



Revista Mad. Revista del Magíster en Análisis
Sistémico Aplicado a la Sociedad
E-ISSN: 0718-0527
revistamad.uchile@gmail.com
Facultad de Ciencias Sociales
Chile

Frankel, Christian

¿Dentro o fuera? O: ¿Dejarías a un luhmanniano invertir tu dinero?

Revista Mad. Revista del Magíster en Análisis Sistémico Aplicado a la Sociedad, núm. 30, 2014, pp.

49-60

Facultad de Ciencias Sociales

Santiago de Chile, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=311230425005>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



¿Dentro o fuera? O: ¿Dejarías a un luhmanniano invertir tu dinero?

In or Out? Or: Would you let a Luhmannian Invest your Money?

Christian Frankel

Departamento de Organización, Escuela de Negocios de Copenhague, Dinamarca

RESUMEN

La presente contribución a la discusión sobre el texto de Esposito “Circularidades económicas y observación de segundo orden” sostiene que ambas nociones, observación de segundo orden y mercado, son usadas con varias definiciones y sugiere que el trabajo futuro con estos conceptos puede ayudar al debate para una mejor comprensión de, no solamente las finanzas, sino también de los mercados de una manera más general.

PALABRAS CLAVE: Teoría de sistemas sociales; Observación; Observación de Segundo Orden; Concurso de Belleza Keynesiano; Mercado

ABSTRACT

This contribution to the conversation on Esposito’s “Economic Circularities and Second-Order Observation” argues that second-order observation and market are both notions used with several definitions and suggests that further work with these notions may help the conversation to get a better understanding of not only finance but of markets more generally.

KEYWORDS: Social Systems Theory; Observation; Second Order Observation; Keynesian Beauty Contest; Market

1. INTRODUCCIÓN*

Como una manera de participar en la inspiradora y ambiciosa conversación llevada a cabo en este número, usaré una parábola que refiere a un elefante, la cual, desde muchos puntos de vista, es tan provechosa e incómoda como el concurso de belleza keynesiano referida por Esposito. En lo que sigue, utilizaré esta parábola, para discutir la noción de observación de segundo orden (secciones 2 y 3), para mostrar cómo esta noción se ha utilizado en varios sentidos simúlatenos en este debate (sección 4), para finalmente problematizar la noción implícita de mercado presente en esta discusión (sección 5).

* [N. del T.] Traducido del inglés por Hugo Cadenas y José Ossandón, con autorización del autor.



2. ELEFANTES Y MERCADOS

Parece haber un elefante en la habitación. Ese elefante se llama ‘mercado’. Sus movimientos pueden causar considerables grietas y sacudidas e incluso amenazar con hacer colapsar la habitación completa. Ya lo sabemos, pero sigue ocurriendo. Es, en cierto modo, algo que damos por sentado. Diversos estudios nos indican que los mercados no nacen sino que se hacen, o que son construidos en la práctica (Araujo 2007; Breslau 2011; Holm & Nielsen 2007; Fligstein & Sweet 2002; MacKenzie & Millo 2003). Sin embargo, a la vez que han contribuido en reforzar al ‘mercado’ como un asunto central para la comprensión de la economía, estos estudios en su gran mayoría han dejado al ‘mercado’ mismo como un concepto a menudo implícito. De este modo, podemos preguntarnos, parafraseando a Hacking (1999: 19), ¿cuando decimos que los mercados son construidos estamos hablando de la construcción de qué?

