

Branko Milanovic

Por qué la “crisis del capitalismo” no existe

CTXT, 11 de febrero de 2020.

Traducción de Álvaro San José.

Este artículo se publicó en inglés en [Pro Market](#).

Confundimos el malestar en los países ricos de occidente, que resulta de una distribución desigual de los beneficios de la globalización, con una crisis mundial del sistema económico.

En los últimos tiempos se han escrito un montón de artículos y libros sobre la “crisis del capitalismo” en los que se predice su colapso o superación. Quienes sean lo suficientemente viejos como para recordar la década de 1990 se darán cuenta de que existe un extraño parecido con la literatura que sostenía que el fin hegeliano de la historia había llegado. Esto último se demostró que no era verdad; lo primero, en mi opinión, es una suposición basada en hechos erróneos y un mal diagnóstico del problema.

Los datos de los que disponemos muestran que el capitalismo no está experimentando una crisis. Al contrario, está más en forma que nunca, tanto en términos de extensión geográfica como de expansión hacia nuevas esferas como el tiempo de ocio, o las redes sociales, en las que ha creado mercados completamente nuevos y ha mercantilizado cosas que, históricamente, nunca habían sido objeto de transacción.

El capitalismo, ya sea en Suecia, donde el sector privado da empleo a más del 70% de la fuerza de trabajo, en Estados Unidos, donde emplea al 85%, o en China, donde el sector privado (organizado de forma capitalista) produce el 80% del valor añadido, es hoy en día el modo de producción dominante (o incluso único) en todo el mundo. Evidentemente, esto no era así antes de que cayera el comunismo en el Este de Europa y Rusia, ni tampoco antes de que China se embarcara en lo que se conoce eufemísticamente como su “transformación”, aunque fuera, en realidad, la sustitución del socialismo por las relaciones capitalistas de producción.

Asimismo, gracias a la globalización y a la revolución tecnológica, han surgido una serie de mercados nuevos, y hasta ahora inexistentes: un enorme mercado de datos personales, mercados para alquilar tu propio coche o tu casa (ninguno de los cuales eran importantes hasta que aparecieron Uber, Lyft, Airbnb, etc.), un mercado para albergar a trabajadores autónomos (que no existía antes de WeWork) y una serie de mercados adicionales, como por ejemplo el del cuidado de las personas mayores, de niños o de mascotas, un mercado para cocinar y repartir comida, un mercado para hacer las compras, etc.

La importancia social de estos nuevos segmentos es que crean capital nuevo y que, al poner precio a cosas que no lo tenían antes, transforman simples bienes (valor de utilización) en mercancías (valor de cambio). Esta expansión capitalista no es tan diferente de la expansión del capitalismo que se produjo en Europa durante los siglos XVIII y XIX, esa que abordaron tanto Adam Smith como Karl Marx. Cuando se crean nuevos mercados, se establece un “valor sombra” para todos estos bienes o actividades. Eso no significa que todos correremos a alquilar nuestros hogares o conducir nuestros coches como si fueran taxis, pero sí significa que somos

conscientes de la pérdida financiera en que incurrimos si no lo hacemos. Muchos de nosotros, cuando el precio sea justo (ya sea porque cambian nuestras circunstancias o porque aumenta el precio relativo), nos sumaremos a estos nuevos mercados y los fortaleceremos.

Estos nuevos mercados están fragmentados, en el sentido de que pocas veces hace falta trabajar durante una jornada laboral completa. Por lo tanto, la mercantilización va de la mano de la gig economy (economía digital). En este tipo de economía, somos tanto proveedores de servicios (podemos repartir pizzas por las tardes) como compradores de muchos servicios que antes no estaban monetizados (los ya mencionados: limpieza, cocina o cuidados). Esto, a su vez, hace que sea posible que los individuos satisfagan todas sus necesidades a través del mercado y, a la larga, plantea otras cuestiones, como por ejemplo la utilidad y supervivencia de la familia.

Pero si el capitalismo se ha propagado tanto en todas las direcciones, ¿por qué hablamos de su crisis? Porque confundimos el malestar en los países ricos de occidente, que resulta de una distribución desigual de los beneficios de la globalización, con una crisis mundial del capitalismo.

Cuando comenzó este nuevo brote de globalización, se “vendió” políticamente en occidente (sobre todo porque se produjo poco después del “fin de la historia”) bajo la premisa de que beneficiaría de manera desproporcionada a los países ricos y a sus poblaciones. El resultado fue el contrario: benefició a Asia, en particular a países muy poblados como China, India, Vietnam e Indonesia. De ahí que lo que alimenta el descontento con la globalización sea la brecha que existe entre las expectativas que albergaban las clases medias de occidente y el reducido crecimiento salarial que han experimentado. Y esto se ha diagnosticado erróneamente como descontento con el capitalismo.

Hay también otro asunto. La expansión de una perspectiva de mercado en las sociedades hacia todas (o casi todas) sus actividades, algo que sin duda es una característica del capitalismo avanzado, ha transformado la política en una actividad de negocios. En principio, la política no estaba considerada como una esfera de transacciones mercantiles más de lo que lo era nuestro tiempo libre. Pero las dos se han convertido en eso. Esto ha provocado que la política se vuelva más corrupta. Ahora está considerada como cualquier otra actividad, en el sentido de que si uno no participa de la corrupción durante su mandato político, utilizará los contactos y el conocimiento que adquirió a través de la política para hacer dinero después. Ese tipo de mercantilización ha generado un cinismo y un desencanto generalizados con la política y los políticos convencionales.

La crisis posterior no es una crisis del capitalismo en sí, sino una crisis ocasionada por los efectos desiguales de la globalización y por la expansión del capitalismo hacia esferas que no se consideraban tradicionalmente aptas para la comercialización. En otras palabras, el capitalismo se ha vuelto demasiado poderoso y, en algunos casos, ha chocado con unas convicciones fuertemente arraigadas. Puede que siga conquistando más esferas, aún sin comercializar, o habrá que controlarlo y reducir su “campo de acción” al que solía ser.