



Estudios Sociológicos

ISSN: 0185-4186

rcarrillo@colmex.mx

El Colegio de México, A.C.

México

Vera, Héctor

Reseñas. Viviana Zelizer, El significado social del dinero, Buenos Aires, fce, 2011, 274 pp.; La negociación de la intimidad, Buenos Aires, fce, 2009, 381 pp.

Estudios Sociológicos, vol. XXXI, 2013, pp. 191-197

El Colegio de México, A.C.

Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59858911009>

- 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

Reseñas

Viviana Zelizer, *El significado social del dinero*, Buenos Aires, FCE, 2011, 274 pp.; *La negociación de la intimidad*, Buenos Aires, FCE, 2009, 381 pp.

HÉCTOR VERA*

Tras una larga espera, llegan a manos de los lectores hispanohablantes dos libros de Viviana Zelizer. Una espera injusta si consideramos que el español es la lengua materna de Zelizer, y que su trabajo ha tenido un impacto considerable en la sociología contemporánea. Zelizer ha sido una de las figuras señeras de la sociología económica, una subdisciplina que ha crecido enormemente durante las últimas dos décadas en Estados Unidos y Europa.

A Zelizer se la considera, entre el grupo de sociólogos económicos, como la más visible representante del enfoque culturalista.¹ Aunque hoy en día los estudios sobre cultura y economía son ya más numerosos y visibles, hasta no hace mucho tiempo sólo Zelizer y algunos compañeros de ruta, como Paul DiMaggio, se aventuraron en la ardua labor de mostrar que la economía tiene un elemento cultural irreductible y que sin él no se pueden comprender plenamente los fenómenos económicos. Como afirma DiMaggio, hay dos concepciones de cultura relevantes para la sociología económica: una donde la cultura es vista como algo separado de la economía y que sólo la afecta de manera externa, bajo la forma de normas y convenciones que constriñen la búsqueda del individuo por sus propios intereses; y otra donde se considera que la cultura provee las categorías y los significados que le permiten a los actores entablar acciones económicas.² Siguiendo esta división, Zelizer se adhiere, sin ambigüedad, a la segunda de estas posturas.

* Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación, UNAM.

¹ Testimonio de las aportaciones académicas de Zelizer es que en 2003 la Sección de Sociología Económica de la American Sociological Association nombró su premio anual al mejor libro en esa materia como el “Viviana Zelizer Award for Best Book”. Lo fructífero de su enfoque se puede ver en el eco que ha tenido en obras recientes como el de Carruthers y Ariovich (2010) sobre el estudio sociológico del dinero y el crédito, o el de Wherry (2012) sobre la cultura de los mercados.

² Véase DiMaggio (1994).

En su proyecto sociológico, Zelizer vincula cultura y economía subrayando que la sociología tiene que cuestionar el énfasis que pone la ciencia económica neoclásica en las opciones individuales y su constreñimiento, donde la cultura sólo es considerada —si acaso— como un elemento que determina preferencias, pero que no puede ser una causa del comportamiento económico. Hace falta, dice Zelizer, integrar plenamente a la cultura (*i.e.* significados compartidos y su representación en objetos y prácticas) en el análisis de los fenómenos económicos. Al hacer esto, problemas como el trabajo doméstico o la economía sexual —que sólo aparecen en la periferia de la ciencia económica predominante— pueden ser investigados a cabalidad. En particular, Zelizer sugiere el género y el consumo como áreas de estudio que pueden ser exploradas fructíferamente si se logra vincular a la economía con la cultura (aunque ella en su propio trabajo ha tratado un abanico de temas que va más de esos dos tópicos).

La tarea que se ha propuesto Zelizer no es simplemente contextualizar o afinar el tipo de análisis de los comportamientos económicos hechos por los economistas —como es el caso de muchos en el campo de la sociología económica—, sino estudiar los procesos interpersonales que suceden en la práctica (procesos que usualmente los economistas vacían de contenido y abstraen en categorías como producción, consumo, distribución, etcétera). A su vez, el trabajo de Zelizer reta algunas ideas poco cuestionadas en la historia de la sociología y en las creencias populares sobre la vida económica. Por un lado, su trabajo confronta la imagen —sólidamente establecida en la disciplina desde Marx y Weber— según la cual las transacciones monetarias son actividades puramente cuantitativas, afirmando que en la práctica las personas le otorgan al dinero diversos y complejos significados. Por otro lado, sus investigaciones contradicen la idea de que las relaciones económicas y las relaciones íntimas se contaminan cuando llegan a tocarse.

