

# RELIGIÓN Y DEMOCRACIA DE MERCADO

Manuel MONTALVO

Universidad de Granada (España)

**Palabras clave:** Mercado. Religión. Democracia.

**Key words:** Market. Religion. Democracy.

## RESUMEN

Este artículo tiene como objeto elucidar las relaciones entre religión, mercado y democracia, que finalmente han fraguado en una “democracia de mercado”, concepto que viene a identificar la estructura y funcionamiento del mercado en general con el particular mercado político de la democracia. Para demostrar esta identificación se parte del proceso de transición de la sociedad feudal a la sociedad burguesa, situando como causa determinante el agotamiento del modo de producción feudal, especialmente debido al encarecimiento del coste de la servidumbre, hecho de tan grave trascendencia que obligaba a la necesidad de plantear la sociedad bajo una nueva *visión*: la del principio autorregulador del mercado o *mano invisible*, que luego de provocar la independencia de la sociedad civil del Estado, a través del propio mecanismo de mercado iría absorbiendo los valores religiosos, culturales, éticos y políticos para transformarlos en valores de idéntico nombre pero con diferente significado; acorde con el mecanismo cambiario de precios y “productos”, donde los individuos adquieren la identidad que les confiere el mercado y orientan sus conductas siguiendo los principios de racionalidad, libertad e igualdad, que dejan de ser políticos para convertirse en principios económicos de la democracia.

## ABSTRACT

The aim of this paper is to explain the relationship among religion, market and democracy. These complex forces have been built up into a market of “democracy”. In general, this concept identifies both the function and structure of market in general to the particular political market of democracy. To show this identification, we start from the process of transition from feudal society to bourgeois society, caused by the exhaustion of feudal production methods. The increasing costs of serfdom forced society to think with a different *vision*: the *invisible hand* or self-regulating principle. This brought about the independence of civil society in the State through the very mechanism of the market, so absorbing religious, political and cultural values to transform them into other values of the same name but with different significance, as a consequence of the market mechanism. The market gives individuals a new identity and they act by obeying principles of reason, freedom and equality, the true economic principles of democracy.

## I

## LA TRANSICIÓN A LA SOCIEDAD DEMOCRÁTICA

Acaso el elemento más relevante en el proceso de transición de la economía feudal a la economía de mercado, que vendría a fundar la sociedad democrática, sea una nueva idea de Dios, la cual permite que el aura de lejanía, de inevitabilidad, se haga más cercana, más humana, llevando a que el individuo se piense, piense en los demás y piense en Dios en un entorno distinto, interesado, objetivo en cuanto a realidad material de precios y cantidades.

Desde la instancia que *se piensa* surge una individualidad que ya no es necesariamente dependiente de una voluntad omnímoda, pues al *pensarse* está pensando en *otro*, creando a *otro*, para establecer juicios particulares. Cuando piensa en los demás, engarza la idea, que es posibilidad, de formar un todo de individuos que trasciende de la individualidad para formar un *todo* distinto: la sociedad de mercado. Finalmente, en el punto más extremo, en cuanto que es más distante, se halla Dios y su consecuente: la religión.

Estas fases de pensamiento de acento cartesiano no podrían sostenerse, las ideas requieren de la base material de los hechos, si no hubieran ido acompañadas de profundos cambios económicos, determinantes del progresivo deterioro del feudalismo y final agotamiento, que dio ocasión a la emergencia del capitalismo y su concurrente política: la democracia.

Para llegar aquí, fue preciso un acaecer de eventos costosos de esclarecer, tal vez próximos a la imposibilidad especulativa, por su necesaria naturaleza espuria; no obstante, sucedieron en el desconocimiento de concatenaciones o relaciones causales; y salvando precisas cautelas, se podría establecer a modo de premisa razones económicas o de necesidad.

Se hace previo al desarrollo ulterior, establecer el entendimiento del feudalismo como un sistema socio económico, donde el poder está relacionado con la propiedad de la tierra y en el que una masa de individuos no se pertenecen o lo hacen en la medida en que pertenecen a una propiedad que le es ajena: no se distinguen de los animales o aperos de labranza. La disolución de esta clase de propiedad y la aparición del componente democrático se ha venido sosteniendo que fue una consecuencia: primero, de la ampliación del mercado; segundo, de la oposición entre la economía natural y la economía monetaria; y, tercero, del crecimiento del capital mercantil venido a convertirse en capital industrial. Sin embargo, ninguna de estas causas tiene una base argumental que las permita considerarlas como determinantes de la transición, si acaso concurrentes con la crisis que provocó la paulatina sustitución del modo de producción feudal y la emergencia del modo de producción burgués.

Respecto de lo primero, de la ampliación del mercado<sup>1</sup>, cabe afirmar que si bien es lógico establecer una relación de expansión de la base comercial con un

---

1. La tesis del crecimiento del mercado como disolvente de la sociedad feudal ha tenido un amplio predicamento y halla de referente el aumento del comercio de larga distancia y los nuevas

debilitamiento del feudalismo, también es lógico lo contrario: a medida que los mercados se expandieran, la necesidad de fortalecer las relaciones feudales sería mayor para aumentar la producción de bienes que afluyera a los mercados y de ahí, elevar la rentas señoriales. Además, el comercio ha sido común a todas las épocas históricas y su mayor o menor auge no fue causa, sirva de ejemplo, de la desaparición del esclavismo<sup>2</sup>.

