

Michael Sandel. *Lo que el dinero no puede comprar: Los límites morales del mercado*. Trad. del inglés de Joaquín Chamorro Mielke. Barcelona: Random House Mondadori, 2013, 254 pp.

Treinta años después de *El liberalismo y los límites de la justicia*, obra que lo instala como uno de las voces principales en el debate liberal comunitario, Michael Sandel publica *Lo que el dinero no puede comprar*<sup>1</sup>. En este último texto del profesor de Harvard es posible encontrar una crítica a la intromisión de los mercados en diversos ámbitos de la vida pública y la necesidad de discutir públicamente sobre ese exceso de mercado en la sociedad estadounidense.

Con un estilo claro y una gran cantidad de ejemplos para ilustrar su argumento sobre la necesidad de limitar el impacto del comercio en la vida de los ciudadanos, Sandel desarrolla la respuesta sobre por qué deberíamos limitar la presencia de los mercados en ámbitos de la vida social que tradicionalmente le habían estado vedados y que han comenzado a ser invadidos por la racionalidad de mercado, según el mismo autor se encarga de mostrar en sus numerosos ejemplos. ¿Deberíamos pagar a los estudiantes para incentivarlos a leer los libros que les exigen en la escuela? “Pagar a niños por leer libros podrá hacer que lean más, pero también les enseña ver en la lectura una tarea más que una fuente de satisfacción en sí” (p. 17)

Pero ¿por qué limitar el influjo del mercado? Por dos razones fundamentales. La primera, por la injusticia que el intercambio económico oculta tras una apariencia de neutralidad. La segunda, por la degradación que las transacciones comerciales operan sobre bienes que se corrompen por su presencia.

La injusticia es el primero de los efectos que provoca la intromisión de los mercados. Es una argumentación que recuerda con claridad la de otro comunitarista, Michel Walzer, en su texto de 1982, *Las esferas de la Justicia*, en el que argumentaba que la intromisión de lógicas de distribución pertinentes a un ámbito social no deben ser las varas de medida de otro. Sandel argumenta de modo similar, diciendo que “no hay razón para pensar que tiene que haber un único principio que determine el reparto de todos los bienes” (p. 47), “algunos bienes los repartimos según méritos, otros según necesidades, y otros más por sorteo o por azar” (p. 48). La injusticia consiste en no respetar los distintos modos de distribuir los bienes sociales según su propia racionalidad, como en el siguiente ejemplo: “En 2011, dos senadores propusieron un proyecto de ley para ofrecer un incentivo económico similar con el fin de reanimar el mercado de viviendas de lujo, que se hallaba deprimido a consecuencia de la crisis financiera. El extranjero que comprara una vivienda por 500.000 dólares, recibiría un visado que le permitiría vivir con su cónyuge y sus hijos menores de edad en Estados Unidos, tanto tiempo como tuviera la vivienda en propiedad. Un titular de *The Wall Street Journal* resumió así el trato: COMPRE UNA CASA Y OBTENDRÁ UN VISADO” (p. 68).

<sup>1</sup> Considerando las primeras ediciones en inglés.

Pero la injusticia consiste también en una desigualdad que la corriente principal en la teoría económica oculta, cuando supone que los acuerdos en el mercado son igualitarios. Las grandes corporaciones pactan con los consumidores amparadas en un respaldo legal y económico casi siempre desigual. “Las decisiones que se toman en el mercado no son libres si hay personas que viven en la pobreza extrema o no tienen posibilidad de negociar nada en términos justos. Así, para saber si una decisión del mercado es libre, hemos de preguntarnos qué desigualdades presentes en las condiciones sociales de fondo minan significativamente el consentimiento. ¿En qué punto las desigualdades en la capacidad negociadora coaccionan a los desfavorecidos y minan la justicia de los acuerdos que se toman?” (p. 115).