Hasta la fecha, Zelizer ha publicado cuatro libros monográficos (y uno que es una compilación de artículos). El primero de ellos fue *Morals and Markets: the Development of Life Insurance in the United States*, de 1979, que estudia cómo se introdujeron los seguros de vida en Estados Unidos y, a través de ese caso, analiza las interacciones entre el mercado y los valores humanos, o más específicamente el problema de establecer equivalentes monetarios de aquello que es considerado sagrado —y por tanto más allá de una definición pecuniaria, como la vida y la muerte—. La hipótesis central de Zelizer es que la resistencia cultural a introducir ciertos objetos en un intercambio mercantil produce tensión y ambivalencia a la hora de publicitarlos e intentar venderlos. Así, Zelizer apunta cómo el seguro de vida formaba parte de una tendencia general, que inició en el siglo XIX, para racionalizar y formalizar el manejo de la muerte. Pero poner a la muerte en el mercado ofendía un sistema de valores que creía en la santidad de la vida y su inconmensurabilidad, por lo que su mercantilización desafiaba fuertes principios normativos: la división entre lo que es susceptible de entrar al mercado y lo que no —o, como sostiene Zelizer, entre lo sagrado y lo profano—. Así, para que se lograra que las personas aceptaran adquirir seguros de vida hizo falta, entre otras cosas, ritualizar y sacralizar el seguro de vida.

El segundo libro de Zelizer fue *Pricing the Priceless Child: the Changing Social Value of Children*, de 1985, que examina la profunda transformación en la valoración, económica y sentimental, de los niños; una transformación que convirtió a los infantes en seres con un valor económico insignificante para sus padres (de hecho no sólo no contribuyen con ingresos a su hogar, sino que son notablemente caros de mantener), pero con un valor sentimental incalculable. En este proceso —que se desarrolló entre fines del siglo XIX y principios del XX— los niños pasaron de tener un valor para su familia que estaba estrechamente ligado a su potencial como fuerza de trabajo (eran objetos de utilidad), a tener un valor que ya no se definía económica sino sentimentalmente (objetos de sentimiento). Como parte de estos cambios se estableció, por ejemplo, la prohibición del trabajo infantil y se establecieron nuevos parámetros de indemnización para los padres en caso de muerte accidental de un niño.³

A ese libro siguió, en 1994, *The Social Meaning of Money: Pin Money, Paychecks, Poor Relief, and Other Currencies* (traducido como *El significado social del dinero*), quizá su libro más representativo hasta la fecha y el mejor conocido a nivel internacional. Su originalidad y hechura son tan notables que no es exagerado decir que *El significado social del dinero* es la obra más relevante sobre el dinero como fenómeno sociológico desde la publicación en 1900 de *La filosofía del dinero*, de Georg Simmel.

Los análisis sociológicos del dinero, como la misma Zelizer ha subrayado, usualmente enfatizan uno de dos aspectos del dinero: su dimensión abstracta y racionalizadora, o bien su naturaleza cultural.⁴ En una larga tradición que va desde los recuentos clásicos del dinero hechos por Marx, Simmel y Weber, hasta teóricos contemporáneos como Jürgen Habermas y Anthony Giddens, el dinero ha sido visto como un agente racionalizador, impersonal, incoloro, vacío de contenido cultural e inmune a cualquier influencia social y cultural. En este cuerpo de literatura al dinero se le ha relacionado con la alienación, calculabilidad y reificación. Por otro lado, hay una serie de estudios realizados por antropólogos, historiadores y sociólogos, Zelizer incluida, que subrayan la idea de que el dinero es un ente cultural imbricado en redes de significado, un objeto que es clasificado, etiquetado y personalizado por distintos grupos e individuos en la vida cotidiana —en este sentido, el dinero no existe en una esfera económica con sus propias leyes de operación sin que se vea afectada por condiciones culturales o estructurales—.

