

E l dinero y sus significados.

Gustavo H. Guzmán Fernández

Licenciado de Psicología. Profesor de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina.

Miembro de UIPEC.

INTRODUCCIÓN

Es posible advertir que durante un largo período de tiempo, el dinero ha sido casi un dominio intelectual exclusivo de la teoría económica y de los economistas. Desde el punto de vista psicológico y social ha sido ignorado. Esta afirmación es evidente si consideramos que sus aspectos no económicos no han sido sistemáticamente explorados. Prueba de ello son las treinta páginas que la Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales dedican al dinero. Ninguna de ellas se refiere a sus características sociales (Zelizer, 1989).

El estudio científico del dinero ha tardado en plantearse desde la psicología social; su cotidiana presencia en la vida diaria lo aleja de los temas claves de investigación (Luna, 1998).

Ambas dimensiones del dinero —la social y la simbólica— son las claves que señalan a la psicología económica como una de las disciplinas idóneas para la investigación de ese campo que de ser posible hubiera sido una realidad ya desde la acuñación de la primera moneda hace 3000 años, en una extensa y entramada red de significados.

La humanidad ha depositado en el dinero atributos que van más allá de su función específica asignándole a lo largo de la historia distintas vestiduras que no son otra cosa que el reflejo distorsionado de su función simbólica.

El abordaje de los significados del dinero, sin embargo, resulta poco menos que imposible sin la necesaria visión integradora que aportan diferentes disciplinas. Es un objeto de estudio que estimula, impulsa la interpretación interdisciplinaria como un instrumento válido de exploración. Es por ello que en este artículo he considerado el punto de vista de diversos campos del conocimiento tales como la historia, la antropología, la sociología, la psicología y por supuesto la economía.

LA FUNCIÓN SIMBÓLICA

Existen indicios que permiten considerar al dinero como un fenómeno universal dentro de la actividad humana. El ser humano a lo largo de la historia se ha valido de diferentes medios que le permitieran realizar intercambios con otros. De esta manera, tal como plantea Moreno Feliu (1991) el dinero ha tomado formas diferentes en los distintos ámbitos geográficos: conchas de moluscos en lugares tan distantes

como América del norte, África occidental o en las Islas del Pacífico; las cuentas de cristal, barro o porcelana también han circulado como dinero entre distintos pueblos del globo entre ellos el egipcio o los habitantes de las islas Belau. La sal es otro producto que se relaciona con el comercio utilizada tanto por Etiopía en épocas anteriores a la colonización italiana como por los romanos cuando en la antigüedad pagaban a sus tropas por este medio, de donde proviene la palabra *salario*.

La moneda no solo satisface la necesidad de establecer intercambios comerciales sino que se constituye en la imagen del poder por medio de su potente capacidad de comunicación. Desde sus orígenes, la moneda ha sido un medio de expresión del poder que la acuña (Museo Arqueológico Nacional, 1997), ya sean ciudades, monarquías o repúblicas. La marca que la garantiza y que llamamos "tipo" es elegida cuidadosamente por las autoridades para que sus mensajes sean comprendidos por cualquier persona en cualquier lugar.

Por ello la cara más importante, el anverso, suele estar ocupada por tipos emblemáticos como dioses, símbolos, divisas o escudos representativos de la autoridad. Pueden ser "tipos parlantes", símbolos tomados de su propio nombre, como la foca y el león en las ciudades griegas de Foga y Leontini, el castillo en Castilla, dioses o santos protectores, hechos de la historia local, o personificaciones de países como Hispania, Britania o Helvetia. Según Lindgren (1992) esto permitía estimular el gra-

do de identificación de los súbditos plasmando en la moneda escenas rituales, tradiciones o intereses compartidos en eventos públicos. En esos casos se conseguía un resultado doble: consolidar la identidad ética e integrar a la comunidad.

