

¿QUÉ ES EL DINERO?

UN ABORDAJE DESDE LA PSICOLOGÍA ECONÓMICA

Gustavo Guzmán Fernández*

Resumen

Este artículo se desenvuelve alrededor de cuatro líneas argumentales en relación al dinero. Por un lado, parte de una breve introducción que toma en cuenta tanto su origen, como hijo legítimo del comercio, como la influencia que ha tenido en la expansión de antiguos imperios.

En la segunda sección se presentan aspectos históricos y contextuales que han llevado a materializarlo de diferentes formas en los distintos núcleos humanos que abarcan desde pieles hasta conchas de caurí, pasando por cuentas de barro o barras de sal. La dimensión simbólica del dinero se ejemplifica en este apartado cuando se lo relaciona a la imagen del poder, su función como vehículo de información y propaganda o el significado místico-religioso que adquiere en diferentes culturas.

En la tercera parte se hace una mayor profundización de la entidad simbólica del dinero desde la perspectiva del Interaccionismo Simbólico. La creencia que un símbolo es un hecho social compartido y que un fenómeno tiene significado en relación directa a su función práctica permite considerar este marco teórico como un constructo válido para estudiar el dinero.

Por último, se plantea la existencia de dineros especiales. Avanzando más allá del cariz instrumental del dinero aportado por la economía, la visión de la antropología y la sociología nos demuestran que existen en el dinero aspectos

Fecha de recepción: Noviembre de 2000

* Profesor de la Universidad Nacional de Mar del Plata (Argentina). Miembro de UIPEC. Actualmente becado por la Universidad de Valencia (España). *e-mail*: guzmanh@uv.es

culturales y sociales fuera de la esfera del mercado y que éstos pueden inclusive ser causas de «mutaciones», como es el caso del dinero virtual.

Palabras claves: Dinero, interaccionismo simbólico, conducta económica.

Abstract

This article is developed through four argumentative lines related to money. On one hand, it starts from a brief introduction which takes into account both its origin, as a rightful son of commerce, and the influence it has had on the spread of ancient empires.

In the second part, some historical and contextual aspects are presented. These have materialized money in different ways, from furs and cowry shells to clay beads and salt bars, in the different human settlements. The symbolic dimension of money is exemplified in this part when it is related to power image, its function as a vehicle of information and propaganda, or the mystic-religious meaning it acquires in different cultures.

In the third part, the symbolic entity of money is studied in depth from the perspective of Symbolic Interactionism. The belief that a symbol is a social shared fact, and that a phenomenon has a meaning directly related to its practical function, allow us to consider this theoretical framework as a valid construct to study money.

Finally, the existence of special forms of money is stated. Beyond the instrumental aspect of money coming from economics, the approach of anthropology and sociology have shown that, in the money, there are social and cultural aspects outside the marketing sphere and that they can even be the cause for “mutations”, for example the virtual money.

Key words: Money, symbolic interactionism, economical behavior.

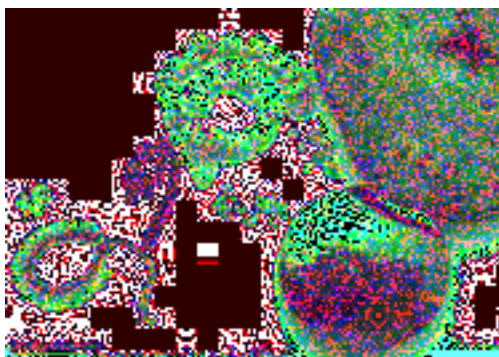
INTRODUCCIÓN

Sin lugar a dudas, el dinero es uno de los constructos elaborados por el hombre que ha superado de manera impactante –tal como lo plantearía la disciplina económica– su objetivo principal, el de ser medio de cambio, un instrumento que permitiera evitar el engorroso ejercicio del trueque en el intercambio comercial (actividad propia de la antigüedad que hoy en día está cosechando adeptos más a nivel de servicios que de productos).

En la actualidad y prácticamente desde los comienzos de la circulación de la moneda, el hombre ha depositado en el dinero atributos que van más allá de su función específica; de esta manera pasó a ser sinónimo de una amplia variedad de conceptos que no han sido otra cosa que un espejo de la imaginación humana. En este sentido, afirmaciones como «el dinero es poder» o «time is money» tienen un consenso especialmente amplio.

Podemos convenir que el comercio fue el «padre» del dinero como tal, y aquél, a su vez, fue la consecuencia natural del inicio y desarrollo de las sociedades humanas.

