

Oikonomía vs. crematística: base de las contradicciones del desarrollo moderno

Basant-se en la distinció entre *oikonomia* i crematística que ja en el seu dia va fer Aristòtil, en aquest article s'analitza com l'adveniment de la modernitat va suposar un canvi fonamental tant en les pràctiques com en la concepció del procés econòmic. Mostrant com la riquesa es vincula als valors d'ús generats i no a l'acumulació de valors de canvi s'indica com tota definició d'un "desenvolupament sostenible" ha de considerar aquesta dialèctica fonamental entre valor d'ús i valor de canvi, més allà de l'ambigüitat i del buit de sentit que, cada cop més, caracteritza la noció de sostenibilitat.

* * *

Basándose en la distinción entre *oikonomía* y crematística que ya en su día hizo Aristóteles, en este artículo se analiza como el advenimiento de la modernidad supuso un cambio fundamental tanto en las prácticas como en la concepción del proceso económico. Mostrando cómo la riqueza se vincula a los valores de uso generados y no a la acumulación de valores de cambio, se indica que toda definición de un "desarrollo sostenible" debe considerar esta dialéctica fundamental entre valor de uso y valor de cambio, más allá de la ambigüedad y del vacío de sentido que, cada vez más, caracteriza la noción de sostenibilidad.

* * *

The distinction once drawn by Aristotle between economics and crematistics is the basis for this article, which analyses how the advent of modernity brought about a fundamental change both in the practice and in the conception of the economic process. By showing how wealth is linked to the use values generated and not to the accumulation of exchange values, we demonstrate that any definition of 'sustainable development' must consider this fundamental dialectics between use value and exchange value, beyond the ambiguity and lack of meaning that increasingly characterises the notion of sustainability.

Oikonomía vs. crematística: base de las contradicciones del desarrollo moderno

Marcel Cano

Colaborador de la Càtedra UNESCO a la UPC

Jaume Cendra

Professor de la Càtedra UNESCO a la UPC

i director del Màster en Sostenibilitat

Andri Stahel

Colaborador de la Càtedra UNESCO a la UPC

“Todos los que trafican [comercian] aumentan sin límites su caudal. [...] Algunos creen que esa es la función de la economía doméstica, y acaban por pensar que hay que conservar o aumentar la riqueza monetaria indefinidamente. La causa de esa disposición es el afán de vivir, y no de vivir bien. [...] Al residir el placer en el exceso, buscan el arte que les produzca ese placer excesivo. [...] Algunos convierten todas las facultades en crematística, como si ese fuera su fin [...]. Y muy razonablemente es aborrecida la usura, porque, en ella, la ganancia procede del mismo dinero y no de aquello para lo que éste se inventó [...] de modo que de todos los negocios éste es el más antinatural.”

(Aristóteles 1988, pp. 72-74)

Introducción: La crematística y el carácter progresivo de la economía moderna

En lo que el historiador económico Karl Polanyi definió como “probablemente la más profética observación jamás hecha en el campo de las ciencias sociales” (Polanyi, 1989, p. 53), Aristóteles, en el capítulo introductorio de su *Política*, distingue la *oikonomía* (la “economía doméstica o administración de la casa”)¹ de la *crematística* (o “arte de la adquisición”).

Mientras la primera la asociaba al “arte de vivir y de vivir bien” y, por lo tanto, preocupada por determinar las formas de proveerse de los valores de uso necesarios para una buena vida, en la segunda distinguía dos formas de crematística: una que servía de complemento a la *oikonomía* en la medida en que permitía adquirir mediante el comercio los bienes y servicios no producidos

¹ Del *Oikos* - casa, entendida ésta como la unidad socioeconómica básica de la Grecia antigua, constituida por la familia, los esclavos y los bienes (cf. Manuel García Valdés en su nota a la *Política* de Aristóteles, in Aristóteles, 1988, p. 48).

internamente, y otra —considerada moralmente inferior y antinatural por el filósofo— que consistía en adquirir mediante el comercio con el objetivo de obtener un beneficio pecuniario o “el arte de la adquisición del dinero” (Cf. García Valdés, in Aristóteles 1988, p. 64).

Aristóteles distinguía entre estas dos formas de crematística a partir de la diferencia esencial existente entre el móvil que impulsa a una y otra, afirmando de la segunda que “esta riqueza sí que no tiene límites”, mientras que en la derivada “de la economía doméstica, en cambio [...] hay un límite, porque su función no es ese tipo de riqueza” (Aristóteles 1988, pp. 71-72). De esta forma, Aristóteles veía la *Oikonomía*, como todo Arte, volcada en la búsqueda de un equilibrio, en la “justa proporción” y, como tal, confinada a determinados límites éticos y estéticos de lo que configura el “bienvivir”. Mientras que era justamente el carácter ilimitado de sus prácticas y objetivos lo que le hacía ver como algo “antinatural” la crematística no subordinada a los objetivos de la oikonomía.

Más de dos milenios más tarde, esta distinción entre oikonomía y crematística sirvió a Marx para caracterizar la economía moderna. En la línea de Aristóteles, distinguía entre “la forma directa de la circulación de mercancías [...] M-D-M [...] *vender para comprar*” y la forma específicamente capitalista “D-M-D [...] *comprar para vender*” (Marx, 1973, p. 103). En la primera se vende una mercancía M_1 para que con el dinero D recibido se pueda comprar otra mercancía M_2 distinta en calidad (valor de uso), aunque, en principio, equivalentes en cuanto a su valor de cambio. Sin embargo, en la segunda forma, el valor de uso se subordina a un objetivo cuantitativo: la acumulación de dinero ($D_2 > D_1$), aunque como calidad tenemos dinero tanto al principio como al final. En la primera forma, el comercio sirve para intercambiar valores de uso. En la segunda, para la acumulación del capital.

Marx también reconoce el carácter intrínsecamente progresivo e ilimitado de esta forma de organización de la producción, afirmando que:

«La circulación simple de mercancías —el proceso de vender para comprar— sirve de medio para la consecución de un fin último situado fuera de la circulación: la asimilación de valores de uso, la satisfacción de necesidades. En cambio, la circulación del dinero como capital lleva en sí mismo su fin, pues la valorización [...] sólo se da dentro de este proceso constantemente renovado. El movimiento del capital es, por tanto, incesante.» (Marx, 1973, p. 108).

Eso explica la necesidad, en las sociedades modernas, de una ideología del progreso y del desarrollo basada en la noción de la “insaciabilidad humana”.

en oposición a la visión ética y estéticamente circunscrita y limitada de las necesidades en el mundo clásico y en las sociedades tradicionales, conforme discutimos en el artículo anterior. También explica por qué, en una sociedad cuya economía se organiza en torno de la reproducción de los valores de cambio, "sostener" dicho proceso de desarrollo se convierte en una necesidad imperiosa, ya que una economía capitalista de "estado estacionario" o de crecimiento cero representa tanto una contradicción lógica como una imposibilidad histórica (Stahel, 1995).