Cuando no existían los medios de comunicación actuales la moneda era el vehículo oficial de información y propaganda. Un caso particular lo constituyen las monedas acuñadas por los musulmanes, ampliamente difundidas en occidente durante la extensa ocupación árabe de la península Ibérica. Afirmando la importante incidencia religiosa de este pueblo los "tipos" o caras de las monedas no referían a gobernantes o monarcas sino a los versos del Corán. La explicación es sencilla: "Dios hay uno solo, Alá, y Mahoma es su profeta", el Islamismo prohíbe la adoración de imágenes. La fórmula principal del Islamismo no permite anteponer el poder de un rey a las leyes sagradas. De esta manera la moneda se constituía en un medio de comunicación y expansión de la fe musulmana.

Del significado místico o religioso del dinero podemos encontrar ejemplos en las sepulturas egipcias. Con la creencia de la vida después de la muerte, éste pueblo enterraba a sus muertos con sus mejores pertenencias junto con alimentos y dinero para facilitar su tránsito hacia la eternidad. En otro caso, los chinos confeccionaban espadas y también amuletos con monedas perforadas unidas por una fina cuerda. Esta espada tenía el poder de alejar a los espíritus malignos.

Los ejemplos anteriores muestran que el dinero no es simplemente un medio de intercambio, ha adquirido un estatus superior que va más allá de la definición que la ciencia económica, y el saber popular mayoritariamente, le ha impuesto. A lo largo de los tiempos el dinero ha adquirido un sinnúmero de significados. Se lo vincula, sin lugar a dudas con el poder pero es también comunicación y un elemento de cohesión e

integración social, ha prestado sus servicios a la expansión religiosa y ha sido para los antiguos egipcios sinónimo de eternidad, como para los chinos de la era medieval seguridad y protección ante la ira de los espíritus o entidades malignas.

DINEROS ESPECIALES

Simmel nos permite reconocer las características subyacentes a las funciones que el dinero cumple en la vida del hombre cuando sustenta la existencia de una filosofía del dinero basada en la búsqueda de representar aquellos presupuestos que le otorgan sentido y entidad práctica en dimensiones tan dispares como "la estructura espiritual, en las relaciones sociales, en la organización lógica de las realidades y de los valores" (1958, p. 10). El sentido y el significado interno del dinero descansan sobre conexiones de carácter conceptual, psicológicas y éticas.

Sin lugar a dudas el abordaje del complejo entorno temático del dinero exige también la utilización de diferentes "lentes" para su lectura e interpretación.

La perspectiva económica tradicional con la cual se ha estudiado el fenómeno que constituye el dinero, le confiere a éste funciones prácticas e instrumentales dejando de lado su capacidad continente de significados y sentidos atribuidos por los seres humanos a lo largo de la historia.

Se hace necesario desplazar el punto de vista desde las ciencias económicas hacia perspectivas más amplias que incluyan distintas disciplinas como la antropología, la filosofía, la historia y la psicología para el estudio del dinero. Al decir de Galbraith "el estudio del dinero es, de todos los campos de la economía, el único en que se emplea la complejidad para disfrazar o eludir la verdad, no para revelarla" (1996, p. 13).

De todas maneras una definición del dinero debe observar el planteo de los economistas por lo que tomaremos lo

que Polanyi denominó "los usos del dinero" que no son otra cosa que sus funciones:

1. El dinero es un medio de cambio.
2. El dinero es un patrón de valor.
3. El dinero es un medio de atesorar riqueza.
4. El dinero es un medio de realizar pagos.

El dinero como medio de cambio. Como el pensamiento de algunos economistas parece indicar y la extendida creencia popular sostiene, esta es la función básica del dinero. En la práctica, es la aceptación social de un objeto que permite el pago de bienes y servicios.

El dinero como patrón de valor. Es un denominador común o unidad de cuenta en términos de cual se miden y expresen regularmente los precios de bienes y servicios.

El dinero como medio para atesorar riquezas. Esta función es muy controvertida dentro del ámbito de la economía ya que algunos autores la señalan como la función originaria. Algunos autores defienden la postura que acumular riqueza debe haber precedido al uso del dinero como medio de cambio. Keynes (1930) aportaba la dimensión temporal al afirmar que la importancia del dinero se apoyaba en ser un nexo entre el presente y el futuro. La posibilidad de acumular riqueza es, precisamente, ese nexo.