La parábola a la que me refiero es la de ‘los ciegos y el elefante’. Haré una breve síntesis para aquellos que no la conocen: varios ciegos examinan cada uno una parte de un elefante; uno examina un oído, otro una pierna, un tercero la cola y así sucesivamente. El resultado de esto es un fuerte desacuerdo sobre lo que caracterizaría a un elefante. La clave de la historia es (por supuesto) construir posiciones de narrador y oyente que ‘ven’. Mientras los ciegos son ignorantes, nosotros, los observadores de los ciegos y del elefante, superamos esa ignorancia y entendemos lo que realmente están a punto de examinar. Esta historia ha sido usada en las ciencias sociales para referir a resultados de investigación divergentes (Puchala 1971; DiMaggio 2001): cada investigación es parcial y los resultados de dichos estudios deben ser aunados si queremos comprender el todo. Como tal, podríamos substituir ‘elefante’ por ‘mercado’ y entender la metáfora como un llamado a reunir aproximaciones a los mercados desarrolladas desde diversas tradiciones de investigación a fin de obtener la imagen completa (Cf. Fligstein & Dauter 2007: 1006).

El ensayo de Esposito en este número nos pide algo radicalmente diferente. Esto viene de la mano de la distinción que ella propone entre observación de primer y segundo orden:

La observación de primer orden es la de un observador que observa objetos en el mundo. Los observadores de segundo orden observan observaciones –en efecto, observan cómo observan los observadores. (Esposito 2014: 4)



Aquí “observación” es un término técnico e incluye la información recogida por los ciegos de la parábola. Ellos también observan y serían fácilmente clasificados como observadores de primer orden, es decir, observadores que observan objetos. ¿Es entonces el narrador de la metáfora un observador de segundo orden? La respuesta es no, tal como leemos un poco más adelante en el ensayo de Esposito:

En el entrelazamiento circular de observaciones se pierde cualquier referencia a los objetos. En la observación de observadores que observan a observadores uno no presta atención a cómo es el mundo: el mundo es el resultado, no la premisa del entrelazamiento de observaciones y no puede, por lo tanto, explicarlas. (Esposito 2014: 4)

Según esta última cita, la posición del narrador no es la de un observador de segundo orden, puesto que observa al elefante como objeto. En realidad, toda la metáfora del elefante es construida para dar a las posiciones de narrador y oyente un lugar privilegiado de observación de primer orden: ellos ven lo que los ciegos no ven. La observación de segundo orden, por el contrario, desmonta tales posiciones de observación privilegiada.

En este momento debemos dar un giro a la historia. A diferencia de los observadores de esta parábola de la India de más de 1000 años, observadores como los que propone Esposito estarán más probablemente localizados en lugares como los modernos museos de zoología. Por ejemplo, Star & Griesemer (1989) en su aclamado estudio, observan que cuando los observadores de los museos (incluidos los visitantes, científicos y voluntarios) observan diferentes objetos de la colección no están necesariamente observando el objeto como parte de un mismo animal, o siquiera tienen un entendimiento compartido respecto del ‘animal’ en cuestión.

Con este último giro, nuestra parábola se acerca un poco más a la observación de segundo orden. Como observadores de segundo orden “se pierde cualquier referencia a los objetos” (Esposito 2014: 4) lo que implica qué una narración informada por una perspectiva de observación de segundo orden deberá relatar acerca de la realidad que se constituye en cada observación. Recordemos: deberíamos esperar “muchas realidades, pues hay muchos observadores” (Esposito 2014: 5). No hay ‘un animal’ que, como un ‘objeto de referencia’, pueda reunir de manera directa las observaciones de nuestros observadores. Importantes consecuencias se desprenden de la historia con este nuevo giro como del paso a la observación



de segundo orden: sale el elefante; ingresan las observaciones de diferentes realidades.

Estos pasos de distanciamiento [*Entfremdung*] son fundamentales para la observación de segundo orden y crean un punto de observación no intuitivo, el cual ya ha sido utilizado en fecundos y provocativos análisis y desarrollos teóricos. La más famosa propuesta de este tipo es probablemente la de Luhmann (2012), para quien los humanos no son parte de la sociedad: salen los humanos; ingresan las observaciones. Otros ejemplos pueden ser los análisis de las organizaciones (como en Knudsen 2006), de la argumentación legal (Luhmann 1995) y del Estado (Andersen 2011). En ocasiones, este enfoque se ha desarrollado bajo la forma del llamado ‘truco semántico’: nociones como ‘Estado’ o ‘persona’ pueden ofrecer un punto semántico estable de orientación y así ayudar al surgimiento de un cierto orden social, pero no deberían ser confundidas con el orden social mismo (Frankel 2011). De este modo, el significado de ‘el Estado’, por así decir, no es tanto el de un cierto actor tomando decisiones a través de un cuerpo de entidades administrativas, sino más bien es un punto de orientación que numerosas entidades observan y utilizan (Luhmann 1990). Un resumen posible sería: sale el Estado; ingresan los observadores que observan al Estado.