El segundo argumento sobre el que se sostiene la exposición de Sandel se refiere a la degradación de los bienes que son mercantilizados. Y su núcleo radica en mostrar que los mercados no son neutros. Contra una idea muy difundida entre los economistas, el autor sostiene que las transacciones comerciales no son inocuas respecto de los bienes transados. No todo tiene un precio. Ponerle precio a la ciudadanía, la educación o el medioambiente equivale a que dejen de ser lo que esperamos que sea. Esta idea va en contra de una muy difundida entre los economistas: “A menudo suponen que los mercados no tocan o contaminan los bienes que regulan. Pero esto no es cierto. Los mercados dejan su impronta en las normas sociales. Con frecuencia los incentivos mercantiles minan o desplazan los incentivos no mercantiles” (p. 69). Cuando se mercantiliza un bien social, es preciso preguntar si no es está desplazando o distorsionando otro bien que quisiéramos conservar. “¿Qué debemos hacer cuando la promesa de crecimiento económico o de eficiencia económica significa poner precio a bienes que consideramos que no tienen precio?” (p. 84).

La respuesta de Sandel es que es preciso cautelar o al menos poner en cuestión esta creciente intervención del mercado en ámbitos de la vida pública que tradicionalmente le estaban vedados, si es que queremos preservar bienes que no responden a la lógica del intercambio económico. Para defenderla, no solo ilustra con ejemplos (a veces excesivos en número), sino que discute directamente con concepciones de la economía que fomentan esta transgresión mercantil.

Desde una óptica tradicional en el siglo XX, la economía intentaba decirnos cómo mantener alta la productividad y cómo mejorar el nivel de vida de las personas, pero hoy los economistas del siglo XXI están mucho más focalizados en decirnos donde poner los incentivos correctos. “Esta concepción está muy lejos de la imagen que Adam Smith tenía del mercado como una mano invisible. Una vez convertido el incentivo en piedra angular de la vida moderna, el mercado aparece como una gruesa mano manipuladora” (p. 91). Esto viene a refrendar una de las ideas principales que sostiene el argumento del libro: que los mercados no son neutros respecto de los bienes que distribuyen y esto es particularmente sensible en aquellas esferas de la vida pública que se trastocan por la irrupción de los mercados.

Desde la caída del muro de Berlín, emerge a nivel mundial una no muy soterrada idea de triunfo del capitalismo, que instala al mercado como el principal agente de moralidad pública, pero de una moralidad sin contenido, y con una pretensión de

moralidad que defiende la libertad de los individuos. Lo que muestra Sandel es que el mercado no solo no es neutral sino que encubre serios peligros a la libertad, cuando el dinero se inmiscuye en la vida cívica y decide por los ciudadanos los cánones morales que deben primar. Suspende la deliberación e instala un discurso aparentemente neutro desde la perspectiva moral. “La era del triunfalismo del mercado ha coincidido con un tiempo en que el discurso público ha quedado en gran parte vaciado de sustancia moral y espiritual. Nuestra única esperanza de mantener a los mercados en su sitio es reflexionar de forma abierta y pública sobre el significado de los bienes y las prácticas sociales que valoramos” (p. 207).

Aunque los argumentos de Sandel son claros y pertinentes al problema que trata, su texto no profundiza sobre puntos que son muy relevantes para la relación entre mercado, moral y política. Prima un análisis de los casos y ejemplos que le permiten ilustrar su tesis. Esto, sin embargo, se transforma en una dificultad si hemos de pedir mayor detalle de algunos puntos centrales, como por ejemplo, el rol que juega la ciencia económica en esta transgresión moral que describe, o la supuesta neutralidad que esta misma ciencia tiene en la descripción de sus fenómenos, cuando se enfoca desde la perspectiva de los incentivos. Sin embargo, es un trabajo lúcido y muy pertinente a la reflexión filosófica respecto de lo que ocurre hoy no sólo en Estados Unidos, sino que en muchas partes del mundo, respecto de la moralidad del mercado en el espacio público.

ALAN MARTIN  
Universidad de Chile  
alan.martin@u.uchile.cl