Sin embargo diversos estudios, en el ámbito de la antropología y la sociología, permiten sostener que el mero hecho de ser pasibles de atesorarse no convierte a los objetos en dinero, esencialmente por que pueden no ajustarse a las características de un patrón de valor. Este fenómeno se repite en sociedades capitalistas como en otras. Un ejemplo frecuente es la obtención de obras de arte o joyas para atesorar riqueza, actividad muy extendida actualmente entre instituciones bancarias. Efectivamente las obras de arte atesoran pero no pueden considerarse dinero por su falta de homogeneidad jun-

to con la imposibilidad de evaluarlo según peso y tamaño, por lo que resulta imposible ajustarlo a cierto grado de uniformidad, o sea a un patrón valor. Precisamente su condición de objeto único es el fundamento de su valor.

Rist (1940) pudo comprobar que en algunas situaciones particulares dentro de una sociedad el papel moneda puede perder su atributo de medio de cambio. Sus investigaciones en presencia de hiperinflación y posguerra le permitieron observar como la gente frente a un papel moneda depreciado actúa rechazándolo y prefiere otros objetos que le permitan mantener su riqueza. El resultado inmediato es la pérdida de la función de medio de cambio del papel moneda.

Mientras que esto puede suceder con el dinero "moderno", en otro tipo de sociedades no desarrolladas, desde el punto de vista capitalista, el hecho que un objeto permita acumular riqueza impide a su vez que éste pueda ser utilizado como medio de cambio. Es el caso de ciertas sociedades pastoriles del Africa oriental en donde la pertenencia de ganado es un factor de riqueza aunque se lo considera tan valioso que no sirve como medio de cambio.

El dinero como medio de pago y de pagos pospuestos. Parece evidente, a través de la lectura de diversos textos de economía, la existencia de tres estadios en la evolución de la misma. Al principio la economía natural en donde se puede ubicar sistemas primarios de comercialización como el trueque, luego con la aparición de la moneda aproximadamente en el siglo VIII a.C. surge una economía de dinero junto con el aumento de complejidad a nivel de intercambio comercial, por último la economía de crédito o el pago postergado, atributo del dinero moderno. Sin embargo estudios realizados por antropólogos permiten rebatir esta

manera de entender el desarrollo económico. De ellos se desprende que el crédito fue anterior al dinero ya que nada permite sostener que las transacciones en la antigüedad, como hoy en día, hayan tenido que ser de manera inmediata. De hecho, en cualquier tipo de reciprocidad, hasta que no se realiza la contrapartida puede presumirse el crédito. "No hay datos que hagan presuponer que la función de medio de cambio ha sido fundamental en el origen y utilización del dinero en otros sistemas sociales" (Moreno Felio 1991, p 7).

En nuestro sistema estas cuatro funciones son ejercidas por un mismo objeto, pero como hemos podido vislumbrar esto no es así en otros sistemas sociales en los cuales puede que el objeto que se utiliza como medio de cambio difiere del que se usa para atesorar riqueza. Así, existen dineros que se utilizan como instrumento de pago en situaciones no comerciales en distintas esferas sociales como por ejemplo pagos ceremoniales-religiosos, entre los que se cuentan los pagos por sacrificios o el pago a especialistas por efectuar ciertos ritos (mágicos o funerarios).

El modelo de dineros especiales propuesto por Zelizer (1989) se apoya en los elementos extraeconómicos que delimitan el fenómeno del dinero y que son la base social del mismo. Recorriendo así el camino abierto por la antropología en sentido contrario a lo que Barber (1977) denominó "la absolutización del mercado: la ilusoria asunción que el mercado de cambio es libre de obligaciones culturales o sociales. Y el dinero como la mayor representación material del mercado de cambio parece eminentemente exceptuado de influencias extraeconómicas".

Zelizer destaca la transformación dialéctica que el dinero genera. El dinero permite transferir a equivalentes numé-

ricos en efectivo no solo artículos sino también valores y sentimientos pero el dinero en si mismo es transformado en el proceso.