En lo que hace a la sustitución de la economía natural por la economía monetaria, es decir, la sustitución de las rentas en especie por las rentas monetarias, tampoco debe considerarse determinante, pues con idéntica lógica de que la ampliación del mercado fortalece la servidumbre, la mayor facilidad en las transacciones ocasionada por el aumento de la circulación monetaria vendría a potenciar igualmente la sociedad feudal, ya que no cambia el fundamento de la renta sino su materialidad, pasa de una cantidad de bienes a una suma de dinero que representa a aquellos bienes.

En el mismo orden que no fue la ampliación del comercio y la expansión del tráfico monetario determinante del cambio social, tampoco el auge de los capitales mercantiles logrados por los comerciantes fue causa esencial. En realidad, estos capitales vendrían a fortalecer la estructura social al situarse sobre la adquisición de tierras, modo como los comerciantes se evadían de la volatilidad y riesgos del comercio y se consolidaban con solidez en la propiedad de la tierra.

Obviamente estas consideraciones lógicas, en el sentido de que el comercio, la circulación monetaria y el acrecentamiento del capital mercantil, tendieron a fortalecer la sociedad feudal, no implica que tomados bajo un distinto impulso vinieran a multiplicar los efectos desencadenantes de la transición. Este impulso, que vino a producir una verdadera catarsis social, se fraguó fuera del sistema, tuvo un carácter marcadamente exógeno, sobrevenido, no esperado: fue la crisis general del siglo XVII que acabó con la prosperidad iniciada hacia la mitad del siglo XV.

Esta consideración lleva a romper con las hipótesis marxistas que sitúan la dinámica de los cambios sociales dentro de la propia sociedad, poseen un carácter endógeno y se compadecen con la construcción lógica del marxismo, que halla en los cambios de las relaciones de producción la determinante de la transición de unas formaciones sociales a otras. Sin embargo, es más plausible, dentro del ámbito de la contrastación empírica, centrar el fenómeno de las transiciones sociales en causas exógenas<sup>3</sup>, que por su propia naturaleza son impredecibles,

---

plazas comerciales que posibilitarían la comercialización de los excedentes agrícolas y del interés de los propietarios de la tierra de obtener mayores rentas. *Vid.* Pirenne, H. (1974): *Historia económica y social de la Edad Media*. Fondo de Cultura Económica. Madrid.

2. Téngase a título de contrastación el aumento de la prosperidad a que llevó la ampliación del comercio en la Grecia Clásica y el mantenimiento del modo de producción esclavista como base económica de esta sociedad.

3. La aparición de nuevas sociedades e incluso de civilizaciones son fruto de cambios naturales, por ejemplo, prolongadas sequías, grandes mortandades, absolutamente imprevistas e irremediables.

contingentes, de muy larga duración, inducidas por los cambios naturales. En el caso que nos ocupa, originó una penuria de subsistencias, elevaciones de precios y encarecimientos de rentas de propiedad, que desembocaron en una especie de estancamiento, a lo que se debe agregar el agotamiento de las innovaciones tecnológicas llegadas de siglos anteriores.

Todo esto condujo a que la economía feudal fundada en la servidumbre dejara de ser provechosa para los propietarios de la tierra. Los derechos de los siervos a techo, alimento, seguridad y mantenimiento de la prole, se hicieron sensiblemente costosos para los señores. La servidumbre dejó de ser rentable, se convirtió en un lastre productivo y en una rémora para la sociedad. Bastante más productivo resultaba la contratación de trabajadores libres, a los que se les pagaba únicamente el salario por su trabajo. Es por esto, que los siervos se vieron abocados a convertirse en hombres libres y también en siervos del hambre y la miseria<sup>4</sup>: fundamentos reales del proletariado, quien, en un doble sentido, era una fuente productiva de la mayor importancia para los otrora propietarios de la tierra, que al albur de los tiempos comienzan a desplazar los capitales agrarios y comerciales a la naciente industria.

Efectivamente, este proletariado es una inmensa fuente productiva porque desde el lado de la oferta abarata los costes de producción, y desde el lado de la demanda, asegura la salida de los bienes producidos por el estado de necesidad en que vive. Ahora sí que se verifica una ampliación de los mercados, un aumento de la circulación monetaria y crecimiento del capital, pero ha sido debido al agotamiento productivo de la formación feudal.

La anterior descripción propende a crear un panorama que no se corresponde con la realidad: son relaciones teóricas que en su lógica inducen a una especie de mecánica causal, de un simplismo analítico que paradójicamente encubre la complejidad real de la sucesión y asentamiento de los hechos. Es claro que un proceso de la envergadura y trascendencia de la sustitución de un modo de producción por otro no puede realizarse siguiendo las trazas de ninguna clase de automatismo, más bien es un proceso lento, obstaculizado por las contradicciones y lastrado por las rémoras de un pasado que con fuerza se resiste a dejar de ser presente. Por esto, lejos del mercado extensivo sugerido por la lógica de las proposiciones económicas, se encuentra un mercado fraccionado impuesto por la realidad: numerosos mercados separados por los accidentes geográficos, por los obstáculos políticos; mercados que funcionan sin ninguna clase de regularidad o si lo hacen, dependen de la estacionalidad marcada por la economía natural; mercados obstruidos por la carencia de comunicaciones, provocando insalvables diferencias de precios. De otro lado, cuenta que el dinero ocupa un espacio reducido de los cambios: la mayor parte de las transacciones toman la forma de trueque de unos bienes por otros.

---

4. Notarios del profundo descontento, angustia y desesperanza que trajeron los nuevos tiempos capitalistas fueron los llamados “utópicos”, Fourier, Sismondi, Proudhon y otros más. Sus demandas de regreso al pasado fueron anacrónicos cantos de ingenuo optimismo. La economía de mercado progresaba en el tiempo y en la realidad haciendo imposible ningún regreso.

