

LA ORGANIZACIÓN ECONÓMICA DE UN CAMPO DE CONCENTRACIÓN

R.A. RADFORD (*Economica*, Nov. 1945)

Excepto en circunstancias anormales, las instituciones sociales, ideas y hábitos del mundo exterior se ven reflejados en un campo de concentración. Se trata de una sociedad poco común, pero de gran vitalidad. La organización de un campo y su política, son asuntos que preocupan considerablemente a sus habitantes, ya que estas son cuestiones que afectan la existencia presente, y quizás también a la futura, de los mismos. Esto no es ninguna exageración. Nadie pretende que los asuntos de un campo de concentración tengan más importancia que la puramente local, pero dentro de ese mundo de horizontes que es el propio campo, su importancia es tan grande, que resulta mucho más fácil para el observador minimizar su importancia que exagerarla. Los asuntos humanos son fundamentalmente problemas prácticos, y el criterio para valorar su importancia en un determinado momento y lugar, es en gran medida el de los efectos inmediatos que tengan sobre las vidas de los afectados por ellos. A un prisionero le pueden parecer muy importantes problemas como el de si las latas de carne van a ser entregadas frías o calientes, sin que por eso pierda de vista la importancia del Pacto del Atlántico.

Un aspecto de la organización social es el de la actividad económica, y ésta, junto con otras manifestaciones de la existencia de grupos humanos, puede encontrarse en cualquier campo de concentración. Es cierto que un prisionero no depende de sus esfuerzos para la provisión de sus necesidades, e incluso los pequeños lujos de la vida, pero a través de su actividad económica intercambiando bienes y servicios, su nivel de vida material mejora considerablemente. Y éste es un asunto muy serio para un prisionero: él no está "jugando a tiendas", aunque la pequeña escala de las transformaciones y la expresión de comodidades y necesidades en términos de artículos tan simples como los cigarrillos, el jamón, las hojas de afeitar y el papel de escribir, hace que la urgencia de estas necesidades sea difícil de apreciar incluso para un ex prisionero que lleve fuera del campo más de tres meses. De todos modos, hay que destacar que la actividad económica no tiene un peso tan grande en una sociedad de prisioneros como en el mundo en general. La producción posible es muy restringida; ya hemos dicho que el prisionero no depende de su esfuerzo para cubrir sus necesidades ni para proporcionarse lujos; el énfasis recae más bien sobre el intercambio y los medios de intercambio. Un campo de concentración no puede compararse con el regateo bullicioso de un mercado callejero sino más bien con la inercia económica de una familia sentada alrededor de la cena.

Lógicamente los entretenimientos, los intereses académicos y literarios, los juegos y discusiones referentes al "otro mundo" tienen más importancia en la vida diaria que la que tienen en sociedades normales, pero sería erróneo subestimar la importancia de la actividad económica. Cada uno recibe aproximadamente la misma cantidad de bienes esenciales; por medio del comercio las preferencias individuales se expresan y el nivel de vida mejora. Todos ocasionalmente y la mayoría con regularidad, realizan intercambios de un tipo o de otro.

Aunque un campo de prisioneros proporciona un ejemplo vivo de una economía muy simple que puede usarse como alternativa a la economía tipo Robinsón Crusoe tan

querida en los libros de texto, y aunque su simplicidad hace divertida e instructiva la demostración de ciertas hipótesis económicas, mi opinión es que su principal significación es sociológica. Es cierto que es interesante observar el crecimiento de las costumbres e instituciones en una sociedad nueva, suficientemente pequeña y simple como para impedir que los detalles obscurezcan las líneas fundamentales y como para que las situaciones de desequilibrio obscurezcan el funcionamiento del sistema. Pero lo más importante es la **universalidad y espontaneidad de esa vida económica;** surgió, no por limitación consciente sino como respuesta a necesidades y circunstancias inmediatas. Cualquier parecido entre la organización económica de los campos de prisioneros y la organización económica del mundo exterior proviene de que estímulos semejantes provocan respuestas semejantes.

A continuación incluyo los datos esenciales para que el relato resulte inteligible. Los campos de los que el autor tiene experiencia eran Oflags (offigierslager, campo de concentración alemán para oficiales prisioneros de guerra), y en consecuencia la economía no se complicaba con pagos al trabajo de los prisioneros por parte de las autoridades. Se componían normalmente de una población de unas 1200 a 2500 personas alojadas en cierto número de barracones separados pero comunicados, con una compañía de unos 200 aproximadamente en cada barracón. Cada compañía formaba un grupo separado dentro de la organización principal y dentro de las compañías los prisioneros se agrupaban en unidades voluntarias y espontáneas que compartían la misma habitación y comían juntos.

Existía un activo comercio entre individuos en todos los bienes de consumo y algunos servicios. La mayor parte del comercio consistía en intercambio de comida contra cigarrillos u otra clase de comida, **pero los cigarrillos subieron del status de mercancía normal al de moneda.** Existía moneda alemana, pero no circulaba excepto para saldar deudas de juego, ya que eran pocos los artículos que se podían comprar con ella en la cantina.

