

Introducción a *Mercados cuestionados: cuando el mercado se enfrenta a la moral**

Philippe Steiner y Marie Trespeuch

Traducido por María de las Nieves Puglia y Pablo Javier Figueiro

Recibido: 7 de diciembre de 2022 · Aceptado: 16 de diciembre de 2022 · Modificado: 16 de enero de 2023
<https://doi.org/10.7440/res84.2023.08>

Resumen | En este artículo se traduce la introducción escrita por Philippe Steiner y Marie Trespeuch para su libro *Mercados cuestionados: cuando el mercado se enfrenta a la moral* (Toulouse: Presses Universitaires du Midi, 2014). En ella se presenta la perspectiva de los mercados disputados: aquellos en torno a los cuales se desarrollan fuertes controversias debido al estatus moral de las mercancías que involucran (drogas, juegos de azar, pornografía, órganos humanos, entre otros). Para ello, los autores proponen indagar la manera en que dichos mercados se forman, se transforman y, eventualmente, se hallan incapacitados para operar, focalizándose en los dispositivos mercantiles que permiten o no su emergencia. Retomada de la propuesta de Michel Foucault, la noción de *dispositivo* permite articular las modalidades concretas que adoptan los mercados singulares y la dimensión moral de los mismos. El análisis se centra así en el carácter procesual de dichos mercados, analizándolos como un campo de fuerzas en el que los actores y argumentos involucrados implican tensiones, desplazamientos y alianzas, y cuya resultante (provisoria) configura diversas formas de la operación mercantil que son abordadas a través de una pluralidad de casos empíricos bien estudiados.

Palabras clave | dispositivos mercantiles; mercados cuestionados; mercancías cuestionadas; moral; sociología económica

Introduction to *Contested Markets: When the Market Meet Morality*

Abstract | In this article, we translate the introduction by Philippe Steiner and Marie Trespeuch for their book *Contested Markets: When the Market Meet Morality* (Toulouse: Presses Universitaires du Midi, 2014). It presents the perspective of contested markets: those around which intense controversies develop due to the moral status of the goods involved (drugs, gambling, pornography, human organs, among others). To this end, the authors set out to investigate how these markets are formed, transformed and, eventually, become unable to operate, focusing on the mercantile devices that do or do not allow their emergence. Taken from Michel Foucault's proposal, the notion of *dispositif* articulates the concrete modalities adopted by singular markets and their moral dimension. The analysis thus focuses on the processual character of these markets, analyzing them as a field of forces in which the actors and arguments involved imply tensions, displacements

* Esta introducción fue publicada originalmente en francés en el libro *Marchés contestés: quand le marché rencontre la morale*, dirigido por Philippe Steiner y Marie Trespeuch (Toulouse: Presses Universitaires du Midi, 2014), 7-27, <https://books.openedition.org/pumi/8094>

and alliances, and whose (provisional) result configures diverse forms of the mercantile operation that are approached through a plurality of well-studied empirical cases.

Keywords | market devices; contested markets; contested commodities; morality; economic sociology

Introdução a *Mercados contestados: quando o mercado enfrenta a moralidade*

Resumo | Neste artigo, a introdução escrita por Marie Trespéuch e Philippe Steiner para seu livro *Mercados contestados: quando o mercado enfrenta a moralidade* (Toulouse: Presses Universitaires du Midi, 2014) é traduzida. Nela, é apresentada a perspectiva dos mercados em disputa: aqueles em torno dos quais são desenvolvidas fortes controvérsias devido ao status moral das mercadorias em jogo (drogas, jogos de azar, pornografia, órgãos humanos, entre outras). Para isso, os autores propõem questionar a maneira em que esses mercados são formados, transformados e, às vezes, encontrados deficientes para operar, com foco nos dispositivos mercantis que permitem ou não sua emergência. Retomada da proposta de Michel Foucault, a noção de *dispositivo* permite articular as modalidades concretas que os mercados singulares adotam e a dimensão moral deles. Assim, a análise está centralizada no caráter processual desses mercados, analisando-se como um campo de forças no qual os atores e os argumentos envolvidos implicam tensões, deslocamentos e parcerias, e cuja resultante (provisória) configura diversas formas da operação mercantil.

Palavras-chave | dispositivos mercantis; mercados questionados; mercadorias questionadas; moral; sociologia econômica

Breve nota de los traductores

Ante el aparente avance, inexpugnable, de la lógica mercantil sobre cada vez más esferas de la vida, el presente texto de Philippe Steiner y Marie Trespéuch da cuenta de las tensiones morales que dificultan y hasta prohíben dicho avance. Se trata de una excelente introducción a la perspectiva de los *mercados cuestionados* (*marchés contestés / contested commodities*), la cual tiene una triple importancia para la sociología económica y para los estudios sociales de los mercados en particular.

Por una parte, el escrito da cuenta de cómo la mercantilización no es una fuerza irrestricta que avasalla todo a su paso, sino que la aborda como un proceso que requiere de dispositivos y mediaciones que articulen la lógica mercantil con determinados valores morales. En este sentido, la perspectiva de los mercados cuestionados se centra en los casos donde la mercantilización genera fuertes controversias (como cuando se trata de órganos humanos, pornografía infantil, drogas, datos personales, entre otros), cuya influencia llega, en ocasiones, a impedir la puesta en funcionamiento de un mercado. No obstante, en realidad los casos más interesantes son aquellos donde estos mercados llegan a ponerse en marcha, justamente en la medida en que se debe dar cuenta del proceso por el cual ello es posible. Así, esta es una perspectiva que se pregunta por las fronteras movibles de dichos mercados y por los compromisos morales necesarios para que emerjan.

En segundo lugar, al ser una introducción a un conjunto de trabajos que abordan diferentes tipos de mercados cuestionados, el artículo da pistas analíticas y metodológicas sobre aspectos comunes que presentan dichos procesos, como su emergencia en tanto problema público, las diferentes definiciones de poblaciones vulnerables y la importancia de los dispositivos mercantiles, legales y fiscales en dichos procesos.

Finalmente, el artículo interesa porque ilumina aspectos más generales que están presentes en todos los mercados y, en este sentido, contribuye de manera más amplia a la sociología económica al plantear la relación entre moral y economía. Si bien los casos abordados se definen por las fuertes controversias morales que suscitan, y en este sentido son ejemplares, la dimensión moral se halla en todos los mercados, y de hecho la lógica mercantil también es portadora de una moral centrada en la eficiencia y en la obtención de la mayor utilidad posible, lo cual se articula con determinados dispositivos de libre mercado. Así, aquí no se tratan la moral y el mercado como dos mundos enfrentados y hostiles, retomando la expresión de Viviana Zelizer, sino como diferentes regímenes de justificación y dispositivos que se tensionan y articulan de formas variadas en diferentes coyunturas y momentos históricos.