El reloj de los mercados parece detenido en la misma hora, el tiempo económico, veloz, capitalista, es una posibilidad instalada en la utopía.

## LA METAFÍSICA DEL MERCADO

De aquí que cobre importancia la *visión* de Adam Smith para descubrir las leyes que rigen el progreso de la sociedad. Considera un anacronismo el mercado feudal que tiene como presente: los cambios de los excedentes agrícolas y los clavos que hacen de dinero en su pueblo, a falta de otro instrumento monetario, monedas de oro o plata, de valores y aprecio más reconocidos en la circulación monetaria.

La circunstancialidad en la que desarrolla Smith su existencia se le torna agónica, como los estertores postreros de la sociedad feudal. Su *visión* de la sociedad no se halla en el mercado que tiene delante de sí, es mucho más lejana: en un mercado metafísico, en la sociedad capitalista que todavía es un mero deslumbramiento sobre el que vendrá asentar unas hipótesis aventuradas, especialmente la del mercado autorregulador, cuyo potencial significativo se mostraría extraordinario para el decurso de la sociedad, ya que era dar el rango de ley física a la hipótesis de que un sistema de cambio y producción de mercancías podía funcionar por sí mismo, sin ninguna clase de regulación o arbitrio, de tal suerte que se habría confirmado la independencia de la sociedad civil del Estado, quien debería de abstenerse de realizar cualquier clase de intervención, pues cualquiera que fuera, independiente de su nimiedad, sería contraria a los intereses de los individuos.

El funcionamiento de la sociedad civil quedaba amparado en la llamada Ley de Say, que enunciada con sencillez dieciochesca, no venía sino a afirmar que la *oferta crea su propia demanda*, principio de una lógica irrefutable o de lógica irrefutable comparable a los silogismos escolásticos, pues desde la instancia de que los precios son flexibles, es necesariamente lógico que la oferta y la demanda se conviertan en una tautología.

A Smith, como su maestro Hutcheson y como en general los filósofos pertenecientes a la llamada “Ilustración Escocesa”, el interés que lo guía es conocer cómo se realiza el progreso de la sociedad, primeramente en un sentido material, económico, como condición previa al vivir ordenado y político de los individuos en sociedad. Se trata de una filosofía centrada en el *cómo*, cómo los individuos *crean y permutan la riqueza*, cómo *crean un orden estable y vivible de relaciones*. *Por qué* no entra en una heurística posible, está fuera de los alcances humanos, pertenece a la esfera de lo divino. Pensamiento en poco diferente al de Newton, quien dice *cómo se atraen los cuerpos* pero no *por qué*: cuál sea la razón de la atracción universal es sólo competencia de un demiurgo. Entre los hombres opera parecida ley, se relacionan, se atraen o repelen, en virtud de la satisfacción de su propio egoísmo. *Por qué* sea así nadie lo puede aventurar, pertenece al oculto de la intención divina. Que la naturaleza humana sea rapaz, mendaz y mezquina no

encuentra ninguna razón lógica en la propia naturaleza: la naturaleza no habla de sí misma, ni se justifica.

Este egoísmo, que en un sentido físico es traducible a los conceptos de *masa* y *distancia* newtonianos, carece del brillo rapaz del egoísmo hobbesiano, de esa violencia contenida en los límites de la sobrevivencia, parecidos a los barrotes de la jaula en la que se contienen las ansias de los individuos. La imagen ofrecida por Smith en la *Teoría de los Sentimientos Morales* es la de una gran máquina cuyo funcionamiento depende de la virtud y del apartamiento del vicio:

Es la tendencia de la virtud al progreso y la del vicio a destruir el orden social, y cuando consideramos esa tendencia filosófica y fríamente refleja, una sobre la otra, una gran belleza o una gran deformidad. La sociedad humana contemplada bajo una cierta luz abstracta y filosófica aparece como una gran e inmensa máquina, cuyos regulares y armoniosos movimientos producen miles de agradables efectos. Y así como cualquier otra bella y noble máquina producida por el arte humano, de todo aquello que tendiese a producir movimientos más suaves y fáciles derivaría cierta belleza de este efecto, y por el contrario, que promoviese la creación de obstáculos desagradaría por ese motivo; así, la virtud, la cual es, como si se dijera, el fino acabado del engranaje de la sociedad, forzosamente agrada: mientras que el vicio, como el vil orín, que hace a las ruedas trepidar y saltar las unas sobre las otras, necesariamente ofende<sup>5</sup>.

La *gran e inmensa máquina* social parece funcionar suave y armoniosamente cuando la virtud engrasa los engranajes de la sociedad, que se ensucian y estropean cuando están expuestos al óxido del vicio.

El empleo de esta tan común metáfora, hasta la saciedad contenida en los sermones religiosos para el progreso del bien y la aniquilación del mal, no son más que buenas intenciones flotando sobre el flujo de la nadería, ya que muy al revés de lo que se dice en términos religiosos, se realiza la conducta de los individuos: rigen sus acciones con el fin puesto en la consumación del vicio, verdadero lubricante que permite el rodar de los engranajes sobre los ejes de la sociedad, la cual de inmediato dejaría de funcionar si al “Relojero” se le olvidara darle cuerda o le hubiera dejado de interesar la medida del tiempo social.