Nuestro aprovisionamiento consistía en las raciones suministradas por las autoridades y -principalmente- en el contenido de los paquetes de la comida de la Cruz Roja: leche condensada, jamón, mantequilla, galletas, carne en lata, chocolate, etc. y cigarrillos. En lo que a las raciones se refiere las cantidades recibidas por cada individuo eran regulares e iguales. Se recibían también paquetes privados de ropa, artículos de aseo y cigarrillos y aquí desaparecía la igualdad, debido a las diferencias de los envíos y a las veleidades del reparto postal. Todos estos artículos eran objeto de comercio e intercambio.

EL DESARROLLO Y ORGANIZACION DEL MERCADO.

Poco tiempo después de ser capturado, cada prisionero se daba cuenta de que era tanto indeseable como innecesario, en vista de la igualdad y escasez del aprovisionamiento, el regalar o aceptar regalos de cigarrillos y comida. **La buena voluntad se transformó en comercio como una forma más equitativa de maximizar la satisfacción individual.**

Llegamos a un campo provisional en Italia aproximadamente 15 días después de ser capturados y recibimos cada uno de nosotros un cuarto de un paquete de comida de la Cruz Roja, una semana más tarde. En seguida el intercambio iniciado ya antes de

nuestra llegada, multiplicó su volumen. Empezando con el puro trueque directo, tal como el del no fumador cambiando su ración de cigarrillos por la ración de chocolate de un amigo que fumaba, los intercambios más complicados pronto se convirtieron en costumbre aceptada. Circulaban historias acerca de un "padre"¹ que empezó dando vueltas por el campo con una lata de queso y cinco cigarrillos y volvía a su cama con un paquete entero además de sus cigarrillos y queso originales; el mercado no era perfecto todavía. En una semana o dos, a medida que el volumen de comercio crecía, empezaron a aparecer escalas aproximadas de valores de intercambio. Los Sikhs (ciudadanos de la India que lucharon con los ingleses), que habían empezado cambiando la carne de lata por prácticamente cualquier otro alimento, empezaron a exigir jamón y margarina, se comprobó que una lata de jamón valía 1/2 libra de margarina, y alguna otra cosa más, que una ración de cigarrillos valía varias raciones de chocolate, que una lata de zanahorias no valía prácticamente nada.

En este campo no visitábamos con frecuencia otros barracones y los precios variaban de un sitio a otro; de aquí la parte de verdad en la historia del cura merodeador. Hacia finales de mes, cuando llegamos a nuestro campo permanente, existía ya un mercado muy activo en todas las mercancías y sus precios relativos eran bien conocidos y expresados, no en términos unas de otras (no valoraban la carne en lata en términos de azúcar), sino en términos de cigarrillos. El cigarrillo se convirtió en patrón de valor. En el campo permanente la gente empezó pasando por los barracones pregonando sus ofertas -"queso por siete"(cigarrillos)- y las horas inmediatas a la entrega de paquetes eran la locura. Los inconvenientes de este sistema condujeron a su sustitución por un tablón de anuncios de intercambios en cada barracón donde bajo los encabezamientos de "nombre" "número de habitación" "desea" y "ofrece", se daba publicidad a las ofertas y demandas. Cuando se cerraba un trato se tachaba del tablón. La información pública y semi-permanente de las transacciones hizo que los precios en cigarrillos fueran bien conocidos y tendieran a ser iguales en todo el campo, aunque siempre había oportunidades para que algún comerciante más avisado hiciese beneficios a través del arbitraje. Con ello todo el mundo, incluyendo a los no fumadores, estaban dispuestos a vender a cambio de cigarrillos, porque podían usarlos luego para comprar en otro momento o lugar. Los cigarrillos se convirtieron en la moneda normal, aunque por supuesto el trueque nunca desapareció por completo.

La unidad del mercado y la existencia de un precio único variaba directamente con el nivel de organización y comodidad en el campo. Un campo provisional era siempre caótico y poco confortable: la gente estaba hacinada, nadie sabía donde vivían los demás, y pocos se tomaban la molestia de averiguarlo. La organización era demasiado débil para incluir un tablón de anuncios de intercambio y lo más que aparecía eran anuncios privados. En consecuencia, un campo provisional no era nunca un mercado, sino muchos. Se sabe que una lata de salmón llegó a variar de precio entre dos cigarrillos y veinte en uno y otro extremo de un barracón. A pesar del alto nivel de organización que habíamos alcanzado en Italia, el mercado se encontraba así fragmentado en el primer campo provisional al que llegamos después de ser trasladados a Alemania en el otoño de 1943. En este campo, (Stalag VIIA en Moosburg, Bavaria) había unos 50.000 prisioneros de todas las nacionalidades, Franceses, rusos, italianos, y yugoslavos, tenían libertad de movimientos dentro del campo: ingleses y americanos se encontraban concentrados en sus recintos, aunque unos cuantos cigarrillos bastaban

¹ En castellano en el original (N.T.)

siempre para obtener de los guardianes un permiso para que uno o dos hombres visitaran otros recintos. Los primeros visitaron el centro comercial francés con sus tenderetes y precios conocidos, encontraron que el extracto de café, relativamente barato entre los ingleses que prefieren el té, tenía un precio fantástico en galletas o cigarrillos, y algunos con espíritu empresarial, hicieron pequeñas fortunas gracias a esto. (Por cierto, que posteriormente nos enteramos que gran parte de este café salía del campo y se vendía a precios fenomenales en el mercado negro de Munich: se decía que algunos prisioneros franceses habían acumulado sumas sustanciales de marcos. Esta fue una de las pocas ocasiones en que nuestra economía normalmente cerrada entró en contacto con otras economías).