Considerando la inspiración luhmanniana que anima a Esposito, no es sorprendente que el mercado ‘abandone la habitación’. Después de todo, solo una pequeña parte del extenso trabajo de Luhmann se refiere a los mercados. Mientras otras teorías sociales han privilegiado distinciones como Estado y mercado, o entre Estado, mercado y sociedad civil, Luhmann hace algo diferente. Él sugiere que la sociedad moderna se diferencia en sistemas funcionales, como la política, el derecho, el arte, la religión, la economía y otros. Los mercados no aparecen en esta lista. Estos pueden, por supuesto, ser fundamentales para entender el sistema funcional de la economía, pero tienen solamente un estatus secundario, e incluso problemático (Luhmann 1988). También el ‘mercado’ puede ser usado como una metáfora de las propiedades de autoorganización de cada sistema funcional (no es inusual, por ejemplo, entender a la política democrática como un mercado de votos o a la religión como un mercado de la fe). No voy a profundizar sobre esto; el punto es notar que no es tan sorprendente que nuestro elefante haya abandonado la habitación.

Más sorprendente es encontrarlo allí, sentado otra vez, justo en el centro: el ensayo de Esposito se puede leer como un intento por hacerse cargo de los mercados. ¿Cómo se llegó a esto?

3. OBSERVACIONES DE SEGUNDO ORDEN

La observación de segundo orden hace que el elefante, por así decirlo, abandone la habitación. Al igual que en un truco bien realizado, no sabemos exactamente cómo sucedió. Reduzcamos la velocidad y despleguemos la observación de segundo orden lentamente. En efecto, la distinción entre observación de primer y segundo orden es relativamente simple y a la vez compleja, y se despliega –yo sugeriría– en varios pasos.

Paso 1. Distinguimos entre objetos y observaciones, como cuando en la metáfora del elefante distinguimos entre el elefante y las observaciones de los ciegos.

Paso 2. Distinguimos entre observaciones (de objetos en el mundo) y observaciones de observaciones. Las observaciones hechas por los ciegos, por un lado, y por el otro, las del narrador de la metáfora del elefante que observa las observaciones de los ciegos.

Paso 3. Observamos que en un campo de estudio los observadores observan crecientemente los resultados de las observaciones de otros observadores –como por ejemplo los informes de los analistas de valores comentados por Stark en este número– como los informes de los hechos sobre elefantes presentados por los expertos en observar elefantes.

Paso 4. Un paso adicional consiste en observar observaciones como observaciones (ellas no son simplemente otro tipo de objetos en el mundo, como posiblemente lo sea un informe, sino que constituyen realidades y sus respectivos puntos ciegos). El mundo como tal no es accesible, sino solamente observable trazando distinciones y ellas constituyen la forma de observar el mundo.

Paso 5. La comprensión de las observaciones como realidades ciegas se aplica entonces a la propia posición. Esto se conoce como “autología” (Esposito 1996; Luhmann 1994) y es una manera de avanzar en un entendimiento de la ceguera de las propias observaciones.

Paso 6. Los “programas de observación” (Andersen 2003) se desarrollan como una manera de de-construir posiciones privilegiadas de observación, privilegiando a las ‘observaciones’ como objetos de investigación. Esto trae consigo ciertas implicaciones metodológicas. Como es común en estos programas, ciertos tipos de relaciones son enfocadas, mientras que otras son abandonadas y otras dejadas fuera de foco o consideradas menos importantes o tratadas como trucos o ficciones.