Con el tiempo, el trueque y permuta de productos por productos diferentes, naturales o manufacturados, se fue haciendo más difícil y en ocasiones imposible, al aumentar la cantidad de los productos, la frecuencia de los intercambios, y también al extenderse el comercio de una región o pueblo, el aumento de distancia [...] se hizo patente la necesidad de un producto básico al que todas las cosas fueran relacionadas para su valoración... (Hans Kurt, 1963, p. 8).



Fotografía 1: Primeros tipos de moneda

Los primeros tipos de moneda incluyen el arroz (China), dientes de perros (Papúa-Nueva Guinea), pequeños utensilios (China), guijarros de cuarzo (Ghana), fichas de juegos (Hong Kong), conchas de cauri (India), discos metálicos (Tíbet) y discos de piedra caliza (isla de Yap).

El dinero surge como una abstracción mucho antes de que tomara una forma material, y de hecho esa materialización adoptó una diversidad de

maneras en cada grupo humano alrededor del mundo. Sin lugar a dudas, aquellos pueblos con mayor tradición comercial desarrollaron este «artilugio» para su expansión económica; basta recordar a los fenicios y la sólida hegemonía mercantil que ostentaron en la antigüedad. En este sentido, no podemos dejar de nombrar al Imperio Romano, donde surge el nombre de «dinero», que refiere a la palabra de origen latino *denarius*, la cual era una moneda que circulaba a lo largo de los territorios ocupados por una de las más importantes civilizaciones de la antigüedad. El término *moneta* es el predecesor de «moneda» y refiere al lugar donde se acuñaban en la antigua Roma, el templo de Juno Moneta.

EL DINERO Y SU SIMBOLOGÍA

Lidia, antigua región de Asia Menor, situada en los valles de los ríos Hermo y Caistro («Lidia», *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 98*), fue el lugar donde se acuñaron las primeras monedas, aproximadamente en el siglo VIII a.C. Durante el reinado de Creso, las conquistas lidias convirtieron el reinado en un importante imperio que junto con su fértil geografía y los ricos yacimientos de metales preciosos como el oro y la plata estimularon, sin duda, su expansión comercial a lo largo del mundo conocido. La utilización de la moneda como un instrumento de intercambio presumiblemente se propagó no sólo por las actividades comerciales del pueblo lidio sino por haber sido éste absorbido por imperios más poderosos que posteriormente desarrollaron aún más la distribución del símbolo monetario. Primero Persia, luego Alejandro Magno de Macedonia y posteriormente el Imperio Romano hacia 135 a.C., durante el imperio de Diocleciano, contaron entre su territorio a esta región del Asia Menor.

La moneda comenzaba así su gran escalada que aun hoy se desarrolla a lo largo de todo el planeta.

Con el fin de escapar al etnocentrismo cultural (Lindgren, 1992), que define el concepto de «moneda» como un trozo de metal acuñado, debemos ampliar nuestro punto de vista a los aportes que la antropología ha venido haciendo sobre el tema.

El ser humano a lo largo de la historia y condicionado a su contexto se

ha valido de diferentes medios que le permitieran realizar intercambios con otros. De esta manera, tal como plantea Moreno Feliu (1991), el dinero ha tomado formas diferentes en los distintos ámbitos geográficos: conchas de moluscos en lugares tan distantes como América del Norte, Africa occidental o en las Islas del Pacífico; las cuentas de cristal, barro o porcelana también han circulado como dinero entre distintos pueblos del globo, entre ellos el egipcio o los habitantes de las islas Belau. La sal es otro producto que se relaciona con el comercio, y fue utilizada tanto por Etiopía en épocas anteriores a la colonización italiana como por los romanos en la antigüedad, los cuales pagaban a sus tropas por este medio, de donde proviene la palabra *salario*.

La intención meramente expositiva de estos ejemplos permite vislumbrar la amplitud del tema, pero a la vez es un indicio importante para considerar al dinero como un fenómeno universal dentro de la actividad humana.

Como hemos podido observar, el único límite que tiene el dinero es el mercado. Mientras que la circulación de conchas de moluscos estaba circunscrita a pequeñas islas en el Pacífico, monedas como el *dinar* eran utilizadas por los pueblos que se hallaban bajo la hegemonía, tanto militar como comercial, del Imperio Romano en el mundo antiguo. En la actualidad, el mercado es uno solo, y gracias a ello el dinero es el Rey.

La moneda no sólo satisface la necesidad de establecer intercambios comerciales sino que se constituye en la imagen del poder al ofrecer su fértil campo a los atributos impuestos por los hombres.