Con el tiempo, la opinión pública se mostró hostil a estos beneficios monopolistas -no todo el mundo podía entrar en contacto con los franceses- y se reguló el comercio con ellos. Se adjudicó a cada grupo de camas una cuota de artículos que podían ofrecer y la transacción se llevaba a cabo por representantes acreditados del recinto inglés, con derechos de monopolio. Se utilizaba el mismo método para comerciar con los centinelas del campo, pues en todo esto, el secreto comercial y el conseguir precios razonables tenía una importancia fundamental, pero, como siempre ocurre cuando se intenta regular a las empresas, las transgresiones fueron demasiado numerosas.

En los campos permanentes en Alemania se dio el más alto nivel de organización comercial. Además del Tablón de Anuncios de Intercambios se organizó una tienda sin fines lucrativos, controlada por representantes de la asociación de oficiales del ejército británico, considerada como de utilidad pública. La gente dejaba en la tienda sus sobrantes de ropa, artículos de tocador y comida, hasta que se vendían a un precio fijo en cigarrillos. Sólo se aceptaban artículos para ser vendidos a cambio de cigarrillos, el trueque no existía ni tampoco variaciones arbitrarias en los precios. Para la comida, al menos, existían precios standard; la ropa es menos homogénea y el precio se decidía alrededor de una norma entre el vendedor y el encargado de la tienda de común acuerdo; las camisas valían -digamos- 80 de promedio, oscilando entre un mínimo de 60 y en máximo de 120 de acuerdo con su calidad y estado de conservación. La tienda poseía pequeñas existencias de comida, por conveniencia; el capital se obtenía por medio de un préstamo procedente del almacén general de cigarrillos de la Cruz Roja y era devuelto por medio del cobro por la tienda de una pequeña comisión sobre las primeras transacciones. De esta manera, el cigarrillo alcanzó plenamente su status de moneda, y el mercado se unificó casi por completo.

Hay que destacar, por la tanto, que el mercado surgió sin que existieran trabajo ni producción. Los envíos de la Cruz Roja pueden considerarse como la "naturaleza" de los libros de texto, y los artículos intercambiados -comida, ropa y cigarrillos como dones gratuitos, el maná. A pesar de ello, ya pesar de la casi igualitaria distribución de recursos existente, el mercado nació espontáneamente, y los precios se fijaron por las fuerzas de la oferta y la demanda. Es difícil reconciliar este hecho con la teoría del valor-trabajo.

En realidad, existía un embrión de mercado de trabajo. Incluso cuando los cigarrillos no eran escasos, siempre había alguna persona poco afortunada, dispuesta a realizar servicios para obtenerlos. Se anunciaban "lavaderos" a dos cigarrillos por pieza. Se limpiaban y planchaban trajes de faena prestándose al usuario un par de

pantalones hasta el momento de la entrega, por doce. Un buen retrato al óleo costaba treinta, o una lata de "Kam". Extraños servicios de sastrería y otros oficios tenían también su precio.

También existían servicios empresariales. Había un propietario de una cafetería que vendía té, café o cacao, a dos cigarrillos la taza, comprando sus materias primas a precios de mercado y alquilando trabajo para recoger combustible y atender el fuego, en un momento determinado, llegó a emplear servicios de un contable. Después de un período de gran prosperidad, se pasó de la raya y quebró desastrosamente, con una pérdida de varios cientos de cigarrillos. Empresas a tan grande escala no eran corrientes, pero sí existían varios intermediarios o comerciantes profesionales. El "padre" en Italia o el prisionero que inició las recolaciones con los franceses en Moosburg, son ejemplo de ello: cuanto más subdividido estaba el mercado, cuanto más imperfecto era el sistema de anuncios de precios y cuanto más inestables eran éstos, más lugar había para las actividades de estos individuos. Hubo uno que capitalizó su conocimiento de Urdu, comprando carne a los sikhs y vendiéndolos a cambio de mantequilla y mermelada; a medida que estas operaciones se hicieron conocidas, un número creciente de personas participaron en este comercio, y los precios en el Ala India se aproximaron más al resto, aunque un "contacto" con los indios tuvo su valor hasta el final, pues las dificultades del lenguaje impedían que el comercio fuese totalmente libre. Algunos se convirtieron en especialistas del comercio con los indios, del comercio de alimentos y ropa, e incluso del comercio de relojes. Los intermediarios comerciaban por su cuenta o a comisión. Se sospechaba que se ponían de acuerdo para mantener los precios altos; de hecho, era cierto que los intermediarios cooperaban entre ellos y que no daban las bienvenida precisamente a nuevos interesados en el negocio. Desgraciadamente, el autor conoce poco de las actividades de estos comerciantes, pues la opinión pública les era hostil y su actitud era más bien desconfiada.