Como veremos en este artículo, esa distinción de Aristóteles entre una actividad económica organizada en torno al valor de uso y una economía centrada en el valor de cambio, es fundamental no sólo para comprender la especificidad histórica de la economía de mercado moderna, sino sobretodo para proveer un marco teórico para la comprensión y definición de lo que pueda ser un desarrollo sostenible. También veremos como el mismo concepto de "desarrollo sostenible" lleva en su vientre esa contradicción entre los objetivos de la *oikonomía* y los de la *crematística* y que, por lo tanto, toda discusión y definición de "desarrollo sostenible" tendría que partir del análisis de esta dialéctica entre el valor de uso y el valor de cambio.

De la oikonomía a la crematística: el origen histórico de la economía de libre mercado

A lo largo de toda la historia (¡y prehistoria!) podemos encontrar testimonios del intercambio de bienes y servicios entre los diferentes grupos sociales. Estos intercambios experimentaron un progresivo aumento en la Europa medieval, apareciendo incluso el empleo del trabajo asalariado en los monasterios y en ciertas industrias vinculadas a la exportación (Le Goff 1977, Landes 1983). Sin embargo, hasta la irrupción de la edad moderna, el campo de la vida económica regido por los principios crematísticos se encontraba claramente delimitado y afectaba únicamente aspectos secundarios de la dinámica social y económica. Tanto en el campo como en los burgos predominaba la producción para el autoconsumo y una actividad económica regida y organizada por principios culturales y políticos, como lo eran las relaciones de servidumbre feudal, los monopolios y reglas de las corporaciones de oficio, las relaciones familiares y de parentesco o incluso las reglas monásticas que regían no sólo las actividades religiosas, sino también la actividad económica de lo que eran, entonces, los grandes centros de la vida social y económica (Polanyi, 1989).

También en las ciudades de la Europa medieval que gozaban de una creciente autonomía frente a los señores feudales, eran las reglas políticas fijadas por los

nuevos poderes urbanos las que definían cómo, por quién y para quién producir y comercializar en el interior de sus muros. Aunque aumentaba la división social del trabajo y muchos productos se vendían en los mercados, ni éstos ni las formas de producirlos eran “libres”, y se orientaban muy poco por criterios de eficiencia crematística. Cada ciudad, cada gremio y cada corporación de oficio tenía sus propias reglas, que determinaban tanto las modalidades y formas de producción como sus formas de comercialización.

La economía se regía entonces por lo que Habermas vino a denominar la razón comunicativa (los valores y criterios heredados del “cielo de la tradición” y de los “juegos de lenguaje” en el interior de la sociedad, por medio de los cuales se estructuran y reproducen los valores éticos hegemónicos). No se concebía, aún, la posibilidad de que una economía pudiera regirse sólo por criterios cuantitativos —los precios— resultantes de la libre interacción entre la oferta y la demanda de bienes y servicios en el mercado, una economía orientada sólo por criterios de “eficiencia” y de “productividad” sin ningún tipo de control político y ético externos (Habermas, 1984).

Fue sólo con la revolución industrial inglesa, y el interés por dar salida a una producción creciente de mercancías, cuando empezó a tomar forma la idea de un sistema económico basado sólo en las relaciones de compra y venta en el libre mercado. Como recuerda Sachs,

«En una fecha tan tardía como 1744, la *Enciclopedia Universal Zedler* nos daba, sin querer, una definición ingenua de la palabra *mercado*: el amplio espacio público circundado por construcciones ornamentadas o delimitado por paradas [...]. Adam Smith fue el primer autor que, cuando se refería al *mercado* no pensaba en un espacio localizado físicamente para dar salida a los bienes, sino en un espacio de la amplitud de la sociedad mediante el cual todos los precios están interrelacionados.» (Sachs 1999, p. 18).

La ciencia económica moderna

En este contexto, en 1776 el “Padre de la ciencia económica moderna” —Adam Smith— se proponía, en la línea de Aristóteles, estudiar las bases de la producción y de la distribución de la riqueza, tal como vemos reflejado en el título de su famoso libro *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones* (Smith, 1987). Sin embargo, contrariamente a Aristóteles, el punto de partida de Smith no es la unidad familiar orientada hacia la reproducción de las condiciones de autosuficiencia, sino la nación caracterizada por la división social del trabajo con las actividades económicas volcadas hacia

la producción de excedentes para el mercado. Su punto de partida es, pues, una situación en la que la *crematística* deja de estar subordinada a la *oikonomía* para convertirse en su fin. Parte de una realidad histórica —que este autor, como todo ideólogo, considera una realidad “natural” e inmutable del ser humano— en la que las relaciones mercantiles penetran en espacios cada vez más amplios de la vida social y económica. Parte de un contexto histórico en el que, como apuntan Marx y Engels, se sustituyen “las numerosas libertades escrituradas y adquiridas por la ‘única’ y desalmada libertad de comercio” (Marx y Engels, 1997, p. 15) o, como lo analiza Habermas, la razón instrumental se impone sobre la razón comunicativa (Habermas, 1984).

Ignorando el carácter históricamente determinado de esta forma de organización social de la producción, Smith ya no considera “el arte de la adquisición por el comercio” como una parte subordinada al “arte de vivir bien”, sino como el objeto mismo de lo que se daría en denominar la *Economía Política Inglesa*.

De esta forma, aunque Smith —como en su día Aristóteles— definió que “todo hombre es rico o pobre según el grado en que pueda gozar de las cosas necesarias, convenientes y gratas de la vida” (o sea, de los valores de uso) (Smith, 1987, p. 30), a lo largo de toda su obra estudiará las bases de la generación y distribución de los valores de cambio. Más que adentrarse en “el arte de vivir bien” de la *oikonomía*, Smith —como todos los economistas modernos que le siguieron— estudiará los mecanismos de formación del precio y los condicionantes de la oferta y la demanda en el interior de una economía de mercado. En este sentido, la ciencia inaugurada por Smith debería denominarse “Ciencia Crematística” y no “Ciencia Económica”, ya que en ella se estudia sólo una dimensión muy limitada de la *oikonomía*..

La explicación de este radical cambio en la definición del objeto mismo de estudio de la economía —reducida a la crematística— la podemos encontrar en su afirmación de que “una vez establecida la división del trabajo, es sólo una parte muy pequeña (de las cosas necesarias, convenientes y gratas de la vida) la que se puede procurar con el esfuerzo personal” (Smith, 1987, p. 31). Toma la crematística, así, como una condición previa para la *oikonomía*, es decir: asume como un hecho que para acceder al “vivir bien” de la *oikonomía*, las personas tienen que, previamente, sobresalir en “el arte de ganar dinero” de la crematística... Y de ahí a confundir riqueza con dinero sólo hay un pequeño paso.