Desde sus orígenes, la moneda ha sido un medio de expresión del poder que la acuña, ya sean ciudades, monarquías o repúblicas. La marca que la garantiza, y que llamamos «tipo», es elegida cuidadosamente por las autoridades, para que sus mensajes sean comprendidos por cualquier persona en cualquier lugar.

Por ello, en la cara más importante, el anverso, suele fijarse tipos emblemáticos como dioses, símbolos, divisas o escudos representativos de la autoridad. Pueden ser «tipos parlantes», símbolos tomados de su propio

nombre, como la foca y el león en las ciudades griegas de Foga y Leontini, el castillo en Castilla; dioses o santos protectores, hechos de la historia local, o personificaciones de países como Hispania, Britania o Helvetia. Según Lindgren (1992), plasmar en la moneda escenas rituales, tradiciones o intereses compartidos en eventos públicos permitía estimular el grado de identificación de los súbditos. En esos casos se conseguía un resultado doble: consolidar la identidad étnica e integrar a la comunidad.

Pero la imagen del poder más habitual es el retrato del gobernante. En la moneda antigua se generaliza con las magníficas imágenes de los monarcas helenísticos y los emperadores romanos. En la Edad Media, sin embargo, no hay auténticos retratos, pues se representa a los reyes como tales, no como individuos. La tradición del retrato personal se recuperó en el Renacimiento, y se ha perpetuado hasta hoy como algo consustancial a la moneda.

También encontramos escenas históricas y legendarias, siempre con una clara intención política.

Cuando no existían los medios de comunicación actuales, la moneda era el vehículo oficial de información y propaganda. Un caso particular lo constituyen las monedas acuñadas por los musulmanes, ampliamente difundidas en Occidente durante la extensa ocupación árabe de la península Ibérica. Afirmando la importante incidencia religiosa de este pueblo, los «tipos» o caras de las monedas no referían a gobernantes o monarcas sino a los versos del Corán. La explicación es sencilla: «Dios hay uno solo, Alá, y Mahoma es su profeta». El islamismo prohíbe la adoración de imágenes. La fórmula principal del islamismo no permite anteponer el poder de un rey a las leyes sagradas. De esta manera, la moneda se constituía en un medio de comunicación y expansión de la fe musulmana.

Del significado místico o religioso del dinero podemos encontrar ejemplos en las sepulturas egipcias. Con la creencia de la vida después de la muerte, este pueblo enterraba a sus muertos con sus mejores pertenencias, junto con alimentos y dinero, para facilitar su tránsito hacia la eternidad. En otro caso, los chinos confeccionaban espadas y amuletos con monedas perforadas unidas por una fina cuerda. Según ellos, la espada tenía el poder de alejar a los espíritus malignos.



Fotografía 2 : Amuleto realizado en China con monedas. S. XIX



Fotografía 3 : Dirham emiral de Al-Hakam I. Acuñado en al-Andalus, en el año 202 de la Hégira.

Los ejemplos anteriores muestran que el dinero no es simplemente un medio de intercambio; ha adquirido un estatus superior que va mas allá de la definición que la ciencia económica, mayoritariamente, le ha impuesto. A lo largo de los tiempos el dinero ha adquirido un sinfín de significados. Se lo vincula, sin lugar a dudas, con el poder, pero es también comunicación y un elemento de cohesión e integración social, ha prestado sus servicios a la expansión religiosa y ha sido para los antiguos egipcios sinónimo de eternidad, como para los chinos de la era medieval seguridad y protección ante la ira de los espíritus malignos.

Este es el punto de partida que Furnham y Lewis defienden cuando proponen como una de sus ideas principales que el dinero es un símbolo rico y complejo.

Esta perspectiva, desde la cual se intenta focalizar al dinero en el contexto de la psicología social económica, toma la idea de su dimensión simbólica.

INTERACCIONISMO SIMBÓLICO Y CONDUCTA ECONÓMICA

El hecho de que el dinero sea un fenómeno universal, tal como lo indica su aparición, a lo largo de todas las épocas, en el seno de diferentes culturas y agrupaciones humanas en todo el planeta, es una pauta importante de su entidad como símbolo. Esta afirmación se apoya básicamente en que un símbolo es un hecho social compartido y que responde al abordaje o solución de situaciones concretas en el seno de un grupo social, tal como po-

drían expresarlo los representantes de la filosofía pragmatista, en la cual abrevia la teoría de George Mead.

El enfoque teórico de Mead está estrechamente relacionado con el pensamiento de Charles S. Peirce, William James y sobre todo de John Dewey, los representantes más conocidos de la filosofía pragmatista norteamericana, aparte que tiene vínculos estrechos con las ideas a consecuencia de los trabajos de los empiristas británicos Hume, Locke y Berkeley.