Para resumir: en algunos casos, la observación es sobre todo un hecho empírico (pasos 1-3). En otros, esta tendrá implicaciones para la teoría



del conocimiento (pasos 4-5). Finalmente, en otros (paso 6), tendrá también considerables implicaciones metodológicas y ontológicas. Este esquemático modelo en seis pasos está, por supuesto, abierto a la crítica, por ejemplo: por mezclar diferentes criterios de categorización. Pero el esquema es útil, ya que muestra que la observación de segundo orden puede tener varios significados y que una serie de minuciosas decisiones deben ser tomadas a fin de llegar a la observación de segundo orden como programa especial investigación. Por otro lado, no todos los observadores podrán desear seguir todos estos pasos. Pero si lo hacen, muchos elefantes tendrán que abandonar la habitación.

4. CIRCULARIDADES ECONÓMICAS Y OBSERVACIÓN DE SEGUNDO ORDEN

El ensayo de Esposito puede ser leído como una entrega que trae los seis pasos a la vez. Demuestra visiones de un programa de observación de segundo orden y promete nuevas perspectivas. Sin embargo, en ocasiones algunos de los pasos quedan en primer plano. Por ejemplo cuando el paso desde 'los restaurantes para visitar' a 'lo que otros piensan del restaurante' es caracterizado como un cambio de la observación de primer a segundo orden, sólo los pasos 1 a 3 del modelo están implicados. Lo mismo sucede en el caso del concurso de belleza keynesiano: el juez A observa a los otros jueces pero no parece preocupado por la ceguera de estos y, como tal, los jueces no observan la observación como observación. Como señala Stark (2014: 29), esta última situación podría ser denominada como un caso de "observaciones de primer orden multilaterales" y no necesariamente como "observación de segundo orden".

A su vez, podríamos decir que la discusión de Esposito sobre el concurso de belleza keynesiano apunta a un séptimo paso que podría ser añadido al esquema anterior. Este paso es, en cierto modo, una continuación de la circularidad autológica antes mencionada, ya que se trata de la aplicación de los resultados en su propia observación (paso 6 en el modelo descrito arriba) a las observaciones observadas (en el concurso de belleza o los mercados financieros). Los jueces no son, en sentido estricto, observadores de segundo orden (no se preocupan por la ceguera de los otros jueces; se preocupan por lo que ellos ven), y la visión de cómo la realidad se construye por observaciones y los problemas de autorreferencialidad que van de la mano con ella nunca es tomada como algo con lo que los jueces tengan que lidiar. Pero, puede que no sean problemas manifiestos, sino problemas latentes. Además, ya que cualquier observación comparte



con la observación de segundo orden una constitución paradójica, podemos suponer que el concurso de belleza keynesiano es de todas formas informativo respecto de las finanzas. Esposito parece suponer que los problemas y las fortalezas de la observación de segundo orden, a la cual llega a su vez un programa de investigación de observación de segundo orden, son compartidos por los analistas financieros y los jueces del concurso de belleza. De algún modo se asume que el mundo y los problemas de los observadores –como lo expone Esposito (así como Luhmann y otros más)– es también el mundo de los analistas financieros (Cf. Esposito 2013). Pero, ¿dejarías a un luhmanniano invertir tu dinero?

Si este séptimo paso permite una mejor comprensión de cómo el concurso de belleza aporta información, una vuelta a los mercados podrá ayudarnos a entender de por qué se utiliza. Otra razón para la introducción del concurso de belleza es que no refiere solo a las finanzas, refiere a los mercados, a un tipo específico de mercado, pero un mercado al fin, invitándonos a una discusión más general sobre estos.

5. MERCADO

El concurso de belleza keynesiano y la metáfora del elefante crean situaciones muy específicas: aunque el número de ciegos y jueces no esté definido, sabemos que es un número limitado. En otras palabras: nos dicen quienes son los observadores. La situación también se especifica en términos de lo que se observa. En un caso es el elefante. En el otro caso resultan ser los jueces (y tal vez también las bellezas). Cuando se utiliza el concurso de belleza keynesiano como un paso hacia una discusión de los mercados, entonces los dos temas relativos a quién y qué es observado se mueven silenciosamente junto con los habitantes de la discusión. Es como si se supusiera que un mercado (en un momento determinado) comprendiese a ciertos observadores unidos por un cierto objeto (o mediante la observación de un objeto o punto de referencia compartido).