Hubo un comerciante de comida y cigarrillos que operaba en períodos de escasez, y gozaba de una alta reputación. Su capital, cuidadosamente ahorrado, era originalmente de unos 50 cigarrillos, con los cuales compraba raciones en los días de entrega y las retenía hasta que el precio subía justamente en los últimos días antes de la siguiente entrega. También conseguía algo, practicando el arbitraje; varias veces al día visitaba los Tablones de Anuncios de Precios de los distintos barracones, aprovechando cualquier discrepancia existente entre los precios de los bienes ofrecidos y demandados. Su conocimiento acerca de precios, mercados y nombres de los que habían recibido paquetes de cigarrillos, era realmente fenomenal. De esta manera, podía mantenerse fumando regularmente -sus beneficios- mientras su capital permanecía intacto.

El azúcar se entregaba los sábados. Alrededor del martes, dos de nosotros solíamos visitar a Sam y hacíamos un trato; como antiguos clientes que éramos, él accedía a adelantarnos todo lo que podía del precio en aquel momento, y apuntaba la transacción en un libro. El sábado por la mañana, él dejaba latas de cacao sobre nuestras camas para la ración y las recogía el sábado por la tarde. Ya estábamos esperando que nos regalase un calendario para Navidad, cuando Sam quebró también. Se encontró reteniendo partida importante de azúcar morena cuando el precio cayó, y esto debilitó su posición de forma que fue incapaz de hacer frente a una inesperada llegada de paquetes y las consecuentes fluctuaciones de precios. Pagó todo lo que debía pero con su capital. El martes siguiente, cuando le hice mi acostumbrada visita, se había retirado de los negocios.

El crédito formaba parte de muchas, quizá la mayoría, de las transacciones, de una forma o de otra. Por regla general, Sam pagaba por adelantado sus compras de entregas futuras de azúcar, pero muchos compradores pedían crédito, tanto si la mercancía se vendía en el momento o a futuros. Naturalmente los precios variaban de acuerdo con el plazo de la venta. Una ración de melaza podía anunciarse por cuatro cigarrillos ahora o a cinco la semana próxima. Y en el mercado a futuros "pan ahora" era una mercancía totalmente distinta de "pan el jueves". El pan se distribuía los jueves y los lunes, en raciones de cuatro y tres días respectivamente, y para el miércoles y domingo por la noche ya había subido por lo menos en un cigarrillo por ración, de siete a ocho, generalmente, para la hora de la cena. Siempre había alguien que ahorra una ración para venderla entonces a alto precio: su oferta de "pan ahora" aparecía en el tablón entre un conjunto de "pan el lunes" que se cotizaba a uno o dos cigarrillos menos o no se vendían, y él siempre fumaba el domingo por la noche.

La moneda-cigarrillo

Aunque los cigarrillos presentan ciertas peculiaridades en su función de moneda, cumplían todas las funciones de una moneda metálica como unidades de cuenta, como medidas de valor y como depósito de valor, y presentaban la mayoría de sus características. Eran homogéneos, razonablemente duraderos, y del tamaño adecuado para las pequeñas transacciones, y en paquetes, también para las más grandes. Por cierto, que también podían ser "aligerados" retorciéndolos entre los dedos, de forma que caían hebras de tabaco.

Los cigarrillos se vieron también sujetos a la Ley de Gresham. Algunas marcas eran más populares que otras entre los fumadores, pero a efectos de su función como moneda, un cigarrillo era un cigarrillo. En consecuencia, los compradores usaban las peores calidades y la tienda raramente se vio en posesión de las marcas más populares: cigarrillos como los Churchman N° 1 se usaban muy poco en el comercio. Una vez, empezaron a circular cigarrillos hechos a mano con tabaco de pipa. El tabaco de pipa era distribuido por la Cruz Roja a una tasa de 25 cigarrillos la onza y esta era la tasa generalmente utilizada en los intercambios, pero con una onza se podían conseguir 30 cigarrillos de confección casera. Naturalmente la gente que poseía cigarrillos hechos a máquina, los rompía y volvía a liar el tabaco, de forma que los verdaderos cigarrillos desaparecieron prácticamente del mercado. Los cigarrillos hechos a mano no eran homogéneos y los precios no podían expresarse ya en ellos con seguridad: todo el mundo examinaba cada cigarrillo antes de aceptarlo y rechazaba los delgados o exigía uno extra como compensación. Durante algún tiempo sufrimos todas las consecuencias de una moneda depreciada.

Los cigarrillos hechos a máquina fueron siempre universalmente aceptados, tanto por lo que podían comprar como por sí mismos. Era precisamente su valor intrínseco lo que daba lugar a su principal inconveniente como moneda, una desventaja que se da también, aunque en mucha menor escala, en el caso de la moneda metálica, es decir, el hecho de la existencia de una fuerte demanda con fines no-monetarios. En consecuencia, nuestra economía se veía sometida repetidamente a deflaciones y períodos de escasez de dinero. Mientras las entregas de la Cruz Roja de 50 ó 25 cigarrillos por individuo y semana se producían con regularidad y mientras existían stocks adecuados, la moneda-cigarrillo servía admirablemente a nuestros propósitos.

pero cuando las entregas se interrumpían, los stocks desaparecían rápidamente, los precios caían, el comercio declinaba en volumen y se convertía cada vez más en trueque. Estas tendencias deflacionistas eran periódicamente compensadas por la repentina inyección de moneda nueva. Los paquetes privados de cigarrillos llegaban a cuentagotas a lo largo del año, pero la mayor parte llegaba cada trimestre cuando la Cruz Roja recibía su asignación de servicios de transporte. Varios cientos de miles de cigarrillos podían llegar en el espacio de una quincena. Los precios se disparaban, hasta que empezaban a bajar, primero despacio pero con creciente rapidez a medida que los stocks se agotaban, hasta que llegaba la siguiente distribución importante. La mayor parte de nuestros problemas económicos se podían atribuir a esta fundamental inestabilidad.