Esa limitación del análisis a la dimensión monetaria y mercantil del proceso económico explica también la ceguera de los economistas —y de los indicadores económicos en general— respecto a la componente material (ecológica) y sociocultural de la riqueza. Preocupados por los valores de cambio

(re)producidos por el proceso económico, nos olvidamos de mirar los valores de uso generados. Consideramos que “España va bien” por el mero hecho de observar un incremento del PIB, pero no nos preguntamos si tal crecimiento económico se debe a un mayor dinamismo de la industria de armamentos, a una mayor actividad mercantil generada por los accidentes de coche, a los casos de cáncer o a una mayor necesidad de gestión de residuos y descontaminación ambiental resultantes del incremento de la actividad industrial... Nos contentamos con mirar la dimensión monetaria de la actividad económica, y no nos preguntamos si el proceso de desarrollo redundaría en una mayor equidad social, en una cultura abierta y vibrante, en un medio ambiente sano y en paz social... Nos olvidamos que los indicadores macroeconómicos como el PIB sólo miden la dimensión crematística, los valores de cambio de la actividad económica y no su valor de uso. Ignoramos que, muchas veces, la expansión crematística se da justamente por una destrucción y reducción de la riqueza real. Así, de la misma forma en que no consideramos que una persona endeudada se hace más rica al liquidar sus reservas de oro heredadas de la familia, tendríamos que preguntarnos si un país que liquida su capital natural (sea éste petróleo, minerales, bosques o la fertilidad de sus tierras) se hace más rico, aunque esté generando más valores de cambio. Ciertamente, la estabilidad climática de la que gozamos, nuestro entramado de relaciones familiares y sociales, el aire que respiramos o el ciclo del agua que consume más de la mitad del total de la energía solar absorbida por la Tierra y que permite tanto la vida en los océanos como sobre los continentes (Odum, 1992, p. 77 y Lovelock 1995), no pueden ser considerados sólo “una parte muy pequeña de las cosas necesarias, convenientes y gratas para la vida”, aunque no paguemos por ellas en el mercado...

De hecho, como nos recuerda Goldsmith, desde el punto de vista de la *oikonomía* —incluso hoy en día— la gran fuente de riqueza es el libre y equilibrado funcionamiento de nuestra biosfera y las complejas y variadas dinámicas sociales de carácter no mercantil, como son las relaciones familiares, el trabajo doméstico no remunerado, el entramado social de amistades y de ayuda mutua y todo tipo de actividades culturales y sociales que, aunque no remuneradas, añaden riqueza a la existencia individual y colectiva (Goldsmith, 1996).

En el caso de Smith, sorprende este cambio de perspectiva que reduce la riqueza al valor de cambio, ya que su famosa paradoja del agua y del diamante demuestra justamente la no correspondencia entre estas dos dimensiones. Cómo remarcó el mismo autor,

«No hay nada más útil que el agua, pero con ella apenas se puede comprar cosa alguna ni recibir nada a cambio. Por el contrario, el diamante apenas tiene valor en uso, pero generalmente se puede adquirir, a cambio de él, una gran cantidad de bienes. Las cosas que tienen un gran valor de uso suelen tener escaso o ningún valor de cambio y, por el contrario, las que tienen un gran valor de cambio no tienen, muchas veces, sino un pequeño valor de uso, o ninguno.» (Smith, 1987, p. 30).

Al ver, así, que no hay una relación directa entre el valor de cambio y la riqueza, Smith debería haber concluido, como Aristóteles, que aunque “muchas veces consideran la riqueza como abundancia de dinero, porque sobre esto versa la crematística y el comercio [...] ciertamente extraña es esta riqueza en cuya abundancia se muere de hambre, como cuentan en el mito de aquel Midas” (Aristóteles, 1988, pp. 70-71).

Sin embargo, Smith no llevó la paradoja a sus consecuencias lógicas y, así, han tenido que pasar más de dos siglos para que, a partir de la crítica verde a los indicadores de riqueza convencionales y al análisis de la economía ecológica de los flujos energéticos y de la dimensión no monetarizada de la actividad económica, o de la crítica social, política y cultural llevada a cabo por la economía crítica pudiéramos, otra vez, interesarnos por la dimensión material y social de la riqueza más allá del valor monetario de las mercancías producidas por el proceso económico.

Sin duda, la reducción de la economía al campo de la crematística responde al momento histórico vivido por ese autor, en el que se consolidaba un sistema económico centrado en la idea de autorregulación del mercado. Los cercamientos (*enclosures*) en el campo británico transformando la producción campesina feudal en grandes explotaciones de carácter capitalista (volcada sobretudo en la producción de lana para el mercado); la expulsión de enormes contingentes de mano de obra hacia los centros urbanos y la consolidación del trabajo asalariado; la progresiva integración de la economía nacional (y, después, mundial) posibilitada por la revolución en los medios de transporte y comunicación; la privatización de bienes y propiedades que antes formaban parte de la propiedad comunal (los *commons* como los bosques, ríos, cañadas, etc.) cuya explotación económica, anteriormente, se daba al margen de las relaciones de mercado; la expansión y consolidación de formas institucionalizadas y mercantiles de satisfacción de necesidades sociales como, por ejemplo, la escuela, la medicina moderna y la gestión pública profesionalizada, fueron todos componentes de esta profunda transformación

de la organización social y económica de la cual emerge el proceso de desarrollo moderno.²

Sin embargo, más que la culminación necesaria de una “evolución” histórica, la modernidad trajo una ruptura en la forma de organizar la vida social y económica. Como apunta Polanyi, esta transformación fue “tan total que se parece más a la metamorfosis del gusano de seda en mariposa que a una modificación que podría expresarse en términos de crecimiento y de evolución continua” (Polanyi, 1989, p. 82).

El *homo economicus* y el liberalismo económico modernos

Para los individuos, este abandono de formas política y culturalmente determinadas de organización de la vida social y económica supuso

«[...] una mutación radical de sus motivaciones: el móvil de la ganancia debe sustituir al de la subsistencia. Todas las transacciones se convierten en transacciones monetarias y lo que se espera es que los seres humanos se comporten de modo que pretendan ganar el máximo dinero posible.» (Polanyi, 1989, pp. 120 y 81, respectivamente).

Surge así la concepción del ser humano como *homo economicus*—el “agente económico racional” del cual parte el análisis económico moderno— cuyo comportamiento viene dado únicamente por consideraciones crematísticas. Más que reglas éticas de comportamiento social, cada cual buscaría maximizar sus beneficios y rentas como productores, a la vez que aspiraría a la máxima satisfacción hedonista como consumidor.