Siguiendo estas trazas, Smith rechaza las “apostasías” de Hobbes porque son de imposible encaje en un discurso virtuoso, cuya futilidad crece más que proporcionalmente al encarecimiento de la virtud. La religiosidad no dirige a ningún puerto de conocimiento real de la sociedad, se oscurece hasta encallar en la superstición o el desencanto. Ese es el falso faro al que puso rumbo *La teoría de los sentimientos morales*:

---

5. Smith, A. (1976): *The Theory of Moral Sentiments*. Ed. D. D. Raphael and A. L. Macfie. Oxford: Clarendon Press, VII, iii, 1. 2.

La virtud es el gran sostén y el vicio el gran perturbador de la sociedad humana... puesto que de la una prevé la prosperidad y de otro la ruina y confusión de todo lo que tan necesario es para seguridad y comodidad de la existencia<sup>6</sup>.

El deísmo de Smith llega al extremo de conferir a la Divina Providencia, la moral *mano invisible*, un sentir a la par mezquino que dadivoso de los ricos:

Ellos están dirigidos por una mano invisible para lograr casi la misma distribución de los bienes necesarios para la vida que hubiera sido hecha dividiendo la tierra en partes iguales entre todos sus habitantes<sup>7</sup>.

Este aserto se encuadra dentro de la moral medieval, carece de relación alguna con el reconocimiento de la modernidad capitalista, que en absoluto requiere introducir a Dios en los asuntos poco delicados del vivir diario. Dios que si alguna vez pudo estar entre los pucheros por culpa de afanosas monjas, abandonó tan incómoda estancia para trasladarse a los más cómodos y mejor aireados altares, alejado del vocerío de los mercados y el trajín de los cambios. Que si el individuo es un ser mohatrero y egoísta, con no verlo y oírlo no se peca o se peca menos. Así debió pensar Smith cuando en las páginas de la *Riqueza de las Naciones*, plagadas de términos tan nada sublimes como *dinero, división del trabajo, interés, costes...*, provee de alma mercantil y egoísta al panadero, cervecero o carnicero de los que no podemos esperar ninguna especie de caridad. Lo que resultaba descorazonador para Shaw: *That any none nation, having observed that you could provide for the supply of bread by giving a pecuniary interest in baking for you should go to give a surgeon a pecuniary interest in cutting your leg, is enough to make one despair of political humanity*<sup>8</sup>.

## OTRAS REALIDADES SOCIALES

Anotada la sensata ironía de Shaw, el problema que se le plantea a Smith es compatibilizar el egoísmo con la moral. Encuentra la solución creando dos mundos tan distantes el uno del otro como lo son el mercado, de las espadañas de las iglesias. En el mercado se realiza el egoísmo como una necesidad particular que favorece el bien común. En las alturas, los principios éticos se constituyen en un ideal tan etéreamente deseable como terrenalmente inalcanzable. En definitiva, el pecado existe; la virtud se supone.

Aun así, en los términos seguía latiendo una contradicción fruto del falso empirismo seguido por Smith, que hasta en este punto fue fiel a Newton, quien proclamó a bombo y platillo aquello de *hipotheses non fingo*, cuando en realidad

6. *The Theory*, VII, iii, 1.

7. *The Theory*, IV, i, 11.

8. Shaw, G. B. (1911): *The Doctor's Dilemma*. London: Penguin.

estaba empleando un método hipotético. Exactamente igual que Smith, en absoluto empirista, emplea la hipótesis de un *mercado* que ciertamente carece de visos reales: existen pequeños mercados surgidos para intercambiar los excedentes de unas economías fundadas en el principio de autosuficiencia, y donde el egoísmo no juega un papel relevante en la conducta seguida por los individuos, porque lo cierto es que el grueso de los intercambios de los excedentes se regía siguiendo el principio *gift*<sup>9</sup>, que venía a consistir en lo siguiente: *te doy para que me des*, te doy cuando lo necesitas para que me des cuando lo necesite.

Este *te doy para que me des* es mucho más comprensivo que el nudo interés en el ámbito de una economía natural, de individuos necesitados los unos de los otros y la existencia es concebida como esencialmente sobrevivir en la hosquedad de la naturaleza. Los excedentes agrícolas sin necesidad de que medie el interés, sino el estado de necesidad que tiende a la solidaridad. La contradicción entre egoísmo y virtud desaparece, se funden el uno en el otro o, si se prefiere, se hace del egoísmo de vivir la virtud de sobrevivir.

El planteamiento de una sociedad cuya urdimbre se halla tejida por los intercambios de los individuos no era una hipótesis original de Smith, con claridad y realidad fue expuesta por Mandeville en la *Fábula de las abejas*:

(...) la superestructura completa (de la sociedad civil) está formada por los servicios recíprocos que hacen unos hombres a los otros. Cómo conseguimos estos servicios cuando tenemos necesidad de ellos es la más grande y casi constante necesidad de la vida de cada persona. Esperar que otros debieran servirnos a nosotros por nada no es razonable. Por tanto, todo el comercio que los hombres pueden tener juntos, debe ser un continuo intercambio de unas cosas por otras<sup>10</sup>.

A modo de resumen, y considerando la *visión* de Smith y las realidades de Mandeville y del principio *gift*, se tendrían tres formaciones sociales orientadas bajo parámetros distintos:

	<b>Sociedad de mercado</b>	<b>Sociedad “rumorosa”</b>	<b>Sociedad <i>gift</i></b>
<b>Acciones de los individuos</b>	Egoísmo <i>virtuoso</i>	Egoísmo <i>vicioso</i>	Intercambio virtuoso
<b>Orientación del mercado</b>	Oferta	Demanda	Excedentes
<b>Razón económica</b>	Productiva	<i>Improductiva</i>	<i>Improductiva</i>
<b>Finalidad</b>	Bienestar colectivo	Reproducción simple de la sociedad	Reproducción simple de la sociedad

9. Polanyi, K. (1957): *The Great Transformation*. Boston: Beacon Press.

10. Mandeville, B. (1982): *La fábula de las abejas o los vicios privados hacen la prosperidad pública*. Fondo de Cultura Económica. México.