Los movimientos de los precios

Múltiples factores afectaban a los precios, siendo el más importante y visible el de las periódicas inflaciones y deflaciones descritas en los párrafos anteriores. La periodicidad de este ciclo de los precios dependía de las entregas de cigarrillos y, en mucha menor medida también de las de alimentos. Una vez, en los primeros días, antes de que hubiese llegado ningún paquete privado y cuando los stocks individuales no existían, se produjo una entrega de la ración semanal de cigarrillos y alimentos, un lunes. La demanda de cigarrillos con propósitos no-monetarios era grande, y menos elástica que la demanda de alimentos, a consecuencia de lo cual los precios fluctuaban semanalmente, cayendo hacia el domingo por la noche, y subiendo fuertemente los lunes por la mañana. Más tarde, cuando gente tenía reservas, la entrega semanal dejó de tener este efecto, por ser una proporción demasiado pequeña de la cantidad disponible total. El uso del crédito permitía a la gente que carecía de reservas el hacer frente a su demanda no-monetaria durante el fin de semana.

Otros factores influían también en el nivel general de precios. La llegada de nuevos prisioneros, siempre hambrientos, los elevaba. Las incursiones aéreas con fuerte bombardeo en las proximidades del campo probablemente aumentaban la demanda no-monetaria de cigarrillos y acentuaba la deflación. Las noticias sobre la marcha de la guerra, buenas o malas, producían ciertamente su efecto, y las olas de general optimismo o pesimismo que azotaban el campo se reflejaban en los precios. Una mañana de marzo antes del desayuno, empezó a circular el rumor de la llegada de paquetes y cigarrillos. En diez minutos vendía por cuatro cigarrillos una ración de melaza que había estado hasta entonces ofreciendo por tres sin encontrar comprador, y se realizaron también otros muchos tratos similares. Para las diez de la mañana, el rumor fue denegado, y la melaza no encontró más compradores ese día ni siquiera a dos cigarrillos.

Más interesantes que los cambios en el nivel general de precios eran los cambios en la estructura de los mismos. Cambios en la oferta de una mercancía, en la cuantía de la ración que nos daban los alemanes, o en el contenido de los paquetes de la Cruz Roja, elevaba el precio de una mercancía en relación con las demás. Las latas de harina de centeno que en un principio eran un lujo muy escaso y muy buscado, se convirtieron en cosa corriente en 1943, y su precio bajó. Cuando hacía calor, la demanda de cacao descendía y la del jabón subía. La aparición de nuevas recetas para combinar alimentos se reflejaban igualmente en el nivel de los precios: el descubrimiento de que con pasas y

azúcar se obtenía un licor de considerable potencia, influyó permanentemente en el mercado de frutas secas.

En agosto de 1944 los suministros de paquetes de la Cruz Roja y cigarrillos se redujeron a la mitad. Ya que ambos lados de la ecuación se vieron afectados con la misma intensidad no se previeron cambios en los precios. Pero no ocurrió así: la demanda no monetaria de cigarrillos era menos elástica que la demanda de alimentos, y los precios de los alimentos se redujeron ligeramente. Más importantes, sin embargo, fueron los cambios en la estructura de precios. La margarina y el jamón alemanes, hasta entonces sin valor debido a los adecuados suministros de mantequilla y mermelada canadienses, adquirieron un nuevo valor. Los precios del chocolate y del azúcar cayeron mientras aumentaba el precio del pan; varios contratos de pan a cambio de cigarrillos se acumularon especialmente cuando pocas semanas más tarde la ración de pan se redujo.

En Febrero de 1945, ocurrió que el soldado alemán que conducía el vagón de las raciones estaba dispuesto a cambiar barras a una tasa de una barra por una tableta de chocolate. Los que se enteraron, empezaron a vender pan y a comprar chocolate, por entonces casi invendible en un período de fuerte deflación. El pan, que estaba a uno 40, se abarató ligeramente, el chocolate subió a 15; la oferta de pan no fue suficiente para que las dos mercancías alcanzasen la paridad, pero la tendencia era inconfundible.

La sustitución de la mantequilla por margarina alemana cuando los paquetes se redujeron a la mitad afectó a los precios relativos como era de esperar, apreciándose la margarina a expensas de la mantequilla. Igualmente, dos marcas de leche en polvo que hasta entonces diferían de calidad, y por tanto de precio, en cinco cigarrillos por lata, se igualaron en precio a medida que el uso intensivo de la más barata fue elevando su valor relativo.



Creo haber dicho bastante sobre estas cuestiones como para demostrar que cualquier cambio en las condiciones afectaba tanto al nivel general de precios como a la estructura de los mismos. Fue este último fenómeno el que destruyó nuestra economía planificada.

El papel moneda. -Marcos fuertes.