El concurso de belleza de Keynes es ambiguo en este punto. Los jueces se observan entre sí. Sin embargo, aunque las bellezas permanezcan la mayor parte del tiempo no observadas, ellas son centrales para la historia. ¿O podrían realmente dejar el concurso sin que nadie lo notase? ¿Siguen siendo necesarios los objetos que se intercambian cuando los mercados son entendidos como entrelazamiento circular de observaciones de observaciones?



Esta figura mental no es sencilla. Podremos entenderla mejor si la comparamos con algunas definiciones clásicas. La siguiente cita es del muy influyente libro de Alfred Marshall:

Los economistas entienden por el término mercado, no solo el lugar concreto donde las cosas se compran y se venden, sino la totalidad de una región en la cual los compradores y vendedores están en tan libre interrelación que los precios de los mismos bienes tienden fácil y rápidamente a la igualdad. (Antoine Augustin Cournot, citado en Marshall 1962: 270)

Aunque esta definición no considere al mercado como un lugar, proporciona criterios específicos para la forma de observar un mercado: el espacio de un mercado es aquel delimitado por precios equiparados. Es una definición adecuada para la observación de primer orden, ya que nos informa de los mercados como objetos en el mundo, listos para ser observados por economistas y otros observadores económicos. La observación de primer orden es útil para las definiciones. No obstante, Marshall agrega, en una discusión sobre las mercancías, que la situación es un poco más complicada de lo que parece:

La pregunta acerca de dónde deben trazarse las líneas de división entre diferentes mercancías debe ajustarse a la conveniencia de cada caso particular. Para ciertos propósitos puede ser mejor considerar los té de China e India, o incluso los de Souchong y Pekoe, como mercancías diferentes y llevar un registro separado para cada una de ellas, mientras que para otros fines puede ser mejor agrupar mercancías tan disímiles como la carne de res y de cordero, o incluso como el té y el café, y llevar solamente una lista para representar la demanda de ambos combinados; pero en tal caso, por supuesto, se debe establecer alguna convención respecto a cuántas onzas de té se consideran equivalentes a una libra de café. (Marshall 1962: 84–85, Nota al pie 2)

Esta cita es interesante porque trae de vuelta al observador: depende del observador definir el producto y así delimitar el mercado de modo que se ajuste “a la conveniencia de cada caso particular”. Si bien esta cita invita, por supuesto, al análisis desde el punto de vista de la observación de segundo orden, sigue siendo una observación de primer orden respecto de los mercados apoyada de algún modo en una concepción de mercado general que puede ser distribuida según conveniencia. Un observador de segundo orden podría observar varias de estas observaciones marshallianas y preguntar qué las une. ¿No debieran sospechar los observadores de segundo orden ante cualquier suposición de que las diferentes observa-



ciones del mercado refieren a un objeto común y no debieran esperar más bien “muchas realidades, pues hay muchos observadores” (Esposito 2014: 5)? En otras palabras, cuando se confronta la definición de Marshall al programa de investigación de la observación de segundo orden, surge una situación interesante: el mercado se multiplica, con el efecto que se hace difícil sostener qué grupo posible y más o menos bien definido de observadores lo conforman. En términos del concurso de belleza keynesiano, tenemos una situación donde el objeto del concurso es impugnado.

