

Traducción de
MARÍA JULIA DE RUSCHI

Revisión de traducción de
MARIANA LUZZI

VIVIANA A. ZELIZER

EL SIGNIFICADO SOCIAL DEL DINERO



FONDO DE CULTURA ECONÓMICA

MÉXICO - ARGENTINA - BRASIL - COLOMBIA - CHILE - ESPAÑA
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA - GUATEMALA - PERÚ - VENEZUELA

Primera edición en inglés, 1994
Primera edición en español, 2011

Zelizer, Viviana A.

El significado social del dinero. - 1a ed. - Buenos Aires :
Fondo de Cultura Económica, 2011.
274 p. ; 21x14 cm. - (Sociología)

Traducido por: María Julia De Ruschi
ISBN 978-950-557-877-1

1. Sociología. I. De Ruschi, María Julia, trad. II. Título
CDD 301

Armado de tapa: Juan Pablo Fernández
Imagen de tapa: Svilen.milev
Foto de solapa: Denise Applewhite

Título original: *The social meaning of money.*
Pin money, paychecks, poor relief, and other currencies.
ISBN de la edición original: 0-691-04821-5
© 1997, Princeton University Press

D.R. © 2011, FONDO DE CULTURA ECONÓMICA DE ARGENTINA, S.A.
El Salvador 5665; 1414 Buenos Aires, Argentina
fondo@fce.com.ar / www.fce.com.ar
Carr. Picacho Ajusco 227; 14738 México D.F.

ISBN: 978-950-557-877-1

Comentarios y sugerencias: editorial@fce.com.ar

Fotocopiar libros está penado por la ley.

Prohibida su reproducción total o parcial por cualquier
medio de impresión o digital, en forma idéntica, extractada
o modificada, en español o en cualquier otro idioma,
sin autorización expresa de la editorial.

IMPRESO EN ARGENTINA – PRINTED IN ARGENTINA
Hecho el depósito que marca la ley 11.723

ÍNDICE

<i>Agradecimientos</i>	11
I. <i>El mercado del dinero</i>	13
II. <i>La producción doméstica de dineros</i>	55
III. <i>Regalos en dinero</i>	97
IV. <i>El dinero de los pobres</i>	151
V. <i>Con las manos atadas: el mercado del dinero de la beneficencia</i>	179
VI. <i>Dinero controvertido</i>	211
VII. <i>¿Qué significa el dinero?</i>	245
<i>Índice de nombres y conceptos</i>	263

AGRADECIMIENTOS

Limitar la gratitud a un inventario equilibrado de la ayuda recibida, de los favores que se deben y de las deudas acumuladas convierte en unidimensional el complejo conjunto de vínculos personales. Se pierden así las importantes distinciones entre diferentes clases de gratitud y los múltiples y muy particulares modos de consejo, aliento y comprensión recibidos de distintas personas e instituciones en el largo proceso de escribir un libro.

Permítaseme intentar describir mis muchas formas de gratitud. Durante las últimas dos décadas, Bernard Barber ha escuchado mis ideas, ha leído cada borrador y me ha aconsejado en relación con este proyecto desde sus inicios. Con infinita generosidad, Charles Tilly me ofreció sus imprescindibles comentarios acerca de puntos críticos. El trabajo de Michael B. Katz sobre la historia de los servicios sociales en Estados Unidos me brindó una guía importante para mi investigación acerca de las cambiantes políticas de asistencia social, como también sus atinados comentarios. Les agradezco a otros amigos y colegas que me hicieron diversas y valiosas sugerencias: Jeffrey C. Alexander, Sigmund Diamond, Paul DiMaggio, Susan Gal, Albert O. Hirschman, Jenna Weissman Joselit, David J. Rothman, Ewa Morawska, Loïc Wacquant y Eviatar Zerubavel.

En los últimos años presenté partes de este libro en seminarios en muchas universidades, grupos de trabajo y congresos. Por la ayuda que representaron los comentarios recibidos, les agradezco a los miembros del Russell Sage Seminar en Sociología Económica, al taller de Sociología Económica del departamento de Sociología de Princeton University, a la Princeton Society of Fellows de la Woodrow Wilson Foundation, al seminario de Pierre Bourdieu en la École des Hautes Études en Sciences Sociales y al congreso sobre “El regalo y sus transformaciones” en el National Humanities Center. Así también, agradezco a los atentos públicos de la University of Chicago, de Columbia University, del Graduate Center de la City University of New York, de Harvard University, de la New School For Social Research de New York University, de la University of Pennsylvania, de Yale University y de la Maxwell School of Citizenship and Public Affairs de Syracuse University.

Las etapas iniciales de mis investigaciones contaron con el apoyo de una beca de verano de la National Endowment for the Humanities. El año que

pasé como profesora invitada en la Russell Sage Foundation entre 1987 y 1988 representé una ayuda más que generosa y un marco de trabajo ideal; allí encontré un maravilloso grupo de colegas y amigos para discutir acerca de mis problemas de “dinero”. En especial, Robert K. Merton y Eric Wanner me aportaron sus inteligentes cuestionamientos. Pauline Rothstein y su equipo me brindaron su amplia y eficiente colaboración en el trabajo de biblioteca.

Princeton University, mi hogar académico desde 1988, alentó en todo sentido el cumplimiento de este proyecto, otorgándome incluso tiempo libre para trabajar en el libro. Le agradezco en especial a Marvin Bressler, titular de sociología en ese entonces, por ayudarme en mi tarea de incontables formas, tanto en los aspectos de organización como intelectuales. Con eficiencia y atención, Cindy Gibson, Blanche Anderson y Donna DeFrancisco me brindaron su invaluable apoyo práctico.

En Basic Books, me hace feliz agradecer la colaboración de Kermit Hummel y de Martin Kessler, como también la capacidad editorial de Sheila Friedling.

Tres excepcionales asistentes de investigación colaboraron conmigo en distintas etapas de este proyecto: Rosann Rovento Bar en sus etapas iniciales, Victoria Chapman (una artista de la referencia elusiva) durante los años intermedios y Tracy Scott en los toques finales. Kei Sochi y Kati Pears también me brindaron su ayuda con el material de biblioteca.