Siguiendo el ejemplo de otros sociólogos que han estudiado las dimensiones sociales y la heterogeneidad cualitativa del tiempo y el espacio, Zelizer se propone mostrar que el dinero es algo más que una simple realidad cuantitativa y que sus efec-

³ Síntoma de la importancia que ha tenido este trabajo, por ejemplo, fue una sesión especial en el congreso anual de la Social Science History Association, en 2011, dedicada a hacer una retrospectiva del libro a los 25 años de su aparición. La misma Zelizer reevaluó su libro en un artículo de 2005, "Priceless Child Revisited", que fue compilado posteriormente en *Economic Lives* (2010).

⁴ Véase Zelizer (1992; 2001).

tos sociales van más allá del cálculo numérico y la racionalización. *El significado social del dinero* detalla las diversas maneras en que la gente identifica, clasifica, organiza, usa, separa, crea, diseña, almacena y diseña dineros (en plural). De este modo Zelizer muestra que hay algo profundamente incorrecto en la persistencia de muchos científicos sociales por mostrar que la “invasión” del dinero en las relaciones personales hunde inevitablemente esas relaciones en las aguas de la racionalidad instrumental.

La idea central de Zelizer es que el dinero no sólo está socialmente construido, también está provisto de significados para la gente que lo utiliza. El dinero es constantemente reformado y redefinido a través de diferentes redes de relaciones sociales. Zelizer subraya este aspecto cultural del dinero para rebatir la difundida opinión de que el dinero es un instrumento anónimo e impersonal que destruye los lazos sociales. En realidad, dice Zelizer, las personas no son pasivas cuando usan el dinero; se apropian del dinero transformándolo, rehaciéndolo y clasificándolo. Así, la afirmación de que el dinero despersonaliza las interacciones sociales es menos cierta que aquella que sostiene que las relaciones sociales transforman el dinero —“Las personas son más inteligentes que el dinero”, afirmó en alguna ocasión Zelizer,⁵ una aserción que puede servir para encapsular el espíritu de esta obra—. Contrario a la imagen del dinero como el gran igualador, la gente asume un papel activo en diferenciar entre los distintos tipos de transferencias monetarias y entre las formas de dinero empleadas en esas transacciones, según sea el tipo de relación social de que se trate. Las relaciones sacerdote-feligres, padre-hijo, trabajador del servicio social-beneficiario de programas de asistencia social, psicoanalista-paciente son todas ejemplos de relaciones donde se realizan transferencias monetarias, pero en cada una de ellas el dinero y el medio de pago tienen formas y significados diferentes.

Para Zelizer, el dinero es, en cierto sentido, como el lenguaje o el vestido: un medio por el cual las personas le dan significado a su vida y hacen distinciones en sus interacciones. Se usan diferentes formas de pago para diferenciar entre diversas relaciones sociales. Un marido no le deja propinas a su esposa ni le da dinero por caridad, como haría con el mesero o con el músico callejero; una abuela puede regalar sin problemas dinero a sus nietos en navidad, pero sería ofensivo que le obsequiara dinero en efectivo a su consuegra. Que una transferencia monetaria sea considerada como correcta o inadecuada depende del tipo de relación social en que esa transacción está enmarcada.

En *El significado social del dinero*, Zelizer estudió cómo estas relaciones y definiciones se transformaron en Estados Unidos en el periodo entre 1870 y 1930, enfatizando cómo la gente clasifica, organiza, segrega, diseña y resguarda el dinero. Zelizer encontró que entre más exitosos eran los esfuerzos de la administración federal estadounidense para homogeneizar la forma física del dinero (cuando se hizo más efectivo el monopolio del Estado para acuñar moneda y se eliminó la emisión de billetes y monedas por parte de agentes privados y de gobiernos locales), más

⁵ “Viviana A. Zelizer Interviewed by Radio Australia”, junio de 1998, en URL <http://googl/fx2Voh>, fecha de consulta septiembre de 2013.

caminos nuevos ideó la gente para diferenciar el uso del dinero. Entre otras cosas, el libro analiza en sucesivos capítulos cómo se etiquetaba y signaba el dinero dentro de las familias, la invención de los regalos en dinero, y las ideologías y estrategias de las autoridades encargadas de programas sociales gubernamentales y las tensiones que producían al encontrarse con las creencias y prácticas de los beneficiarios de esos programas.