Introducción

Los placeres sexuales, las drogas, el tabaco, los difuntos, los niños, los órganos humanos o las apuestas, pero también los datos personales o los peces genéticamente modificados son mercancías cuestionadas, en el sentido de que su comercialización plantea controversias morales. Estas se deben al miedo de ver entrar la lógica mercantil en esferas consideradas sensibles, dado que afectan la intimidad de las personas, la integridad, la salud pública o el mantenimiento del orden público. Mientras ciertas mercancías cuestionadas logran abrirse un camino hacia el mercado, otras están menos avanzadas y algunas otras parecen permanentemente incapaces de hacerlo. Ya sean efectivos, potenciales o prohibidos, estos son unos *mercados cuestionados* destinados a la comercialización de mercancías cuestionadas. Al pasar de la mercancía cuestionada al mercado cuestionado, la presente investigación pone el acento sobre el hecho de que el cuestionamiento moral promueve, contiene o bloquea la emergencia de dicho mercado. Los diferentes estados de dicho cuestionamiento se inscriben socialmente a través de la intermediación de dispositivos de mercado que posibilitan, suspenden o prohíben las transacciones mercantiles. La articulación entre el cuestionamiento moral y los dispositivos de mercado deviene así en un lugar privilegiado de la investigación sociológica.

Los capítulos de este libro tratan sucesivamente sobre la adopción internacional [de infantes], los peces genéticamente modificados, el tabaco, el cannabis, la pornografía, los juegos de azar en línea, los datos personales, los órganos humanos para trasplante y, finalmente, los cuerpos de los difuntos. Un conjunto suficientemente largo para mostrar la gran variedad de mercados cuestionados, para elaborar un marco unificado de reflexión y poner a prueba los hechos.

Los mercados cuestionados

Con el advenimiento del neoliberalismo, la creación de nuevos mercados se ha convertido en un elemento importante de la vida social y política. El mercado competitivo se convirtió en un ideal que ha de inscribirse en la realidad social para que las transacciones, cualquiera sea la mercancía tratada, se lleven a cabo con la máxima eficiencia. En consecuencia, se observa la multiplicación de *mercados cuestionados* o *mercados en los cuales se compran y se venden mercancías moralmente cuestionadas*.

Hasta el presente, la reflexión socioeconómica ha reparado especialmente en las mercancías que son objeto de disputa moral, las *mercancías cuestionadas* (Radin 1996; Satz 2010). La noción de mercancía cuestionada (*Contested Commodities*) implica que existen controversias acerca de las cosas que podemos comprar y vender. Esas controversias pueden ser

tanto sobre la existencia de mercados, cuanto sobre las propuestas para crear un mercado (los “mercados en papel”), o simplemente sobre los discursos en favor de su creación (Radin 1996). Un avance de gran importancia fue realizado por Viviana Zelizer al mostrar cómo los mercados pueden emerger a pesar de los cuestionamientos morales de los que fueron objeto las mercancías (1983), y cómo el derecho de la *Common Law* logró fijar sumas monetarias donde el mercado no podía servir de punto de referencia (1985). A partir de allí, la sociología estadounidense ha concebido un programa de investigación orientado al “trabajo relacional”, permitiendo compatibilizar las expectativas de personas comprometidas en circuitos de comercio inusuales donde ponen en juego transacciones de bienes vinculados a la intimidad (2005). Con el “trabajo relacional”, las tecnologías de intercambio, los equipamientos y los marcos institucionales desaparecen del horizonte de la investigación¹. Las interacciones sociales devienen entonces el centro de una reflexión que toma una tonalidad goffmaniana, orientada hacia la construcción del orden de la interacción entre los protagonistas del intercambio.

Recientemente ha existido una corriente de investigación en relación con los mercados ilegales (Beckert y Wehinger 2013). Estos últimos corresponden a toda una gama de transacciones por las cuales la producción del objeto o su comercialización, o ambas, son ilegales, lo que hace que los derechos de propiedad no puedan ser garantizados, ni tampoco las reglas jurídicas que sirven para dirimir las disputas entre personas que intercambian. La cuestión es entonces saber cómo tienen lugar las operaciones de valuación, las relaciones de competencia y de cooperación que se practican durante esos intercambios ilegales.

La estrategia de investigación seguida aquí es diferente: en lugar de investigar las modalidades de acuerdo interpersonal entre los participantes de transacciones íntimas, se trata de dar cuenta de los dispositivos mercantiles que hacen posibles esas transacciones. En lugar de ver un *continuum* entre los mercados legales e ilegales, el enfoque de los mercados cuestionados mantiene la especificidad del mercado en el sentido legal del término para examinar la manera en que los mercados dan lugar a los cuestionamientos morales. Las formas ilegales de transacciones son, sin duda, arenas sociales en las que las transacciones tienen lugar, pero estas últimas no están regidas por una “lucha formalmente pacífica”, para emplear los términos a través de los cuales Max Weber caracterizó la competencia, sino que necesitan una conceptualización adecuada para dar cuenta de ellas.

La presente obra estudia las condiciones de aparición y el modo de funcionamiento de *mercados cuestionados*, que emergen para permitir la comercialización de mercancías cuestionadas en ciertos casos, mientras que en otros no llegan a existir. ¿Cómo explicar esta variedad de situaciones? ¿Cómo dar cuenta del funcionamiento de mercados en los que el cuestionamiento moral interviene como un ingrediente de la mercantilización? Para responder estas preguntas, los capítulos que siguen ponen el acento en las controversias morales que se abren para hacer de la mercancía una mercancía moralmente cuestionada. Este es el primer paso del proceso, en este punto similar a los trabajos recientes que iluminan la formación de mercados a través del estudio de los movimientos sociales (Rao 2009; Fligstein y Mar Adam 2012). El segundo consiste en examinar los dispositivos gracias a los cuales un mercado se pone en marcha —o no— para permitir las transacciones. Por dispositivo, siguiendo los trabajos de Foucault (1994) y de aquellos sociólogos que, de diferentes maneras, han tomado el tema como objeto de estudio (Callon *et al.* 2007; Karpik 2007), designamos el entramado de elementos heterogéneos (leyes, normas de seguridad, reglas sanitarias, modalidades de recaudación fiscal, pero también edificios, afiches publicitarios, la construcción de poblaciones específicas, etc.)

1 Ver sobre este tema el número especial de *Politics & Society* dedicado al trabajo relacional (*Politics & Society* 40 [2], 2012).

que permiten conectar objetos y personas². En este sentido, los dispositivos estudiados aquí forman parte de lo que Neil Fligstein llama las reglas del intercambio, que definen “quién puede hacer una transacción con quién, y las condiciones de realización de la transacción” (2001, 34), y que contribuyen a estabilizar el funcionamiento del mercado. Pero los dispositivos estudiados no se reducen a la enunciación de esas reglas, ya que, si bien pueden adoptar la naturaleza de dispositivos mercantiles cuando surge el mercado en cuestión, en otros casos (por ejemplo, aquel de la adopción internacional o de los órganos humanos para trasplante), es la existencia misma de dispositivos de emparejamiento no mercantiles la que vuelve difícil la emergencia de un mercado.

