

LA IMPORTANCIA DE LA NUEVA SOCIOLOGÍA ECONÓMICA

Félix Requena Santos

Académico de Mérito de la Academia Malagueña de Ciencias
Conferencia de apertura de curso del Instituto de Academias de Andalucía

Este texto se basa en los materiales de la "Presentación: Fundamentos conceptuales de la Sociología Económica", realizada para el libro de Mark Granovetter (2019) *Sociedad y Economía*, Madrid, CIS.

Excmo. Señor presidente del Instituto de Academias de Andalucía. Excmo. Sr. Alcalde de Málaga. Excmo. Señor presidente de la Academia Malagueña de Ciencias. Excmos. Señores presidentes de Academias. Sras. y Sres. Académicos. Señoras y Señores. Amigos y amigas.

Hoy quiero contarles la importancia que tiene la Nueva Sociología Económica en el estudio de los fenómenos económicos.

Aunque voy a hablar de la Nueva Sociología Económica, sin embargo, la Sociología económica no es nueva en absoluto. Ya los primeros sociólogos, los padres de la Sociología, como Pareto, Durkheim, Simmel, o Weber, que fueron los fundadores de la Sociología clásica, a finales del siglo XIX y principios del XX, entendían los fenómenos sociales y económicos como procesos interrelacionados. También, importantes economistas, como Schumpeter, enfatizaron la importante relación entre Economía y Sociología.

Por ejemplo, Weber consideraba el hecho económico como un hecho social en la medida en que la búsqueda de bienes escasos obliga al agente a tener en cuenta los comportamientos de los otros agentes económicos y el sentido que éstos dan a su acción (STEINER 2015: 25). También es de sobra conocida la tesis de Weber sobre *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, cómo los valores culturales propios del ascetismo religioso calvinista propiciaron la acumulación de capital necesaria para la formación de las empresas capitalistas. Es decir, la sociología económica de Weber combina el

comportamiento guiado por el *interés* y el que depende de las *relaciones* existentes entre los actores.

Porque, señores, qué es el mercado, sino un conjunto institucionalizado de relaciones sociales donde se establece un tipo concreto de *vínculo social*, el de "vendedor y comprador".

Sin embargo, esta forma de entender la economía y la sociología se fue perdiendo a lo largo del siglo XX. Durante este siglo tanto la economía como la sociología se han visto mutuamente como esferas separadas y relativamente autónomas o, incluso, como *esferas hostiles*. El propio Parsons, el padre del funcionalismo en sociología, reconocía en su libro de 1956, *Economía y sociedad* (PARSONS & SMELSER 1956) que la síntesis potencial entre los enfoques económicos y sociológicos no se había materializado nunca.

Realmente, durante este tiempo, no se ha producido ningún intento de integración teórica entre ambas disciplinas. Tan solo el intento de expansión solitaria de cada una de ellas: la economía expandiendo su poder explicativo y la sociología tratando de poner a prueba el poder explicativo del enfoque económico (ZELIZER 2015: 440).

El propio Gary Becker en la conferencia de París en 1970, rechazaba explícitamente los factores no económicos como los valores y las normas sociales, como "explicaciones del comportamiento *ad hoc* e inútiles" (LÉVY-GARBOUA 1979: 18).

Es verdad que se han producido islas en este planteamiento. Ya que estamos en Málaga, me referiré a nuestra Facultad de Ciencias Económicas. Allá por el año 1964-65, la entonces Universidad de Granada, puso en pie su Facultad de Ciencias Económicas en la ciudad de Málaga; y precisamente para montar la Facultad, la Universidad de Granada nombra a un Catedrático para esa tarea, lo que

se llama un Decano Comisario, que consiste en un decano al que se le encomienda la puesta en marcha de una Facultad y cuando ya está funcionando, entonces se elige uno definitivo con las elecciones a Decano. Pues bien, este catedrático nombrado a estos efectos no fue un catedrático de Economía, sino un catedrático de Sociología, el Profesor José Jiménez Blanco fue el primer decano de la Facultad de Económicas y también el fundador del Departamento de Sociología de Málaga. Más tarde, cuando en 1972 se crea la Universidad de Málaga, ya existía la Facultad de Económicas y el Departamento de Sociología (el más antiguo de Andalucía y uno de los más antiguos de España).

El profesor José Jiménez Blanco, era un sociólogo de la escuela de Durkheim y Weber, que entendía la economía y la sociología bien intrincadas mutuamente. No se pueden explicar los fenómenos económicos si no se explican en el seno de la estructura social.

De hecho, la sociología siempre ha estado muy presente en el plan de estudios de nuestra Facultad. Actualmente, es importante el esfuerzo del actual decano, el profesor Eugenio Luque, por introducir un itinerario de Sociología como especialidad en el grado de Economía.