El libro analiza con destreza y cuidado una amplia serie de situaciones donde las transacciones y los intercambios monetarios requieren un delicado proceso de negociación de significados. El caso de las propinas puede servir de ejemplo (pp. 124 y ss.). Zelizer detalla cómo las propinas a principios del siglo XX estaban en la encrucijada entre diversas transferencias pecuniarias: no eran un pago propiamente dicho, pero tampoco eran un soborno, una caridad, un regalo, un sueldo o un aguinaldo. Esta opacidad llevó a distintos individuos y grupos a argumentar que la propina era una práctica indebida e injuriosa; llegaban incluso a decir que la propina era una perversión del regalo y una manera poco sutil de comprar las sonrisas de los camareros, botones y cocheros. Insistían en que la propina degradaba y humillaba al destinatario, pues el hecho de que ésta fuera discrecional acentuaba la inferioridad social del destinatario. La expectativa de la propina generaba molestias también entre quienes la daban, pues era difícil de calcular y no había procedimientos establecidos sobre cómo debía entregarse. El malestar llegó a ser tal que hubo incluso propuestas de legislación diseñadas para impedir el pago de propinas. Para adecuarse a los nuevos tiempos fue necesario desarrollar y difundir reglas de etiqueta sobre cuánto, cómo, cuándo y a quién darle propina —los manuales de urbanidad, por ejemplo, comenzaron a dar directrices sobre el comportamiento esperado y decoroso para dar propinas—.

Finalmente, la más reciente monografía de Zelizer es *The Purchase of Intimacy*, de 2005 (traducido como *La negociación de la intimidad*, pero que bien podría haberse traducido como *La compra de la intimidad*, para acentuar su tono polémico).⁶ En este trabajo Zelizer continúa sus investigaciones empíricas principalmente en Estados Unidos, pero ahora estudia casos contemporáneos, dejando atrás el periodo entre 1870 y 1930, en que se basan sus trabajos previos. Además, introduce una nueva dimensión a su esquema analítico al incorporar a sus temas de sociología económica aquellos del derecho y las disputas legales.

En *La negociación de la intimidad*, Zelizer debate dos ideas gemelas y comúnmente aceptadas sin cuestionamiento: que el mercado envenena la intimidad y que la intimidad hace lo propio con el mercado. La primera de estas ideas sostiene que si el dinero y las transacciones mercantiles entran en el ámbito de la intimidad eso provocará que los lazos emocionales y familiares serán colonizados por el cálculo y la fría racionalidad. La idea inversa sostiene que si la intimidad entra en el mercado éste se volverá ineficiente e irracional, pues la intimidad en el mercado

⁶ Para quien tenga curiosidad sobre algunas de las reacciones que ha provocado *La negociación de la intimidad*, en *Sociological Forum* (vol. 22, núm. 4, diciembre 2007, pp. 595-617) se pueden ver una serie críticas y una respuesta por parte de la propia Zelizer.

le abre la puerta al nepotismo, favoritismo hacia los amigos (*cronyism*), acoso sexual, etcétera.

En el mundo académico, dice Zelizer, la visión de que hay una interferencia perjudicial entre intimidad y transacciones económicas se manifiesta en dos tipos de postura. Por un lado están quienes consideran que economía e intimidad conforman “esferas separadas” y, yendo aún más lejos, que esas esferas son de hecho “mundos hostiles”. Este enfoque asegura que hay una brecha entre la esfera de las relaciones sociales íntimas (donde residirían los sentimientos y la solidaridad) y la esfera de las transacciones económicas (donde habitarían el cálculo y la eficiencia). Cuando cada esfera trabaja por separado las cosas marchan bien para cada una, pero si llegan a entrecruzarse se produce tanto contaminación moral (pues el cálculo económico destruye la solidaridad) como ineficiencia económica (pues los sentimientos conllevan favoritismos e irracionalidad dentro de las organizaciones). Es por esto que cada una de estas esferas debe ser alejada de la otra, construyendo barreras entre ellas.

Por otro lado, encontramos la postura que Zelizer llama “Nada-más-que” (*nothing-but*), que consiste en intentar explicar la aparente contradicción entre intimidad y economía, reduciendo el problema a una sola causa, que puede ser la racionalidad económica, la cultura o la política. El primero de estos reduccionismos, por ejemplo, diría que las relaciones filiales, la sexualidad o la amistad son únicamente instancias particulares de racionalidad económica (esto es, la búsqueda de ventajas personales bajo condiciones de coacción).