Otra clásica definición de mercado podrá ayudar a avanzar en esta discusión. Max Weber (1922: 364) afirma que: “Debe hablarse de un mercado tan pronto como concurren, aunque sólo sea de una parte, una pluralidad de interesados en el cambio y en las probabilidades de cambio”¹. Esta definición es, en cierto modo, complementaria a la de Marshall, ya que se centra en los actores (y nos invita a observar cómo los actores observan los mercados). Sin embargo, los “interesados” también posibilitan observaciones diversas, incongruentes e incluso contradictorias, respecto de quién es considerado como parte y quién no. De manera no muy diferente al ejemplo de Marshall, estos podrían ser partes potenciales en un mercado de Pekoe, en un mercado de tés, en un mercado de tés y cafés, etc. Muchas más delimitaciones son, por supuesto, posibles y ellas son, de uno u otro modo, esenciales para concretizar la discusión sobre el mercado. ¿Quién es parte del concurso? ¿Quién no? ¿Cuál es la pluralidad de interesados en competencia?

Quizás, como sugiere Stark (2014: 27), “una mejor metáfora para la economía sería la de la banda de Möbius –la forma topológica sin interior y exterior.” Y posiblemente las operaciones recursivas sugeridas por la teoría de sistemas de segundo orden constituyan una manera de entender mejor los mercados. ¿Pero pueden los mercados definir, sin algún tipo de frontera o delimitación, al menos temporalmente, a un grupo de observadores y observaciones a tener en cuenta? ¿Y cómo podríamos saberlo si lo viéramos?

6. CONCLUSIONES

Esposito y Stark han llamado nuestra atención respecto de la observación, y la observación de la observación en mercados financieros como una perspectiva fructífera y prometedora. Dicha discusión, en el estado de

¹ [N. del T.] Citado de acuerdo con la traducción castellana de José Medina Echavarría (et al.). Ver: Weber, M. (2002). *Economía y sociedad: Esbozo de sociología comprensiva*. Madrid: FCE (pág. 493).



exploración temprana en que se encuentra, muestra conceptos que requieren mayor desarrollo. La presente contribución se ha detenido en dos de ellos. El primero es la noción de observación de segundo orden. Sugerí que hay varias definiciones implícitas de observación de segundo orden operando en este debate y esbocé esto en siete pasos posibles. Según qué pasos se deseen dar, la observación de segundo orden tendrá diferentes implicaciones. Sin ir más lejos, en sus respectivas aproximaciones al mundo de las finanzas, Esposito prefiere dar más pasos, Stark da menos. Finalmente la noción de mercado es el elefante no mencionado en esta discusión. Se trata sin embargo de un concepto central y una mayor claridad sobre cómo lo entendemos podrá ayudarnos no solo a lograr un mejor entendimiento de las finanzas, sino también de los mercados en general.

Las dos definiciones de mercados discutidas en la última sección muestran que el mercado no es algo que se pueda atrapar fácilmente desde una posición de observador de primer orden, en cuanto la observación deviene parte de su objeto, produciendo la consecuente multiplicación de observadores y nociones del mercado. El concepto de observación acá discutido por lo tanto cuestiona el modo como se ha entendido el mercado. El elefante, por así decirlo, ha abandonado la habitación: en vez de mercados pareciera que nos quedamos con observadores de los mercados. Pero, observación es también una noción con diferentes sentidos y dependiendo en cuál de los pasos uno quiera detenerse, llegaremos a diferentes concepciones del mercado. Aunque Esposito y Stark sugieren diferentes modos en que la observación de observaciones podrá ayudarnos a llegar a una mejor comprensión de los mercados, sigue abierta la pregunta cómo podremos traer al elefante de vuelta. RM

BIBLIOGRAFÍA

- Andersen, N. Å. (2003). *Discursive Analytical Strategies: Understanding Foucault, Koselleck, Laclau, Luhmann*. Bristol: Policy Press.
- Andersen, N. Å. (2011). Who is Yum-Yum? A Cartoon State in the Making. *Ephemera*, 11(4), 406–432.
- Araujo, L. (2007). Markets, Market-making and Marketing. *Marketing Theory*, 7(3), 211–226.
- Breslau, D. (2011). What Do Market Designers Do When They Design Markets? Economists as Consultants to the Redesign of Wholesale Electricity Markets in the United States. En C. Camic, N. Gross, & M. Lamont (Eds.), *Social Knowledge in the Making* (pp. 381-403). Chicago: University of Chicago Press.
- DiMaggio, P. (2001). Introduction: Making Sense of the Contemporary Firm and Prefiguring Its Future. En P. DiMaggio (Ed.), *The Twenty-First-Century Firm*.