Como expusieron Marx y Engels, con la ironía y la contundencia que caracterizan el lenguaje de su manifiesto,

«La burguesía ha destruido las relaciones feudales, patriarcales, idílicas [...] que ataban al hombre a sus “superiores naturales” [...] para no dejar subsistir otro vínculo entre los hombres que el frío interés, el cruel “pago al contado”. Ha ahogado el sagrado éxtasis del fervor religioso, el entusiasmo caballeresco y el sentimentalismo del pequeño burgués en las aguas heladas del cálculo egoísta. Ha hecho de la dignidad personal un simple valor de cambio.» (Marx y Engels, 1997, p. 15).

Este cambio en la motivación de la acción social no pasó desapercibido a Adam Smith que, como filósofo de la moral que era, buscó una forma de

² Un buen análisis de esta cuestión y de su importancia para el proceso de desarrollo moderno puede ser encontrado en el número especial de *The Ecologist, Whose Common Future?*, juliolagosto 1992.

legitimar esta nueva forma de acción social pautada por el ánimo de lucro crematístico individual. Sin embargo, más que basarse en el argumento supranatural de la predestinación divina de Calvino y en la virtud moral del trabajo y de la acumulación monetaria protestante que entonces se consolidaba, Smith se basa en una aparente observación empírica para legitimar esta acción económica basada en el egoísmo personal. Más que reglas morales de comportamiento, idea un mecanismo supra-individual, la "mano invisible" del mercado, capaz de convertir la suma de los egoísmos y de la competición individual en bienestar y cooperación colectivos. Según Smith

«No es la benevolencia del carnicero, del cervecero o del panadero la que nos procura el alimento, sino la consideración de su propio interés. No invocamos sus sentimientos humanitarios sino su egoísmo. [...] Ninguno se propone, por lo general, promover el interés público, ni sabe hasta qué punto lo promueve. [...] [Sin embargo], al perseguir su propio interés, promueve el de la sociedad de una manera más efectiva que si esto entrara en sus designios.» (Smith, 17 y 402).

De esta forma, retoma el argumento presentado por Mandeville en *La Fábula de las abejas: vicios privados, beneficios públicos* publicada ya en 1714 de que -en contra de lo que defendía la Iglesia, la ética medieval y de lo que subyace en la visión de Hobbes en cuanto a la necesidad de un "contrato social" y de un Estado capaz de contener el efecto desarticulador de los egoísmos privados- se puede justificar una acción social, aunque ésta pueda parecer éticamente dudosa desde el punto de vista individual, en la medida en que aporte beneficios colectivos. Justificando los medios a partir de los fines, Smith niega la condena moral de Aristóteles a la crematística -que, no lo olvidemos, era una parte central de la ética católica medieval- legitimando, así, una acción orientada sólo por el egoísmo crematístico privado.

Es este mismo argumento el que podemos encontrar en la base de lo que la ecofeminista Carolyn Merchant definió como la *ética egocéntrica* que subyace en los preceptos defendidos por las grandes instituciones económicas y financieras actuales como la OMC, el Banco Mundial o el FMI, así como los actuales procesos de formación de grandes bloques económicos de libre circulación del comercio (Merchant, 1996).

La relación entre los valores de uso y los valores de cambio

No nos interesa entrar, aquí, en un análisis más profundizado de las inconsistencias lógicas e históricas de este argumento liberal -cosa que ya

hicimos en un artículo anterior (Stahel, 2004)-, sino analizar un poco más esta relación entre el valor de uso y el valor de cambio, entre la oikonomía y la crematística.

Smith ya sabía que el valor de uso es una condición necesaria de toda mercancía y, así, del valor de cambio. De este modo, toda actividad económica, aunque esté orientada hacia “el arte de ganar dinero” -y, por lo tanto, hacia la búsqueda de la acumulación de los valores de cambio- tiene que, simultáneamente, generar valores de uso. Sin él, al no encontrarse compradores para la oferta de productos generados en la producción, el capital no se realizaría en el consumo y se rompería el ciclo. Es precisamente ésta la razón por la que la “mano invisible” llevaba al panadero de Smith a madrugar todas las mañanas para “servir” a la colectividad ofreciéndole pan recién hecho, motivado no por altruismo, sino por puro egoísmo...

Sin embargo, este argumento conlleva diversas cuestiones que apuntan, directamente, a su carácter ideológico y, lógicamente, inconsistente. En primer lugar, como vimos con el propio Smith, no podemos olvidar que no hay una relación directa entre el valor de uso y el valor de cambio. La “mano invisible” lleva a los productores a invertir y a dedicarse a lo que sea más rentable desde el punto de vista del valor de cambio y no del valor de uso. Así, y orientándose por la lógica crematística y no por la oikonomía, la mayor acumulación de capitales la podemos encontrar hoy en día en las industrias de armamento, del petróleo y del automóvil, a pesar de su cada vez más dudosa contribución a la riqueza social y ambiental del planeta...

De hecho, tanto los subsidios públicos, por un lado, como las restricciones legales a la producción y comercialización de determinados bienes y servicios, por otro, son mecanismos que apuntan hacia esta insuficiencia de la “mano invisible”, haciendo que los gobiernos intenten orientar la dinámica económica en función de la lógica del valor de uso y no del valor de cambio. Aunque la “mano invisible” llevaría a la expansión sin límites de la industria de los estupefacientes o a la casi total eliminación de la actividad agrícola europea, se busca por medio del control político (la “mano visible”...) reorientar el proceso de desarrollo económico.

En este sentido podemos ver también que el campesino andino que ha dejado tras de sí la agricultura tradicional de subsistencia para dedicarse a la plantación para un mercado de hojas de coca en expansión, actúa con la misma motivación que aquel empresario que produce armas cada vez más sofisticadas tanto para los gobiernos que intentan frenar este mercado, como para los traficantes que intentan promocionarlo. Este mercado, aunque condenable desde la perspectiva

de la oikonomía, constituye, sin embargo, un campo fértil para la crematística. Aquí, como en muchos otros ejemplos, la “mano invisible” falla a la hora de transformar los egoísmos privados en virtudes públicas...

La expansión de las necesidades por el desarrollo moderno

Si, del lado de la producción, ya no son los factores culturales y éticos sino el cálculo crematístico los que orientan la acción individual, también del lado del consumo es cada vez más la lógica crematística la que se impone, en nuestra sociedad, sobre la oikonomía. Como nos muestra Galbraith, más que responder pasivamente a las “necesidades” manifestadas libremente por el “consumidor soberano” por medio de la demanda del mercado, en las sociedades industriales modernas son las necesidades de la producción y de la reproducción de los valores de cambio quienes moldean y reproducen activamente dichas necesidades por medio de la publicidad y del *merchandising* (Galbraith, 1983).