El origen del pragmatismo puede encontrarse en la idea esencial de que un fenómeno tiene significado solamente si puede aplicarse directa o indirectamente a una situación específica. Para esta tradición, el hombre se encuentra en constante interacción con el ambiente que le rodea y selecciona de manera voluntaria los estímulos a los cuales va a responder. En este sentido, los pragmatistas estudiaron con gran interés los efectos que tiene la comunicación en las relaciones y los significados de los signos que se utilizan en la exposición de las ideas.

Las ideas pragmáticas se remontan a la Ilustración con la decadencia de las creencias morales como normas de conducta de la condición humana. Decadencia que vino de la mano de los crecientes conocimientos por medio de los descubrimientos científicos. Los pragmáticos rechazaron las ideas y juicios de valor de los filósofos morales tradicionales y argumentaron también que la búsqueda de significados por el hombre debería centrarse en términos que intenten identificar y clasificar el mundo de manera que puedan ser verificados científicamente.

James y Peirce señalan que el hombre, más allá de estar atado a la tradición «moral», debería actuar con miras a reflejar un deseo de perpetuar aquellos ideales que son pragmáticos para sus propios fines en la sociedad. En este sentido, el hombre sólo es responsable de las acciones que se enmarcan en esas restricciones.

Mientras que los *empiristas* proponían la noción de que un concepto carecía de significado a menos que se origine a través de algún tipo de sensación o percepción sensorial, el salto cualitativo que dieron los *pragmáticos* consistió en sugerir que un concepto carecía de significado si no podía

ser aplicado de forma directa o indirecta. Por lo tanto, según estos últimos, una creencia es verdadera sólo si posee utilidad. Así como se descartó el trasfondo divino en los sucesos fundamentales de los hombres, se dejó de lado toda discusión sobre aquellas cosas abstractas o vagas y se les brindó mayor consideración a las concretas. Un ejemplo de esto puede verse en los trabajos de Charles S. Peirce. Su interés en los hechos observables de la comunicación le llevó a proponer una teoría de los signos. En ella realizó una clasificación exhaustiva de aquellos elementos que permiten sustituir o reemplazar sistemáticamente los conceptos confusos por conceptos claros en el acto comunicacional. Su definición de «signos» tiene la contundencia de lo simple: un signo es aquello que se establece o está en vez de otra cosa.

Mead se hace eco de este pensamiento y realiza estudios con la intención de identificar los significados, signos y comunicaciones que se establecen en las acciones sociales, con la intención de comprender a la sociedad y al hombre como parte de ella.

En esta línea, James intentó descubrir los significados de los hechos. Argumentaba que con la correcta interpretación de los hechos se pueden lograr y afirmar relaciones satisfactorias con nuestros ambientes.

Con esta base como principio, pensadores como James, Thomas, Dewey, Mead, Cooley y Blumer recogieron la esencia del pensamiento pragmático y formularon una teoría de la acción social.

La premisa básica de todas las ramificaciones teóricas que parten de esta tradición específica que la realidad social no existe de por sí, independientemente de los sujetos, sino que sólo es explicable con base en las acciones intersubjetivas de las personas y de sus actos interpretativos y de los actos humanos, que a la vez son constitutivos para el mundo social.

Los actos sociales permiten la transmisión de sentido y significados por medio de símbolos. Estos símbolos son el producto de la comunicación y tienen el mismo significado para todos los componentes en la interacción simbólica. Sin lugar a dudas, los símbolos significativos más importantes son las palabras (Collier y col. 1991, p. 399), debido sobre todo a la versatilidad de su uso. El lenguaje está compuesto por gestos significativos alta-

mente especializados, producto de la interacción humana, los cuales permiten nombrar objetos o situaciones aunque no estén presentes. Esta capacidad de abstracción que brinda la palabra es un instrumento esencial al momento de manipular situaciones hipotéticas.

El hecho de que el lenguaje sea un producto social supone la transmisión del mismo por el contacto con otros «hablantes» de la misma cultura; el uso común de palabras dentro de un mismo grupo implica que sus significados son compartidos. La forma en que un sujeto organiza y percibe la realidad está en gran medida determinada por el lenguaje que utiliza, debido a que éste vehiculiza aspectos culturales, normas, roles y comportamientos propios del grupo de pertenencia.

La forma en que nos comportamos socialmente está, de esta manera, fuertemente condicionada por los gestos significativos (símbolos) construidos en el grupo de pertenencia, que nos permiten interpretar la realidad, y por lo tanto actuar.

