

El contractualismo «de mercado» como modelo de legitimación política

PEDRO FRANCÉS GÓMEZ

Universidad Complutense¹

1. Introducción

Las relaciones entre ética, política y mercado suelen enfocarse desde uno de estos tres puntos de vista: bien se supone que la libertad y la autonomía del individuo —consideradas como fines morales— se alcanzan mejor en una economía de mercado, y se defiende así un compromiso ético-político con esta institución;² bien se opone el mercado a los fines o reglas éticos, y se afirma que la libre competencia obstaculiza frecuentemente la realización de fines morales o produce consecuencias éticamente reprobables;³ o bien, por último, según una concepción ética victoriana un tanto trasnochada, se supone que el resultado de la interacción de mercado es expresión de una ética del mérito.⁴ Según la primera perspectiva, sería misión del político favorecer el mercado y su libertad inherente y facilitar las condiciones para su existencia allí donde no se dieran; según la segunda, el político debería ocuparse de fijar límites legales a la interacción de mercado, para minimizar sus daños; y, según la tercera, el político debe simplemente abstenerse de regular el mercado (que es visto como una institución natural), salvo en lo que sea imprescindible para evitar el fraude.

Nuestro enfoque tiene poco que ver, sin embargo, con estas perspectivas. Todas ellas dan por sentado, implícitamente: 1) el hecho del mercado, 2) la legitimidad de los juicios morales sobre el mismo, y 3) la legitimidad de la autoridad política para implementar (al convertirlos en normas legales) ciertos valores o juicios éticos. Nosotros queremos referirnos a un proyecto más radical, que consiste en cuestionarse estas legitimidades, empleando como instancia crítica no tanto el mercado cuanto el *paradigma de interacción* que supone. Este proyecto ha sido formulado por Jules Coleman como el intento de «explorar hasta qué punto el paradigma del mercado puede ser empleado útilmente para explicar y en algunos casos justificar instituciones que no son de mercado».⁵ El paradigma del mercado podría funcionar como instancia justificadora debido a que los mercados reales exhiben ciertas características esenciales (referidas a la actitud de los agentes económicos, al modo de interacción, a los resultados, etc.) las cuales pueden servir (aislándolas de las condiciones contingentes de los mercados reales en que se dan) para construir heurísticamente una

estructura ideal de interacción racional con un contenido normativo aparentemente muy pequeño (reducido casi exclusivamente, como veremos, a las demandas de la racionalidad instrumental individual), pero con un resultado muy plausible no sólo desde el punto de vista de la eficiencia, sino también del de la imparcialidad. Este modelo de interacción racional puede, debido a su minimalismo normativo, presentarse como un suelo firme desde el que iniciar la tarea de la justificación racional de la normatividad social. La estructura ideal de interacción así construida es denominada por Coleman *la idea de un mercado perfectamente competitivo* y dice además que «el interés del paradigma del mercado [...] es la relación entre la *idea de un mercado perfectamente competitivo* y aspectos tanto de la racionalidad de la asociación política como de la teoría de la elección colectiva».⁶

Nuestro uso del paradigma del mercado es, por tanto, *metodológico*. Empleamos el mercado y la teoría económica del mercado para *construir* un instrumento de análisis: denominaremos a este instrumento *el mercado ideal*. Éste es un producto racional, abstracto, que —como herramienta analítica— posee dos virtualidades inmediatas: primero, sirve como una referencia respecto a la cual aparecen con claridad las posibles causas de las disfunciones de los mercados reales; en segundo lugar, al intentar concebir racionalmente un contexto de interacción prácticamente carente de normatividad (como sería un mercado ideal), nos topamos con una dificultad insuperable, de modo que nos vemos abocados a concluir que cierta forma primordial de normatividad es siempre anterior a la interacción (o, como preferiremos decir, hay una normatividad *ya incorporada* en cualquier interacción racional).