En respuesta a estas posturas normativas y monocausales, Zelizer propone estudiar la complejidad de estos fenómenos partiendo del principio de que el vínculo entre intimidad e intercambios económicos es fluido y se encuentra en permanente negociación, nombrando a su postura “vidas conectadas”, diciendo que “las personas crean vidas conectadas gracias a la diferenciación de sus múltiples lazos sociales, y establecen límites entre los distintos lazos a través de sus prácticas cotidianas, sustentándolos por medio de actividades conjuntas, que incluyen actividades económicas, pero negociando de una manera constante el contenido exacto de los lazos sociales importantes” (p. 55).

Las personas adoptan y negocian lazos significativos con otros individuos, pero lo hacen diferenciando cuidadosamente los derechos, obligaciones, transacciones y significados que pertenecen a cada tipo de lazo, y remarcando las diferencias entre estos lazos usando nombres, símbolos, prácticas y medios de intercambio distintivos. Todo esto afecta a las actividades económicas (producción, consumo, distribución, transferencia de bienes) que forman parte de esos lazos sociales. Las relaciones con los padres, hijos, hermanos, amigos, esposos, amantes, colegas y médicos requieren todas de algún tipo de intercambio económico, pero los individuos son diestros en diferenciar el significado y la forma de esas transacciones. El argumento central de Zelizer en este libro es que dentro de cada tipo de relación social las personas marcan límites (*boundaries*) y designan ciertos tipos de transacción económica como apropiados para este tipo de relación, evitan otras transacciones que consideran inapropiadas y adoptan medios determinados para calcular y facilitar las transacciones dentro de esas relaciones.

Las tres áreas de observación empírica —presentadas en sendos capítulos— donde Zelizer despliega su análisis de “vidas conectadas” son las relaciones de pareja, las relaciones de cuidados (*caring*) y la economía en el hogar. Particularmente rico es el tema de las relaciones de pareja, donde Zelizer desmenuza los delicados cruces entre intimidad y economía en el hogar, el noviazgo, el cortejo, los compromisos, el incumplimiento de la promesa de matrimonio, la prostitución y hasta los bailes exóticos —todas ellas relaciones en las cuales el dinero y los intercambios económicos cohabitan regularmente con la intimidad, pero con significados y prácticas muy distintos en cada caso.

Es difícil hacerle justicia en una reseña como ésta a libros cuya riqueza empírica y sutileza analítica constituyen una de sus principales virtudes. Zelizer acostumbra trabajar seleccionando numerosos y variopintos episodios que ilustran los vínculos y las tensiones entre cultura y economía. La importancia de esos casos, historias y viñetas para el argumento teórico general sólo puede ser plenamente captada leyéndolas en el marco de cada investigación, por lo que la lectura de primera de mano de los escritos de Zelizer resulta indispensable para apreciar lo bien logrado de su imaginación y oficio sociológicos —algo que, por supuesto, es cierto para cualquier autor, pero que lo es más aún en el caso de Zelizer—.

Bibliografía

- Carruthers, Bruce y Laura Ariovich (2010), *Money and Credit: a Sociological Approach*, Cambridge, Polity.
- DiMaggio, Paul (1994), “Economy and Culture”, en N. Smelser y R. Swedberg (eds.), *The Handbook of Economic Sociology*, primera edición, Princeton, Princeton University Press.
- Wherry, Frederick (2012), *The Culture of Markets*, Cambridge, Polity.
- Zelizer, Viviana (2010), *Economic Lives: How Culture Shapes the Economy*, Princeton, Princeton University Press.
- Zelizer, Viviana (2001), “Sociology of Money”, en Neil J. Smelser y Paul B. Baltes (eds.), *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, Ámsterdam, Elsevier, pp. 9991-9995.
- Zelizer, Viviana (1992), “Money”, en Edgar Borgatta y Marie Borgatta (eds.), *Encyclopedia of Sociology*, Nueva York, MacMillan, pp. 1304-1310.
- Zelizer, Viviana (1985), *Pricing the Priceless Child: the Changing Social Value of Children*, Nueva York, Basic Books.
- Zelizer, Viviana (1979), *Morals and Markets: the Development of Life Insurance in the United States*, Nueva York, Columbia University Press.