Las conductas económicas son un tipo específico de conductas sociales, y lo son porque se *«producen según las interacciones que se establecen entre los agentes económicos»* (Quintanilla, 1998, p. 61). Se puede afirmar con cierto grado de seguridad que gran parte de las características simbólicas del dinero se desarrollan y establecen dentro de este tipo de conductas sociales.

Otro aspecto importante que surge de la idea del carácter interactivo y simbólico de las conductas económicas, cuya manifestación no sólo se da a nivel individual sino que atañe a estratos más amplios como el colectivo o transcultural, consiste en que cada grupo social puede atribuirles determinados aspectos particulares a los símbolos que construye, y éstos, a su vez ser factores de cambio social. La idea de que la sociedad no es una entidad estática sino que cambia y evoluciona por medio de la interacción social ya había sido sugerida por Katona (1975) al sostener que la economía influye sobre la conducta económica y ésta, recíprocamente, sobre la economía. En palabras de Quintanilla: *«Con nuestras conductas vamos edificando un contexto económico que, a su vez, delimita nuestra conducta social y económica»* (1997, p. 29).

Cada sistema social posee símbolos significantes que aluden a la forma de actuar de cada grupo. Asumir la perspectiva de los otros, por medio de la experiencia de actuar en distintos roles sociales, le permite al individuo el manejo de estos símbolos y adoptar la actitud de la comunidad. Esta asunción del punto de vista del otro es lo que Mead denomina el «otro generalizado», y es, a la vez, una parte importante para la constitución de la identidad. El «otro generalizado» es una reconstrucción activa e intersubjetiva, ya que el individuo asume los roles sociales en interacción con sus propias necesidades. En esta dinámica de aspectos externos e internos, el individuo desarrolla un sí mismo en sentido pleno atendiendo a la respuesta general organizada del ambiente social (Sánchez de la Yncera, 1994).

En resumidas cuentas, el dinero puede no significar lo mismo para un alto ejecutivo que se caracteriza por realizar inversiones en bolsa que para un empleado que tiene restringido su ingreso a su salario, o para un estudiante universitario que depende económicamente de sus padres. Esto se debe al hecho de pertenecer a un determinado grupo social que determina el manejo e interpretación de los distintos símbolos que le son propios.

DINEROS ESPECIALES

Simmel nos permite reconocer las características subyacentes a las funciones que el dinero cumple en la vida del hombre cuando sustenta la existencia de una filosofía del dinero basada en la búsqueda de representar aquellos presupuestos que le otorgan sentido y entidad práctica en dimensiones tan dispares como «*la estructura espiritual, en las relaciones sociales, en la organización lógica de las realidades y de los valores*» (1958, p 10). El sentido y el significado interno del dinero descansan sobre conexiones de carácter conceptual, psicológicas y éticas.

Sin lugar a dudas, el abordaje del complejo entorno temático del dinero exige también la utilización de diferentes «lentes» para su lectura e interpretación.

La perspectiva económica tradicional con la cual se ha estudiado el fenómeno que constituye el dinero, le confiere a éste funciones prácticas e instrumentales y deja de lado su capacidad continente de significados y

sentidos atribuidos por los seres humanos a lo largo de la historia.

Se hace necesario desplazar el punto de vista desde las ciencias económicas hacia perspectivas más amplias que incluyan distintas disciplinas, como la antropología, la filosofía, la historia y la psicología, para el estudio del dinero. Al decir de Galbraith, «*el estudio del dinero es, de todos los campos de la economía, el único en que se emplea la complejidad para disfrazar o eludir la verdad, no para revelarla*» (1996, p. 13).

De todas maneras, una definición del dinero debe observar el planteo de los economistas, por lo que tomaremos lo que Polanyi denominó «los usos del dinero», que no son otra cosa que sus funciones:

- *El dinero como medio de cambio.* Como el pensamiento de algunos economistas parece indicar y la extendida creencia popular sostiene, ésta es la función básica del dinero. En la práctica, es la aceptación social de un objeto que permite el pago de bienes y servicios.
- *El dinero como patrón de valor.* Es un denominador común o unidad de cuenta en términos del cual se miden y expresen regularmente los precios de bienes y servicios.
- *El dinero como medio para atesorar riquezas.* Esta función es muy controvertida dentro del ámbito de la economía, ya que algunos autores la señalan como la función originaria. Otros autores defienden la postura que acumular riqueza debe haber precedido al uso del dinero como medio de cambio. Keynes (1930) aportaba la dimensión temporal al afirmar que la importancia del dinero se apoyaba en ser un nexo entre el presente y el futuro. La posibilidad de acumular riqueza es, precisamente, ese nexo.