Mis agradecimientos familiares también son múltiples: mis hermanos Edgardo y Leandro Rotman me ofrecieron inteligentes comentarios y encontraron muchas referencias útiles. Desde el momento en que empecé a trabajar en este libro, mi hijo Julian me ayudó con sus conocimientos de computación durante su adolescencia y con valiosas críticas y sugerencias luego de graduado. Le agradezco a Jerry Zelizer su generoso apoyo y paciencia durante los años de intensa labor de la escritura de este libro. Mis padres, Rosita y Julio Rotman, representaron una compañía fundamental a lo largo de este proyecto. Sin el aliento de mi madre, este libro no existiría.

I. EL MERCADO DEL DINERO

EL DINERO se multiplica. A pesar de la idea corriente de que “un dólar es un dólar”, vemos que las personas continuamente están creando distintas clases de dinero. Este libro muestra las diversas formas en las cuales las personas identifican, clasifican, organizan, usan, segregan, producen, diseñan, guardan e incluso decoran el dinero, a medida que van enfrentando sus múltiples vínculos sociales. Existe una poderosa ideología en nuestra época que considera que el dinero es un instrumento único, intercambiable y por completo impersonal, la esencia misma de nuestra moderna civilización racionalizadora. El dinero “incolore”, tal como lo presentó Georg Simmel a comienzos del siglo xx, pintó el mundo contemporáneo con un “tono parejo, chato y gris”. Todos los matices significativos fueron eliminados por la lógica cuantitativa que sólo preguntaba “cuánto”, pero no “qué y cómo”. O en la más sucinta expresión de Gertrude Stein, unas pocas décadas más tarde, “Te guste o no, el dinero es el dinero y no hay nada más que decir”.¹

El dinero, según esta concepción, también destruye, pues reemplaza necesariamente los vínculos personales por lazos de cálculo instrumental y corrompe los significados culturales con intereses materialistas. De hecho, desde Karl Marx hasta Jürgen Habermas, desde Georg Simmel hasta Robert Bellah, los testigos de la mercantilización de los países de Occidente pensaron que estaban contemplando las devastadoras consecuencias de la irresistible expansión del dinero: la homogeneización y el aplanamiento inexorables de las relaciones sociales. Los conservadores deploraron la decadencia moral que conllevaba la prosperidad, mientras que los progresistas condenaron la deshumanización producida por el capitalismo. Ambos vieron el crecimiento de la importancia del dinero como la fuente de todos los males.

¹ Georg Simmel, *The Sociology of Georg Simmel* [1908], ed. de Kurt H. Wolf, Glencoe (IL), Free Press, 1950, p. 414; Georg Simmel, *The Philosophy of Money* [1900], trad. de Tom Tottomore y David Frisby, Londres, Routledge & Kegan Paul, 1978, p. 259 [trad. esp.: *Filosofía del dinero*, Granada, Comares, 2003]. Gertrude Stein, “Money”, en *Saturday Evening Post*, 208, 13 de julio de 1936, p. 88. A fin de reducir el número de notas a pie de página, por lo general agrupo las referencias al final de cada párrafo y las ordeno según su orden de aparición en el texto.

Este libro trata de los cambios en los usos públicos y privados del dinero en Estados Unidos desde 1870 hasta 1930. Si se la mide por el rango de mercaderías y servicios que se pueden obtener a cambio de dinero, la mercantilización de la vida en Estados Unidos ha progresado sin duda durante el siglo xx. No obstante, la cuestión radica en si esta expansión del intercambio monetario funciona de la manera en que se supone que lo hace, y si acarrea las consecuencias que por lo general se le atribuyen. A medida que se multiplican las transacciones monetarias, ¿la vida social se vuelve más fría, distante o calculadora? La respuesta estándar siempre ha sido un enfático *sí*. Este libro cuestiona esos presupuestos tan firmemente arraigados. Muestra cómo a cada paso del avance del dinero, las personas reestructuraron las transacciones comerciales, introdujeron nuevas distinciones, inventaron sus propias formas especiales de moneda, marcaron el dinero de maneras que desconciertan a los teóricos del mercado y lo incorporaron en redes personalizadas de amistades, relaciones familiares, interacción con las autoridades e incursiones por comercios y negocios.

Consideremos, por ejemplo, cómo distinguimos el dinero ganado en la lotería del cheque común del salario o de una herencia. Mil dólares ganados en el mercado de valores no se consideran de la misma manera que 1.000 dólares robados en un banco, o 1.000 dólares que nos presta un amigo. El cheque del primer sueldo de un asalariado no es el equivalente exacto del cheque número cincuenta, ni siquiera del segundo. El dinero que obtenemos como compensación por un accidente es muy distinto al de las regalías por un libro. Y las regalías obtenidas por las memorias de un asesino pertenecen a una categoría moral diferente a la de las regalías que provienen de un texto científico.

A diferencia de un “dólar honesto”, el dinero “sucio” está manchado por las dudas acerca de su origen ético. De ahí la omnipresente metáfora “lavar dinero”. Encontramos un ejemplo notable en relación con el uso del dinero sucio en las prácticas de las prostitutas. Un estudio del mercado de la prostitución en Oslo realizado en la década de 1980 mostró la existencia de una “economía dividida” entre muchas de las mujeres: el dinero de la asistencia social, los seguros de salud y otros ingresos legales era cuidadosamente administrado para la “vida honesta”, para pagar el alquiler y las facturas. Por otro lado, el dinero ganado con la prostitución se despilfarraba con rapidez en salidas, drogas, alcohol y ropa. El estudio pone en evidencia que, paradójicamente, las mujeres “se esfuerzan, hacen cuentas y administran el dinero legal que nunca les alcanza, mientras que, al mismo tiempo, pueden derrochar mi-

les de coronas en salidas”. El dinero sucio, pareciera, “les quema en los bolsillos y deben gastarlo en poco tiempo”.²

Marty, un miembro de una pandilla de Filadelfia en la década de 1950 nos brinda una versión distinta de la moral en el mercado del dinero. Cuando la asistente del servicio social de su familia le preguntó por qué le donaba a su iglesia los 25 centavos que su madre le había dado, pero no el dinero que obtenía de los atracos de su pandilla, Marty se expresó con claridad: “Oh, no, ese es un dinero malo, no es dinero honesto”. Mientras que el dinero robado estaba mancillado, el dinero ganado con esfuerzo por su madre era “honesto” y “se lo podía ofrecer a Dios”.³ A veces, sin embargo, el “dinero sucio” resulta lavado moralmente si una parte se dona para una buena causa. Consideremos, no obstante, cómo esa donación resulta diferente de una suscripción colectiva, una colecta de la iglesia, la cuota para la sinagoga o los legados para las universidades. Aún existen otras clases de dinero que circulan como distintas formas de regalos: el cheque para la boda de un sobrino, la bonificación de Navidad a un empleado, el *gelt* de Janucá para un niño, la propina al camarero. Dentro de nuestros hogares, el ingreso de la mujer es a menudo diferenciado del ingreso del marido y sin lugar a dudas del de su hijo. Los fondos de los niños también tienen múltiples significados: una mensualidad no tiene el mismo valor que el dinero que se gana al trabajar cuidando niños.