Pero la fuerza de las circunstancias ha hecho que la realidad de la Sociología económica comenzara a cambiar a partir de la siguiente década. Será en los años 1980 cuando comienza el viraje hacia lo que podemos llamar la Nueva Sociología Económica. A la que voy a hacer referencia a continuación.

La Nueva Sociología Económica descansa en dos premisas fundamentales (GRANOVETTER 1990: 89-112).

1. La acción está siempre socialmente situada y no puede ser explicada haciendo solamente referencia a los motivos individuales.

2. Las instituciones sociales no surgen automáticamente tomando una forma ineludible, sino que están *construidas socialmente*.

Estas dos ideas son decisivas. La sociología económica enlaza el análisis sociológico y económico para explicar los hechos socioeconómicos de una forma más

amplia de lo que lo hace la teoría económica (STEINER 2015: 40).

Qué entendemos por Nueva Sociología Económica. La sociología económica es el estudio de la organización social de los fenómenos económicos, incluidos los relacionados con la producción, el comercio, el ocio y el consumo. Estos fenómenos, que no están necesariamente mediados por pagos monetarios, y otros que tradicionalmente se han considerado que no deben tener pagos económicos, pueden ser entendidos mucho mejor desde un planteamiento sociológico; éstos pueden observarse en varios niveles de análisis, desde el individual, grupal, familiar, de la organización, la red, el mercado, la industria, la nación, hasta el sistema mundial.

La sociología económica busca comprender los fenómenos económicos en sus contextos sociales y culturales, sin caer en una de las trampas más comunes del análisis económico:

Esta falacia es que lo social es un reino separado de lo económico. La actividad económica tiene una base social de forma que no se pueden evaluar los fenómenos económicos sin comprenderlos en el seno de una cultura, unas estructuras institucionales, unos símbolos y unas redes de relaciones entre los actores que la conciben y le dan forma (GUILLEN *et al.* 2003: 6).

No podemos caer en el reduccionismo de que la búsqueda de la maximización de la utilidad es una variable estrictamente económica. Este reduccionismo oculta la comprensión real de los fenómenos económicos.

La Nueva Sociología Económica pone de manifiesto que las fuerzas sociales a menudo afectan a la suposición de una racionalidad estricta; hay que descartar la creencia, asumida en muchos economistas, de que el conocimiento y las preferencias individuales conducen a secuencias inequívocas de toma de decisiones o acción. La toma de decisión en el mercado, también se ve afectada por las relaciones sociales en las que se inserta el agente que actúa en el mercado. De forma que esto mediatiza su toma de decisión sobre la acción que efectuará en el futuro (GUILLEN *et al.* 2003: 7).

Lo que persigue la Sociología económica es incrementar el conocimiento sobre la

conducta económica en unos niveles de análisis mayores de los del individuo y el grupo. Proponer mejores explicaciones de los procesos agregados, considerando los conceptos sociológicos, tales como ideología, conciencia, moral, efecto del vecindario, confianza, interacción ritual, como conceptos que se convierten en situaciones que afectan a la acción económica.

Además, un enfoque sociológico de los fenómenos económicos pone atención a cómo las clases sociales, el género, la raza, la religión, etc. pueden mediar en los procesos agregados de decisiones económicas. La contribución sociológica aquí es que toda acción no es un resultado o está conformada solo por los motivos del actor individual, sino por unas estructuras sociales, culturales e institucionales donde se encuentra el individuo (GRANOVETTER 2003: 35-60).

Un buen ejemplo sería: las actitudes actuales hacia el consumo responsable y sensible al medio ambiente. Si solo dependiese del interés de la ganancia individual, probablemente no tendría sentido gastar más por un producto ecológico. Sin embargo, éstos tienen una amplia demanda porque las actitudes hacia su consumo se enmarcan en un conjunto de valores y normas morales que implican que dicho consumo repercuta en una contribución personal en algo más importante como es la conservación del medio ambiente.

Como se puede apreciar, la acción y las instituciones económicas funcionan en base a consideraciones sociales, culturales e históricas además de las estrictamente económicas. Se trata de un punto de vista que trasciende las propias fronteras de ambas disciplinas, poniendo de manifiesto la potente relación entre estructura social y economía. La Nueva Sociología Económica enfatiza la importancia que tiene el papel de las normas y de otras construcciones mentales en la economía, la confianza y la cooperación, el poder y su cumplimiento, así como la interacción entre las instituciones y la acción humana.

Veamos algunos conceptos sociológicos que sirven de cemento entre las dos disciplinas (GRANOVETTER 2019).