Sin embargo, diversos estudios, en el ámbito de la antropología y la sociología, permiten sostener que el mero hecho de ser posibles de atesorarse no convierte a los objetos en dinero, esencialmente por que pueden no ajustarse a las características de un patrón valor. Este fenómeno se repite tanto en sociedades capitalistas como en otras. Un ejemplo frecuente es la obtención de obras de arte o joyas para atesorar riqueza, actividad muy

extendida actualmente entre instituciones bancarias. Efectivamente, las obras de arte atesoran pero no pueden considerarse dinero, por su falta de homogeneidad, junto con la imposibilidad de evaluarlas según peso y tamaño, por lo que resulta imposible ajustarlas a cierto grado de uniformidad, o sea, a un patrón valor. Precisamente, su condición de objeto único es el fundamento de su valor.

Rist (1940) pudo comprobar que en algunas situaciones particulares dentro de una sociedad, el papel moneda puede perder su atributo de medio de cambio. Sus investigaciones en presencia de hiperinflación y posguerra le permitieron observar que la gente rechaza un papel moneda depreciado y prefiere otros objetos que le permitan mantener su riqueza. El resultado inmediato es la pérdida de la función de medio de cambio del papel moneda.

Mientras que esto puede suceder con el dinero «moderno», en otro tipo de sociedades no desarrolladas, desde el punto de vista capitalista, el hecho de que un objeto permita acumular riqueza impide, a su vez, que éste pueda ser utilizado como medio de cambio. Es el caso de ciertas sociedades pastoriles del África oriental, donde la pertenencia de ganado es un factor de riqueza, aunque se lo considera tan valioso que no sirve como medio de cambio.

- *El dinero como medio de pago y de pagos postpuestos.* Parece evidente, a través de la lectura de diversos textos de economía, la existencia de tres estadios en la evolución de la misma. Al principio, la economía natural, en la que se puede ubicar sistemas primarios de comercialización como el trueque, luego, con la aparición de la moneda, aproximadamente en el siglo VIII a.C., surge una economía de dinero, junto con el aumento de complejidad a nivel de intercambio comercial, por último, la economía de crédito o el pago postergado, atributo del dinero moderno. Sin embargo, estudios realizados por antropólogos permiten rebatir esta manera de entender el desarrollo económico. De ellos se desprende que el crédito fue anterior al dinero, ya que nada permite sostener que las transacciones en la antigüedad, como hoy en día, hayan tenido que ser de manera inmediata. De hecho, en cualquier tipo de reciprocidad, hasta que no se realiza la contrapartida puede presumirse el crédito. «No hay

datos que hagan presuponer que la función de medio de cambio ha sido fundamental en el origen y utilización del dinero en otros sistemas sociales» (Moreno Feliu, 1991, p. 7).

En nuestro sistema, estas cuatro funciones son ejercidas por un mismo objeto, pero, como hemos podido vislumbrar, esto no es así en otros sistemas sociales, en los cuales puede que el objeto que se utiliza como medio de cambio difiera del que se usa para atesorar riqueza. Así, existen dineros que se utilizan como instrumento de pago en situaciones no comerciales en distintas esferas sociales, como por ejemplo, pagos ceremoniales-religiosos, entre los que se cuentan los pagos para sacrificios o el pago a especialistas por efectuar ciertos ritos (mágicos o funerarios).

El modelo de dineros especiales propuesto por Zelizer (1989) se apoya en los elementos extraeconómicos que delimitan el fenómeno del dinero y que son la base social del mismo. Recorriendo así el camino abierto por la antropología en sentido contrario a lo que Barber (1977) denominó *«la absolutización del mercado: la ilusoria asunción que el mercado de cambio es libre de obligaciones culturales o sociales. Y el dinero, como la mayor representación material del mercado de cambio, parece eminentemente exceptuado de influencias extraeconómicas»*.

Zelizer destaca la transformación dialéctica que el dinero genera. El dinero permite transferir a equivalentes numéricos en efectivo no sólo artículos sino también valores y sentimientos, pero el dinero en sí mismo es transformado en el proceso.