Pensemos, por último, la notable variedad de medios de pago inventados que intercambiamos: vales de comida para los pobres, cupones de supermercado para el consumidor común, vales de la cárcel para los presos, fichas terapéuticas para las personas con enfermedades mentales, moneda militar para los soldados, fichas para los jugadores, tiques de almuerzo en los comedores de las instituciones, cheques-regalo para las fiestas. Tanto dentro del rango establecido por la moneda oficial como dentro de otras clases de dinero creadas con fines especiales, la diferenciación y la multiplicación aparecen por todas partes.

Sin embargo, es notable que sepamos tan poco acerca de la vida social del dinero. Los científicos sociales tratan al dinero de un modo paradójico: aunque se lo considera un elemento básico de la sociedad moderna, permanece sin analizar como categoría sociológica. Randall Collins sugiere que se ignora

² Cecilie Hoigard y Liv Finstad, *Backstreets. Prostitution and Love*, Cambridge, Polity Press, 1992, p. 49.

³ Carl Husemoller Nightingale, *On the Edge. A History of Poor Black Children and Their American Dreams*, Nueva York, Basic Books, 1993, p. 36.

al dinero “como si no fuera lo bastante sociológico”. La *International Encyclopedia of the Social Sciences* le dedica más de treinta páginas al dinero, pero ni siquiera una a sus características sociales. Hay ensayos acerca del efecto económico del dinero, de la teoría cuantitativa, de la velocidad de circulación y de la reforma monetaria, pero nada acerca del dinero como *réalité sociale*, para utilizar la acertada expresión de Simiand. Curiosamente, mientras que los sociólogos hacen mucho que reconocen el tiempo social y el espacio social, el dinero social se les ha escapado de las manos. Por ejemplo, el libro de Sorokin *Sociocultural Causality, Space, Time* le dedica sendos capítulos a la heterogeneidad cualitativa del tiempo y del espacio, pero apenas unas pocas líneas especulativas al simbolismo múltiple del dinero.⁴

⁴ Randall Collins, reseña de *The Bankers* de Martin Mayer, en *American Journal of Sociology*, 85, 1979; Francois Simiand, “La monnaie, réalité sociale”, en *Annales Sociologiques*, ser. D, 1934, pp. 1-86; Pitirim A. Sorokin, *Sociocultural Causality, Space, Time*, Durham (NC), Duke University Press, 1943. Para un intento de estudio de la economía moral de las distinciones en otros dominios, véase Pierre Bourdieu, *Distinction*, Cambridge, Harvard University Press, 1984 [trad. esp.: *La distinción*, Madrid, Taurus, 1988]; Eviatar Zerubavel, *Hidden Rhythms*, Berkeley, University of California Press, 1985, y *The Fine Line*, Nueva York, Free Press, 1991; Michele Lamont, *Money, Morals, and Manners*, Chicago, University of Chicago Press, 1992. Sin duda, los sociólogos han reconocido los significados simbólicos y sociales del dinero en varios escenarios empíricos, pero sólo de una forma ad hoc. Por ejemplo, en su clásico estudio del West End de Boston, William F. Whyte (*Street Corner Society* [1943]), Chicago, University of Chicago Press, 1967, p. 258) muestra que los líderes de las pandillas gastan sistemáticamente más en sus seguidores de lo que reciben a cambio: “Las relaciones financieras deben explicarse en términos sociales”. Pero no lleva el asunto más allá de eso. Para un tratamiento más general del dinero, véase, por ejemplo, Simon Smelt, “Money’s Place in Society”, en *British Journal of Sociology*, 31, 1980, pp. 205-223; Bryan S. Turner, “Simmel, Rationalisation and the Sociology of Money”, en *The Sociological Review*, 34, 1986, pp. 93-114; Heiner Gansmann, “Money. A Symbolically Generalized Medium of Communication? On the Concept of Money in Recent Sociology”, en *Economy and Society*, 17, agosto de 1988, pp. 285-316; Wayne Baker, “What is Money? A Social Structural Interpretation”, en *Intercorporate Relations*, ed. de Mark S. Mizruchi y Michael Schwartz, Nueva York, Cambridge University Press, 1987, pp. 109-144; Wayne Baker y Jason B. Jimerson, “The Sociology of Money”, en *American Behavioral Scientist*, 35, julio-agosto de 1992, pp. 678-693; Mark S. Mizruchi y Linda Brewster Stearns, “Money, Banking, and Financial Markets”, en *Handbook of Economic Sociology*, ed. de Neil Smelser y Richard Swedberg, Princeton (NJ) y Nueva York, Princeton University Press/Russel Sage Foundation, 1994. Acerca de los vínculos entre la religión y el dinero, véase Robert Wuthnow, “Pious Materialism. How Americans View Faith and Money”, en *The Christian Century*, 3 de marzo de 1993, pp. 238-242, y *God and Mammon in America*, Nueva York, Free Press, 1998. Para una alternativa provocativa y bien fundamentada históricamente a las concepciones utilitaristas del dinero, véase William Reddy, *Money and Liberty in Modern Europe*, Nueva York, Cambridge University Press, 1987. Para un debate interdisciplinario acerca de los significados del dinero, “The Meanings of Money”, en *American Behavioral Scientist*, ed. de Kenneth O. Doyle, 35, julio-agosto de 1992. Para una interpretación original del trata-

Como resultado, el dinero como un constructo intelectual queda confiado en primer lugar al dominio de los economistas, un mundo en el cual individuos sin trabas se comportan como participantes racionales en las transacciones de mercado, haciendo distinciones sólo de precio y cantidad, una esfera desapasionada donde todo el dinero es igual. Sin duda Thorstein Veblen nos alertó acerca del significado social de lo que compra el dinero, y, más recientemente, una nueva literatura acerca de la cultura del consumo revierte con audacia nuestra comprensión de las mercancías modernas.⁵ La nueva aproximación revisionista pone de relieve los significados simbólicos de los bienes comerciales, pero, curiosamente, no cuestiona la independencia y el poder cultural del dinero.

