

Internalizando externalidades: haciendo que los mercados y las sociedades funcionen mejor

Neva Goodwin

© Copyright Opinión Sur

Revista Mensual y Gratuita N°52
Diciembre 2007

Las externalidades son *impactos que genera un actor económico, que sufren otros, y que el mercado no devuelve perjudicando al actor que los originó*. Lo primero que deseo destacar sobre este término es que los conceptos que abarca son compartidos por una amplia gama de economistas, de derecha y de izquierda, así como por ecologistas y defensores de la justicia social. Lamentablemente, las sospechas recíprocas que se suscitan entre estos grupos a veces les impiden darse cuenta del poder de la confluencia de sus ideas. A menudo escucho a ecologistas –o economistas de corazón verde- decir cosas como que “los economistas marginan la mayor parte de las cosas importantes en la vida clasificándolas como ‘meras externalidades’.” Por el contrario, este concepto es una de las cartas más fuertes que los economistas con conciencia social pueden jugar en contra de la posición dogmática pero influyente del fundamentalismo de mercado. De hecho, nunca escuché a un economista de ningún color decir “eso no es importante, es sólo una externalidad”. Todos toman a las externalidades muy seriamente porque ni el modelo más economicista puede escapar a las propias pruebas de que las externalidades son signos de fracasos del mercado. Cuando hay graves fallas de mercado, la prescripción acerca de que los mercados deberían estar capacitados para resolver todos los requerimientos humanos de la producción, el consumo y la distribución, es puesta en duda.

Es un desarrollo muy positivo que la economía como disciplina esté lidiando con esfuerzos por “internalizar” los costos de actividades económicas que han sido “externalizados” hacia el mundo natural. Con el fin de evaluar la posibilidad de que las externalidades se internalicen en mayor medida en el futuro, debemos primero preguntarnos, ¿por qué se las autorizó a permanecer como externas hasta ahora? Y segundo, ¿qué ha cambiado como para que podamos esperar que el futuro sea diferente en este sentido?

La respuesta principal a la primera pregunta es el poder. El actor económico X que puede evitar los costos de sus actividades económicas haciendo que sean soportados por A, B y C, en general reúne alguna o todas las siguientes características:

-X es un actor individual o un pequeño grupo y puede organizarse en función de la búsqueda de objetivos claramente definidos.

- X posee conocimiento, en particular de lo que es de su interés; también sabe lo que está haciendo (y puede ocultar ciertas acciones a A, B y C deliberadamente).
- X posee poder económico.
- X posee poder político.

Por el contrario, A, B y C en general son actores relativamente pequeños, difusos, desorganizados, ignorantes de cómo están siendo afectados por X, con menos recursos financieros y (mayormente por estas características) carentes de poder político.

Esto suena como el modo en que el mundo siempre ha funcionado; vale entonces preguntarse si ha ocurrido algo como para que esta dinámica cambie. Puedo sugerir un par de razones para ser optimistas. El movimiento ecologista ha tomado la delantera, incrementando primero el conocimiento que poseen A, B y C –informándoles a aquellos afectados por externalidades negativas sobre la manera en que ciertos actores económicos les están trasladando algunos costos de su actividad bajo la forma de degradación del medio ambiente o amenazas a la salud y seguridad de los trabajadores, vecinos, consumidores y otros actores interesados. Mientras trabajan para dotar de información a A, B y C, los grupos y movimientos ecologistas también aprovechan la revolución en las comunicaciones para superar las desventajas de su carácter difuso y asistir en la organización de aquellos perjudicados por externalidades económicas. La Iniciativa Cobertura Global (ver www.gri.org) es un excelente ejemplo de cómo los ecologistas, trabajando conjuntamente con trabajadores, otros grupos preocupados por lo social y con inversores socialmente responsables, pueden cambiar el equilibrio de poder en relación con el conocimiento y la información.

Sin embargo es necesario señalar que, aunque aliado con trabajadores y con grupos inversores, el movimiento ecologista debe enfrentar la fuerza contrapuesta de las corporaciones globalizadas, cuyo poder y alcance continúa creciendo y llega a estratos de poder político cada vez más profundos. No obstante, es tan inusual la convergencia que se verifica entre los movimientos ecologistas y sociales con la ideología económica referida a externalidades, que nos da cierta esperanza. Quizás nos estemos dirigiendo hacia una cultura global que realmente crea que cada actor económico debe pagar por todos los costos de los que es responsable.