El modelo utilitario tradicional del mercado define las funciones y características del dinero en términos estrictamente económicos; en contraposición, la propuesta de Zelizer asume diferentes supuestos:

1. Mientras el dinero sirve como una herramienta racional clave del moderno mercado económico, también existe fuera de la esfera del mercado y está profundamente conformado por factores estructurales, sociales y culturales.
2. Hay una pluralidad de diferentes tipos de dinero, cada tipo de dinero

- está formado por un grupo particular de factores sociales y culturales, y es de este modo cualitativamente distinto. El dinero de mercado no escapa a las influencias extraeconómicas, pero es, de hecho, un tipo especial de dinero, sujeto a influencias culturales y sociales particulares.
3. El listado económico clásico de funciones y atributos del dinero, basado en el supuesto de un propósito general único del dinero, es de este modo estrechamente inadecuado.
 4. La supuesta dicotomía entre el dinero utilitario y los valores no monetarios es falsa, pues bajo ciertas circunstancias podría ser tan singular y no intercambiable como el objeto más personal o único.
 5. Dado el supuesto anterior, la alegada libertad y el incontrolable poder del dinero se convierten en supuestos insostenibles. La estructura social y cultural agrupa límites inevitables para el proceso monetario introduciendo controles y restricciones profundas tanto en el mismo dinero como en su circulación. Los factores extraeconómicos restringen sistemáticamente y forman: a) los usos del dinero, destinando, por ejemplo, ciertos tipos de dinero para usos específicos; b) los que usan el dinero, designando personas diferentes para manejar dinero específico; c) la distribución del sistema de cada dinero particular; d) el control de tipos diferentes de dinero, y e) las procedencias del dinero, vinculándolas a usos específicos.

La influencia recíproca que se ha producido entre cultura-sociedad y dinero puede confirmarse en las mutaciones (Weatherford, 1997) que este último ha sufrido a lo largo de la historia, lo cual ha afectado la manera en que las personas lo han resignificado. La naturaleza y los usos del dinero en cada época responden, como hemos visto, no sólo a aspectos económicos sino también a una serie de variables de corte social y psicológico.

La invención de la moneda, tres mil años atrás, se corresponde con la explosión del primer sistema de mercado libre y abierto que desencadenó o por lo menos estimuló el rápido florecimiento de las culturas clásicas del Mediterráneo, por un lado, pero también significó la gradual decadencia y posterior desaparición de los grandes imperios tributarios de la historia.

Había nacido un nuevo soberano, el sistema monetario, y un tipo diferente de mercado hasta ese momento desconocido.

La segunda mutación comenzó en Italia en el siglo XIV y se difundió por el resto de Europa durante los siglos XV y XVI, con el desbordante florecimiento de los bancos. En ese contexto es destacable la grandeza que los Médicis obtuvieron fundamentalmente por ser agentes fiscales de la Santa Sede, así como la notoriedad de las casas de banca de Venecia y Génova, reconocidas precursoras de los bancos comerciales modernos, junto con bancos de depósitos, en un número de cien o más, que fueron fundados en ese período y que tuvieron diferentes grados de estabilidad (Galbraith, 1996).

El Renacimiento no sólo se caracterizó por el desarrollo del mecenazgo de la educación, de las artes y de la música, sino porque en este período la fragmentaria sociedad feudal de la Edad Media, caracterizada por una economía básicamente agrícola y una vida cultural e intelectual dominada por la Iglesia, se transformó en una sociedad dominada progresivamente por instituciones políticas centralizadas, con una economía urbana y mercantil. Progresivamente, la banca y su invento, el papel moneda, fueron socavando la estructura feudal hasta derribarla, «[...] alteró las bases de la organización social, haciéndolas orbitar desde los títulos hereditarios a la posesión de dinero» (Weatherford, 1997 p17). A lo largo del Renacimiento y posteriormente, en la efervescencia de la revolución industrial, empezó la gestación de un nuevo orden: el sistema capitalista, la representación más importante del mundo moderno. Es en este período en el que el dinero cobra un protagonismo social sin parangón hasta el momento. Marx lo define no ya como un artificio instrumental entre los individuos y los objetos sino como un modulador en las relaciones interpersonales: «Como el "dios entre mercancías", el dinero emerge como el último objetivador, borrando toda conexión subjetiva entre objetos e individuos y rebajando las relaciones personales a calculadas ataduras instrumentales» (Marx [1958-59] 1973 , p. 221).

En la actualidad estamos viviendo la última fase de la revolución monetaria: el dinero electrónico y virtual. Aunque los cambios más profundos de esta nueva manera de concebir el dinero todavía no se han concretado, debido a que no ha logrado su máxima expansión, actualmente existen algunos fenómenos que pueden darnos pistas de su derrotero. Weatherford se permite arriesgar hipótesis con respecto al alcance que el dinero electró-

nico tendrá en la sociedad posmoderna: «[...] *el nuevo dinero engendrará cambios profundos en los sistemas políticos, en la configuración de empresas comerciales y en la estructura de clases*» (Weatherford, 1997 p. 17). El *ghetto* del efectivo es uno de los fenómenos más evidentes de estos cambios profundos. El dinero en efectivo, paradójicamente, se ha ido convirtiendo en un «dinero especial». Estudios antropológicos en comunidades pobres mostraron la tendencia significativa de los individuos a concretar múltiples y pequeñas transacciones que se llevaban a cabo casi exclusivamente al contado. El apoyo en la liquidez se convierte así en uno de los rasgos de la cultura de la pobreza, en la que el acceso al crédito está cada vez más restringido. Mientras que las clases medias o altas de una sociedad distribuyen cada vez más sus ingresos por medio de tarjetas magnéticas o domiciliaciones bancarias, las personas económicamente desfavorecidas se convierten en los vehículos más idóneos de la circulación del dinero en efectivo.