Resulta irónico que las concepciones populares del dinero encierren más sabiduría que la sociología académica. En su existencia cotidiana, la gente entiende que el dinero no es realmente *fungible*, que a pesar de que los billetes de los dólares son anónimos, no todos los dólares son iguales o intercambiables. Por una cuestión de rutina les adjudicamos diferentes significados y usos separados a distintos fondos. A veces, el mercado del dinero es muy concreto; por ejemplo, en el estudio de Rainwater, Coleman y Handel de las amas de casa de la clase obrera se describe el rigor de su contabilidad de latas: el dinero para distintos gastos se guarda por separado, en

miento literario del dinero, véase Marc Shell, *Money, Language, and Thought*, Berkeley, University of California Press, 1982.

⁵ Thorstein Veblen, *The Theory of the Leisure Class* [1899], Nueva York, Mentor, 1953 [trad. esp.: *Teoría de la clase ociosa*, México, Fondo de Cultura Económica, 1974]. Acerca de los aspectos culturales, sociales e históricos del consumo, véase Talcott Parsons y Neil Smelser, *Economy and Society*, Nueva York, Free Press, 1956; Bernard Barber, *Social Stratification*, Nueva York, Harcourt, Brace & World, 1957, cap. 7; Lee Rainwater, *What Money Buys*, Nueva York, Basic Books, 1975; Mary Douglas y Baron Isherwood, *The World of Goods*, Nueva York, Norton, 1979; *The Culture of Consumption*, ed. de Richard W. Fox y T. J. Jackson Lears, Nueva York, Pantheon, 1983; Michael Schudson, *Advertising, The Uneasy Persuasion*, Nueva York, Basic Books, 1984; Pierre Bourdieu, *Distinction*, op. cit.; Daniel Horowitz, *The Morality of Spending*, Baltimore (MD), Johns Hopkins University Press, 1985; *The Social Life of Things*, ed. de Arjun Appadurai, Nueva York, Cambridge University Press, 1986; Daniel Miller, *Material Culture and Mass Consumption*, Oxford, Blackwell, 1987; *Consuming Visions*, ed. de Simon Bronner, Nueva York, Norton, 1989; Susan Strasser, *Satisfaction Guaranteed. The Making of the American Mass Market*, Nueva York, Pantheon, 1989; Martha L. Olney, *Buy Now, Pay Later*, Chapel Hill, University of North Carolina Press, 1991; Thomas J. Schlereth, *Victorian America. Transformations in Everyday Life, 1876-1915*, Nueva York, HarperCollins, 1991 cap. 4; Vincent Vinikas, *Soft Soap, Hard Sell. American Hygiene in an Age of Advertisement*, Ames, Iowa State University Press, 1992; Stanley Lebergott, *Pursuing Happiness. American Consumers in the Twentieth Century*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 1993.

latas o en sobres etiquetados –uno para la hipoteca, otro para los servicios públicos, otro para el esparcimiento, y así sucesivamente–. En el decisivo estudio de Bakke de los obreros sin empleo en la década de 1930, las esposas usaban jarras de porcelana para guardar por separado diferentes tipos de ingresos marcados para gastos específicos: el alquiler de un cuarto extra, por ejemplo, podía servir para pagar la hipoteca, mientras que las ganancias del hijo se destinaban a la compra de ropa para la escuela. Y Jean Lave nos cuenta que hoy en día, en el condado de Orange, en California, los pobladores separan sus fondos para usos especiales manteniendo una cantidad de “reservas domésticas en efectivo”, “por lo general una en la billetera de cada adulto, en las asignaciones para los hijos o en alcancías, ‘efectivo para gastos menores’ en la tetera o su equivalente, una fuente con cambio para los parquímetros o la lavandería”, o “reservas de dinero en el banco”, que incluyen ahorros para el Christmas Club* y cuentas destinadas a gastos especiales como la propiedad o los impuestos, las vacaciones o el pago del seguro de la casa o del coche.⁶

Como lo indican estos ejemplos concretos, nos enfrentamos a una pregunta seria: ¿cómo funciona en realidad el dinero? ¿Cómo hace la gente estas distinciones entre diferentes sumas, cuándo y para qué? Pero, en primer lugar, ¿por qué los especialistas sostuvieron con tanta obstinación concepciones erróneas del dinero?

EL DINERO DE MERCADO: UN ENFOQUE UTILITARISTA

La monetización, o el aumento de la proporción de todos los bienes y servicios comprados y vendidos por medio del dinero, se fue acelerando a lo largo de unos cuantos siglos. La mayoría de los pensadores del siglo XVIII consideraron la monetización de la economía compatible, o al menos complementaria, con la

* El Christmas Club fue un programa de ahorro que ofrecieron distintos bancos en Estados Unidos a partir del principio del siglo XX y tuvo un fuerte auge durante la Gran Depresión. Los clientes depositaban determinadas sumas de dinero por semana y lo cobraban a fin de año para las compras de Navidad. [N. de la T.]

⁶ Lee Rainwater, Richard P. Coleman y Gerald Handel, *Workingman's Wife*, Nueva York, Oceana Publications, 1959, pp. 154-167; Edward Wright Bakke, *The Unemployed Worker* [1940], Hamden (CT), Archon Books, 1969, pp. 142 y 143; Jean Lave, *Cognition in Practice*, Cambridge, Inglaterra, Cambridge University Press, 1988, pp. 132 y 133 [trad. esp.: *La cognición de la práctica*, Barcelona, Paidós, 1991].

conservación de una vida social moralmente coherente.⁷ Pero el poder del dinero de transformar a la sociedad moderna dominó la imaginación de los teóricos sociales del siglo XIX y de principios del siglo XX. Profundamente preocupados por un mercado en permanente expansión que invadía y absorbía de una manera implacable todos los espacios sociales, los pensadores sociales clásicos supusieron que el dinero, que Max Weber denominó “el elemento más abstracto e ‘impersonal’ que existe en la vida humana”, representaba la punta de lanza de un proceso de racionalización. Era la perversa varita mágica que desencantaba la vida moderna. Simmel opinó que el dinero convertía al mundo en un “problema aritmético”.⁸ En un terreno puramente técnico, los sistemas monetarios, por cierto, promovieron mercados económicos racionales e impersonales. Pero los pensadores sociales tradicionales argumentaron que los efectos del dinero transcendían al mercado: más relevante aún era el hecho de que el dinero se volvía el catalizador del persuasivo instrumentalismo de la vida social moderna. En su *Filosofía del dinero*, Georg Simmel resumió esta concepción decimonónica en su observación de que “lo totalmente despiadado del dinero se refleja en nuestra cultura social, que está ella misma determinada por el dinero”.⁹