Alrededor del día D la comida y los cigarrillos eran abundantes, los negocios prosperaban y el campo entero reposaba optimismo. En consecuencia el Comité de Entretenimientos consideró que era el momento oportuno para lanzar un restaurante, donde se vendiera comida y bebidas calientes y actuara una banda de conjuntos y variedades. Experimentos anteriores, tanto públicos como privados, habían indicado el camino a seguir, y el sistema fue un gran éxito. Los alimentos para servir comidas se compraban a precio de mercado y el pequeño beneficio se dedicaba a engrasar un fondo de reserva que se usaba para sobornar a los alemanes con objeto de obtener pinturas y otras cosas necesarias para el teatro del campo. Originariamente, las comidas se vendían a cambio de cigarrillos pero esto significaba que todo el sistema era vulnerable a las tendencias deflacionistas periódicas, y además lo probable es que los que fumaban mucho no pudieran hacer gran uso de él. Todo el éxito del sistema dependía de que hubiera una oferta adecuada de alimentos para ser vendidos en la forma habitual.

Para aumentar y facilitar el comercio, y por tanto, estimular a proveedores y clientes, y para evitar, en segundo lugar, los peores efectos de la deflación cuando ésta sobreviniera, el Restaurante y la Tienda organizaron un sistema papel-moneda. La tienda compraba comida por cuenta del Restaurante con billetes de papel y estos billetes eran aceptados, al igual que los cigarrillos, en el Restaurante y la Tienda, de forma que pasaban de nuevo a la Tienda la cual podía así comprar más alimentos. La Tienda actuaba como un banco emisor. El papel moneda estaba respaldado por alimentos en un cien por cien; de ahí su nombre, el Marco fuerte. El marco fuerte estaba respaldado por alimentos en un cien por cien: no se permitían las emisiones sólo parcialmente respaldadas como ocurre en los bancos de emisión normales, ya que se preveía para un próximo futuro la eventual desaparición del campo y la consiguiente redención de todos los marcos fuertes.

En un principio, un marco fuerte valía un cigarrillo y durante un corto período de tiempo ambos circularon libremente dentro y fuera del Restaurante. Los precios se fijaban en marcos fuertes y cigarrillos con completa libertad, y durante este corto período el marco fuerte dio señales de reemplazar a los cigarrillos en sus funciones de moneda. Los marcos fuertes estaban ligados a los alimentos pero no a los cigarrillos: como se emitían contra alimentos, 45 por una lata de leche en polvo, por ejemplo, cualquier reducción en el precio en marcos de la comida significaría que existían en circulación marcos fuertes sin respaldo. Pero el precio de ambos, alimentos y marcos fuertes podían fluctuar con la oferta de cigarrillos, y de hecho lo hicieron.

Mientras el Restaurante prosperó, el sistema fue un éxito: el Restaurante se convirtió en un fuerte comprador; todos los alimentos eran vendibles y los precios permanecieron estables.

En Agosto paquetes y cigarrillos se redujeron a la mitad y el Campo fue bombardeado. El Restaurante cerró durante un corto período y las ventas de alimentos se hicieron difíciles. Aún cuando el Restaurante volvió a abrirse, la escasez de alimentos y cigarrillos se hizo aguda y la gente no se sentía dispuesta a convertir bienes tan valiosos en papel, para cambiarlos luego por lujos tales como bocadillos o té. Los tipos de alimentos adecuados para el Restaurante registraban una oferta cada vez menor, y la Tienda se vio sobrecargada de frutas secas, chocolate, azúcar, etc... que el Restaurante no podía comprar. El nivel de precios y la estructura de los mismos cambió. El marco fuerte cayó a cuatro- quintos de un cigarrillo y con el tiempo cayó aún más hasta que no tuvo aceptación más que en el Restaurante. Hubo una huida del marco fuerte que ya no era convertible en cigarrillos, o alimentos muy demandados. El cigarrillo volvió a ser la única moneda.

Y sin embargo el marco fuerte era una moneda sana. El Restaurante tuvo que cerrar en Año Nuevo ante la progresiva escasez de alimentos y las largas noches sin electricidad causadas por la intensificación de las incursiones aéreas aliadas, y el marco fuerte solo podía gastarse en el Café -lo que quedó del Restaurante- o en las pocas mercancías de poca demanda que había en la tienda, cuyos propietarios estaban dispuestos a aceptarlos. Al final, todos los propietarios de marcos fuertes fueron pagados por completo, en tazas de café o ciruelas. La gente que había comprado marcos fuertes a cambio de cigarrillos o de valiosas mermeladas o galletas en sus días de esplendor, se vieron perjudicados por el hecho de que la restricción de sus posibilidades

de elección que esto suponía, implicaba una pérdida, pero no sufrieron pérdidas en cuanto a valor de mercado.

La fijación de precios.

Junto con este sistema, hubo un intento de implantar una economía planificada, un intento de fijación de precios. Hacía tiempo que el Oficial Médico se mostraba deseoso de controlar las ventas de alimentos, por temor a que algunos vendiesen una parte demasiado grande de sus raciones, en detrimento de su salud. Las olas deflacionistas y sus efectos sobre los precios eran un inconveniente para todos y podían ser peligrosas para el Restaurante, que tenía que mantener stocks. Además las posibilidades de que el marco fuerte ganase la confianza de la gente y tuviese éxito como moneda, dependía de que se mantuviese convertible en cigarrillos a la par. Como hemos dicho, el marco fuerte estaba ligado a los alimentos, pero no podía ligarse a los cigarrillos cuyo valor fluctuaba. Por consiguiente, mientras los precios de los alimentos en marcos fuertes fueron los mismos todo el tiempo, los precios de los alimentos y de los marcos fuertes en cigarrillos variaban.