Es la necesidad de rentabilizar sus inversiones y de hacer frente al largo período de tiempo de gestación de un nuevo producto lo que lleva a las empresas a generar activamente nuevas necesidades y a moldear el gusto del consumidor mediante estrategias de comunicación cada vez más desarrolladas. No es la crematística la que, por medio del comercio, sirve de instrumento para cubrir las necesidades de la oikonomía, sino que es ésta la que es instrumentalizada por aquélla. Así, en la sociedad moderna, es la lógica de la reproducción de los valores de cambio la que pasa a definir lo que viene a ser el “vivir y vivir bien”, y no a la inversa.

Como vimos en el artículo anterior, eso se logra justamente al generar un continuo estado de insatisfacción individual, de modo que el desarrollo marcado por la reproducción de los valores de cambio desde la producción se complementa con una reproducción de las necesidades de valores de uso por parte del consumo.³ Lejos de atender nuestras necesidades de nuevos modelos de móvil, de nuevas versiones de Windows o de una nueva estética de coches, son las necesidades de rentabilizar los capitales invertidos en el desarrollo de estos nuevos productos las que nos llevan a necesitar y consumir estos productos.

Es esta misma lógica crematística la que lleva a las empresas farmacéuticas a intentar vender el máximo de medicinas —encubriendo en la medida de lo posible sus posibles efectos secundarios— y, a la vez, intentar ampliar —por

³ Para un desarrollo más extenso de esta dinámica ver: Stahel, 2002*

medio de técnicas de publicidad y campañas de promoción masiva— el alcance de las posibles enfermedades y epidemias para las cuales sus fármacos prometen la cura. Así, para dar un ejemplo reciente, poco antes de que la empresa Glaxo lanzara el Seroxat en el mercado de los EEUU, empezaron a surgir cada vez más relatos, en la prensa y en los medios de comunicación en general, sobre el “síndrome de la ansiedad social” para la cual el Seroxat aportaba la cura... En los años anteriores esta “enfermedad” era virtualmente desconocida. Sin embargo, ahora, la Glaxo, después de haberse dedicado a promocionar no la medicina sino la enfermedad, prevé que el “mercado de la ansiedad” moverá unos US\$ 3 mil millones en el 2009 (Des Spence, 2004, p. 36).

Considerando que el coste para lanzar un nuevo fármaco se estima en 897 millones US\$ y un período de 10 a 15 años (Ibid., p. 65), no debe sorprender la presión que ejerce la industria farmacéutica sobre las agencias de regulación para que aprueben nuevas medicinas, y sobre los médicos y farmacéuticos para que los prescriban a sus pacientes... Así, por ejemplo, los laboratorios Merck invirtieron 161 millones US\$ en el año 2000 para promocionar Vioxx (más que los gastos en publicidad de Pepsi o de la cerveza Budweiser) (Des Spence, 2004, p. 36). Sin embargo, esta misma medicina, pocos años después, tuvo que ser retirada del mercado bajo la sospecha de que podía haber afectado “el corazón de más de 100.000 americanos después de que la Agencia Americana de Control de Medicinas (la Federal Drug Administration) hubiera aprobado su comercialización en el 1999” y que se sospechara que no sólo la Merck, sino la propia FDA —tal como reconocen los editores de *The Economist*, publicación bien conocida por su defensa sin paliativos del libre mercado— estuvieran implicados en el intento de ocultar sus posibles riesgos para la salud (*The Economist*, 27 de noviembre del 2004, pp. 12, 14 y 65-66).

Esta contradicción entre la lógica del valor de cambio y la lógica del valor de uso la podemos encontrar en todos los campos regidos por la crematística. El libre mercado selecciona los productores y empresas capaces de vender su producto al máximo precio y con el mínimo coste. Y es la necesidad de eficiencia y rentabilidad financiera que impone la “mano invisible” la que obliga a los productores, tal como analizaba Ignacy Sachs, a “privatizar los beneficios y a socializar los costes” o, en términos más técnicos, “internalizar los beneficios” y “externalizar los costes sociales y ecológicos” de su actividad económica (Ignacy Sachs, 1986).

La “satisfacción de las necesidades por parte de las generaciones presentes, preservando la capacidad de las futuras en satisfacer las suyas” es un elemento que entra en la lógica crematística sólo en la medida en que éstas afectan el

market share (la participación en el mercado de una empresa), atrayendo más consumidores hacia sus productos al mejorar su imagen corporativa. Desde la perspectiva de la lógica crematística, el desarrollo sostenible sólo aparece como medio, nunca como fin último de su actividad. En la medida en que una empresa capitalista tiene que realizar su producción mediante la venta en el mercado, la lógica crematística es, de hecho, antitética a la lógica de la “satisfacción de las necesidades” que plantea la sostenibilidad, puesto que el motor del consumo son, precisamente, las necesidades insatisfechas del individuo...

Todo eso no excluye, obviamente, que determinadas personas o empresas tomen decisiones que vayan más allá de la lógica crematística inmediata y que, de hecho, incluso en la modernidad, factores culturales y éticos condicionen las acciones económicas. Como veremos otra vez en las conclusiones, no existe una causalidad única subordinando la acción individual a los condicionantes estructurales de su medio e, inclusive en el campo de la necesidad de “eficiencia” impuesta por la “mano invisible”, existe un margen de autonomía relativa para la acción.

La alienación moderna

Otro aspecto importante a considerar en esta discusión sobre la capacidad que tenemos como consumidores para poder influir en la dinámica del desarrollo es que, en una sociedad dominada por la lógica crematística, necesariamente tomamos nuestras decisiones provistos de informaciones incompletas y fragmentadas. Como expuso Marx, una vez que en el mercado lo que tenemos es una relación objetivada entre el comprador y el vendedor (reduciéndose la multiplicidad de objetos y procesos a un denominador monetario común), las distintas mercancías no se presentan “como relaciones directamente sociales de las personas en sus trabajos, sino como *relaciones materiales entre personas y relaciones sociales entre cosas*”. (Marx, 1973, p. 38). Es decir, en la relación de compra y venta apreciamos las características inmediatas que captamos con nuestros sentidos y que podemos valorar con nuestros conocimientos y, sobre todo, vemos su precio. Sin embargo, ignoramos la historia social y ambiental específica de cada mercancía —es decir, sus condiciones sociales y ecológicas de producción— así como todos aquellos elementos que escapan a los sentidos y sobre los cuales no tenemos información ni conocimientos para valorar sus efectos, a medio y largo plazo, sobre nuestra salud y nuestro medio ambiente. Compramos un perfume hipnotizados por las imágenes de pasión y seducción que emanan de su publicidad, así como por su agradable fragancia,

ignorando que un perfume convencional contiene entre 50 y 100 sustancias químicas (en su mayor parte derivadas del petróleo), incluidas toxinas y otras sustancias que se acumulan en los organismos y en los ecosistemas, y que son conocidas por sus efectos cancerígenos, narcóticos e irritantes y que actúan, además, como disruptores hormonales en nuestros organismos (*The Ecologist*, nov. 2004, pp. 30-31).