La tarea de la teoría social consistió en explicar este indiscutible poder revolucionario del dinero. Presuntamente se originaba en la total indiferencia del dinero hacia los valores. Se percibía al dinero como el prototipo de una aproximación instrumental, calculadora, en las palabras de Simmel, “la más pura reificación de los medios”. Era también el símbolo de lo que Simmel identificó

⁷ Véase Albert O. Hirschman, *The Passions and the Interests*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 1977 [trad. esp.: *Las pasiones y los intereses*, México, Fondo de Cultura Económica, 1978]; Allan Silver, “Friendship in Commercial Society: Eighteenth-Century Social Theory and Modern Sociology”, en *American Journal of Sociology*, 95, mayo de 1990, pp. 1474-1504.

⁸ Max Weber, “Religious Rejections of the World and their Directions” [1946], en *From Max Weber. Essays in Sociology*, ed. de H. H. Gerth y C. Wright Mills, Nueva York, Oxford University Press, 1971, p. 331; Georg Simmel, *The Sociology of Georg Simmel*, op. cit., p. 412. Acerca de la “preocupación obsesiva” de larga data de los sociólogos sobre las consecuencias sociales del “nexo del dinero”, véase Bruce Mazlish, *A New Science*, Nueva York, Oxford University Press, 1989.

⁹ Georg Simmel, *The Philosophy of Money*, op. cit., p. 346. A partir de su primera traducción en 1978, el libro de Simmel ha sido objeto de una creciente atención a nivel internacional; véase David Frisby, *Simmel and Since. Essays on Georg Simmel's Social Theory*, Nueva York, Routledge, 1992, cap. 5; Gianfranco Poggi, *Georg Simmel's Philosophy of Money*, Berkeley, University of California Press, 1993 [trad. esp.: *Dinero y modernidad. La filosofía del dinero de Georg Simmel*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2006]; *A propos de “Philosophie de l'Argent” de Georg Simmel*, ed. de Jean-Yves Grenier et al., París, L'Harmattan, 1993.

como la tendencia más fuerte de la vida moderna: la reducción de la cualidad a la cantidad, “que alcanza su representación más elevada y excepcionalmente perfecta en el dinero”. Sólo el dinero, planteaba Simmel, “está libre de toda cualidad y está determinado de una manera exclusiva por la cantidad”. Con el dinero, todas las distinciones cualitativas entre las mercancías se pueden convertir por igual en un “sistema de números” calculable aritméticamente.¹⁰

Tal “objetividad a rajatabla” permitió que el dinero funcionara como un medio “técnicamente perfecto” para el moderno intercambio económico. Libre de restricciones subjetivas, indiferente a “intereses, orígenes o relaciones particulares”, la liquidez y la divisibilidad del dinero resultaban infinitas. La esencia misma del dinero, afirmaba Simmel, era “ser incondicionalmente intercambiable, su uniformidad interna que hace que cada pieza sea canjeable por otra”. El dinero, de este modo, servía como el adecuado intermediario neutral en un mercado racional e impersonal, “expresando las relaciones económicas entre los objetos [...] en términos cuantitativos abstractos, sin entrar él mismo en esas relaciones”.¹¹ De una manera inequívoca, Simmel descartaba las restricciones no económicas en el uso del dinero como atavismos residuales: “La idea inhibitoria de que ciertas sumas de dinero pueden estar ‘manchadas con sangre’ o estar malditas son sentimentalismos que pierden todo significado ante la creciente indiferencia del dinero”. Al volverse el dinero nada más que “mero dinero”, su libertad se hacía incuestionable y sus usos, ilimitados.¹²

Esta objetivación de la vida moderna tuvo un doble efecto. Por una parte, Simmel planteó que una economía del dinero le ponía fin al sometimiento personal de los acuerdos tradicionales, otorgándole a cada individuo la libertad de elegir a los participantes y los términos del intercambio económico. Pero la alquimia cuantificadora del dinero conllevaba una química más ominosa. En un ensayo temprano, Marx había advertido que los poderes de transformación del dinero subvertían la realidad: “Confundiendo y combinando [...] todas las cualidades naturales y humanas [...] [el dinero] sirve para intercambiar cualquier propiedad por otra, incluso contradictorias, propiedad y objeto: es la fraternización de las imposibilidades”. Como el objetivador por antonomasia, un “dios entre las mercancías”, el dinero no sólo obliteraba todas las conexiones subjetivas entre objetos e individuos, sino que también re-

¹⁰ Georg Simmel, *The Philosophy of Money*, op. cit., pp. 211, 279, 280 y 444.

¹¹ *Ibid.*, pp. 373, 128, 441, 427 y 125.

¹² *Ibid.*, pp. 441 y 444.

ducía las relaciones personales al “nexo del dinero”.¹³ De hecho, Marx planteó en los *Grundrisse* y en *El capital* que el fetichismo del dinero era la forma más “deslumbrante” del fetichismo de la mercancía. El proceso “pervertido” por medio del cual las relaciones sociales entre las personas se transmutaban en relaciones materiales entre cosas alcanzaba su culminación con el dinero. Otras mercancías podían conservar su valor más “natural” o “valor de uso” y, por lo tanto, cierta diferenciación cualitativa. Pero en tanto mero valor de intercambio, el dinero asumió necesariamente una forma “carente de significado” que a su vez neutralizó toda posible diferenciación cualitativa entre las mercancías. En su forma dinero, advirtió Marx, “todas las mercancías aparecen iguales”. Y aún de una manera más incongruente, el dinero transformaba incluso a los objetos intangibles desprovistos de utilidad, como la conciencia o el honor, en mercancías ordinarias. De este modo, aun aquello que no tiene precio se rinde ante el precio. “Ni siquiera los huesos de los santos [...] son *extra commercium hominum* capaces de resistir la alquimia”.¹⁴