Frente a la virtud de la norma *gift*, que impulsa las acciones de los individuos, el egoísmo lo hace en la *visión* de Smith; pero es un egoísmo *virtuoso*, en el sentido de que se apoya en una razón productiva: el acrecentamiento de la riqueza, que en un paso hacia la sociedad se va a convertir en el bienestar colectivo; por tanto, diferente al egoísmo *vicioso* de Mandeville, sustentado en la negación de la razón económica: la improductividad. Los cambios de los individuos no se realizan con el fin de acrecer la riqueza de cada uno, sino para satisfacer las pasiones, pecaminosas, comunes y humanas, que culminan en la reproducción de una sociedad instalada en el presente, sin miras al futuro: no es futuro la repetición del presente, que fehacientemente se encuentra instalado en la urgencia y de una demanda sin esperas, también sin las proyecciones temporales contenidas en la oferta, que se adapta a la demanda para reproducir un idéntico y conservador patrón social.

Por su parte, el principio *gift* viene a diferenciarse tajantemente del egoísmo, ya *virtuoso* o *vicioso*, para situar la sociedad en el horizonte de la sobrevivencia, empleando una razón *improductiva*, siempre que la razón sea entendida desde el lado de una oferta que *mira* al futuro de reproducción ampliada de la riqueza.

Nos hallamos ante tres sociedades: la primera hipotética, fundada en el principio regulador del mercado; la segunda, de Mandeville, conservadora, estamental, con un mercado que tiene como función el intercambio de bienes que permiten la satisfacción de las necesidad y, por último, una sociedad real, correspondiente a mercados desperdigados, centrada en la economía natural y sin otro sistema cambiario que el trueque. Situadas en el tiempo, la sociedad de mercado representa el futuro, un futuro de crecimiento económico, de continua ampliación de los procesos productivos y de extensión del mercado.

La sociedad del gasto y la sociedad *gift* están engrilladas al pasado, no pueden avanzar ni tampoco retroceder: carecen de tiempo o del tiempo nuevo, que ya no se mide por el doblar de las campanas de las iglesias sino por un sonar trepidante y productivo: es el tiempo económico.

## EL VALOR DE MERCADO DE LA RELIGIÓN

Sobre la anterior base explicativa cabe analizar la religión, que carece de función real, se disipa en la metafísica, si no se la dispone sobre el suceder de los hechos económicos. Entendiendo por *religión* un conjunto de creencias carentes de positividad, en las que la *verdad* coexiste con la *falsedad*, pero que se adecuan a los hechos económicos en el sentido de que los dota de mayor factibilidad. Así, en la sociedad basada en el principio de cambio *gift*, la existencia de un Dios representado en el prójimo facilita el *te doy para que me des*, bastante próximo al evangélico *dad y se os dará*, que vendría a servir de firme garantía de cumplimiento de la promesa de la entrega aplazada implícita en el *te doy para que me des*.

Por su propio peso se desprende una contradicción irreconciliable entre aquel cambio *te doy para que me des* y este otro que acrecienta la riqueza, *te doy menos para que me des más*, basado en la ecuación de utilidades de Galiani, sin ninguna virtud y lleno de egoísmo. En esta tesitura de cambios, la religión tiene una función diferente: dador y receptor del bien, independiente de quien haya recibido mayor provecho, hallarán conformidad religiosa: ya en la satisfacción del ganador, ya en la resignación del perdedor.

Cuando los cambios tienen como fin la satisfacción de las necesidades, se intercambian valores de uso. No se persigue un mayor valor de cambio del bien entregado o recibido, porque el fin no está puesto en el acrecentamiento de la riqueza, sino en la sobrevivencia y reproducción de la sociedad en un tiempo que se repite a sí mismo, al igual que las creencias religiosas, cuya función es permanecer, no alterar el marco económico.

Este orden de cosas deja de ser cuando se introduce la hipótesis de un mercado extensivo, que copa la totalidad del espacio social, sin dejar resquicio ni eventualidad a un principio autorregulador de los cambios: con la rigurosidad de una ley física se admite la existencia de una ley económica que confiere orden y equilibrio al aparente caos de precios, mercancías, compradores y vendedores.

Cualquiera que sea la razón, divina, ignorada, carece de mayor trascendencia, siempre que el orden de los mercados se verifique fehacientemente, certificando con la regularidad del equilibrio la independencia de la sociedad civil del Estado y también del grupo de creencias formado por la religión, que no pertenece a *este mundo*, sino a *otro mundo* regido por un Dios, del que se ha descubierto su pensada proximidad cartesiana al identificarse la armonía del universo con la armonía del mercado.

*Cielo, infierno, alma, virtud, pecado, redención*, son conceptos situados fuera de la esfera del mercado, no afectan al proceso cambiario, no abaratan ni encarecen precios, tampoco provocan excesos de oferta de bienes o insuficiencias en la demanda, el equilibrio prevalece con independencia de todas las creencias, excepto de una: la *armonía económica*, de la que Bastiat sería convencido exégeta frente al lúgubre Carlyle o el pesimista Ricardo.