Inicialmente adoptada en la tesis de Marie Trespeuch sobre los juegos de azar en línea (2011), recuperada en el trabajo de Caroline Frau sobre el tabaco (2012) la noción de mercado cuestionado dio lugar a un primer desarrollo comparativo entre los juegos de azar y los órganos humanos (Steiner y Trespeuch 2013). En términos generales, el objeto de la presente obra es *estudiar la manera en la que los mercados cuestionados se forman, se transforman y, eventualmente, se hallan incapacitados para ponerse en marcha.*

Mercado y moral

¿Es susceptible el mercado a un enfoque moral? La respuesta más común explica que el intercambio mercantil contiene su propia norma —la utilidad o la eficiencia—sin hacer referencia a ninguna norma moral. Este argumento se puede encontrar tanto entre economistas cuando se preocupan por defender la autonomía de su saber y de sus propuestas, como así también entre sus adversarios, como cuando, bajo la lógica de la reflexión de Karl Polanyi, el sistema de mercados se describe como autorregulador (1982). Un encuentro entre la moral y la economía mercantil considerada como amoral es ciertamente posible, pero es concebido como el choque de dos mundos extraños. Una segunda respuesta es, sin embargo, factible: la actividad mercantil y el discurso económico producen y justifican un orden moral específico, una forma de *grandeza* tal como la entiende la economía de las convenciones. Al definir y justificar las retribuciones otorgadas a los diferentes productores, la economía política explica que lo que *valen* esas contribuciones es la traducción de lo que la sociedad reconoce como utilidad para aquellos que las llevan al mercado. A partir de allí, solo hay un paso hacia lo que se puede llamar la moral cataláctica³, según la cual el valor de los individuos está definido por los ingresos que perciben. Es en este sentido que podemos comprender la fórmula de Foucault que explica que el mercado es un operador de veridicción (Foucault 2004)⁴. El discurso económico da un paso más en la reconciliación del mercado y la moral al plantear una pregunta clásica pero profunda: en un mundo de escasez, ¿es moral no ser eficiente? En otros términos, frente a medios limitados y fines

2 “Lo que trato de situar bajo ese nombre [de dispositivo] es, en primer lugar, un conjunto decididamente heterogéneo, que comprende discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas; en resumen: los elementos del dispositivo pertenecen tanto a lo dicho como a lo no dicho”, a lo cual el autor agrega que el dispositivo es “la red que puede establecerse entre estos elementos” y que es importante ante todo identificar la naturaleza del lazo que existe entre dichos elementos, los cuales se posicionan para responder en un primer momento a una situación de urgencia, pero que se perpetúan para gestionar sus propios efectos (Foucault 1985, 128).

3 Nota de los traductores (NT): de *catalaxis*, el término refiere el orden emergido en el mercado gracias al recíproco ajuste entre numerosas economías individuales. Al respecto véase Mises (2021, capítulo IX).

4 NT: antes que hablar de verdad o falsedad, de acierto o error, Foucault propone estudiar los *regímenes veridictionales*, es decir, el “conjunto de las reglas que permiten, con respecto a un discurso dado, establecer cuáles son los enunciados que podrán caracterizarse en él como verdaderos o falsos” (2007, 53). En el contexto de su análisis sobre el liberalismo clásico y el neoliberalismo, Foucault señala que a mediados del siglo XVIII emerge un nuevo arte de gobierno que tendrá al mercado formador de precios como un lugar de veridicción, de develamiento de una verdad: si se lo deja actuar libremente, emergerá un precio natural que permitirá evaluar la verdad o falsedad de las prácticas gubernamentales. El mercado, considerado como un mecanismo natural, se convierte entonces en el principio de verdad del gobierno.

potencialmente infinitos, el discurso económico se compromete a determinar el mejor uso posible de los recursos disponibles, y exige a los moralistas mostrar cómo ser menos eficiente en el uso de esos recursos mejoraría la situación del colectivo a propósito del cual divergen los preceptos económicos y los preceptos morales. En este sentido, la economía política es portadora de un valor moral específico —la eficiencia— y la relación entre moral y economía es una relación entre dos valores diferentes, inconmensurables.

En ambos casos, el mercado puede estar confrontado a la controversia moral: sea en razón de su exterioridad o de su carácter intrínsecamente moral. Esta segunda opción fue la adoptada por los diferentes autores de este libro, porque es la que nos permite seguir más de cerca la evolución de los mercados de cara a los problemas éticos que se plantean y a las controversias morales que generan. Por lo tanto, es sobre la base de este enfoque que se define la noción de *mercados cuestionados* que está en el centro de toda la obra.

Los cuestionamientos morales, examinados en las diferentes contribuciones, proponen la pregunta acerca de la compatibilidad del mercado con ideas sobre el bien común que compiten entre sí, e incluso con lo que define nuestra humanidad en común⁵. Variables en intensidad, los debates revelan, no obstante, los valores que la sociedad y los gobiernos desean mantener o promover al momento de decidir la comercialización de mercancías cuestionadas. Más allá de la discusión sobre el carácter alienable o no de las personas y de las partes del cuerpo humano (Radin 1996), el libro trata sobre las reacciones suscitadas por la (potencial) comercialización de dichas mercancías. Medioambiental, económico, sanitario, social o aún bioético, el bien común está anclado en diversos dominios, cuya elección condiciona los registros de presentación de beneficios o daños que esos mercados (potenciales o reales) pueden producir. Al autorizar esos circuitos legales de intercambio de mercancías cuestionadas a un cierto precio, determinados actores temen, por ejemplo, que la accesibilidad se extienda, generando efectos morales indeseables. Así, los juegos de azar legalizados en internet darían mayor visibilidad a la oferta, al igual que la comercialización lícita de cannabis facilitaría el uso por parte de un número creciente de individuos, estimulando en ambos casos comportamientos que pondrían en juego el orden social. En respuesta a los argumentos sanitarios, los participantes del mercado señalan los daños económicos o de orden público, pero también sanitarios, causados por la existencia del comercio informal e incontrolado en la población (menor calidad de los productos, imposibilidad de gravar y controlar a los distribuidores, etc.). Estos efectos, reales o esperados, irrigan los argumentos de los “emprendedores de la causa” que aparecen progresivamente, se rodean de intermediarios y organizan su acción apoyándose en repertorios de movilización bien analizados por la sociología de la acción pública (Lascombes y Le Gales 2007): recurrir a expertos, el *lobbying*, la organización de manifestaciones o de *happenings* son los medios utilizados para transformar una cuestión localizada en un “problema público”, cuyo encuadre termina por producir un “orden simbólico” susceptible de descalificar de manera duradera los modos alternativos de resolución (Guesfield 2009). En ciertos casos, las formas del movimiento social devienen piezas constitutivas del mercado cuestionado, como muestra Hayagreeva Rao en el caso de la organización de carreras automovilísticas utilizadas a principios del siglo XX para reunir un público y aclimatarlo a la presencia de automóviles, al tiempo que se demostraba la fiabilidad de este nuevo medio de transporte (2009). A la inversa, los promotores de mercados cuestionados son igualmente “emprendedores de la causa”: ellos también defienden una forma de moral. ¿La construcción de un mercado de datos personales no permitiría ofrecer un mayor control a los internautas hasta ahora largamente ignorantes de los modos de recolección de sus rastros de navegación? ¿La reproducción y la comercialización de salmones transgénicos no constituyen el inicio de una solución al hambre en el mundo? Además de los argumentos expuestos,

5 A este respecto, el capítulo consagrado a los órganos humanos, así como el dedicado a los datos personales destacan la inalienable libertad del ser humano frente a las tentativas de extensión del mercado a la persona.

los actores pueden, cuando falla el mercado cuestionado que buscan promover, volverse portadores de una crítica moral de los modos alternativos de comercio social. Lo mismo ocurre con los defensores del mercado de órganos, para quienes la producción de ese recurso escaso solo tendría como solución la construcción de un mercado —incluso si esto significa socavar la eficiencia del comercio estructurado en torno a las donaciones, que hoy lo sustituye en la mayor parte del mundo—.