Para Marx, el dinero era entonces un “nivelador radical” e irresistible que invadía todas las áreas de la vida social. Al homogeneizar todas las distinciones cualitativas en la cantidad abstracta, el dinero permitía la “identificación de lo incompatible”. Medio siglo más tarde, Simmel confirmaba el diagnóstico de Marx, tildando al dinero de “nivelador terrorífico” que pervertía la singularidad de los valores personales y sociales: “incolore e indiferente [...] [el dinero] vacía el meollo de las cosas [...] su valor específico y su incomparabilidad”. Por cierto, en su análisis de la prostitución Simmel reconoció “en la naturaleza misma del dinero algo de la esencia de la prostitución”. De todas las relaciones sociales, la prostitución, advertía Simmel, era “la más notable instancia de una degradación recíproca a mero medio”, y de este modo conectaba la prostitución con la economía del dinero: “la economía de los ‘medios’

¹³ Karl Marx, “The Power of Money in Bourgeois Society” [1844], en *The Economic and Philosophic Manuscripts of 1844*, Nueva York, International Publishers, 1964, p. 169 [trad. esp.: *Manuscritos de economía y filosofía*, Madrid, Alianza, 2003]; *Grundrisse* [1858-1859], Nueva York, Vintage, 1973, p. 221 [trad. esp.: *Grundrisse. Lineamientos fundamentales para la crítica de la economía política. 1857-1858*, México, Fondo de Cultura Económica, 1985].

¹⁴ Karl Marx, *Grundrisse*, op. cit., p. 222; *Capital* [1867], vol. 1, ed. de Friedrich Engels, Nueva York, International, 1984, pp. 96, 103, 111, 132, 105 [trad. esp.: *El capital*, México, Fondo de Cultura Económica, 1999]; *A Contribution to the Critique of Political Economy* [1858], ed. de Maurice Dobb, Nueva York, International, 1972, p. 49 [trad. esp.: *Contribución a la crítica de la economía política*, México, Siglo XXI, 1980]. Véase también “Money”, en *A Dictionary of Marxist Thought*, ed. de Tom Bottomore, Cambridge, (MA), Harvard University Press, 1983, pp. 337-340.

en un sentido estricto". También Max Weber señaló el fundamental antagonismo entre una economía racional del dinero y los vínculos personales, al indicar que "cuanto más sigue el mundo de la moderna economía capitalista sus propias leyes inmanentes, menos accesible se vuelve [...] a una ética religiosa de la fraternidad".¹⁵

En un ensayo publicado en 1913, el economista y sociólogo Charles H. Cooley disintió y presentó sus argumentos en defensa del dólar. Al mismo tiempo que reconocía el crecimiento del nexo del dinero en la sociedad moderna, Cooley se rehusaba a ver al dinero como un antagonista forzoso de los valores no pecuniarios. En cambio, en una línea muy parecida a la de los defensores del siglo XVIII de la tesis del mercado como un agente moralizador, que Albert O. Hirschman designa como la tesis "*doux commerce*", Cooley planteaba que el "principio de que todo tiene un precio debería ampliarse antes que restringirse [...] los valores pecuniarios son parte del mismo sistema general que la moral y los valores estéticos, y es su función que estos últimos se impongan en el mercado". Al considerar el honor como "uno de esos valores que muchos pondrían fuera de la esfera pecuniaria", Cooley observa que, más bien, el honor "puede incitar a ahorrar dinero para pagar una deuda, mientras que la intemperancia lo gastaría en una buena cena". En tal caso, "compramos nuestro honor con dinero". El progreso, concluía Cooley, no residía en depreciar la valuación monetaria, sino en asegurar la regulación moral del dinero: "El dólar debe ser reformado más que suprimido".¹⁶

En su disenso, Cooley se alineó con la visión de esos economistas profesionales que veían el dinero como el principal agente racionalizador –aunque no necesariamente corruptor– en la economía moderna. El gran economista Alfred Marshall, por ejemplo, declaró en 1885 que "en el mundo en el que vivimos, el dinero, que representa el poder adquisitivo en general, es hasta tal punto la mejor medida de las motivaciones que ninguna otra puede competir con ella". En la ética pragmática de Marshall, el hecho de que "cuando queremos inducir a un hombre a hacer algo para nosotros en general le ofrecemos

¹⁵ Karl Marx, *Capital*, op. cit., p. 132; *Grundrisse*, op. cit., p. 163; Georg Simmel, *The Sociology of Georg Simmel*, op. cit., p. 414; *The Philosophy of Money*, op. cit., p. 377; Max Weber, "Religious Rejections...", op. cit., p. 331.

¹⁶ Albert O. Hirschman, *Rival Views of Market Society*, Nueva York, Viking, 1986; Charles H. Cooley, "The Sphere of Pecuniary Valuation", en *American Journal of Sociology*, 19, septiembre de 1913, pp. 202, 191 y 203. En otro artículo, "The Institutional Character of Pecuniary Valuation", en *American Journal of Sociology*, 18, enero de 1913, pp. 543-555, Charles H. Cooley enfatiza el escenario institucional de la valuación monetaria.

dinero" no significa que hayan desaparecido la generosidad o el sentido del deber, sino simplemente que el dinero constituye la medida más eficiente de las "motivaciones ordinarias que gobiernan a los hombres en los actos de la vida cotidiana".¹⁷

El influyente economista estadounidense Wesley C. Mitchell retomó los argumentos de Marshall, y destacó el uso del dinero como uno de los "grandes hábitos racionalizadores" de la sociedad, que conforma no sólo el comportamiento económico objetivo de las personas, sino también su "vida subjetiva". Sin embargo, al considerar el mundo íntimo de los hogares, los argumentos de Mitchell empezaron a tambalear. Mientras en el ámbito de los negocios "nada más que el valor pecuniario de las cosas [...] debe tomarse en consideración, y el valor pecuniario puede siempre ser sopesado, comparado y ajustado de una manera ordenada y sistemática", la contabilidad doméstica era de una clase diferente, más "retrógrada": "las ganancias no se pueden reducir a dólares, como las utilidades de una empresa comercial". ¿Cómo puede una esposa, entonces, comparar efectivamente sus "costos y beneficios"? Los valores familiares necesariamente distorsionaban la racionalidad y la eficiencia del mercado al introducir cuestiones no mensurables de valor subjetivo.¹⁸