Tomados los conceptos religiosos como valores de uso y medidos en razón a la utilidad que les pueda reportar a los individuos, se desprende su ausencia de las relaciones cambiarias por más o por menos conformidad o satisfacción puedan los sujetos derivar de ellos, pero en ningún caso podrán adquirir un precio al no ser valores cambiables: el precio será nulo incluso cuando la utilidad pudiera ser infinita, en la imposible situación de que el sujeto pudiera tener sentido de la medida de un valor que está directamente relacionado con la irracionalidad. Así, para un sujeto la *inmortalidad del alma* puede ser un valor superior a cualquier otro, obtiene de él una utilidad inconmensurable que necesariamente no podrá alcanzar una estimación objetiva: quedará circunscrita a los límites de la individualidad.

Establecida la independencia de la religión del mercado por la vía de los valores de cambio y valores de uso, esto no impide que exista una afectación recíproca, pero no cierto grado de dependencia o independencia: en ningún caso la

*inmortalidad del alma* se convertirá en una variable dependiente o independiente, por ejemplo, de los encarecimientos o abaratamientos de los bienes.

## “OPIO”, ALIENACIÓN Y DESENCANTO

En el caso de que la religión fuese el “opio del pueblo”, lo cierto es que tan pronto como el mercado se extendió hasta ocupar la base relacional de la sociedad capitalista, el otrorapreciado y denotado “opio” se convirtió en una “mercancía” con un valor de cambio nulo o insignificante en relación con los efectos “narcotizantes” o alienantes generados por el propio mercado.

La alienación en el sentido objetivo marxista<sup>11</sup> se significaba por la sustitución de las relaciones entre hombres por las relaciones entre cosas. El origen de este proceso sustitutorio venía hallarse en la transformación del trabajo en fuerza de trabajo, en una mercancía que se relaciona con otras mercancías en el proceso de cambio. A mayor comprensión de la alienación sirva el texto humoroso de Marx:

La forma de la madera, por ejemplo, cambia al convertirla en mesa. No obstante, la mesa sigue siendo madera, sigue siendo un objeto físico, vulgar y corriente. Pero en cuanto empieza a comportarse como *mercancía*, la mesa se convierte en un objeto físicamente metafísico. No sólo se incorpora sobre sus patas encima del suelo, sino que se pone de cabeza frente a todas las demás mercancías, y de su cabeza de madera empiezan a salir antojos, mucho más peregrinos y extraños que si de pronto la mesa rompiese a bailar por su propio impulso<sup>12</sup>.

Estando en estas, lo grave no es que la mesa comience a bailar, cualquier sorpresa es de esperar de una mesa plagada de “sutilezas y resabios teológicos”, mucho peor y bastante más real es que el carpintero no se pueda sentar a ella porque su precio no esté a los alcances de su salario.

En esta tan simple lógica reside lo que podría llamarse la *alienación económica*, que no es más que una cara de la realidad poliédrica de la *alienación*. Su sinnúmero de facetas se multiplican en cualquier manifestación cultural, política, religiosa o sociológica, y deberían de comprenderse como los fenómenos de causación inversa que se dan entre la “física del mercado” y la “metafísica de la sociedad”, constelación de valores sociales que se adaptan y, a la vez, modelan las relaciones productivas dadas en el mercado. En este sentido, valores religiosos

---

11. La alienación tiene una doble faz según se considere el concepto humanista contenido en los *Manuscritos* o se tome el concepto de *El Capital*, en concreto lo que concierne al proceso de fetichización de las mercancías, en donde adquiere un carácter objetivo, fundado en la transformación del trabajo en trabajo asalariado.

12. Marx, K. (1973): *El Capital*. Fondo de Cultura Económica. México. Vol., I., pp. 36-37.

y valores democráticos vendrían a ser “productos” derivados de la mecánica del mercado, y vendrían a lograr que éste funcione con mayor fluidez y más resistencia a los obstáculos entorpecedores de su dinámica.

En dos instancias distintas, el funcionamiento del mercado ha provocado un gran desencanto: una primera fue la provocada en Tocqueville: jamás creyó que las fuerzas del mercado fuesen capaces de desembarazarse de las “cadenas feudales”. La segunda fue la que se recoge en *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*<sup>13</sup>, y viene a consistir en la secularización de los valores religiosos afín con el proceso de acumulación de capital.

El cierto parecido existente entre la *secularización* de Weber y la *alienación* de Marx propende a crear confusión en dos conceptos que de raíz son distintos. En la *alienación* de Marx lo que sucede es que los valores religiosos son engullidos por el mercado y no ejercen ninguna influencia directa en el proceso de acumulación de capital, permanecen con una dimensión cultural en lo que Marx llama *superestructura*. La acumulación de capital es un hecho objetivo, esencialmente económico, que básicamente viene a consistir en la transformación de la plusvalía en capital. En cambio, para Weber los valores religiosos propenden a convertirse en valores económicos mediante la identificación de unos con otros. Así, el mismo proceso de acumulación de capital, que en otros términos no es más que el ahorro determinante de la inversión, es identificado con la frugalidad, la condena de la parsimonia, la virtud del trabajo, el pecado del ocio..., y de ahí, a la postre, la identificación de aquel ahorro con la virtud y derecho a ganar el cielo o la inmortalidad del alma. Curiosamente, y gracias al “espíritu del capitalismo”, Dios se ha hecho tan próximo y posible como lo es el ahorro derivado de los beneficios capitalistas.