La Tienda, respaldada por el oficial británico de más alta graduación se encontraba en posición de imponer un control de precios dentro y fuera de su recinto. Hasta entonces el precio normal se fijaba para los alimentos que se dejaban en la Tienda para su venta, y los precios fuera de ella se conformaban aproximadamente a esta escala, que era recomendada como una "guía" a los vendedores aunque fluctuaban bastante a su alrededor. Las ventas realizadas por medio de la Tienda a los precios recomendados solían ser más lentas y, a cambio obtenían un buen precio, mientras que fuera de ella las ventas podían realizarse rápidamente a precios más bajos. Si las ventas se realizaban fuera a precios más altos, las mercancías eran retiradas de la Tienda hasta que el precio recomendado subía, pero el precio recomendado no variaba fácilmente, y no podía seguir estrechamente las variaciones del mercado, ya que la razón misma de su existencia era conseguir la estabilidad). Los Tablones de Anuncios de Intercambio pasaron bajo control de la Tienda; los anuncios que diferían en más de un 5 por ciento del precio podía ser suprimidos por la autoridad y las ventas no autorizadas eran desestimuladas tanto por la autoridad como por la opinión pública, que se mostraba decididamente a favor de un precio justo y estable, (Los precios recomendados se fijaban en parte con los datos que proporcionaba el mercado y en parte con el consejo del Oficial Médico).

Al principio la escala de precios recomendados, fue un éxito; el Restaurante, que era un gran comprador, mantuvo los precios estables alrededor del nivel marcado por ella; el estado de opinión y la tolerancia del 5 por ciento contribuyeron a su éxito. Pero cuando el nivel de precios cayó con la escasez de Agosto y la estructura de los precios cambió, la escala de precios recomendados era demasiado rígida. Como no se esperaba la deflación, al principio de ésta la escala permaneció invariable, y aunque fue tardíamente reducida, los precios de las mercancías en la nueva escala permanecían en la misma relación que antes unos respecto a otros, mientras que en el mercado la estructura de precios había variado. Y la decisiva influencia del Restaurante había desaparecido. La escala fue modificada varias veces en sucesivas elevaciones y reducciones, siguiendo con lentitud las olas inflacionistas y deflacionistas, pero raramente pudo ser ajustada a cambios en la estructura de precios. Cada vez más anuncios eran tachados del Tablón, y creció rápidamente un mercado negro de

intercambios a precios no-autorizados: con el tiempo la opinión pública se volvió en contra de la escala recomendada y la autoridad abandonó la lucha. En las últimas semanas, con una deflación sin precedentes, los precios cayeron con alarmante rapidez, no existían escalas de precios, y la oferta y la demanda, solas y sin interferencias, determinaron los precios.

La opinión pública.

La opinión pública sobre el tema del comercio, era confusa y cambiante y las generalizaciones acerca de su tendencia son difíciles y peligrosas. Una pequeña minoría sostenía que todo el comercio era indeseable pues engendraba un ambiente desagradable; como prueba de ello se citaban fraudes ocasionales y prácticas desleales. Ciertas formas de comercio eran más generalmente condenadas; muchos criticaban el comercio con los alemanes. Los artículos de aseo de la Cruz Roja que eran muy escasos y sólo se suministraban en casos de verdadera necesidad, fueron excluidos del comercio por la ley y opinión en total armonía. En una ocasión en que se dieron varios casos de malnutrición entre los fumadores más empedernidos, se prohibió todo comercio de raciones alemanas, ya que las víctimas suponían una carga adicional para las escasas reservas de alimentos del hospital. Pero, así como ciertas actividades se condenaban como antisociales, el comercio se practicaba, y su utilidad era apreciada por prácticamente todo el mundo en el campo.

Más interesante resulta la opinión acerca de los intermediarios y de los precios. En conjunto, la opinión era hostil a los intermediarios. Su función, y el arduo trabajo de poner en contacto a compradores y vendedores eran ignorados; los beneficios no se veían como la remuneración de un trabajo sino como resultado de prácticas desleales. A pesar del hecho de que su misma existencia era una prueba de lo contrario, se sostenía que el intermediario era redundante dada la existencias de una Tienda oficial y el Tablón de Anuncios. Sólo se le apreciaba cuando estaba dispuesto a adelantar el precio de una ración de azúcar, o a comprar bienes en el momento y retenerlos hasta una futura venta. En estos casos, el elemento de riesgo resultaba obvio para todos, y se tenía la sensación de que la convivencia de los servicios que prestaba merecía alguna recompensa. Especialmente impopulares eran los intermediarios en los que concurría algún elemento de monopolio, como el que contactó con el conductor del vagón de las raciones, o el que capitalizaba sus conocimientos de Urdu. y se culpaba a los intermediarios en general, de reducir los precios. Aparte del estado de opinión, la mayoría trataba con intermediarios, consciente o inconscientemente, en un momento o en otro.