Me gustaría destacar que esta posibilidad representa un cambio potencial enorme. Si uno se retrotrae a la historia del colonialismo y la revolución industrial, a la libertad con que los industriales contaminaron y desbarataron comunidades, absorbieron y destruyeron recursos - más aún, si uno piensa en el saqueo que sufrieron las colonias por parte de los imperios coloniales del siglo XIX y XX- reconocerá cuán radical es la propuesta de “internalizar externalidades”. Si efectivamente existe un movimiento en esta dirección, estamos todavía en sus instancias iniciales y, como economista, debo advertirles que esta no es una idea que pueda implementarse de una manera obvia y simple en la mayoría de las situaciones. Aun así, es esperanzador que tantos grupos diferentes estén convergiendo en la idea básica de que está mal hacerle pagar a otra gente los costos de acciones con las cuales uno se benefició.

Muchas veces los economistas no son muy buenos para estimar la pérdida de calidad de vida en sus cálculos de externalidades; es bien difícil calcular los costos que han sido externalizados cuando trabajadores de un proveedor como Wal-Mart en China o Bangladesh ven severamente restringidas sus horas libres más allá de trabajar y dormir. No obstante, los economistas se

toman esta cuestión muy seriamente. Si una empresa se beneficia empleando a alguien y luego provoca costos de salud o de otro tipo que no le toca pagar – y que otros deben asumir-, el mercado no está funcionando bien. Al escuchar sobre tales externalidades, la gente que no es economista se refiere a ello en los términos más comunes de justicia. En todo caso, el resultado es que estamos en presencia de un caso inusual y valioso en el que estamos todos de acuerdo.

La próxima cuestión es, ¿qué debería hacerse al respecto? La respuesta del economista es “internaliza las externalidades”; esto es, encontremos una forma de asegurar que el actor económico que crea los costos tenga que pagarlos todos él mismo. Los ecologistas tienen una mejor expresión para esto: el Principio del Contaminador Paga. A los economistas les gustaría promover pequeños cambios en los márgenes del mercado de modo que la internalización de externalidades se hiciera en forma automática, con una mínima interferencia extra-mercado. Es por esto que la auto-regulación y la propia adopción de políticas internas de la empresa son populares tanto para economistas como para corporaciones.

No quiero descartar a la auto-regulación ya que la regulación que realizan entidades externas a una corporación puede llegar hasta cierto punto para impedirle que externalice sus costos. Pero la auto-regulación funciona mejor en una cultura que honra la integridad y la preocupación por el otro, al menos tanto como respeta el éxito de hacer dinero. Lamentablemente nuestra cultura se ha apartado de esta posición haciendo más necesaria la regulación externa.

Esto me lleva a un tema relacionado pero con un término que es menos familiar, el de las meta-externalidades. Meta-externalidades son *efectos colaterales indeseados del sistema económico en su conjunto sobre sus contextos físico y social*, externalidades en las que la cultura económica complica a su propio nido, si se entiende al “nido” en sentido amplio como todos los contextos en que nosotros, los seres humanos, vivimos. Meta-externalidades críticas se expresan en el impacto del sistema económico sobre el contexto social. Las empresas necesitan tener una fuerza de trabajo que ha sido socializada para diferir su gratificación, para pensar con independencia y a veces creativamente, y ser honesta y responsable. Los ciudadanos y los políticos deben preocuparse por el largo plazo y ser capaces de encarar con inteligencia la miríada de problemas altamente complejos que las sociedades modernas enfrentan. Pero los esfuerzos de venta de las empresas modernas se focalizan en un diferente conjunto de requerimientos. Desde el punto de vista de las ventas, el interés de la empresa se satisface mediante una cultura orientada al consumo de gratificación inmediata y pensamiento simplista que conduce a la compra material como respuesta a cualquier sensación de insatisfacción. La influencia más fuerte de la economía en la cultura es generada por el deseo de las corporaciones de incrementar las ganancias y ventas de corto plazo, lo cual se logra a través de la publicidad, la propiedad de medios de comunicación y la adquisición de influencia política. El egoísmo, el pensamiento corto-placista, el cinismo y la impaciencia ante la complejidad son cultivadas en el conjunto de la población –aún cuando éstas no sean las características que mejor contribuyen a construir una sociedad o una economía sanas-.

Entonces ahora tenemos tres categorías bajo las que examinar el impacto de las corporaciones en las economías y sociedades del mundo: los puros efectos del mercado, las simples externalidades y las meta-externalidades.