Es esencial distinguir los tres tipos de mercado a los que aludiremos en este ensayo: hablaremos principalmente del mercado ideal, que es esa construcción heurística a que nos referimos en el párrafo anterior, cuyo valor es puramente teórico, ya que es una abstracción que no se da ni puede darse en el mundo. Por otro lado hablaremos de los mercados reales, que son todos los mercados que nos rodean y que experimentamos. Y también hablaremos de mercados perfectamente competitivos, o mercados perfectos, para referimos conjeturalmente a la deseable realidad de un mercado bien regulado y aproximadamente imparcial, que, según creemos, podría ser una institución social, ética y racionalmente justificada por una teoría contractualista de la sociedad y de la justicia. Así, aunque nos centremos principalmente en el nivel de la justificación, nos referiremos también a las consecuencias normativas de nuestro proyecto.

2. Dos tipos de contractualismo de mercado

Antes de proceder a la explicación de nuestro proyecto, merece la pena dedicar un instante a distinguir dos formas que adopta el modo de justificación que vamos a exponer. En ambos casos se trata de un argumento de tipo contractua-

lista, ya que cualquier razonamiento basado en el mercado parte de la racionalidad individual y el respeto a los intereses separados de cada agente y, desde Hobbes, el modo más plausible de explicar las prácticas e instituciones sociales partiendo de esa base es concebir un pacto unánime (histórico, tácito o heurístico) que da paso a las reglas de la cooperación y autoriza al soberano el uso exclusivo de la fuerza para imponerlas.⁷

Ahora bien, el contractualismo que de ahora en adelante vamos a llamar «de mercado», ha dado lugar a dos tipos de argumentos: los distinguiremos denominándolos «contractualismo débil de mercado» y «contractualismo fuerte de mercado».

El argumento débil emplea como premisa mayor el hecho del mercado y sus fallos. Los fallos del mercado son las externalidades (entre las que destacan los daños medioambientales), el problema de los *free-riders* o aprovechados, las situaciones del tipo «dilema del prisionero» (en las que al maximizar cada agente su utilidad esperada, el resultado global es sub-óptimo, es decir, *todos* podrían ganar si cada uno abandonara su *intención* de maximizar), etc. Los fallos del mercado demuestran que la libre interacción no conduce a cada uno, como pensó Adam Smith, a promover el interés de la sociedad sin quererlo ni saberlo.⁸ Se puede decir que, debido a sus fallos, el mercado es ineficiente en la producción de lo que podemos llamar, en un sentido muy general, «bienes públicos».

La segunda premisa de este argumento débil es que los agentes del mercado son racionales y, por tanto, capaces de ver la posibilidad de mejorar su situación (o realizar en mayor medida sus fines) mediante un acuerdo para abandonar parcialmente el comportamiento de mercado y producir cooperativamente aquellos bienes que el mercado no produce, o limitar la producción de aquellos que, como la polución, produce en exceso. Sin detenemos en pormenores, el argumento concluye que ese acuerdo tácito justifica las instituciones y mecanismos políticos encargados de compensar los fallos del mercado en beneficio de todos. La legitimidad racional de la autoridad política y legislativa dependería, según este argumento, de su capacidad para solucionar los fallos del mercado y proporcionar de ese modo, a todos los ciudadanos, niveles de bienestar superiores a los que permitiría un mercado totalmente libre.

Este argumento débil es un argumento exclusivamente político. Los fallos del mercados justifican la restricción legal de ciertas actividades, la cual debe implementarse políticamente. Aunque algunos de los fallos del mercado dan lugar a consideraciones éticas, el argumento sólo emplea la razón de la eficacia: las instituciones políticas se justifican en la medida en que aumentan el bienestar de los ciudadanos.

El contractualismo *fuerte* de mercado va un paso más allá que el argumento débil y afirma que la asociación política es necesaria, no sólo para compensar los fallos del mercado, sino también para hacer posibles las condiciones de su

éxito. El argumento fuerte hace hincapié en el hecho de que el mercado requiere la ausencia de fuerza y fraude, y esto supone ya un contenido normativo que el argumento débil no discute. Allí donde la fuerza y el fraude no son limitados, no hay mercado posible, sino más bien un estado de naturaleza hobbesiano. Sin embargo, aplicando al estado de naturaleza categorías económicas, se puede decir que se dan «fallos del mercado» en él: porque en el estado de naturaleza cada individuo persigue su propia conservación y beneficio por el medio más adecuado, sin restricción alguna, pero el resultado que todos consiguen es muy inferior al que podrían alcanzar si simplemente se pusieran de acuerdo en aceptar una estructura de derechos de propiedad y respetarlos. Ese beneficio que todos esperan justifica la asociación política, los derechos civiles y la autoridad que los asegura. Y una vez establecida ésta, sí es posible hablar de un mercado y de sus fallos, enlazando con el argumento anterior.