No obstante, las posturas no son simples ni fijas: al mismo tiempo que se despliegan controversias a propósito de esos mercados, a veces se observan alianzas inesperadas entre categorías de actores cuyos intereses y valores pueden parecer irreconciliables a priori. Esto todavía se debe a los efectos anticipados, en particular económicos, que suscita la creación de esos mercados específicos. Así, entre las alianzas originales veremos a los pescadores de salmón adoptar las posiciones ecológicas de una ONG para contrarrestar la comercialización de salmones transgénicos y la competencia potencial que ello representa, o bien, en 1975, al ala progresista del gobierno de Giscard D'Estaing defender, junto a los realizadores y productores de cine pornográfico, la difusión libre de esas películas, para gran disgusto de diputados más conservadores y de agrupaciones feministas. Los registros de impugnación se desplazan y las posiciones evolucionan entonces a favor de estas alianzas (permanentes o circunstanciales), con opositores al mercado que a veces incluso contribuyen a la definición de un compromiso mercantil aceptable.

Las diferentes contribuciones subrayan así la creación de equilibrios frágiles que, en el caso de los mercados cuestionados en acto, consiguen enfriar o “incorporar” la crítica, al menos por un tiempo. Los grupos de actores involucrados, los repertorios de movilización empleados, los argumentos defendidos y las dinámicas de impugnación son, por un lado, precisamente descritos para captar los efectos producidos por las controversias morales sobre las condiciones de existencia y de funcionamiento de los mercados cuestionados, y, por otro lado, para examinar cómo influye el horizonte de un comercio mercantil sobre la posición de los actores en el “campo de fuerzas” de la controversia (Chateauraynaud 2011) y de la formulación de definiciones contrapuestas o convergentes del bien común.

La especificidad de la disputa moral surge por comparación con las controversias alrededor de la calidad de los bienes alimentarios. Sobre la base de un estudio que trata el vino, la manteca, la carne y la leche, Alessandro Stanziani (2005) mostró en primer lugar que los problemas de la salud pública son dominados por las dimensiones industriales y mercantiles, incluso en el caso de la carne y la leche. Las controversias son sobre todo de orden científico, para definir la calidad y la estabilidad de un producto, y evitar los fraudes; y de orden mercantil, para decidir los casos en los que la competencia es suficiente para regular las prácticas, ya sea eliminando las malas prácticas o segmentando los mercados (como el de la margarina que fue separada de la manteca). Por lo tanto, la calidad apela esencialmente a controversias confinadas entre los expertos del mundo mercantil, científico y jurídico. Pero no se trata de una impugnación moral en la que participen expertos profanos o emprendedores de moral económica ajenos a esos mundos, incluso cuando los higienistas están presentes, como en el caso de la leche y de la carne. Precisamente, la solución a estos problemas de calidad a menudo pasa por la competencia misma, y, por lo tanto, por la práctica mercantil. Esto no se discute en los capítulos siguientes: es el hecho mismo de colocar el producto en el mercado lo que plantea la controversia.

Los capítulos que siguen consideran *diversas formas de mercados cuestionados*. Estas se deben, como acabamos de recordar, a la diversidad y a la desigual fuerza de las controversias, pero también se derivan de la variedad de mercados cuestionados. El caso más simple es el de los mercados cuestionados efectivamente en funcionamiento: es el caso del *mercado de juegos de azar en línea, el mercado del tabaco, el mercado de la pornografía y el mercado funerario*. Se trata de mercados efectivos en el sentido de que es posible realizar transacciones totalmente legales siempre que, como en todo mercado, se respeten las reglas que

rigen los intercambios. En este primer caso, la impugnación moral no está ausente ni debilitada, pero hay que buscar los rastros y la fuerza reguladora en los acuerdos sociales específicos que dan los medios para contener o enfriar los cuestionamientos morales a estos diferentes mercados. El caso opuesto es aquel de los mercados cuestionados en los que el mercado no pudo crearse y donde la prohibición de intercambio mercantil no pudo ser levantada, como es el caso del *mercado de órganos para trasplante o el mercado de cannabis*. Con algunas excepciones —Irán y Filipinas respecto del mercado del riñón, los Países Bajos o un pequeño número de estados norteamericanos para el cannabis— los mercados cuestionados no han podido tener una existencia legal. La confrontación entre la moral y el intercambio mercantil es, sin embargo, central, ya que interviene el razonamiento contrafactual tan generalizado de que “si no hay transacciones legales posibles, entonces tienen lugar transacciones ilegales y moralmente peores”. La potencialidad de esas transacciones ilegales se convierte entonces en un argumento importante para legalizar mercados cuestionados, y para dar lugar a una impugnación cataláctica de la objeción moral y de la prohibición del intercambio mercantil en nombre de los peligros adicionales que las transacciones ilegales suponen para las poblaciones. Finalmente, existe una tercera categoría de mercados cuestionados con el caso de los mercados potenciales, como son el del *mercado de pescados genéticamente modificados, el de la adopción y el de los datos personales*. Más allá de las diferencias en cuanto a la efectividad factual de los mercados cuestionados, las tres categorías refieren a un mismo conjunto de interrogantes relativo al modo de integrar la impugnación moral al funcionamiento mercantil. ¿De qué forma se integra la moral en dispositivos mercantiles para hacer posibles las transacciones en los mercados cuestionados efectivos? ¿En qué casos la impugnación moral logra bloquear la generación de un mercado para dar lugar a un mercado cuestionado prohibido? ¿Cómo se enfrenta la impugnación moral a su propio cuestionamiento por parte de los defensores de la mercantilización y de lo que podemos llamar el cuestionamiento cataláctico de la impugnación moral? ¿Cómo consigue la impugnación moral ganar un punto de apoyo en el proceso de creación de mercados cuestionados potenciales?

Fronteras movibles, dispositivos y poblaciones vulnerables

Las investigaciones aquí reunidas arriban a tres resultados generales, más allá de los resultados específicos obtenidos sobre cada uno de los campos empíricos estudiados por los autores.