De cualquier forma, la radical diferencia entre *alienación* y *secularización* de Weber estriba en que el fenómeno es endógeno en la tesis de Marx, los valores religiosos se interiorizan en las relaciones de producción, mientras que en el planteamiento de Weber, los valores religiosos continúan siendo valores exógenos sin contradicción alguna con su eventual grado de afectación sobre el mercado, afectación de controvertida verificación empírica. Tomando con las debidas cautelas los estudios estadísticos<sup>14</sup>, de modo parcial se podría sostener que el crecimiento económico tiende a deteriorar los valores religiosos, lo cual llevaría a contradecir la tesis de Max Weber, pues si en esta tesis la acumulación de capital, impulsada por el ahorro, que incrementa el crecimiento económico, está relacionada directamente con la mayor religiosidad, esta causación económica realmente se invierte: el mecanismo de acumulación y crecimiento disminuye el poder de los valores religiosos.

---

13. Weber, M. (1977): *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Península. Madrid.

14. Vid. Barro, R. J. and McCleary, R. M. (2003): “Religion and Economic Growth”. National Bureau of Economic Research. Massachusetts.

La importancia de refutar o aceptar que los valores religiosos afectan al crecimiento económico y abren la posibilidad a la democracia política, está en orden a la encrucijada en que sobreviven los países que ocupan las dos terceras partes del globo y en donde una religiosidad extrema procedente de las oscuridades de la Edad Media se da la mano con la miseria económica y cultural de millones de personas; es evidente, que esta clase de estudios no pueden arrojar resultados algunos, pues no se considera que la tesis weberiana tiene sentido dentro de la relación establecida entre un mercado desarrollado y los valores cristianos, fuertemente imbricados en los motivos que rigen la conducta económica de la burguesía, que no es sino la acumulación de capital. Ahora es una ucronía emplear la tesis weberiana para formaciones sociales que no se han desembarazado de los grillos feudales: jamás se produjo la transición a la economía capitalista, por lo que los planteamientos democráticos no tienen cabida, aparecen como incomprensibles y extraños a los individuos<sup>15</sup>.

La elucidación de las diferencias entre Weber y Marx sería de una importancia menor si la *alienación*, y no la *secularización* o *desencanto*, no hubiese generado una absorción de los valores religiosos, sino también de los valores políticos, en concreto de la democracia, que tiene una más clara representación en el marco del mercado<sup>16</sup>.

## LA DEMOCRACIA DE MERCADO

Consecuente con las líneas anteriores, el fenómeno de absorción generado por el mercado no queda en la mera deglución de los valores políticos o religiosos en el sistema de precios: más bien se produce una transformación de aquellos valores, que aun conservando la denominación, su función real y significativa es otra: funcionan y se significan como valores de mercado en cualquier distinto espacio: social, religioso o político. En lo que respecta a la democracia, la absorción de los conceptos democráticos y su posterior transformación ha dado lugar a lo que se califica aquí como *democracia de mercado*, sobre la que sobran verter juicios pesimistas sobre la influencia negativa del mercado para la democracia<sup>17</sup>, cuando

---

15. Es paradigmático el caso de las repúblicas de la antigua Unión Soviética y en concreto, Rusia, en donde los individuos no entienden qué sea la democracia: les provoca desconfianza, inseguridad. La vuelta a la religiosidad, aunque nunca desapareciera y fuera parcialmente la religión ortodoxa sustituida por la *religión del partido*, viene a corresponderse cada vez más con un nuevo zarismo.

En los países en donde se extiende el islamismo, la democracia carece de todo sentido, siempre que esas economías no tendieran a formarse como sociedades capitalistas.

16. En este proceso de absorción, la *felicidad* se ha convertido en *consumo*, a mayor nivel de consumo, mayor felicidad; *identidad en tarjeta de crédito*, a falta de tarjeta de crédito, de facto el individuo carece de identidad; *individuo*, en *comprador*, no se es individuo sin el atributo superior de comprador; *filosofía en marketing*, y así hasta un amplio etcétera que no hace cuestión a lo que en este ensayo se contiene.

17. Vid. Habermas, J. (1987): *Theory of Communicative Action*. Boston. Beacon Press.

esta *democracia de mercado* es ya otra *democracia* con un funcionamiento que es efecto del desarrollo de la economía capitalista y, en un segundo estadio, una institución política que potencia las fuerzas de mercado.

Este argumento aparentemente lineal no termina de ocultar la trascendente complejidad que encierra, no subsumible en una “metafísica matemática”, ni tampoco en una “aritmética de tendero”, por más que la estructura del mercado y su funcionamiento sea harto simple, porque el mercado, en su realidad, no es más que la confrontación de dos fuerzas económicas opuestas, oferta y demanda, de cuya igualdad se derivan la formación del precio y cantidad de un bien que satisfacen una situación de equilibrio<sup>18</sup>, bastante parecido al equilibrio físico entre dos vectores de distinto signo; pero, claro, no son dos fuerzas físicas<sup>19</sup>, ni tampoco son extrapolables las leyes de la mecánica al mercado<sup>20</sup>. Las metáforas tienen sólo un valor didáctico, nunca científico.

De parecida simplicidad a la estructura del mercado lo es también su funcionamiento: de un lado, unos individuos que ejercen la función de demanda; de otro, unas empresas, que realizan la función de coordinar los factores productivos de la sociedad con el fin de ofrecer un resultado productivo materializado en bienes. Estos dos lados, terminan hallándose en el mercado, cuya función es asignar un precio para cada bien ofrecido y demandado. Y qué es la democracia si no un mercado en que unos oferentes, políticos o partidos políticos, interpretan las contradicciones y tensiones sociales para ofrecer un “producto” o unas soluciones que se mueven en el ámbito de la satisfacción de sus propios intereses, entre los que se encuentra el poder político; igual sucede con las empresas, bajo el velo societario orientan sus producciones hacia obtención del máximo beneficio.