Existía la opinión muy arraigada de que cada cosa tiene su "justo" precio en cigarrillos. Aunque el concepto de **justo precio**, que por cierto variaba de unos campos a otros, era imposible de explicar, este precio era no obstante muy bien conocido. Podía definirse como el precio alcanzado por un artículo en épocas buenas cuando los cigarrillos eran abundantes. El "justo precio" cambiaba lentamente; no persistía un fuerte resentimiento. Una definición más satisfactoria de "justo precio" es imposible. Todo el mundo sabía cual era, aunque nadie podía explicar por qué debía ser éste y no otro.

Tan pronto como los precios empezaban a caer como consecuencia de una escasez de cigarrillos, surgía la indignación especialmente en contra de los que

mantendían reservas que compraban a precios bajos. Los que vendían a precios reducidos eran criticados y sus actividades eran calificadas como de mercado negro. En cada período de escasez la explosiva cuestión: "Deben recibir los no fumadores una ración de cigarrillos?" era objeto de interminables e infructuosas discusiones. Desgraciadamente eran precisamente los no fumadores, o los que fumaban poco, junto con los odiados intermediarios, los que mejor capeaban el temporal por haber acumulado reservas.

La popularidad del sistema de fijación de precios y el éxito de que gozó, fueron sin duda consecuencias de este cuerpo de opinión. En diferentes ocasiones la caída de precios fue retrasada por el apoyo general concedido a la escala recomendada de precios. El inicio de la deflación se caracterizaba por un período de poco comercio; los precios se mantenían altos, pero nadie compraba. Entonces los precios caían en el mercado negro y el volumen de comercio se reanimaba. Incluso cuando la escala recomendada de precios era revisada, el volumen de comercio en la Tienda permanecía bajo. La opinión era siempre sobrepasada por las duras realidades del mercado.

Se utilizaban curiosos argumentos para justificar la fijación de precios. Los precios recomendados se consideraban de algún modo relacionados con el valor calorífico de los alimentos ofrecidos, y por consiguiente resultaban sobrevaluados y nunca se vendieron a tales precios. Un argumento que se utilizaba fue el siguiente: no todo el mundo recibía paquetes privados de cigarrillos, y por consiguiente, cuando los precios eran altos y el comercio florecía en el verano de 1.944, sólo los ricos podían comprar. Esto era injusto para el individuo que poseía pocos cigarrillos. Cuando los precios cayeron el siguiente invierno, los precios deberían mantenerse altos de manera que los ricos que habían gozado de la vida durante el verano, tuvieron que poner muchos cigarrillos en circulación. El hecho de que aquellos que habían vendido a los ricos durante el verano también habían disfrutado entonces de la vida, y el hecho de que en el invierno siempre había alguien dispuesto a vender a precios bajos, no se tenían en cuenta. Tales argumentos se discutían acaloradamente cada noche hasta que las incursiones de la aviación aliada obligaban a apagar las luces a las 8 p.m. Pero los precios se movían con la oferta de cigarrillos y se negaban a permanecer fijos de acuerdo con la ética.

CONCLUSION

La organización económica descrita era complicada y funcionó adecuadamente hasta el verano de 1.944. Entonces vinieron las reducciones de agosto y la deflación. Los precios cayeron, se mantuvieron provisionalmente coincidiendo con la entrega de paquetes de cigarrillos en septiembre y diciembre, y bajaron de nuevo. En Enero de 1945 la oferta de cigarrillos de la Cruz Roja desapareció, y los precios se hundieron aún más, y en febrero los paquetes de alimentos se habían agotado por completo y la depresión se hizo muy aguda. Los alimentos, escasos de por sí, prácticamente se regalaban con el fin de hacer frente a la demanda no-monetaria de cigarrillos. Las lavanderías dejaron de operar, o trabajaban a cambio de libras o marcos, y la comida y los cigarrillos se vendían a precios fantásticos en libras, impensables hasta entonces. El Restaurante era solo un recuerdo y los Marcos fuertes un chiste. La tienda estaba vacía, y el Tablón de Anuncios de Intercambios lleno de ofertas de bienes a cambio de cigarrillos, que nadie aceptaba. El trueque aumentó su volumen convirtiéndose en una parte importante de un volumen de comercio cada vez más reducido. Esta seria y prolongada escasez de alimentos, la primera en la experiencia del autor, hizo que la

estructura de precios cambiase de nuevo debido parcialmente a que las raciones alemanas no eran divisibles. Las raciones de margarina perdieron gradualmente valor hasta que se intercambiaron directamente por una ración de melaza. El azúcar se hundió lamentablemente. Sólo el pan mantuvo su valor. Varios miles de cigarrillos, que constituyeron el capital de la Tienda, fueron distribuidos sin efecto perceptible. Unas cuantas entregas de paquetes y cigarrillos cada una compuesta de un sexto de un paquete y de 12 cigarrillos, condujeron a una recuperación transitoria de los precios, especialmente cuando coincidieron con buenas noticias procedentes del Frente Occidental, pero en general la situación permaneció inalterada.

En abril de 1945, el caos había reemplazado al orden de la esfera económica; las ventas eran difíciles y los precios carecían de estabilidad. La economía ha sido definida como la ciencia de la distribución de medios escasos entre fines ilimitados y competitivos: el doce de abril, con la llegada de la 30a División de Infantería de los EE.UU., se abrió una etapa de abundancia que demostró la hipótesis de que con medios infinitos la organización y actividad económica serían redundantes, ya que toda necesidad podía ser satisfecha sin esfuerzo.