El primer resultado concierne al carácter móvil de las fronteras entre lo mercantil y lo no mercantil. El cuestionamiento moral no es fijo, como tampoco lo son los contornos de los mercados, o los dispositivos que permiten las transacciones en los mercados en disputa. El mercado de cannabis no ha estado siempre prohibido: ciertos productos humanos como la sangre, han sido sucesivamente mercantiles, luego no mercantiles, etc. Las diferentes contribuciones arrojan luz sobre la evolución de los cuestionamientos morales y de las transformaciones en los dispositivos que permiten comercializar las mercancías cuestionadas. Las reglas de derecho suelen ser centrales, pero sería insuficiente limitarse al nivel de los enunciados jurídicos y a la producción legislativa de las leyes. De una parte, porque estas últimas son a menudo resultado de relaciones de fuerza, de controversias y de movimientos de la frontera entre lo mercantil y lo no mercantil. Por otra parte, porque la “ley en papel” es una cosa, la “ley aplicada” es otra. Los capítulos siguientes se nutren de numerosos ejemplos: la evolución de las controversias sobre la comercialización del cannabis depende de los tratados internacionales, de la manera en que son traducidos en las leyes nacionales, así como de trabajos científicos sobre los aportes posibles de tal o cual molécula contenida en el principio activo. La evolución depende en definitiva de los usos y, por ende, de las prácticas “desde abajo” a raíz de los efectos de la pandemia del SIDA sobre la cuestión de las drogas en general, como así también a los cambios en los modos de aprovisionamiento (*coffee shops* en Holanda, autocultivo, etc.).

Segundo, los diferentes mercados cuestionados muestran que la imbricación de la moral y el intercambio anida en los dispositivos —en el sentido flexible que este término tomó en la sociología contemporánea bajo la propuesta de Foucault— que enfrían la impugnación moral de manera tal que permiten la puesta en marcha de intercambios sobre una base regular y previsible. Entre las piezas importantes de esos dispositivos, podemos notar la presencia del marco legal sin el cual un mercado cuestionado no puede surgir; asimismo podemos notar la presencia de *reglas fiscales* que intervienen como un factor de contención del mercado cuestionado imponiendo tal o cual transacción. Estos dispositivos afectan, según el caso, la oferta de mercancías cuestionadas, la demanda, o ambas al mismo tiempo. Cuando se trata de la oferta, son a menudo las normas jurídicas las que definen quién tiene el derecho de presentarse como vendedor, como comprador, según qué reglas tendrán lugar las transacciones (es el caso de los mercados del tabaco y de los órganos humanos); la reglamentación puede llegar a definir un monopolio público y operadores privados (permisionarios) encargados de presentar la oferta en el conjunto del territorio nacional (es el caso del tabaco o de los juegos de azar). Pero también pueden ser dispositivos fiscales como aquellos que asocian el derecho de comercializar el producto con una fiscalidad específica (es el caso del cine pornográfico en la década de 1970). También pueden ser dispositivos en los cuales las tarifas entren como un elemento esencial: es el caso de la adopción internacional cuando a los “niños con necesidades especiales” se les asigna un costo de adopción menos elevado que a los otros; también es el caso de los juegos de azar en línea, con la definición de tasa de retorno a los jugadores que define la rentabilidad de los operadores y de las esperanzas de ganar de los jugadores. La construcción administrativa de las tarifas⁶, pieza esencial de esos dispositivos, constituye entonces el lugar por excelencia del encuentro entre la moral y la economía de mercado (o de su ausencia).

En tercer lugar, por el lado de la demanda, el resultado central es la limitación del acceso al mercado. Esta limitación toma una forma específica con la creación de poblaciones vulnerables, grupos sociales definidos de una manera *ad hoc*, que los dispositivos deben permitir proteger. La situación más común y, sin duda, la más esperable es aquella en la que la impugnación moral se apoya sobre la designación de poblaciones vulnerables que pondría en peligro el surgimiento de mercados cuestionados⁷. Existen múltiples ejemplos. La categoría más corriente es la de los niños que deben ser protegidos de la existencia de un mercado de la pornografía, o del tabaco e, incluso peor, del cannabis o de los juegos de azar en línea. Los niños son también protegidos en los casos de mercancías cuestionadas que no conducen a la existencia de un mercado, como en el caso de los órganos humanos o de la adopción internacional. Pero es necesario distinguir bien entre dos cuestiones: en el último caso, se debe proteger a los niños en razón de sus debilidades jurídicas —son jurídicamente “incapaces”— contra las posibles maniobras de quienes detentan autoridad sobre ellos (padres o instituciones) y que les harían hacer lo que conviene a estos últimos y los transformarían en mercancías cuestionadas. En los otros casos, el niño es definido como débil porque sencillamente no puede resistirse a los “atractivos” de la oferta del mercado, independientemente de su estatus legal. Se comprende, por lo tanto, que la noción de “población vulnerable” es potencialmente aplicable a toda forma de mercado cuestionado. También se encuentra en todos los casos estudiados aquí y la gama es muy amplia: el caso de los pobres (órganos humanos, juegos de azar en línea), los perversos que deben

6 Una tarifa no es un precio de mercado: una y otro son socialmente construidos, según la fórmula en vigor, pero no lo son de la misma manera, ni para la misma finalidad. La tarifa responde a un problema de financiamiento de una organización que debe encontrar el medio de no depender de una fuente externa de financiamiento; el precio busca obtener un beneficio.

7 Aquí nos inspiramos libremente en el trabajo que Annie Stora-Lamarre (2005) ha consagrado a la obra del senador Henri Béranger y, más generalmente, a los fundadores del derecho de la Tercera República, cuando se trataba de proteger a los niños, las mujeres, de la violencia paterna y del libertinaje. Sobre este punto Mathieu Trachman ha iniciado la reflexión sociológica en su tesis y en el trabajo que le continuó (2013) antes de que ocupara el centro de la reflexión de los autores del presente libro.

ser protegidos de sí mismos (pornografía) o las personas que sufren de una voluntad débil (los juegos de azar, el cannabis), o aquellos, y son numerosos, cuya vigilancia es considerada demasiado tenue en situaciones complejas o trágicas (los datos personales, los cadáveres). Y ahí no termina la lista, ya que también podemos encontrar entidades “naturales” como los salmones salvajes, que conforman una población vulnerable frente a los peligros que representan los peces transgénicos sobre la reproducción de toda la especie si tratan de escapar de los estanques de contención a los que son destinados. La designación de una población vulnerable a ser protegida se acompaña en muchos casos de una *sanitarización* de los problemas sociales (Fassin 1998) que ofrece al cuestionamiento un cambio de registro: en los casos del tabaco, de los juegos de azar, del cannabis y de los órganos —pero, más sorprendentemente, en el de los peces transgénicos— son los profesionales de la medicina, su experticia y su cualificación de los problemas los que se afirman para distinguir, no en términos morales sino sanitarios, lo normal de lo patológico. A ese movimiento de “medicalización” se corresponde un proceso de “politicización” que consiste en poner esos problemas, en adelante recalificados, en la agenda de los poderes públicos, gracias a la intervención de empresas, asociaciones y de la sociedad civil. La población vulnerable —el fumador pasivo, el jugador dependiente, el paciente aliviado por el cannabis o aquel que debe ser trasplantado— definida así participa del proceso de legitimación (o no) del mercado y de los instrumentos de intervención del Estado (gravar a aquellos que producen el daño sanitario, campañas de prevención de sus conductas de riesgo, etc.).