Joseph Schumpeter también advirtió que el capitalismo "exalta" al dinero, convirtiéndolo en una "herramienta de cálculos racionales de costo/beneficio", un análisis que se extendía más allá del sector económico hacia un "tipo de lógica o actitud o método [que] luego inicia una carrera de conquista subyugando –racionalizando– las herramientas y la filosofía del hombre, sus prácticas médicas, su imagen del cosmos, su visión de la vida; de hecho, todo, incluso su idea de la belleza y de la justicia y sus ambiciones espirituales". Mientras que, por una parte, Schumpeter sugería que el proceso capitalista conducía hacia el "utilitarismo y una total destrucción de los Significados", por la otra, en un debate acerca del dinero publicado hace muy poco tiempo, reconocía, al igual que Mitchell, una esfera, separada de la esfera racional del comportamiento económico, en la cual el dinero no era culturalmente estéril, como, por ejemplo, en el uso de efectivo que servía también como un objeto ritual significativo. Este "significado cultural" del dinero, sin embargo, era re-

¹⁷ Alfred Marshall, "The Present Position of Economics (1885)", en *Memorials of Alfred Marshall*, ed. de C. Pigou, Londres, Macmillan and Co., 1925, p. 158.

¹⁸ Wesley C. Mitchell, "The Role of Money in Economic Theory (1916)", en *The Backward Art of Spending Money and Other Essays*, Nueva York, Augustus M. Keeley, 1950, p. 170; "The Backward Art of Spending Money (1912)", en *The Backward Art of Spending Money and Other Essays*, op. cit., p. 13.

levante sólo en caso excepcionales, “en la medida en que influye en la conducta misma de las personas con respecto al dinero”.¹⁹

El modelo utilitario ha dominado las teorías acerca del dinero. La sociología contemporánea todavía se aferra a la visión del dinero como un medio de intercambio de mercado absolutamente fungible, cualitativamente neutral, infinitamente divisible y por completo homogéneo. James Coleman, por ejemplo, hace un análisis en extremo sofisticado del intercambio social, pero continúa tratando al dinero como el común denominador impersonal por antonomasia. A pesar de que hay analistas que reconocen la dimensión simbólica del dinero moderno, no logran trascender por completo el esquema utilitario. Talcott Parsons, por ejemplo, reclamó de una manera explícita una “sociología del dinero” que lo considerara como uno de los medios simbólicos generalizados de intercambio social, junto con el poder político, la influencia y el compromiso valorativo. En contraste con la definición de Marx del dinero como “el representante material de la riqueza”, en la teoría de Parsons de los medios, el dinero constituía un lenguaje simbólico; no una mercancía, sino un significante, carente de valor de uso. No obstante, Parsons restringe el simbolismo del dinero a la esfera económica. El dinero, arguye, es la “‘encarnación’ simbólica del valor económico, de lo que los economistas en un sentido técnico denominan ‘utilidad’”.²⁰ Por consiguiente, la teoría de los medios de Parsons dejó a un lado el valor simbólico del dinero fuera del mercado: el significado cultural y social del dinero más allá de la utilidad.

Anthony Giddens lamenta que Parsons cometa el error de igualar poder, lenguaje y dinero, ya que para Giddens el dinero tiene una relación netamente diferente con la vida social. Ve al dinero como un “objeto simbólico”, un ejemplo clave para aquellos “mecanismos de desarraigo asociados con la modernidad”, separando las relaciones sociales de tiempos y lugares concretos. Jürgen Habermas llega a decir que el dinero es el medio a través del cual el sistema económico “coloniza” el mundo de la vida social rutinaria, socavando de una

¹⁹ Joseph A. Schumpeter, *Capitalism, Socialism and Democracy* [1942], Nueva York, Harper and Row, 1962, pp. 123, 124 y 129 [trad. esp.: *Capitalismo, socialismo y democracia*, Barcelona, Folio, 1996]; “Money and Currency”, en *Social Research*, otoño de 1991, pp. 521 y 522.

²⁰ James Coleman, *Foundations of Social Theory*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 1990, pp. 119-131; Talcott Parsons, “Higher Education as a Theoretical Focus”, en *Institutions and Social Exchange*, ed. de Herman Turk y Richard L. Simpson, Nueva York, Bobbs-Merrill, 1971, p. 241; “Levels of Organization and the Mediation of Social Interaction”, en *Institutions and Social Exchange*, op. cit., pp. 26 y 27; “On the Concept of Influence”, en *Sociological Theory and Modern Society*, Nueva York, Free Press, 1967, p. 358; Karl Marx, *Grundrisse*, op. cit., p. 222.

manera irrefrenable y sistemática “dominios de acción que dependen de la integración social”. Los sociólogos, por lo tanto, todavía aceptan con una notable falta de escepticismo la noción de que, una vez que el dinero invade el ámbito de las relaciones personales, lleva de un modo inevitable esas relaciones hacia la racionalidad instrumental.²¹

Durante un siglo, por lo tanto, la interpretación del dinero que prevaleció forjó un modelo absoluto del dinero de mercado, basado en los cinco presupuestos siguientes:

1. Las funciones y características del dinero se definen en términos estrictamente económicos. En tanto objeto líquido por completo homogéneo e infinitamente divisible, que carece de cualidades, el dinero es una herramienta incomparable para el intercambio del mercado. Incluso cuando se reconoce el significado simbólico del dinero, o se lo restringe a la esfera económica, o se lo trata como un rasgo en gran medida sin demasiada trascendencia.
2. Toda forma de dinero es igual en la sociedad moderna. Lo que Simmel denominó el “carácter cualitativamente ‘comunístico’”²² del dinero niega toda distinción entre distintos tipos de dinero. Sólo son posibles diferencias de cantidad. De este modo, existe sólo una clase de dinero de mercado.
3. Se establece una marcada dicotomía entre el dinero y los valores no pecuniarios. El dinero en la sociedad moderna se define como esencialmente profano y utilitario en contraste con los valores no instrumentales. El dinero es cualitativamente neutral; los valores personales, sociales y sagrados son cualitativamente diferentes, no intercambiables e indivisibles.