El modelo utilitario tradicional del mercado define las funciones y características del dinero en términos estrictamente económicos, en contraposición la propuesta de Zelizer asume diferentes supuestos:

1. Mientras el dinero sirve como una herramienta racional clave del moderno mercado económico, también existe fuera de la esfera del mercado y está profundamente conformado por factores estructurales sociales y culturales.

2. Hay una pluralidad de diferentes tipos de dinero, cada tipo de dinero está formado por un grupo particular de factores sociales y culturales y es de este modo cualitativamente distinto. El dinero de mercado, no escapa a las influencias extraeconómicas, pero es de hecho un tipo especial de dinero, sujeto a influencias culturales y sociales particulares.

3. El listado económico clásico de funciones y atributos del dinero, basado en el supuesto de un propósito general único del dinero, es de este modo estrechamente inadecuado.

4. La supuesta dicotomía entre el dinero utilitario y los valores no monetarios es falsa pues bajo ciertas circunstancias podría ser tan singular y no intercambiable como el objeto mas personal o único.

5. Dado el supuesto anterior, la alegada libertad y el incontrolable poder del dinero se convierten en supuestos insostenibles. La estructura social y cultural agrupa límites inevitables para el proceso monetario introduciendo controles y restricciones profundas tanto en el mismo dinero como en su circulación. Los factores extraeconómicos restringen sistemáticamente y forman a) los usos del dinero, destinando, por

ejemplo, ciertos tipos de dinero para usos específicos ; b) los que usan el dinero, designando personas diferentes para manejar dinero específico; c) la distribución del sistema de cada dinero particular; d) el control de tipos diferentes de dinero y e) las procedencias del dinero, vinculándolas a usos específicos.

LA PERSPECTIVA DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL ECONÓMICA

Esta perspectiva, desde la cual se intenta focalizar al dinero en el contexto de la psicología social económica, toma la idea de su dimensión simbólica. Este es el punto de partida que Furnham y Lewis defienden cuando proponen como una de sus ideas principales que el dinero es un símbolo rico y complejo.

La premisa básica de todas las ramificaciones teóricas que parten del Interaccionismo Simbólico, especifica que la realidad social no existe de por sí independientemente de los sujetos, sino que solo es explicable a base de las acciones intersubjetivas de las personas y de sus actos interpretativos y de los actos humanos que a la vez son constitutivos para el mundo social.

Los actos sociales permiten la transmisión de sentido y significados por medio de símbolos. Estos símbolos son el producto de la comunicación y tienen el mismo significado para todos los componentes en la interacción simbólica. Sin lugar a dudas los símbolos significativos mas importantes son las palabras (Collier & col. 1991, p.399) debido sobre todo a la versatilidad de su uso. El lenguaje está compuesto por gestos significativos altamente especializados, productos de la interacción humana, los cuales permiten nombrar objetos o situaciones aunque no estén presentes. Esta capacidad de abstracción que brinda la palabra es un instrumento esencial al momento de manipular situaciones hipotéticas.

El hecho que el lenguaje sea un producto social supone la transmisión del mismo por el contacto con otros "hablantes" de la misma cultura, el uso común de palabras dentro de un mismo grupo implica que sus significados son compartidos. La forma en que un sujeto organiza y percibe la realidad esta en gran medida determinada por el lenguaje que utiliza debido a que este vehiculiza aspectos culturales, normas, roles y comportamiento propios del grupo de pertenencia.

La forma en cómo nos comportamos socialmente está, de esta manera, fuertemente condicionada por los gestos significativos (símbolos) construidos en el grupo de pertenencia y que nos permiten interpretar la realidad y actuar en consecuencia.

Se puede afirmar con cierto grado de seguridad que gran parte de las características simbólicas del dinero se desarrollan y establecen dentro de las conductas económicas. Éstas son un tipo específico de conductas sociales, y lo son porque se "producen según las interacciones que se establecen entre los agentes económicos" (Quintanilla 1998, p.61).