En términos generales, el surgimiento de poblaciones vulnerables explica que la demanda sobre los mercados cuestionados sea objeto de una forma u otra de *confinamiento*. La definición de poblaciones vulnerables o de población objetivo equivale a contener socialmente las transacciones al limitar quiénes se pueden presentar como compradores. Pero la contención también afecta a los lugares de transacción, su publicitación, los lugares de consumo, como veremos en los dispositivos de guetización del mercado de la pornografía en la década de 1970. Se trata, por tanto, de una serie de dispositivos que permiten definir los compromisos entre la lógica mercantil, incluida la moral cataláctica, y la impugnación moral del intercambio mercantil de mercancías cuestionadas.

La noción de población vulnerable, que es poco clara respecto de sus contornos pero tiene gran potencial para la controversia, puede tomar la siguiente forma genérica. Detrás del argumento según el cual la prohibición legal de un mercado cuestionado produce un resultado socialmente execrable al crear un mercado “negro”, se supone implícitamente la existencia de una población “peligrosa” de comerciantes, formada por los que no pueden resistirse a la atracción de la ganancia y, llegado el caso, a la explotación de una población vulnerable compuesta por pobres e indigentes. El argumento ha sido, y sigue siendo, el más utilizado en los debates en torno a la prohibición del mercado de cannabis o de órganos humanos. Pero también está presente en muchos mercados cuestionados, como el de los cadáveres, cuando son los propios comerciantes los que se amparan en él para protegerse de la competencia de los “comerciantes” poco honrados que se hacen pasar por quienes sí lo son. También es el caso de los internautas más pobres: más sensibles a las ofertas promocionales propuestas a cambio de la cesión de sus datos personales, serían pues tendencialmente los más expuestos a la depredación de los agentes publicitarios.

La importancia de la noción de población vulnerable no se agota en enunciar una vasta lista de poblaciones que hay que proteger de los riesgos morales que conllevaría la creación de mercados cuestionados en el marco del neoliberalismo contemporáneo. Un resultado menos atendido que ponen en evidencia muchas de las contribuciones es la existencia de poblaciones vulnerables que se tratan de proteger gracias a la apertura de un mercado. La noción de población vulnerable es, entonces, susceptible de tomar un valor moral positivo. Es el caso de las enfermedades en las que el consumo de cannabis ayuda a que los tratamientos dolorosos sean soportables, o al volver tolerables las situaciones que la farmacología

existente no permite tratar eficazmente. En ese caso, el cuestionamiento moral puede, entonces, *invertir* el proceso, demandando la creación de un mercado para el acceso limitado, de tal manera que satisfaga mejor las demandas de esas poblaciones que sufren. La población vulnerable puede concernir tanto a animales cuanto a humanos: para facilitar la adopción de nuevos juegos de apuesta se construye a los caballos como una población objetivo cuya calidad se trata de mejorar; luego de la gran masacre de 1914-1918 fueron los “caras rotas”⁸ quienes que jugaron ese papel de población vulnerable con un valor positivo para la creación de la Lotería Nacional.

También se produce una última situación cuando en la controversia confluyen dos poblaciones vulnerables de signo opuesto: una es planteada por quienes se oponen moralmente al surgimiento del mercado cuestionado, mientras que la otra es movilizada por aquellos que quieren hacerlo emerger. Una debe ser *protegida del mercado*, mientras que la otra debe estar *protegida por el mercado*. El caso de órganos humanos proporciona un ejemplo sorprendente: estamos frente a dos poblaciones vulnerables dispuestas a entrar en un “comercio de angustia” (Steiner 2010). Los pacientes que esperan un trasplante que les salve la vida conforman una población vulnerable que es movilizada por los defensores de un mercado de órganos para trasplante, ya que es a ella a la que se trata de proteger gracias a las virtudes “productivas” del mercado. Por otro lado, quienes no quieren tal mercado apuntan a la existencia de otra población vulnerable, los pobres, que no podrían evitar sucumbir a la “irresistible oferta” que les representaría la suma (enorme, dado su nivel de recursos) resultante de la venta de un riñón. La población vulnerable negativa (los pobres) prevalece sobre la positiva, los pacientes; el mercado cuestionado no puede surgir. La situación inversa también puede darse: en los juegos de azar, las poblaciones vulnerables con valor positivo (los caballos, los “caras rotas”, las asociaciones deportivas), prevalecen sobre las poblaciones que debe proteger el mercado cuestionado; entonces, hay una legitimación a través de la transferencia de valor moral. Sucede lo mismo en el caso del mercado funerario: la población vulnerable que forman los indigentes prevalece por sobre los ricos que están dispuestos a pagar ostentosamente. Los operadores de funerarias pueden introducir el mercado para estos últimos, para cubrir, con las ganancias percibidas sobre la vanidad, los gastos del entierro de aquellos.

Poblaciones vulnerables contra el mercado, poblaciones vulnerables para el mercado, poblaciones vulnerables contra poblaciones vulnerables... Los diferentes casos concretos son numerosos, y aún más lo son los dispositivos para hacer posibles los maridajes mercantiles. Los unos y los otros pueden servir para nutrir la tesis foucaultiana de la gubernamentabilidad. Esta forma de gobierno de los otros, característica del neoliberalismo contemporáneo, está asociada al desarrollo del mercado como forma política. Con el dispositivo de mercado puesto en marcha, el interés egoísta es suficiente para asegurar su funcionamiento: es en este sentido un modo de gobierno muy distinto al de la ley (aquello que está prohibido y aquello que está permitido) y de la disciplina (el control minucioso de los comportamientos). Los mercados cuestionados ciertamente no son exteriores a la ley —particularmente cuando el mercado en disputa no emerge— ni a la disciplina, porque los emprendedores de la moral, como los de la economicidad, están siempre preparados para intervenir cuando el dispositivo mercantil no funciona apropiadamente; sino atañen, ante todo, a la gubernamentabilidad. Frente a las poblaciones vulnerables de igual valor moral, pero de signos opuestos, la ley y la disciplina pueden aparecer como herramientas toscas de gobierno frente a la flexibilidad de la gubernamentabilidad y sus diferentes tecnologías de optimización (Steiner 2008). La búsqueda de lo “mejor” ya no es tanto la del valor moral superior; al contrario, se encuentra en “el mal menor” que es también un bien, según la fórmula de Leibniz. Este “mal menor” es, entonces, objeto de un incesante trabajo de redefinición, de

8 NT: la expresión original es *gueules cassées* y refiere los combatientes de la Primera Guerra Mundial cuyos rostros fueron mutilados en combate.

donde resultan las fronteras movibles entre lo mercantil y lo no mercantil, y la infinita multiplicidad de dispositivos mercantiles y no mercantiles que le están asociadas.