Los efectos de mercado emanan de una compañía que ha hecho justamente lo que se suponía debía hacer. Wal-Mart puede demostrar una admirable historia de disminución del derroche, de optimización de entregas y de otros aportes a la eficiencia, con todos los consecuentes efectos positivos en ahorros de recursos y reducción de precios que los libros de texto pregonan. En algunas áreas, o desde algunos puntos de vista, los beneficios parecen superar a los costos. Sin embargo, y a los efectos de esta discusión, me concentro en lo que sale mal cuando la competencia es demasiado desregulada.

Cuando los efectos de Wal-Mart derivan de su política de precios, esto es probablemente un efecto de mercado. La popularidad de sus tiendas, el hecho de que otras tiendas no puedan competir con sus precios no es otra cosa que el mercado funcionando como debería. Algunas personas podrán decir que los sindicatos piden demasiado cuando van más allá de las necesidades básicas. Pueden sostener que está bien que un gran número de sindicatos y de almacenes sindicalizados hayan sido barridos por el avance de Wal-Mart. Pero hay una fina línea divisoria entre ser tanto más inteligente y eficiente como para causar la quiebra de cadenas competidoras como K-mart, Ames o Bradlee, que yendo más allá de lo aceptable y generar situaciones que fuerzan a tus competidores a llevar los salarios por debajo de la línea de pobreza, de manera que le toque intervenir al sector público para cubrir la diferencia. Cuando las firmas que no llegan a ofrecer un salario de subsistencia tienen una explicación para justificar su acción, “el mercado me hizo hacerlo” o “estuve forzado a hacerlo por la competencia”, entonces ha llegado el momento de reforzar las regulaciones establecidas a comienzos del siglo XX, cuando se creía que una razonable porción de los beneficios provenientes del crecimiento de la eficiencia y la productividad debía ir a los trabajadores.

Hemos sido llevados a equivocarnos por un supuesto implícito, apoyado por la teoría económica, que sostiene que todo lo que importa son los beneficios que van a los consumidores y a los inversores. Precios bajos y buen rendimiento de las acciones son solo dos partes de la historia: la parte que falta es el bienestar de los trabajadores. Algunos de nosotros somos accionistas; todos somos consumidores; y la mayoría de nosotros en una parte significativa de nuestras vidas somos trabajadores. La teoría y práctica de la competencia ha olvidado la tercera parte de la experiencia humana.

Ahora daré una mirada final a algunas de las meta externalidades que genera nuestra cultura corporativa en su conjunto.

La teoría económica clásica, y la práctica empresaria común, se han centrado exclusivamente en maximizar dos cosas: las ganancias y las compras de los consumidores. No puedo decirles cuántos artículos he leído que comenzaban diciendo que el autor iba a demostrar cómo cierta actividad llega a maximizar la utilidad —ese es el término economicista del bienestar— y seguían diciendo que *“como la utilidad no es mensurable, el consumo será usado como aproximación o proxi de la utilidad. Este estudio va a mostrar que tal o cual política maximiza el consumo.”*

El consumo y las ganancias son aliados cercanos: a mayor compra por parte de los consumidores, mayores serán las oportunidades de ganancias. Por esta razón es difícil imaginar que las corporaciones sean quienes empiecen una campaña para reducir el consumo. Por el contrario, todo el impacto corporativo en la sociedad está dirigido a incentivar a la gente a que gaste más dinero en más bienes y servicios comercializados. Sin embargo, al mismo tiempo hay

toda un área de investigación que demuestra con creciente fuerza y persuasión que esto no hace a la gente más feliz o sana. De hecho, una meta-externalidad muy significativa se manifiesta como un creciente materialismo y peores hábitos alimenticios que resultan en desórdenes que comprometen cada vez más la salud física y mental de la población. Los recursos de Estados Unidos y de otros países relativamente ricos podrían ser utilizados para crear una sociedad mucho más feliz.

Gran parte de este debate ha suscitado, implícitamente, la siguiente pregunta: ¿cuál es el propósito de un sistema económico? Los cursos de Economía tienen una respuesta también implícita para esta pregunta: el propósito de un sistema económico es maximizar la posibilidad de consumir en una sociedad. Más precisamente, debe maximizar el consumo de lo que ha sido producido y distribuido **por medio de mecanismos de mercado**. Con esa suposición respecto del **sistema**, se puede deducir que el propósito de la **teoría** económica es enseñar cómo lograr una mayor eficiencia productiva de modo de maximizar la producción y por ende el consumo.