Así, en función de esta situación de informaciones incompletas y asimétricas, la “mano invisible” del mercado lleva al productor de alimentos a buscar la máxima reducción del coste de producción y —en ausencia de consumidores dispuestos a pagar más por tener información sobre la calidad dietética y el coste social y ambiental— se encarga de reemplazar la producción artesanal y orgánica por la producción industrial de alimentos. Más aún, mediante la publicidad y el *merchandising*, se procura transmitir una imagen “natural” y “artesanal” del producto o, directamente, se busca fomentar el consumo de los alimentos, no en función de su calidad dietética, sino relacionando determinados productos a determinados modos de vida llenos de aventura, energía y excitación. De esta forma, pasamos a consumir los alimentos no en función de su calidad dietética real, sino de determinados estilos de vida a los cuales queremos acceder, a la vez que se nos engaña mediante la manipulación bioquímica de nuestros sentidos a partir del empleo de alimentos refinados con aromatizantes y colorantes de síntesis. Los problemas de la mala calidad dietética de los alimentos industrializados modernos (y los concomitantes problemas de obesidad, diabetes, problemas cardíacos, etc.) son, desde esta perspectiva, la resultante de la “mano invisible” del mercado, que transforma los intereses egoístas de los productores en comida de baja calidad dietética y bajo coste, aunque “agradable para los sentidos”. En lo que Guy Debord denominó como la “sociedad del espectáculo” (Debord, 1992), prima, pues, la apariencia sobre la esencia de las cosas, la ilusión del bienvivir sobre el “vivir bien”...

Las falsas mercancías

Esta contradicción entre los intereses de la producción y los intereses —más amplios en el espacio y en el tiempo— del individuo y de la sociedad, nos lleva a recuperar la tesis de Polanyi sobre las falsas mercancías al referirse al trabajo humano, los recursos naturales y el mismo dinero. En palabras del autor:

«El punto fundamental es el siguiente: trabajo, tierra y dinero son componentes esenciales de la industria; dichos componentes deben de estar también organizados en mercados; estos mercados forman en

realidad una parte absolutamente fundamental del sistema económico. Es evidente, no obstante, que trabajo, tierra y dinero *no son* mercancías, en el sentido de que, en lo que a estos tres elementos se refiere, el postulado según el cual todo lo que se compra y se vende debe de haber sido producido para la venta, es manifiestamente falso. [...] El trabajo no es más que la actividad económica que acompaña a la propia vida —la cual, por su parte, no ha sido producida en función de la venta, sino por razones totalmente distintas—, y esta actividad tampoco puede ser desgajada del resto de la vida, ni puede ser almacenada o puesta en circulación. La tierra por su parte es, bajo otra denominación, la misma Naturaleza que no es producida por el hombre; en fin, el dinero real es simplemente un signo del poder adquisitivo que, en líneas generales, no es en absoluto un producto sino una creación del mecanismo de la banca o de las finanzas del Estado. [...]

»Permitir que el mecanismo del mercado dirija por su propia cuenta y decida la suerte de los seres humanos y de su medio natural, e incluso que de hecho decida acerca del nivel y utilización del poder adquisitivo, conduce necesariamente a la destrucción de la sociedad. Y esto es así porque la pretendida mercancía denominada “fuerza de trabajo” no puede ser zarandeada, utilizada sin ton ni son, o incluso ser inutilizada, sin que se vean inevitablemente afectados los individuos humanos portadores de esta mercancía peculiar. Al disponer de la fuerza de trabajo de un hombre, el sistema pretende disponer de la entidad física, psicológica y moral “humana” que está ligada a esta fuerza. Desprovistos de la protectora cobertura de las instituciones culturales, los seres humanos [...] morirían convirtiéndose en víctimas de una desorganización social aguda [...].

»La naturaleza se vería reducida a sus elementos, el entorno natural y los paisajes serían saqueados, los ríos contaminados, la seguridad militar comprometida, el poder de producir alimentos y materias primas destruido.

»Y, para terminar, la administración del poder adquisitivo por el mercado sometería a las empresas comerciales a liquidaciones periódicas, pues la alternancia de la penuria y de la superabundancia de dinero se mostraría tan desastrosa para el comercio como lo fueron las inundaciones y los periodos de sequía para la sociedad primitiva.» (Polanyi, 1989, pp. 127-129)

En este análisis de Polanyi vemos como la contradicción entre el valor de uso y el valor de cambio se traducen en una crisis de sostenibilidad social, ambiental y financiera del sistema. Sin un control y una regulación política externa, "las fuerzas del libre mercado", con su horizonte espacial y temporal limitado, tienden a destruir sus propias condiciones de existencia (J. O'Connor 1988, M. O'Connor 1993 y Stahel 1999). De esta forma, la explotación y degradación del trabajo en la fábrica se traduce en crisis social, la sobreexplotación de los recursos en crisis ambiental y, finalmente, la especulación financiera en los mercados bursátiles y de divisas en crisis económica.

En términos del individuo, podemos ver que la lógica crematística del capital se nutre y suscita, al mismo tiempo, dos éticas contrapuestas. Tal como nos muestra Eliade, el trabajo, al encontrarse desprovisto del manto cultural y ritual que le daba sentido en las sociedades no modernas, se convierte en puro fardo para el trabajador (Eliade, 1974). Si, en otras sociedades, la actividad productiva representaba una forma de participar del entramado social y cultural más amplio y daba sentido e identidad tanto al individuo como a la colectividad, en la sociedad moderna la única motivación para el trabajo pasa a ser el "frío cálculo económico", la remuneración monetaria. De este modo, como argumentó Weber, la ética del trabajo protestante vino a dar impulso al capitalismo al motivar el sacrificio y la austeridad como virtudes morales, estimulando el ahorro y la dedicación al trabajo remunerado en la medida en que "el trabajo dignifica al hombre"... Es esta ética del sacrificio la que impulsó el capitalismo en el norte de Europa y que encontró ecos no sólo en los países protestantes de la Commonwealth como los Estados Unidos, Canadá y Australia, sino también en otras culturas como la de Japón, Corea o la actual China...

Por otro lado, tal como vimos, desde la lógica crematística la producción sólo tiene sentido si encuentra un comprador en el mercado, ya que no está volcada hacia la autosuficiencia. De este modo, para que el capital se pueda realizar y seguir su ciclo de expansión, se fomenta una ética hedonista del disfrute. De forma que, mientras la ética del trabajo fomenta la producción "eficiente" con el mínimo coste, la ética del consumo estimula el máximo dispendio y despilfarro. Una valora el ahorro, la otra el derroche...