²¹ Anthony Giddens, *The Consequences of Modernity*, Stanford (CA), Stanford University Press, 1990, pp. 21, 22 y 25 [trad. esp.: *Las consecuencias de la modernidad*, Madrid, Alianza, 1999]; Jürgen Habermas, *The Theory of Communicative Action*, vol. 2, Boston, Beacon Press, 1989, p. 327 [trad. esp.: *Teoría de la acción comunicativa*, 2 vols., Madrid, Trotta, 2010]. Para una crítica diferente al tratamiento del dinero de Habermas, como también de Parsons y de Luhmann, en especial por ignorar el poder y la desigualdad, véase Heiner Gansmann, “Money. A Symbolically Generalized Medium of Communication?”, op. cit. Para otros comentarios acerca de los peligros sociales de una monetización irrestricta, véase Richard M. Titmuss, *The Gift Relationship*, Nueva York, Vintage, 1971; Fred Hirsch, *Social Limits to Growth*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 1978; Michael Walzer, *Spheres of Justice*, Nueva York, Basic Books, 1983 [trad. esp.: *Las esferas de la justicia*, México, Fondo de Cultura Económica, 1995]; Eugene Rochberg-Halton, *Meaning and Modernity*, Chicago, University of Chicago Press, 1986, cap. 10.

²² Georg Simmel, *Philosophy of Money*, op. cit., p. 440.

4. Se considera que los intereses monetarios aumentan constantemente, cuantificando y a menudo corrompiendo todas las áreas de la vida. Como un medio abstracto de intercambio, el dinero no sólo tiene la libertad sino también el poder de llevar un creciente número de bienes y servicios a la red del mercado. El dinero es así el vehículo de una inevitable mercantilización de la sociedad.
5. No se duda del poder del dinero de transformar los valores no pecuniarios, mientras que la transformación recíproca del dinero por los valores o las relaciones sociales rara vez se conceptualiza, si no resulta explícitamente rechazada.

No es completamente descabellado suponer que la monetización de la vida social conlleva la difusión de la uniformidad, la precisión y el cálculo. Después de todo, la economía del dinero produjo un cambio significativo de la organización social. Por ejemplo, facilitó la multiplicación de las sociedades económicas y promovió una división racional del trabajo. Entre 1860 y comienzos de la década de 1930, Estados Unidos fue testigo, entre otras innovaciones financieras, de la creación de los giros postales (1864); de los cheques de viajero (1891); de los precios fijos (en la década de 1860); de las tiendas con precios fijos, del tipo “todo por dos pesos”, como las tiendas Woolworth; de los catálogos para compras por correo (en la década de 1870); de las tarjetas de crédito (1914); de los primeros sistemas de transferencia electrónica de fondos (1918) y del uso intensivo de los planes de pago, como las compras en cuotas y el sistema de crédito.²³

LA CREACIÓN DEL DINERO DE MERCADO

A partir del siglo XIX, en Estados Unidos el Estado se empeñó con energía en la creación de la moneda “incolora” de Simmel, de un dinero nacional estandarizado. ¿Cómo lo hizo? Obligó a sacar de circulación miles de papeles moneda emitidos por los estados, suprimió la emisión privada de vales, billetes o monedas por parte de tiendas, negocios, iglesias y otras organizaciones, y acabó

²³ Véase James R. Beniger, *The Control Revolution*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 1986, pp. 329 y 331; Thomas J. Schlereth, “Country Stores, County Fairs, and Mail-Order Catalogues”, en *Consuming Visions*, ed. de Simon J. Bronner, Nueva York, Norton, 1989, p. 364; Lewis Mandell, *The Credit Card Industry*, Boston, Twayne Publishers, 1990.

con la personalización del dinero por parte de los individuos. Consideremos, por ejemplo, las cinco mil o más variedades distintas de billetes de los estados (sin incluir miles de falsificaciones) que circulaban en el siglo XIX. Los comerciantes y los banqueros tenían que confiar en catálogos de billetes para controlar una variedad de monedas difícil de manejar, ya que el valor, como también la forma y el estilo de los billetes eran diferentes de un banco a otro y también de un Estado a otro. Era común al parecer que los clientes de un banco especificaran “en qué clase de moneda iban a ser retirados los depósitos y con qué clase de pagarés iban a ser cancelados”.²⁴

El gobierno se propuso eliminar las distinciones entre las monedas. En 1863 la National Banking Act permitió que los bancos nacionales recién aprobados crearan una moneda nacional uniforme. Unos pocos años más tarde, el gobierno federal sacó de circulación múltiples billetes de los estados. Con anterioridad, acuciado por la crisis financiera de la Guerra de Secesión, el Congreso había autorizado al Tesoro en 1862 a imprimir millones de “verdes”, el primer papel moneda del país sin respaldo en oro, que circuló a nivel nacional como moneda de curso legal.²⁵ Pero incluso después de la National Banking Act, el *stock* de dinero en Estados Unidos continuó estando muy diversificado. Los nuevos billetes nacionales circulaban junto con otros inventos monetarios de la Guerra Civil, no sólo “verdes” sino también billetes de curso legal que devengaban interés, pagarés del gobierno, moneda postal y fraccionaria, como también certificados de plata y de oro (“amarillos”), por no mencionar las más tradicionales monedas de oro y las de plata baja. Estos múltiples dine-

²⁴ Bray Hammond, *Banks and Politics in America* [1957], Princeton (NJ), Princeton University Press, 1967, pp. 702 y 703. La heterogeneidad de los billetes del Estado iba más allá de su distinto valor económico; los bancos también individualizaban con frecuencia los billetes con complejos dibujos de personas o de escenas representativos de su localidad. Para una excelente colección de ilustraciones de billetes de banco, véase *Important Early American Bank Notes, 1810-1874, from the Archives of American Bank Note Company*, Nueva York, Christie's, 1990. Como prueba de la diversidad de la moneda estadounidense en el siglo XVIII, véase el estudio de Alice Hanson Jones de inventarios de sucesiones en trece colonias alrededor de 1774, *Wealth of a Nation to Be*, Nueva York, Columbia University Press, 1980, pp. 8, 132 y 133. Según Jones, los activos financieros abarcaban desde bonos o billetes a monedas de oro y plata, papel moneda local emitido por cada provincia en particular, billetes de libras esterlinas inglesas, como también el “Joe” o “Johannes”, una moneda de oro portuguesa, o los “reales de a ocho” [*pieces of eight*], un dólar español. La gente a menudo utilizaba el pago en especies a valores aceptables en la moneda local; en Maryland y en Virginia, por ejemplo, los impuestos y otras deudas se fijaban en libras de tabaco.

²⁵ Milton Friedman y Anna J. Schwartz, *A Monetary History of the United States, 1867-1960*, Princeton (NJ), Princeton University Press, 1971, pp. 15-25.