He estado trabajando con otros colegas en el desarrollo de un sistema de teoría económica diferente que llamamos “economía contextual”. Comenzamos nuestros libros de texto, *Microeconomía en contexto* y *Macroeconomía en contexto* (el segundo puede bajarse gratuitamente del sitio: <http://ase.tufts.edu/gdae/>) con una abierta en lugar de implícita indagación acerca de los fines tanto del sistema económico como de la teoría que lo sustenta. De hecho, proponemos que los sistemas económicos deberían diseñarse para maximizar el bienestar humano sostenible. En aquellas situaciones en que el consumo contribuye a alcanzar ese objetivo final, entonces este es un propósito intermedio importante y válido. Pero los Estados Unidos tienen suficientes bienes materiales y capacidad productiva como para proveer un alto nivel de seguridad, salud, educación, autorrealización, confort y estímulo para toda su gente. No necesitamos crear una cultura que haga creer a la gente –contra la evidencia de sus sentidos así como contra los resultados de una buena investigación– que la felicidad se logra generalmente o de mejor forma teniendo más cosas. El gran desafío que tenemos por delante es ver cómo desviarnos de nuestro rumbo actual, en el que toda nuestra sociedad está organizada en torno a la necesidad de las empresas de vender más cosas, hacia un rumbo diferente en el que el éxito empresario esté ligado al logro social de obtener un bienestar sostenible para todos.

Algo de esto puede lograrse insistiendo rigurosamente en internalizar externalidades negativas. Otro poco puede lograrse regresando a sistemas impositivos más equitativos, junto con leyes y regulaciones apropiadas acerca de las condiciones de trabajo y los impactos en el medioambiente. Pero además, debemos prestar mayor atención a las meta-externalidades que emanan del conjunto del sistema.

La pregunta más difícil es ver cómo las corporaciones pueden ser viables sin ser destructivas de su entorno cultural. Esta pregunta nos lleva a analizar qué producen las empresas: ¿es el producto útil, en general inofensivo o generalmente dañino? En las últimas décadas nuestra sociedad ha sido exitosa en crear, en relación con productos tabacaleros, un modelo muy útil que yo llamo “legal pero problemático”. Este es un modelo que podría aplicarse a otros productos especialmente cuestionados, como por ejemplo las armas pequeñas. En particular, el modelo tabacalero “legal pero problemático” podría ser un buen punto de partida para el tema especialmente espinoso de la publicidad. Ya ha sido aceptado que los productos tabacaleros constituyen un serio riesgo para la salud y su publicidad ha sido ahora restringida por la

convención internacional sobre el tabaco así como por una variedad de regulaciones locales. Ha habido esfuerzos más o menos exitosos para hacer lo mismo con la publicidad del licor y de armas de fuego. La evidencia científica no parece ser siempre muy definitiva en esta época en que pueden comprarse conclusiones opuestas. No obstante, podemos anticipar un consenso que crece lentamente en torno a una clara evidencia proveniente de las ciencias biológicas y sociales que establece conexiones entre ciertos tipos de publicidad y la anorexia, la obesidad, la ansiedad adolescente y adulta, la depresión, el suicidio, y algunos de los otros males de nuestra sociedad.

Otro aporte útil a la discusión sobre el impacto cultural de las corporaciones es una comprensión creciente por parte de las ciencias sociales relativa al modo que un cambio de énfasis, alejándonos del status y los bienes de status, puede llegar a producir una más feliz y sana sociedad. Ellos no resuelven problemas básicos. Nuestra economía se fundamenta en el crecimiento; caemos en una recesión o depresión, con los traumas de desempleo y quiebra que estas conllevan, cuando la economía deja de crecer. No obstante, sabemos que el planeta no puede acomodar a una población que aumenta indefinidamente –en especial una que consume a los niveles norteamericanos. Y en verdad parecería que podríamos ser más felices y sanos, y proteger mejor nuestro medio ambiente, produciendo y consumiendo menos cosas. Habría un conflicto inherente entre una visión bastante clara de un mundo mejor, en el que la gente disfruta de la vida y preserva y recupera el medio ambiente natural, y las demandas de nuestra economía. Sin embargo, quizás en esta última frase resida la solución al interrogante: hay tanto por hacer para limpiar y recuperar nuestro medio ambiente que quizás esa podría ser la industria en crecimiento que, por algunos años o décadas, nos posibilite continuar elevando el producto bruto interno mediante actividades saludables.

::: Salguero 2835 7B (C1425DEM) ::: (54 11) 4801-8616 ::: Argentina ::: opinionsur@opinionsur.org.ar