La presente obra está dividida en nueve capítulos que son estudios de casos concretos de mercados cuestionados existentes, potenciales o prohibidos. Si bien los capítulos presentan sensibilidades teóricas distintas, el marco descrito en esta introducción fue colectivamente afinado en el curso de las sesiones regulares de un grupo de trabajo y constituye al anclaje común de cada una de las contribuciones.

El capítulo de Sébastien Roux aborda la adopción internacional como un fenómeno aparentemente reciente, que descansa sobre un trabajo de acompañamiento de los solicitantes, cuyas expectativas son enmarcadas moralmente para adaptarlas a las restricciones de ese comercio social que está construido en oposición al mercado. Este proceso de enmarcamiento afectivo, social y moral permite producir futuros padres que los profesionales juzgan adecuados, sometiéndolos a una serie de pruebas que (re)producen una ética familiar específica que facilita la realización de migraciones de niños potencialmente problemáticos.

Sandrine Barrey recorre por su parte la controversia en torno a la comercialización en América del Norte de un salmón transgénico destinado a la alimentación humana. Para afirmar la legitimidad de ese mercado, sus promotores aportan argumentos morales sobre la capacidad que tiene ese pescado de resolver parcialmente la cuestión de la seguridad alimentaria mundial, utilizando dispositivos de contención de esta especie para combatir los cuestionamientos ambientales que frenan su comercialización. Pero proteger la naturaleza ha demostrado ser insuficiente y es la naturaleza humana a la que se debe proteger (a través de la demanda de etiquetado y de trazabilidad). En lugar de frenar la construcción de ese mercado, las impugnaciones tratan hoy de instaurar un orden mercantil moralmente aceptable.

Al estudiar el caso del tabaco, Caroline Frau pone en evidencia la doble tensión de la razón liberal y la razón sanitaria sobre ese mercado. Desde fines de la década de 1970, los productos de tabaco no son solamente bienes de consumo fuertemente gravados, sino que también son calificados como mercancías que presentan un riesgo para la salud de fumadores y de no fumadores. Al cuestionar la manera en que las autoridades públicas buscan la administración de una mercancía cuestionada pero fiscalmente lucrativa, esta contribución muestra cómo los actores públicos y privados intervienen en el mercado asimilando las impugnaciones y acomodándose a ellas. El compromiso para enfriar la crítica sigue siendo incierto y frágil, especialmente porque los industriales y los vendedores de tabaco, en tanto actores del mercado y agentes de ejecución de las normas, disponen los márgenes de maniobra para adaptar, jugar y burlar las reglas.

Por su lado, Henri Bergeron y Étienne Nouguez se interesaron por los regímenes que vinculan la calificación del cannabis con las modalidades de estructuración de su comercio. El primer régimen, denominado “prohibicionista” y que se desarrolló a partir de los años 1920, descalifica al cannabis como un “producto estupefaciente”, peligroso y sin interés terapéutico, y prohíbe entonces sus usos, producción y comercio; de ahí la aparición del comercio ilegal “a la sombra del Estado” que prospera aún hoy en muchos países. El segundo régimen, denominado “de tolerancia”, ilustrado por el caso holandés, recalificó el cannabis como una “droga dulce”, con menos riesgos para la salud que el opio, la cocaína, el tabaco o el alcohol. La política de “reducción de riesgos” (sanitarios) es acompañada por una tolerancia en relación con las zonas grises de comercio, los *coffee shops*. Por último, el tercer régimen es el “legal”, ilustrado por el caso reciente de la legalización del cannabis en Estados Unidos que hace valer los usos medicinales o recreativos. Su comercialización presenta importantes preguntas sobre la contención de los usos y del comercio o el reparto de las ganancias entre los diferentes actores del mercado y el Estado.

Los debates de la década de 1970 sobre la difusión del cine pornográfico permiten a Mathieu Trachman mostrar el cambio que se produce entre una impugnación que afectaba hasta ese momento los productos (las películas), hacia el cuestionamiento que ha referido desde entonces al propio mercado, es decir, a sus límites, a la legitimidad de sus ganancias y al papel que debe jugar el Estado en tanto regulador. Al definir desde el principio un público vulnerable, el Estado justifica su acción, y se aboca a construir un mercado cuestionado dando forma a las modalidades de encuentro, en lugares específicos, de una oferta que somete a diversos procesos de autorización, y a consumidores juzgados aptos “para ver”.

Marie Trespeuch trata el caso de los juegos de azar y apuestas mirando primero la historia de las disputas morales asociadas a esos productos, las cuales han justificado la construcción de un primer mercado cuestionado bajo la forma de una organización monopólica del sector. Destacando el papel de los emprendedores del mercado que vinieron a criticar esta regulación, la autora muestra la emergencia de un segundo mercado cuestionado, con la liberación parcial del mercado de juegos en línea en 2010, fundado sobre dispositivos de canalización de la oferta y de moderación de la demanda.

Pauline Barraud de Lagerie y Emmanuel Kessous muestran que la explotación mercantil de los datos personales deviene un elemento clave en la economía numérica: fuente de mejora de la segmentación publicitaria, estos datos también ofrecen a las empresas un mejor conocimiento de los clientes, renovando las modalidades de prospección comercial. Sin embargo, su recolección y comercialización despiertan fuertes desafíos para la protección de la vida privada. Los cuestionamientos que se rastrean en este capítulo primero sirven luego de punto de apoyo para describir los mecanismos que conducen al potencial surgimiento de un mercado regulado de datos personales.

Philippe Steiner examina la manera en la que el trasplante de órganos se ha enfrentado progresivamente a problemas planteados por los proyectos de comercialización de injertos de riñón, a partir del momento en que la falta de injertos para trasplantar se instaló como un fenómeno duradero. Las controversias morales han estado vivas desde la década de 1990 y, con el mantenimiento de la prohibición de biomercados, las oposiciones a lo que se considera como un paternalismo moral se multiplican entre los economistas, los juristas y los trasplantadores. Sin embargo, la robustez del dispositivo puesto en marcha en la década de 1980 para asegurar la colecta y la circulación de injertos, hizo que los defensores del biomercado fracasaran en producir un dispositivo alternativo que permitiera proteger a la población vulnerable (los “pobres”) frente a un mercado de lo humano. La situación presente ve desarrollarse una controversia sobre la política de las donaciones, que deviene en donativos controvertidos.

Al rastrear la historia del mercado de funerales en dos momentos clave —la Revolución Francesa y después la Segunda Guerra Mundial— Pascale Trompette pone de relieve los dispositivos que volvieron aceptable, o incluso preferible, la instalación de un mercado parcial y regulado por los poderes públicos, particularmente enfocados en ofrecer un tratamiento político y moral de las cuestiones sociales ligadas a la muerte. Así, la autora muestra cómo el sistema de clases permite conjugar el intercambio mercantil y la gestión política de los entierros de los pobres, y señala cómo son negociados los dispositivos, e incluso, degradados por el funcionamiento de las prácticas de competencia que acompañan el desarrollo de la industria privada de los funerales. La historia es entonces la de la metamorfosis del mercado cuestionado a lo largo del proceso de reinención de dispositivos mercantiles. A partir del siglo XX, esta se despliega alrededor de las salas de la morgue como un nuevo dispositivo de enmarcado del mercado.