Quintanilla (1998) plantea el aspecto dinámico y recíproco de la conducta económica. Ésta es a la vez constructora de símbolos con entidad social y moldeada por ellos. La idea del carácter interactivo y simbólico de las conductas económicas, cuya manifestación no solo se da a nivel individual sino que atañe a estratos mas amplios como el colectivo o transcultural, es que cada grupo social puede atribuirle determinados aspectos particulares a los símbolos que construye y estos a su vez ser factores de cambio social. La idea que la sociedad no es una entidad estática sino que cambia y evoluciona por medio de la interacción social es un concepto que ya Katona (1975) sugirió al sostener que la economía influye sobre la conducta económica y esta recíprocamente sobre la economía, en palabras de Quintanilla "con nuestras

conductas vamos edificando un contexto económico que, a su vez, delimita nuestra conducta social y económica" (1997, p.29).

ASPECTOS EXTRAECONÓMICOS: LA INFLUENCIA DE LA CULTURA Y LA SOCIEDAD

La influencia recíproca que se ha dado entre cultura-sociedad y dinero puede confirmarse en las mutaciones (Weatherford, 1997) que este último a sufrido a lo largo de la historia, afectando a la manera en que las personas lo han resignificado. La naturaleza y los usos del dinero en cada época responde, como hemos visto, no solo a aspectos económicos sino también a una serie de variables de corte social y psicológico.

El dinero ha afectado de manera impactante a la humanidad, transformándose en el camino. Dicha transformación ha sido, y es, sensiblemente mas sutil que el cambio de conchas o pieles a monedas, ya que refiere a su función simbólica; al significado que el Hombre le ha ido asignando a lo largo de la historia.

Por ello el dinero es un concepto multidimensional que se ajusta y se adapta a las características de cada grupo humano, conformando normas y maneras de actuar en relación a cómo cada grupo social construye su simbología. Este proceso en donde la gente significa su percepción del dinero y actúa en consecuencia no es estático ya que su propia conducta produce cambios sociales que a la vez genera modificaciones en el significado del dinero.

El *ghetto* del efectivo (Weatherford, 1997) es uno de los fenómenos mas evidentes de estos cambios profundos. El dinero en efectivo paradójicamente se ha ido convirtiendo en un "dinero especial". Estudios antropológicos en comunidades pobres mostraron la tendencia significativa de los individuos a

concretar múltiples y pequeñas transacciones que se llevaban a cabo casi exclusivamente al contado. El apoyo en la liquidez se convierte así en uno de los rasgos de la cultura de la pobreza en donde el acceso al crédito está cada vez más restringido. Mientras que las clases medias o altas de una sociedad distribuyen cada vez más sus ingresos por medio de tarjetas magnéticas o domiciliaciones bancarias las personas económicamente desfavorecidas se convierten en los vehículos más idóneos de la circulación del dinero en efectivo. ¿Significa lo mismo el dinero para ambos grupos sociales? , la respuesta a este interrogante plantea un campo tan extenso como excitante para el desarrollo de la Psicología Social Económica y un reto ineludible para la comunidad científica social.

DISCUSIÓN

La popularidad que ha tenido la definición económica del dinero solo como un elemento de intercambio ha funcionado como un espeso velo que no permitía apenas inferir las consecuencias de los factores extraeconómicos en juego.

El dinero ha cumplido a lo largo de la historia diversos roles, en virtud del significado que los seres humanos le hemos adjudicado. Así se convierte en propaganda del poder, en un elemento que permite consolidar la identidad social e integrar a la comunidad o en otros casos un talismán contra fuerzas negativas.

El dinero no posee una definición y límites precisos. Es, en suma, un concepto polimórfico que sin embargo puede ser utilizado eficientemente (Snelders, Hussein, Lea & Webley 1991). Aunque el dinero pueda significar diferentes cosas para diferentes personas existe una creencia compartida de que el dinero puede comprar poder, seguridad, libertad, amor y también satisfacción personal (Goldberg & Lewis, 1978). Con dinero se puede obtener seguridad ocultando o manteniendo

lejos los problemas, mientras que el poder es consecuencia de comprar importancia, comprar tiempo y perseguir intereses personales es lo más parecido a la libertad; y el amor supone la compra y venta de afecto.

