■ Conclusiones provisionales

Una vez llegados a este punto, no se trata de plantear conclusiones acabadas, ya que la pretensión principal de este trabajo es abrir debates y proponer vías de discusión. En cualquier caso, sí podemos constatar la existencia de una gran variedad de propuestas, iniciativas y experiencias que, de una u otra forma, se basan en las tres estrategias de desmercantilización aquí analizadas: la reciprocidad, la redistribución y el redimensionamiento del mercado. Se trata, además, de experiencias y prácticas sociales que enlazan con distintos debates y propuestas teóricas que vienen ocupando el espacio del pensamiento crítico y que, pese a presentarse de diferentes formas, responden a un impulso similar. Hablamos y debatimos sobre economía solidaria, consumo responsable, economía de la felicidad, democratización de la economía, economía del bien común, comercio justo, economía del don, reciprocidad,

reproducción ampliada de la vida, «buen vivir», Vivir Bien, etc. Muchos de ellos son, como acertadamente señala José Luis Coraggio, «nombres, prácticas, criterios y sentidos que se buscan mutuamente»<sup>14</sup>. Por nuestra parte, añadiríamos que se trata también de propuestas que necesariamente se sitúan en la lógica del poscrecimiento y para cuyo avance se requiere un proceso significativo de desmercantilización de las actividades humanas. Por ello, consideramos de interés resaltar algunas ideas que se derivan de este trabajo.

La sociedad *de* mercado es contraria al «buen vivir», en la medida en que tal sociedad forja seres humanos dependientes, crecientemente insatisfechos y vulnerables, destruye las bases de la cohesión social y genera un modelo insostenible desde el punto de vista de los recursos. A su vez, el objetivo del crecimiento económico descansa sobre la creciente mercantilización del conjunto de las actividades humanas y de la naturaleza, simbolizando el valor monetario atribuido a ellas mismas, al margen de su valor social y de su contribución al bienestar humano (y al «buen vivir»). En ese contexto, las estrategias orientadas al «buen vivir» y a la búsqueda de alternativas de organización social no pueden descansar en la lógica del crecimiento; es necesario entrar en una era de poscrecimiento.

Por otra parte, la desmercantilización está vinculada al impulso de la reciprocidad y la redistribución, y también al redimensionamiento del mercado, como fórmulas o caminos principales para avanzar hacia otro modelo de relaciones humanas. La articulación de estos patrones dependerá de situaciones espacio-temporales concretas, conformadas por estructuras institucionales que les dan sentido. Y esas formas e instituciones pueden basarse, en distintas proporciones y según las circunstancias, en la reciprocidad, en la redistribución y en el intercambio de mercado, sin que este último constituya una forma hegemónica que anule las otras dos.

Todo esto invita a pensar en distintos «entramados de relacionalidades», es decir, en distintas formas de organización del «buen vivir», o de otros modelos alternativos de organización de la vida social, que deberán ajustarse a la particularidad de las circunstancias históricas y culturales en línea con la idea de «buenos vivires». Pero, además, las actuales circunstancias históricas y la existencia de un mundo interdependiente requieren la convivencia entre esas diversas formas de organización social sobre la base de algunas referencias y valores comunes, lo que obliga a pensar en clave de «buenos convivires». ☐

---

14. J.L. Coraggio: *Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital*, Abya-Yala, Quito, 2011, p. 34.