DISCUSIÓN

Este artículo tiene como finalidad contribuir al estudio del este fenómeno que afecta de manera tan dispar a todos los seres humanos no sólo a nivel material sino en su dimensión simbólica. Para abordar este complejo tema, adoptamos diferentes «focos». Por ello, además del punto de vista psicológico, este trabajo ha sido desarrollado con base en la perspectiva de la historia, la antropología, la sociología y la economía; aunque en ningún caso se ha querido plantearlo como algo exhaustivo, sino más bien en construcción.

Creo haber podido esbozar la importancia que puede tener este tema para su profundización desde la psicología social, y particularmente desde la psicología económica, como tributaria de ésta.

Por último, quiero indicar que éste no es sólo un planteo teórico sino que sus aplicaciones se dibujan con claridad en el desarrollo científico. De hecho, existen trabajos realizados en esta área como la investigación internacional *Psychology of the European Monetary Union. A cross-national study of attitudes toward the Euro*, llevada a cabo en el verano de 1997 por un grupo compuesto por investigadores de cada uno de los 15 países que componen la Unión Europea. En España, el equipo de investigadores comprometido con el proyecto estuvo integrado por miembros de la Unidad de

Investigación de Psicología Económica y del Consumidor (UIPEC) de la Universidad de Valencia. En ese estudio se profundizó en los aspectos cognitivos, emocionales y culturales que inciden en la actitud de los europeos hacia la nueva moneda, el euro. Y cómo el cambio de un símbolo nacional (por ejemplo, la peseta) por uno europeo afecta la identidad de los españoles.

El dinero ha sido un factor poco estudiado por los psicólogos sociales. Quizás sea tiempo de empezar a prestarle más atención en vista de su repercusión en la dinámica social. No deja de ser un reto interesante.

Bibliografía

- BARBER, Bernard (1977). «The absolutization of the market: Some notes on how we got from there to here». En: ZELIZER, Viviana A. (1989). *The social meaning of money: «Special monies»*. AJS, Volume 95, N° 2 (342-77).
- COLLIER, G., MINTON, H. y REYNOLDS, G. (1996). *Escenarios y tendencias de la Psicología Social*. Tecnos.
- FURNHAM, A. (1984). «Many sides of the coin: The psychology of money usage». *Person. Individ. Diff.* Vol. 5, N° 5 (501-509).
- GALBRAITH, John K. (1996). *El dinero*. Ariel.
- KATONA, G. (1975). «Psychological economics». En: QUINTANILLA PARDO, Ismael (1997). *Psicología Económica*. McGraw-Hill.
- KURT, Hans (1963). *Historia del dinero*. Ferma.
- LINDGREN (1992). En: LUNA-AROCAS, Roberto (1998). *Dinero, trabajo y consumo*. Promolibro.
- MORENO, Feliu, Paz (1991) *¿El dinero?* Cuadernos de Antropología, 11. Anthropos.
- MÜLLER-PETERS, A., PEPEMANS, R., KIELL, G. et al. (1998). «Explaining Attitudes towards the Euro. Design of a Cross-National Study». *Journal of Economic Psychology*, 19, 663-680.
- QUINTANILLA PARDO, Ismael (1997). *Psicología Económica*. McGraw-Hill.
- RITS, Ch. (1940). «History of monetary and credit theory». En: MORENO FELIU, Paz (1991) *¿El dinero?* Cuadernos de Antropología, 11. Anthropos.
- SÁNCHEZ DE LA YNCERA (1994). En: RADL PHILIPP, Rita María (1996). *Sociología crítica: perspectivas actuales*.
- SIMMEL, George (1958). *Filosofía del dinero*. Madrid, Instituto de Estudios Políticos.
- WEATHERFORD, Jack (1997). *La historia del dinero: De la piedra arenisca al ciberespacio*. Editorial Andrés Bello.
- ZELIZER, Viviana A. (1989). The social meaning of money: «Special monies». AJS, Volume 95, N° 2 (342-377).