La observación objetiva nos permite ver la importancia que el dinero tiene a lo largo de la vida, no solo en fenómenos macro-sociales sino en el desarrollo de lo cotidiano. De la misma manera, el observador atento puede vislumbrar que existen otras dimensiones más allá de la económica que hacen del dinero un fenómeno digno de exploración. Y es en ese resquicio, decididamente menos "iluminado" y con fronteras difusas, en donde la psicología social económica intenta penetrar de la mano de teorías que puedan hacer aportes significativos. El Interaccionismo Simbólico es una de ellas. Al concepto de símbolo que plantea esta teoría subyace la idea de la formación y aceptación del mismo como una consecuencia de la interacción social de un grupo o comunidad. El proceso de "generación" de un símbolo es dinámico en el sentido que este influye en la conducta y devenir del grupo pero es modificado a su vez por la forma en que el grupo se comporta. ¿No es esto coincidente con la transformación del dinero a lo largo de la historia humana?

La investigación en relación al dinero no es meramente teórica sino que tiene un amplio campo de aplicación. Tal es el caso de la investigación en la que participó la Unidad de Investigación de Psicología Económica y del Consumidor (UIPEC) de la Universidad de Valencia en 1997 en colaboración con distintas universidades de la Unión Europea (Peters y cols., 1999). Se realizó un estudio nacional donde se valoraron variables como la información subjetiva y objetiva sobre el Euro y su proceso de incorporación, las actitudes hacia el Euro, las creencias asociadas al proceso de cambio, la importancia de la identidad nacional como variable de freno o potenciadora del proceso y los

elementos simbólicos y subjetivos que se relacionan con el cambio de una moneda nacional a una moneda europea. Esta investigación subvencionada por la Comisión Europea dio una información con un alto grado de precisión sobre los temores y actitudes de los ciudadanos de la UE con respecto al Euro. Lo que permitiría gestionar campañas de sensibilización hacia la nueva moneda con el fin de promover un proceso de adaptación paulatino.

Hoy por hoy, miembros de UIPEC gestionan y llevan a cabo actividades de concienciación a colectivos como la campaña "Euro y tercera edad" (1999) subvencionado por el Consejo del Movimiento Europeo de la Generalitat Valenciana, apoyados en los instrumentos que aporta la psicología económica.

Sin lugar a dudas el dinero contiene una dimensión simbólica extraordinaria y como tal es un factor sumamente influyente en la conducta humana. Es la función de la psicología económica analizar e interpretar el alcance de este fenómeno, por un lado por que se encuentra lícitamente dentro de su ámbito de acción y por otro por que debe (y se debe) dar una respuesta al hecho de haberlo relegado de la exploración científica en el campo social. Por último considerar que la psicología económica es también una disciplina instrumental que permite generar cambios en pro del bienestar de las personas y es ese su objetivo final.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baker W. & Jimerson J. (1992). The sociology of money. *American Behavioral Scientist*, volume 35 nº 6 (678- 693).
- Barber Bernard (1977). The absolutization of the market: Some notes on how we got from there to here. En Zelizer Viviana A. (1989). The social meaning of money: "Special monies". *AJS*, Volume 95 #2 (342-77)