Dividido entre estas dos éticas, el individuo de la sociedad moderna busca en el disfrute del consumo el premio a sus sacrificios en el trabajo. Sin embargo, en la medida en que la multiplicación de las mercancías y de los estímulos publicitarios aumentan los deseos hedonistas, y en la medida en que "particularmente para los más ricos, lo que falta no es dinero, sino tiempo [...]" y la pobreza de tiempo degrada la utilidad de la riqueza de los bienes" (Sachs,

pp. 208 y 212, Stahel), lo que podemos observar en la sociedad actual es que el consumo cada vez cumple menos con sus promesas de disfrute hedonista. Cada vez tenemos más, y sin embargo disfrutamos menos de lo que tenemos... Desde esta óptica, los talleres de “simplicidad voluntaria”, la búsqueda de reducción de la jornada laboral e incluso el éxito editorial de obras como *Buenos días, Pereza* (Maier, 2004),⁴ apuntan hacia esta contradicción entre la ética del trabajo y la del consumo. Se trata de éticas antitéticas entre sí pero, al mismo tiempo, centrales para el proceso de reproducción del capital y, así pues, para la dinámica del desarrollo en el mundo moderno.

Desarrollo sostenible y crematística

Lo que este análisis nos sugiere es que el móvil de la reproducción del valor de cambio (es decir, la crematística) tiene que ser regulado y pautado en función de la reproducción de los valores de uso a largo plazo, es decir: los objetivos de sostenibilidad social, ambiental y oikonomica del sistema. La actividad productiva sólo tiene sentido dentro de un marco más amplio, de una comprensión de lo que constituye el “vivir y vivir bien”.

Sin embargo, la definición estándar del desarrollo sostenible como aquel “satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin sacrificar las que tengan las generaciones futuras en satisfacer las suyas”, más que explicitar esa contradicción entre la lógica crematística de acumulación de los valores de cambio y los objetivos oikonomicos de la sostenibilidad, la incorpora y la camufla. En la medida en que —como lo hace el informe Brundtland y la inmensa mayoría de los que defienden esa acepción— por “desarrollo” se entiende la continuidad del proceso de crecimiento de la economía entendida como crematística y no como forma de generar y reproducir valores de uso, se plantean en la misma definición dos objetivos distintos: el “crecimiento económico” (la reproducción de los valores de cambio) y la satisfacción a largo plazo de las “necesidades humanas”. Al incorporar en una misma definición dos elementos antitéticos, se logra camuflar la contradicción central de la dinámica económica moderna bajo un concepto cargado de ambigüedad.

Así, en el mencionado informe, después de citar el avance científico y tecnológico como el punto más positivo del siglo XX, abriendo la “posibilidad de una nueva era del crecimiento económico apoyado en prácticas que conserven y

⁴ En este libro, la autora propone abiertamente estrategias para sobrevivir en el trabajo cobrando pero sin aportar nada a la empresa, en la medida que los ejecutivos ya han perdido la fe en el trabajo y sólo lo hacen para cobrar su sueldo a final de mes...

expandan la base de los recursos naturales”, los autores concluyen que “tal crecimiento es esencial para mitigar la gran pobreza que crece en la mayor parte del mundo en vías de desarrollo” (CMSMAD, 1988, p. 1). De esta forma, el “desarrollo sostenible” se erige como el paraguas conceptual bajo el cual a la vez se viola y conserva el medio ambiente y sigue siendo lo que siempre fue: un conjunto de intervenciones para aumentar el PNB” (Sachs, 1999, pp. 60-61).

Tal acepción del desarrollo sostenible no considera la posibilidad de que, en muchos casos, la reproducción de los valores de uso pasa justamente por la restricción y reducción en la reproducción de los valores de cambio. Pasa, como se desprende de los análisis tanto de los ecologistas políticos como de la ecología profunda y de diversas ecofeministas, por una reconsideración de la reproducción social y cultural de las necesidades individuales y colectivas en el interior de las sociedades modernas, así como por limitar el alcance de los campos regidos por el libre mercado, restituyendo a los ecosistemas y a los sistemas sociales, como un todo, su capacidad de reproducir valores de uso fuera del mercado.

Es al reconocer el carácter históricamente específico del actual modelo de necesidades (o, aún mejor, en la línea de la distinción aportada por Max-Neef, de los satisfactores de tipo mercantil privilegiados por el actual modelo de desarrollo), cuando se pueden llevar otra vez las discusiones en torno al desarrollo sostenible al campo de la lógica del “vivir y vivir bien” de la oikonomía. Eso significaría, ante todo, determinar los objetivos del desarrollo en términos cualitativos, de equilibrios sociales y ambientales, determinando lo que se quiere y lo que no se quiere “sostener” del actual modelo de desarrollo... Lejos de la plasticidad y del carácter ideológico que viene asumiendo la palabra *sostenibilidad*, esta concepción de la sostenibilidad que parte del valor de uso y no del valor de cambio, asume, de entrada, que hay determinadas actividades y procesos que no deben ser “sostenidos” y que, por lo tanto, la sostenibilidad no siempre es deseable...

En la línea de Sachs, podemos ver así que:

«Hasta hoy, los políticos del desarrollo han visto la “pobreza” como el problema y el “crecimiento” como la solución. No han admitido todavía que han estado trabajando con un concepto de pobreza formado por la experiencia de las sociedades mercantiles del Norte. Con el menos afortunado de los *homos economicus* en vista, ellos estimularon el crecimiento y muchas veces fomentaron la privación al arruinar múltiples

culturas de la frugalidad. La cultura del crecimiento sólo puede ser construida sobre las ruinas de la cultura de la frugalidad, de forma que la privación y la dependencia con relación a mercancías son su precio. [...]

»La privación predomina tan pronto la frugalidad es privada de sus fundamentos. Junto con los lazos comunitarios, la tierra, los bosques y el agua, son los más importantes prerrequisitos para la subsistencia sin dinero. Tan pronto son tomados o destruidos, la privación acecha. Una y otra vez, campesinos, nómadas y tribus cayeron en la miseria al ser expulsados de sus tierras, praderas y bosques. De hecho, la primera política estatal con relación a la pobreza, en la Europa del siglo XVI, fue una respuesta a la aparición repentina de mendigos y vagabundos como consecuencia de los cercamientos. [...] La escasez es el fruto de la modernización de la pobreza. Afecta sobretodo a grupos urbanos atrapados en la economía monetaria como trabajadores y consumidores, cuyo poder de compra es tan bajo que caen por la vía lateral. No sólo sus condiciones les hacen vulnerables a las fluctuaciones del mercado, sino que viven en una realidad en que el dinero asume una importancia creciente. La capacidad de lograr algo por sus propias fuerzas se desvanece gradualmente, a la vez que sus deseos, alimentados por vislumbres de la alta sociedad, van hacia el infinito. [...]

»¿No es ya hora, pasados 40 años, de sacar una conclusión obvia? Aquel que quiera eliminar la pobreza tendrá que construir sobre la suficiencia. Un empleo cuidadoso del crecimiento es la manera más importante de luchar contra la pobreza.» (Sachs 1999, 11, 10-12, respectivamente).