La conducta paralela de los partidos políticos, los que toman la forma de duopolios u oligopolios, y de las empresas, se corresponde por el lado de la demanda con los individuos, que se comportan reproduciendo idénticos caracteres, ya que su conducta es indistinta cuando el mercado toma la forma económica cambiaria o política de la democracia. Estos caracteres corresponden a los principios de racionalidad, libertad e igualdad.

Los individuos cuando actúan en cualquier clase de mercado se les supone una capacidad de discernimiento o racionalidad con un límite inferior establecido en *preferir lo más o lo menos*, más riqueza, más satisfacción, más representación, más poder.

---

18. En realidad el equilibrio no existe o existe como un límite extremo: lo normal es que la oferta o la demanda diste una de otra y el desequilibrio sea la situación real. La idea de equilibrio es a la par teórica e ideológica.

19. Recientemente la aplicación de leyes físicas al estudio de los mercados financieros ha dado lugar a una especie de nueva disciplina económica: *Econophysics*. Vid. *Journal of Economic Literature*, September, 2004, 42(3), pp. 838-40.

20. Escribía Jevons que su ecuación del cambio “no difiere en general de aquellas que son tratadas en muchas ramas de las ciencias físicas”. Jevons, W. S. (1871): *Theory of Political Economy*. R. Black, ed., (1970): Baltimore, Penguin, pp. 144-146.

A esta mínima racionalidad se une el atributo de libertad, los individuos han de ser libres, libres para elegir. En el mercado de bienes, la libertad de elegir toma la forma de principio de soberanía del consumidor: el consumidor es soberano para demandar el bien “x” o el bien “y” en razón al logro de la satisfacción de sus deseos racionalmente limitados al nivel de renta de que disponga. Trasladado el principio de soberanía del consumidor al proceso democrático, no se altera su significado: se significa en el libre albedrío para elegir la opción política que mejor se adecue a sus intereses, más materiales que ideológicos, pues en tanto sean individuos racionales claramente saben que la “carne alimenta y el espíritu vivifica”, y no al revés<sup>21</sup>.

Racionalidad y libertad son caracteres que vienen a coincidir en la identificación de la conducta del individuo en cualquier clase de mercado, la igualdad de los individuos que se da en la *democracia de mercado*, no se verifica para el resto de los mercados cambiarios, pues en estos, los individuos establecen su conducta, libre y racional, sobre la base de la desigualdad económica.

Se dice que la igualdad política encubre la desigualdad económica radical. Efectivamente, la mayor o menor renta disponible de los individuos los hace desiguales en el mercado. Este escollo, en la homologación de la *democracia de mercado* con los otros mercados, se evita considerando que todos los individuos son propietarios, poseen el estatus de propietarios de los factores productivos: quien no es propietario de capital, lo es de tierra, y quien no lo es de ninguno de los dos, siempre lo será de su propio trabajo. La menor o mayor renta de que dispongan no podrá proceder del hecho de que sean o no sean propietarios, porque todos igualmente lo son, sino de la abundancia o escasez del factor de que son propietarios, de las condiciones de oferta y demanda que se den en el mercado de factores productivos, por lo que la desigualdad de disposición de la renta vendrá a depender de la lógica del mercado y no atentará a la propiedad, puesto que todos los individuos son igualmente propietarios. Es así como la propiedad produce la igualdad política y económica de los individuos.

Discernidos los elementos estructurales del mercado y establecida la conducta de los individuos mediante el acompañamiento de los principios de racionalidad, libertad e igualdad, el funcionamiento de la *democracia de mercado* no es distinto a un mercado de bienes, en el que los individuos amparados por la condición de propietarios de los factores productivos obtienen unas rentas monetarias o *votos monetarios* con los que ejercerán el derecho a elegir libremente aquellos bienes que mejor satisfagan sus deseos. Estos bienes son ofrecidos por las empresas en virtud de la racionalidad objetiva de los costes de producción que eliminarán todo supuesto irracional o de imposibilidad: sólo se ofrece lo que racionalmente es posible ofrecer. Si estos bienes toman la forma de “productos”, son ofrecidos por los partidos, atendiendo a los deseos expresados por los individuos en su condición

---

21. Marx en clara alusión a los filósofos de las “alturas hegelianas” dejó escrito en *La ideología alemana* la irónica sentencia: “el espíritu alimenta y la carne vivifica”.

de demandantes y considerando en todo caso el principio de maximización de los votos, no diferenciable del principio de maximización de las ganancias.

Podría reseñarse que existe una diferencia entre los *votos monetarios* y el voto político: en tanto en la *democracia de mercado* cada individuo dispone de un solo voto, en los otros mercados el individuo podría disponer de un plural de *votos monetarios*, lo que indicaría una capacidad de influencia en la orientación de la elección. En realidad no es así, la forma del mercado, generalmente oligopólica o de competencia monopólica, determina que la oferta de bienes por monopolios u oligopolios “cree” la demanda de los bienes de los consumidores, haciendo irrelevante la cantidad de *votos monetarios* en cuanto a qué bienes quiere que se produzca u ofrezca. No así a la cantidad que podrá adquirir de esos bienes que está en proporción con las rentas monetarias. Por tanto, el plural de *votos monetarios* es igual al singular de *voto político* en cuanto al principio de libre elección. De otra parte, los “productos” ofrecidos por los partidos en un mercado de oligopolio o duopolio, son “creados” como soluciones políticas deseadas por los individuos.

Corolario de lo dicho, es establecer la existencia de un único mercado, que es la sociedad de mercado, en el que se integran toda clase de mercados y, entre ellos, con general identidad de principios, estructura y funcionamiento, la *democracia de mercado*.