DOSSIER

- Belk R.W.** (1988). Possessions and the extended self. En Prince Melvin. (1993) Self-concept, money beliefs and values. *Journal of Economic Psychology* 14 (161-173).
- Belk R.W. & Wallendorf M.** (1989). The sacred meanings of money. *Journal of economic Psychology* 11 (35-67)
- Burgoyne C.B. & Routh D.A.** (1990). Constraints on the use of money as a gift at Christmas: The role of status and intimacy. *Journal of economic Psychology*. 12 (47-69)
- Collier G., Minton H. y Reynolds G.** (1996). Escenarios y tendencias de la Psicología Social. Edit. Técnos.
- Crump Thomas** (1992). Money as a ritual system. *American Behavioral Scientist*, volume 35 nº 6 (669-677).
- Finn Daniel Rush** (1992). The meaning of money: A view from economics. *American Behavioral Scientist*, volume 35 nº 6 (658-668).
- Freud S.** (1959). Character and anal erotism. En Yamauchi K.T. & Templer D. (1982). The development of a money attitude scale. *Journal of Personality Assessment* 46, 5 (522-528)
- Furnham A.** (1984). Many sides of the coin: The psychology of money usage. *Person. Individ. Diff.* Vol 5 Nº 5 (501-509).
- Galbraith John K.** (1996). El dinero. Edit. Ariel.
- Gellerman S.W.** (1963) Motivation and productivity. En Wernimont P. F. & Fitzpatrick Susan (1972). The meaning of money. *Journal of Applied Psychology*. Vol 56 Nº3 (218-226).
- Hanley A. & Wilhelm M. S.** (1990). Compulsive buying: An exploration into self-esteem and money attitudes. *Journal of Economic Psychology* 13 (5-18).
- Katona G.** (1975). Psychological economics. En Quintanilla Pardo Ismael (1997). *Psicología Económica*. Edit. Mc Graw Hill.
- Keynes J. M.** (1930). A treatise on money. En Moreno Feliu, Paz (1991) ¿El dinero?. Cuadernos de Antropología, 11. Edit. Anthropos.
- Kurt Hans** (1963) *Historia del dinero*. Edit. Ferma.
- Lindgren** (1992). En Luna-Arocas Roberto (1998). *Dinero, trabajo y consumo*. Edit. Promolibro.
- Luft Joseph** (1957). Monetary value and the perception of persons. *Journal of Social Psychology*. 46 (245-251).
- Luna-Arocas, Roberto** (1998). *Dinero, trabajo y consumo*. Edit. Promolibro.
- Moreno Feliu, Paz** (1991) ¿El dinero?. Cuadernos de Antropología, 11. Edit. Anthropos.
- Museo Arqueológico Nacional** (1997). *Exposición «La moneda, algo más que dinero»*. Feb.-Junio. Valencia.
- Musitu Ochoa G., Roman Sanchez J.Mª & col.** (1988). *Familia y educación*. Edit. Labor Universitaria.
- Polanyi K.** (1968). The semantics of money uses. En Moreno Feliu, Paz (1991) ¿El dinero?. Cuadernos de Antropología, 11. Edit. Anthropos.
- Prince Melvin.** (1993) Self-concept, money beliefs and values. *Journal of Economic Psychology* 14 (161-173).
- Quintanilla Pardo Ismael** (1997). *Psicología Económica*. Edit. Mc Graw Hill.
- Radl Philipp Rita Mª** (1996). *Sociología crítica: perspectivas actuales*.
- Rits Ch.** (1940). History of monetary and credit theory. En Moreno Feliu, Paz (1991) ¿El dinero?. Cuadernos de Antropología, 11. Edit. Anthropos.
- Rubinstein Carin** (1980). Your money and your life. *Psychology Today* Diciembre (47-57)
- Rubinstein Carin** (1981). Money & self-esteem, relationships, envy and satisfaction. *Psychology Today* Mayo (29-44).
- Sánchez de la Yncera.** (1994). En Radl Philipp Rita Mª (1996). *Sociología crítica: perspectivas actuales*.
- Simmel George** (1958). *Filosofía del dinero*. Edit. Instituto de Estudios Políticos (Madrid).
- Snalders H.M.J.J., Hussein G., Lea S. & Webley P.** (1991). The polymorphous concept of money. *Journal of economic Psychology* 13 (71-92).
- Weatherford Jack** (1997). La historia del dinero: De la piedra arenisca al ciberespacio. Edit. Andrés Bello.
- Wernimont P.F. & Fitzpatrick Susan** (1972). The meaning of money. *Journal of Applied Psychology*. Vol 56 Nº3 (218-226).
- Yamauchi K.T. & Templer D.** (1982). The development of a money attitude scale. *Journal of Personality Assessment* 46, 5 (522-528)
- Zelizer Viviana A.** (1989). The social meaning of money: "Special monies". *AJS*, Volume 95 #2 (342-377).