Conclusiones

Más que buscar sostener el crecimiento ilimitado de los valores de cambio, lo que nos propone Sachs aquí es sostener la capacidad que tienen los ecosistemas y los sistemas sociales, en su organización dinámica, para reproducir los valores de uso fundamentales para la sostenibilidad del conjunto. Parte de la comprensión de la sociedad humana como parte integrante y eslabón importante de la biosfera como un todo y, en la línea de Max-Neef y de la Ecología Política, de una concepción de las necesidades humanas como finitas y limitadas. Parte de los objetivos de la oikonomía, “el arte de vivir y de vivir bien” y no de la crematística...

Eso supone respetar y fomentar las bases ecológicas, culturales y sociales de la reproducción de valores de uso tan fundamentales como son la estabilidad

climática, el reciclaje y la circulación de la materia y la energía, la reproducción de la biodiversidad y de la diversidad cultural, la cohesión y la riqueza social, la educación y la transmisión de valores que se dan en el seno de la familia o la comunidad, y las condiciones de autonomía, libertad, reciprocidad y ayuda mutua, aunque tales procesos no salgan reflejados en los índices del PIB y de *crecimiento económico de las naciones*. Sin embargo, todos ellos son elementos centrales de su *riqueza*...

Al considerar todos esos factores simples “externalidades” del proceso económico, no se reconoce la magnitud y la íntima vinculación entre ambos procesos, es decir: se ignora la manera en que la reproducción interna de valores de cambio se alimenta de la apropiación y, muchas veces, destrucción, de los valores de uso “externos” como son los recursos naturales, los servicios biosféricos y, en el campo social, todo el trabajo humano no remunerado al que Illich denominó “trabajo sombra” que, de hecho, representa una condición indispensable para la existencia misma del trabajo remunerado (Illich, 1981).

Aún más, al hablar de “externalidades” como si se tratara de una cuestión exterior al proceso económico, se ignora que su sentido viene dado por valores y consideraciones externas a él y no, como se quiso creer en la modernidad, algo que se justifique por sí mismo y donde no hay que preguntarse sobre la naturaleza de los valores de uso generados por el proceso continuado de reproducción de los valores de cambio. Se olvida que, al aumentar la pesca comercial por encima de la capacidad de reproducción del ecosistema marino, o al suprimir formas locales y comunitarias de educación, cuidado de la salud o de organización de la vida política, por formas institucionalizadas y mercantilizadas de proveer esos servicios —aunque se esté aumentando la reproducción de valores de cambio a corto plazo— se está hipotecando la reproducción social y ecológica de los valores de uso a medio y largo plazo.

Como veremos en el artículo siguiente, la definición de un desarrollo sostenible pasa justamente por poner, otra vez, la crematística al servicio de la oikonomía, anteponiendo la lógica del valor de uso a la lógica del valor de cambio.

Bibliografía citada

ARISTÓTELES;
Política, Gredos, 1988.

CMSMAD (Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo en sus iniciales en portugués —“*El Informe Brundtland*”); *Nosso Futuro Comum*, Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1988.

DEBORD, Guy

La Société du Spectacle, Paris: Gallimard, 1992.

DES SPENCE

Prescription Addiction; In *The Ecologist*, vol. 39, n°9, noviembre del 2004.

ELIADE, MIRCEA

Herreros y alquimistas, Madrid: Taurus Ediciones, 1974.

GALBRAITH, JOHN KENNETH

O Novo Estado Industrial, São Paulo: Pioneira Editora, 1983.

GARCÍA VALDÉS, MANUELA

in *Aristóteles; Política*, Gredos, 1988.

GOLDSMITH, EDWARD

The Way - an ecological world view, London: Rider, 1996.

HABERMAS, JÜRGEN

The Theorie of Communicative Action, Boston. Beacon Press, 1984.

ILlich, IVAN

Shadow Works; London: Marion Boyars, 1981.

LANDES, DAVID S.

Revolution in Time: Clocks and the making of the Modern World, Cambridge Ma.: Harvard University Press, 1983.

LE GOFF, JACQUES

Pour un autre Moyen Age - Temps travail et culture en Occident: 18 essais, Paris: Gallimard, 1977.

LOVELOCK, JAMES

The Ages of Gaia - A Biography of Our Living Earth, Oxford: Oxford University Press, 1995.

MARX, KARL

El Capital, México: Fondo de Cultura Económica, 1973.

ENGELS, FRIEDRICH

Manifiesto del Partido Comunista; Barcelona: DeBarris, 1997.

MAIER, CORRINE

Bon Dia Mandra: Estratègies per sobreviure a la feina; Barcelona: Ediciones 62, 2004.

MERCHANT, CAROLYN

Earthcare. Women and the Environment, New York: Routledge, 1996.

ODUM, EUGENE P.

Ecología: bases científicas para un nuevo paradigma, Barcelona: Vedrà, 1992.

O'CONNOR, JAMES

Capitalism, Nature, Socialism: A Theoretical Introduction; in Capitalism, Nature, Socialism, nº 1, primavera del 1988.

O'CONNOR, MARTIN

On the Misadventures of Capitalist Nature, Capitalism, Nature, Socialism, 4 (3), Septiembre del 1993.

POLANYI, KARL

La Gran Transformación: Crítica del Liberalismo Económico, Madrid: la Piqueta, 1989.

SACHS, IGNACY

Ecodesenvolvimento: Crescer sem destruir, São Paulo: Vértice, 1986.

SACHS, WOLFGANG

Planet Dialectics - Explorations in Environment & Development, London: Zed Books, 1999.

SMITH, ADAM

Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones, México: Fondo de Cultura Económica, 1987.

STAHEL, ANDRI W.

Capitalismo e Entropia: os aspectos ideológicos de uma contradição e a busca de alternativas sustentáveis, in Clóvis Cavalcanti (org.):

Desenvolvimento e Natureza - Estudos para uma sociedade sustentável,
São Paulo: Cortez, 1995.

- *Time Contradictions of Capitalism, in Capitalism, Nature, Socialism, n.º*
10 (1), marzo del 1999.

- *Las necesidades humanas y la (re)producción de la pobreza por el desarrollo*
económico moderno; in Ecología Política, n.º 23; Barcelona: Icaria, 2002a.

- *Tempos em Crise – a base temporal das contradições da modernidade,*
Tesis de Doctorado presentada el 13/08/2002 en la Universidad de Campinas
– Trabajo no publicado; Campinas: Unicamp, 2002b.

- *Investigación Responsable – Límites y Posibilidades, in Recerca i Ètica;*
Revista Sostenible? Núm. 6; Terrassa: UPC, 2004.

THE ECOLOGIST, noviembre 2004.

THE ECONOMIST, 27 de noviembre del 2004.