Es el caso de las **Redes Sociales**, entendidas como redes de relaciones. Los vínculos sociales ponen de manifiesto que los

actores se comportan de acuerdo al resultado de sus posiciones de rol y conjunto de roles. Las personas que interactúan en la economía no son entes aislados, "sino que son trabajadores, supervisores, maridos, esposas, criminales o agentes de la ley que interactúan entre sí" (GRANOVETTER 2019: 18).

Un análisis eficaz de cualquier acción humana, incluida la acción económica, requiere que se evite la atomización que supone los extremos infra- y sobre-socializados. Los actores no se comportan o deciden como átomos fuera del contexto social. Su acción intencional está incrustada en relaciones sociales concretas y culturas sociales determinadas. Las redes sociales constituyen el nivel intermedio crucial que se sitúa conceptualmente entre la acción individual y las instituciones y culturas sociales. Las redes sociales vinculan los niveles micro y macro; es el nivel intermedio el que supone el elemento crucial para entender los procesos económicos.

Las redes sociales en el estudio de los fenómenos económicos también son muy importantes porque son el soporte del capital social, entendido como el conjunto de relaciones cooperativas entre actores sociales que facilitan la solución a los problemas de acción colectiva (REQUENA 2003: 331-360).

El capital social es, también, uno de los conceptos básicos que soporta el estudio de la sociología económica (PORTES 1998) porque aglutina fenómenos como la confianza, el compromiso, las relaciones con los otros; todos ellos excelentes reductores de costes de transacción.

Las redes sociales desempeñan un papel mediador entre el individuo (micro) y la institución (macro) de forma que, apoyándonos en ellas, se pone de manifiesto su importancia en el análisis de aspectos muy importantes de las sociedades, tales como la confianza, el poder, las normas, los valores y el nivel institucional. Precisamente porque las redes sociales son importantes para la explicación de tales conceptos es por lo que desempeñan un papel conceptual fundamental en la explicación de la Sociología Económica.

Por ejemplo, las normas son más claras, se mantienen con más firmeza y son más fáciles de hacer cumplir, cuanto más densa es la red social en la que se mueve el actor social.

Variaciones importantes del concepto de redes sociales en cuanto a su utilidad como concepto explicativo de la economía, son por ejemplo el caso de la “fuerza de los lazos débiles”, o los “huecos estructurales”. La fuerza de los lazos débiles pone de manifiesto que es más probable que la información nueva llegue a las personas a través de sus vínculos más débiles que a través de los fuertes, sencillamente porque los contactos débiles proporcionan información que no es exactamente la misma que la que posee nuestro grupo íntimo, lazos fuertes, éstos tienen prácticamente la misma información que posee el actor determinado. El caso de los huecos estructurales también es relevante porque los individuos que tienen vínculos en múltiples redes, que están en gran medida separadas entre sí, tienen una ventaja adicional sobre aquellos actores que no pertenecen a múltiples redes, ya que pueden hacer de intermediario de la información que fluye entre redes diversas.

Me referiré ahora a los **Elementos culturales: normas y valores**. Las normas y los valores son, asimismo, elementos culturales muy importantes en la acción económica. Sin embargo, las normas y los valores no son algo que hay que tomar como un hecho cultural dado previamente, sino que también se configuran con la actividad económica. Las normas evolucionan en el contexto cultural y económico en el que ejercen su influencia. “Las normas sobre la igualdad en la distribución, por ejemplo, pueden ser importantes en muchos contextos, pero en qué consista su papel real en un auténtico sistema económico depende mucho de lo que otras instituciones y normas proporcionen a su contexto” (GRANOVETTER 2019: 40). Estamos, de nuevo, en la intersección entre disciplinas, en este caso, cultura, economía y derecho.

Asimismo, las normas están muy vinculadas con las redes sociales. Según la red social en la que se utilice una norma determinada, ésta puede tener externalidades positivas o negativas. Negativas, por ejemplo, en el caso de la lealtad que se produce en las redes de “corrupción”, donde los grupos desarrollan normas de lealtad internas que ponen en desventaja a otros grupos (GRANOVETTER 2007: 152-172). Pero también pueden tener externalidades positivas porque pueden reducir gastos y fricciones en las actividades económicas en general.

O hablemos de la **Confianza**. La confianza y el comportamiento confiable son unos activos cruciales en cualquier relación económica (GRANOVETTER 2019: 56), porque llevan a las personas a cooperar y a actuar de forma más bondadosa y positiva entre sí que lo que pudiera ser la lógica del mero interés propio. La confianza es importante porque, igual que con el capital social, ahorra importantes costes de transacción. Ahorra una gran cantidad de problemas tener un razonable grado de confianza en la palabra del otro. Las personas cooperan en una gran cantidad de circunstancias de la vida social si existe confianza, lo que tiene importantes consecuencias en la vida social y económica. La confianza sirve también para evitar actuaciones cortoplacistas y ayuda a fomentar las relaciones a largo plazo que son mucho más provechosas para las relaciones sociales.