- Changing Economic Organization in International Perspective* (pp. 3-30). Princeton: Princeton University Press.
- Esposito, E. (1996). From Self-reference to Autology: How to Operationalize a Circular Approach. *Social Science Information*, 35(2), 269–281.
- Esposito, E. (2013). Observations on a Conversation: Reply to Commentary. *Sociologica*, 2, 26–30.
- Esposito, E. (2014). Circularidades económicas y observación de segundo orden: La realidad de las calificaciones crediticias. *Revista Mad*, 30, 1–24. [En esta edición]
- Fligstein, N., & Dauter, L. (2007). The Sociology of Markets. *Annual Review of Sociology*, 33, 105–128.
- Fligstein, N., & Sweet, A. S. (2002). Constructing Polities and Markets - An Institutional Account of European Integration. *American Journal of Sociology*, 107(5), 1206–1243.
- Hacking, I. (1999). *The Social Construction of What?* Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Holm, P. & Nielsen, K. N. (2007). Framing Fish, Making Markets: The Construction of Individual Transferable Quotas (ITQs). *The Sociological Review*, 55(s2), 173–195.
- Knudsen, M. (2006). Autolysis within Organizations: A Case Study. *Soziale Systeme*, 12(1), 79–99.
- Luhmann, N. (1988). Der Markt als innere Umwelt des Wirtschaftssystems. En N. Luhmann, *Die Wirtschaft der Gesellschaft* (pp. 91–130). Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (1990). The “State” of the Political System. En N. Luhmann, *Essays on Self-Reference* (pp. 165–174). New York: Columbia University Press.
- Luhmann, N. (1994). “What is the case?” and “What lies behind it?” The Two Sociologies and the Theory of Society. *Sociological Theory*, 12(2), 126–139.
- Luhmann, N. (1995). Legal Argumentation: An Analysis of Its Form. *The Modern Law Review*, 58(3), 285–298.
- Luhmann, N. (2012). *Theory of Society, Volume 1* (Cultural Memory in the Present). Stanford: Stanford University Press.
- MacKenzie, D. A., & Millo, Y. (2003). Constructing a Market, Performing Theory: The Historical Sociology of a Financial Derivatives Exchange. *American Journal of Sociology*, 109(1), 107–145.
- Marshall, A. (1962). *Principles of Economics*. London: Macmillan. [Eighth Edition]
- Puchala, D. J. (1971). Of Blind Men, Elephants and International Integration. *Journal of Common Market Studies*, 10(3), 267–284.
- Star, S. L., & Griesemer, J. R. (1989). Institutional Ecology, ‘Translations’ and Boundary Objects: Amateurs and Professionals in Berkeley’s Museum of Vertebrate Zoology, 1907-39. *Social Studies of Science*, 19(3), 387–420.
- Stark, D. (2014). Observando las finanzas como una red de observaciones: Un comentario a Esposito. *Revista Mad*, 30, 25–38. [En esta edición]
- Weber, M. (1922). *Wirtschaft und Gesellschaft*. Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck).



SOBRE EL AUTOR

Christian Frankel es profesor asistente del Departamento de Organización, Escuela de Negocios de Copenhague, Dinamarca. PhD en Business Economics, Escuela de Negocios Copenhague, Dinamarca. Entre sus últimas publicaciones se destacan: *European Market Making and Policy Duplication* (2013), *The Single Market as a Future Market* (2013)

CONTACTO

Department of Organization,
Copenhagen Business School
Kilevej 14A, 4th floor, DK
2000 Frederiksberg
Tel.: +45 3815 2860
frankel@cbs.dk

Recibido: Diciembre 2013

Aceptado: Marzo 2014