Referencias

1. Beckert, Jens y Frank Wehinger. 2013. "In the Shadow: Illegal Markets and Economic Sociology". *Socio-Economic Review* 11 (1): 5-30. <https://doi.org/10.1093/ser/mwso20>
2. Callon, Michel, Yuval Millo y Fabian Muniesa. 2007. *Market Devices*. Malden, MA: Blackwell Publishing.
3. Chateauraynaud, Francis. 2011. *Argumenter dans un champ de forces. Essai de balistique sociologique*. París: Petra.
4. Fassin, Didier, dir. 1998. *Les figures urbaines de la santé publique. Enquête sur des expériences locales*. París: La Découverte.
5. Fligstein, Neil. 2001. *The Architecture of Markets. An Economic Sociology of Twenty-First Century Capitalist Societies*. Princeton: Princeton University Press.
6. Fligstein, Neil y Mac Adam Doug. 2012. *A Theory of Fields*. Oxford: Oxford University Press.
7. Foucault, Michel. 1994. *Dits et Ecrits*, tomo 3. París: Gallimard.
8. Foucault, Michel. 1985. "El juego de Michel Foucault". En *Saber y verdad*, editado y traducido por Julia Varela y Fernando Álvarez Uría, 127-162. Madrid: Las Ediciones de la Piqueta.
9. Foucault, Michel. 2004. *Naissance de la biopolitique*. París: Gallimard-Seuil.
10. Foucault, Michel. 2007. *El nacimiento de la biopolítica*. Buenos Aires: FCE.
11. Frau, Caroline. 2012. "Agir sur un marché contesté. Une sociologie politique du group professionnel des débitants du tabac". Tesis de Doctorado, Université Paris I.
12. Gusfield, Joseph. 2009. *La culture des problèmes publics. L'Alcool au volant: la production d'un ordre symbolique*. París: Gallimard.
13. Karpik, Lucien. 2007. *L'Économie des singularités*. París: Gallimard.
14. Lascoumes, Pierre y Patrick Le Galès. 2007. *Sociologie de l'action publique*. París: Armand Colin.
15. Polanyi, Karl. 1982. *Le Grande Transformation. Aux origines politiques et économiques de notre temps*. París: Gallimard.
16. Radin, Margaret. 1996. *Contested Commodities. The Trouble with Trade in Sex, Children, Body Parts and Other Things*. Cambridge: Harvard University Press.
17. Rao, Hayagreeva. 2009. *Markets Revels. How Activists Make or Break Radical Innovations*. Princeton: Princeton University Press.
18. Satz, Debra. 2010. *Why Some Things Should Not Be for Sale. The Moral Limits of Markets*. Oxford: Oxford University Press.
19. Stanziani, Alessandro. 2005. *Histoire de la qualité alimentaire, XIXe-XXe siècle*. París: Seuil.
20. Steiner, Philippe. 2008. "Foucault and Weber and the History of the Economic Subject". *The European Journal of the History of Economic Thought* 15 (3): 503-527. <https://doi.org/10.1080/09672560802252370>
21. Steiner, Philippe. 2010. *La transplantation d'organes: un commerce nouveau entre les êtres humains*. París: Gallimard.
22. Steiner, Philippe y Trespeuch, Marie. 2013. "Maîtriser les passions, construire l'intérêt: les jeux d'argent en ligne et les organes humaines à l'épreuve du marché". *Revue Française de Sociologie* 54 (1): 155-180.
23. Stora-Lamarre, Annie. 2005. *La République des faibles. Les origines intellectuelles du droit républicain 1870-1914*. París: Armand Colin.
24. Trachman, Mathieu. 2013. *Le travail pornographique*. París: La Découverte.
25. Trespeuch, Marie. 2011. "Le secteur des jeux d'argent à l'heure numérique: émergence et transformation d'un marché contesté". Tesis de Doctorado, ENS Cachan.
26. von Mises, Ludwig. 2011. *La acción humana. Tratado de economía*. Madrid: Unión Editorial.
27. Zelizer, Viviana. 1983. *Morals and Markets. The Development of Life Insurance in the United-States*. New Brunswick: Transaction Publisher.
28. Zelizer, Viviana. 1985. *Pricing the Priceless Child. The Changing Social Value of Children*. Nueva York: Basic Books.
29. Zelizer, Viviana. 2005. *The Purchase of Intimacy*. Princeton: Princeton University Press.

Philippe Steiner

Doctor en Economía de la Université Paris X-Nanterre, Francia. Profesor de Sociología en la Sorbonne Université, Francia. Sus temas de investigación abarcan la sociología económica, la Historia de las Ciencias Sociales y la sociología de trasplante de órganos. Entre sus publicaciones más recientes se encuentra "L'apogée de la sociologie économique Durkheimienne", *L'Année sociologique* 2 (72): 267-285, 2022, <https://doi.org/10.3917/anso.222.0267>. philippe.steiner@sorbonne-universite.fr

Marie Trespeuch

Doctora en Sociología de la Ecole Normale Supérieure de Cachan, Francia. Profesora de Sociología en la Sorbonne Université, Francia. Sus temas de investigación abarcan la sociología numérica, la relación entre moral y economía y sociología económica. Entre sus publicaciones más recientes se encuentra “L’emploi étudiant à l’heure des plateformes numériques: l’insaisissable ubérisation” (en coautoría), *Observatoire National de la Vie Étudiante* (46): 1-12, 2022. marie.trespeuch@sorbonne-universite.fr

María de las Nieves Puglia

Doctora en Sociología de la Universidad Nacional de San Martín, Argentina. Profesora asociada de Sociología en la misma institución. Sus investigaciones académicas se centran en el análisis del mercado del sexo y de las semillas en Argentina desde la sociología económica de los mercados cuestionados. Últimas publicaciones: “My Body My Rights. Sex Work, Feminism and Syndicalism in Argentina”, en *Routledge Companion to Gender, Sexuality and Culture*, editado por Emma Rees, 369-379 (Londres: Routledge, 2022), <https://doi.org/10.4324/9780367822040-37>; “Prostitutas y jugadores: economías abyectas en la Argentina de los albores del siglo XX” (en coautoría), *Revista Colombiana de Sociología* 4 (1): 195-215, 2021, <https://doi.org/10.15446/rcs.v44n1.87937>. mariapuglia@gmail.com

Pablo Figueiro

Doctor en Sociología de la Universidad Nacional de San Martín, Argentina. Profesor investigador en la Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios Sociales de la misma institución. Sus investigaciones se centran en la sociología del dinero y del consumo. Últimas publicaciones: “¿Querés salvarte?”. *Apuestas, dinero y salvación en el juego de la quiniela* (Buenos Aires: Teseo Press, 2022); “Prostitutas y jugadores: economías abyectas en la Argentina de los albores del siglo XX” (en coautoría), *Revista Colombiana de Sociología* 4 (1): 195-215, 2021, <https://doi.org/10.15446/rcs.v44n1.87937>. pfigueiro@unsam.edu.ar