La confianza es la creencia en que la otra persona con la que se interactúa no te causará daño incluso si él o ella está en situación de hacerlo. Es lo que hace que una persona sea “digna de confianza” (GRANOVETTER 2019: 58). Pero la confianza entraña también peligros: por ejemplo, la persona a la que otorgamos confianza tiene importante información sobre nosotros, lo que nos hace vulnerable ante ella. Esto es uno de los riesgos que implica la confianza en el otro. Confiar en el otro es esperar que no te defraudará o no te traicionará. El caso del mercado de diamantes es un excelente ejemplo: los acuerdos se sellan con un apretón de manos y la cohesión en las redes del grupo de mercaderes, junto con su reputación, hacen que se eviten las tentaciones de defraudar al otro.

Hablemos ahora del **Poder**. El poder tiene una gran importancia en la explicación social de la economía. Tomando como base la concepción que Weber hace del poder, se pueden distinguir tres matices importantes en su funcionamiento: el poder basado en la dependencia; el poder basado en la legitimidad; y el poder basado en la capacidad de influir en las definiciones de la situación por parte de los actores, ésta va desde el simple control de la agenda hasta el impacto en las comprensiones culturales de la economía. Estos tres tipos de poder pueden combinarse por parte de los actores, pero cuando en un actor confluyen los tres es cuando verdaderamente se controla la situación.

De nuevo, este concepto tiene una amplia significación dentro del argumento de las redes sociales, porque las diferentes posiciones de poder dependerán de la posición que tenga el actor en su red social; aunque también dependa de otras circunstancias como es el caso de las características individuales. Pero incluso, aunque el individuo tenga unas características especiales que le aboquen a ser poderoso, esas circunstancias están incrustadas en escenarios sociales que definen qué recursos son importantes y cómo se asignan, cómo se concibe la legitimidad de las personas y mediante qué procesos se establecen y se siguen las agendas. Sin entender los marcos pertinentes, las características individuales nos dicen muy poco acerca de cómo se puede ejercer el poder económico (GRANOVETTER 2019: 96).

Todos estos conceptos, a su vez, están relacionados entre sí. Por ello la Nueva Sociología Económica es un entramado teórico para el estudio sociológico de la economía. En base a estos conceptos, se han desarrollado instrumentos teóricos y aplicados para el estudio del capital social y las redes sociales y sus consecuencias en los fenómenos económicos. Gracias a estos planteamientos se ha avanzado sustantivamente en el punto de vista de la economía, más relativa y menos determinante. Por todo ello, se pone de manifiesto el potencial que genera la confluencia de las dos disciplinas. Economía y Sociología, tienen que desarrollar interacciones teóricas y conceptuales, porque cómo señalaban los primeros sociólogos, los fenómenos económicos son fenómenos sociales. Es necesario, así, el desarrollo de la teoría sociológica en el análisis económico. Tomar la relación entre Sociedad y Economía presentándola en toda su complejidad (GRANOVETTER 2019), solo así se puede entender cómo funciona esta relación que beneficia la comprensión latente de los fenómenos económicos.

Muchas gracias y buenos días.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- GUILLEN M, COLLINS R., ENGLAND P & MEYER M (eds.). 2003. *The New Economic Sociology. Developments in an emerging field*. Russel Sage Foundation, Nueva York.
- GRANOVETTER M. 1990. The old and the new economic sociology. In: Friedland R. & Robertson AF. (eds.), *Beyond the marketplace*. Aldine de Gruyter, Nueva York.
- GRANOVETTER M. 2003. A theoretical Agenda for Economic Sociology. In: Guillen M, Collins R., England P & Meyer M (eds.), *The New Economic Sociology. Developments in an emerging field*, Russel Sage Foundation, Nueva York.
- GRANOVETTER M. 2007. The Social Construction of Corruption. In Nee V. & Swedberg R. (eds.), *On Capitalism*. Stanford University Press, Stanford.
- GRANOVETTER M. 2019. *Sociedad y economía*. CIS, Madrid.
- LÉVY-GARBOUA L. (edit.). 1979. *Sociological economics*. SAGE, Londres.
- PARSONS T & SMELSER NJ. 1956. *Economy and Society*. Routledge and Kegan Paul, Londres.
- PORTES A. 1998. Social Capital: Its origins and applications in modern sociology, *Annual Review of Sociology* 24: 1-24.
- REQUENA F. 2003. Social Capital, Satisfaction and Quality of Life in the Workplace. *Social Indicators Research* 61: 331-360.
- STEINER P. 2015. *La sociología económica*. Síntesis, Madrid.
- ZELIZER V. 2015. *Vidas económicas. Cómo la cultura da forma a la economía*. CIS, Madrid.