Desde cierto punto de vista, el argumento fuerte es algo más que un argumento político. Es una justificación de la asociación política basada en el interés y la racionalidad individuales, de modo que lo que ofrece es un soporte racional a la unión política como un todo. El argumento débil no se refiere a la ética, la supone. El fuerte, por el contrario, no se refiere en principio a la ética, pero *tampoco* la supone (pues el estado de naturaleza carece de reglas morales), lo cual podría dotarle de un carácter fundamentador de la misma si consideramos que la estructura social que justifica incorpora necesariamente cierta idea de imparcialidad y justicia, al estar legitimada por la unanimidad del pacto fundante (la cual garantiza que el proceso que condujo a ese pacto respetó por igual los intereses de todos, pues éste es el único modo de que sea unánimemente aceptable entre maximizadores racionales). Nuestro argumento sigue precisamente esta línea. Tomaremos ideas de los argumentos que hemos esbozado aquí para tratar de explicar por qué, en nuestro concepto, la propia estructura de la interacción de mercado podría justificar un contenido ético mínimo en las instituciones sociales. Para ello comenzaremos explicando qué entendemos por un mercado ideal, que encierra un paradigma concreto de interacción racional y analizaremos, después, las consecuencias relevantes para nuestra tesis.

3. La idea de un mercado perfectamente competitivo

Identificaremos el mercado ideal como un contexto contrafáctico de interacción racional que alcanzará la eficiencia en la distribución de los recursos y la optimización del resultado en términos del bienestar individual de cada uno de sus miembros. En la definición precisa de este ideal nos ayudan dos conceptos clave en la economía clásica, como son la maximización de utilidad y la optimalidad de Pareto. Ambas son demandas de la racionalidad económica: una decisión o acción es maximizadora de utilidad cuando proporciona al agente la

mayor utilidad esperada dadas las condiciones del medio o las decisiones esperadas de otros agentes. La optimalidad se refiere a la racionalidad colectiva, y se alcanza cuando la distribución de la utilidad es tal que no se puede aumentar la de ningún agente sin que disminuya la de otro. Ello significa que en cualquier estado sub-óptimo, cabe mejorar la situación de alguien (o la de todos) sin empeorar la de nadie. Se afirma que la competencia perfecta posibilita que ambas demandas de la racionalidad se den conjuntamente, haciendo igualmente superfluas (o, al menos, injustificadas) las restricciones a la libertad individual y las políticas redistributivas.

Los economistas clásicos han definido las condiciones para la competencia perfecta en los términos de los siguientes seis axiomas:

- A1: Los recursos están privada y establemente distribuidos. Todos los bienes son privados, lo que implica esencialmente que las decisiones sobre su uso pertenecen exclusivamente a los propietarios.⁹
- A2: No hay fuerza ni fraude.
- A3: El número de compradores y vendedores es tal que el precio nunca es afectado por la decisión de un agente concreto (ausencia de monopolio).
- A4: El consumo es privado. Cada agente en el mercado paga todo el coste de producción de aquello que consume, y el beneficio o bienestar producido por el consumo se contabiliza únicamente en su función de utilidad. Nadie se beneficia de lo que otro consume. Se acepta, por tanto, que nadie tiene interés en los intereses ajenos.¹⁰
- A5: No hay costes de transacción (la información es completa).
- A6: Todas las funciones de utilidad son monotónicas.¹¹

Estas condiciones definen un contexto de interacción en el que libertad individual y optimización colectiva se conjugan perfectamente y de modo estable.¹² Como el resultado de la competencia perfecta es un óptimo de Pareto, nadie puede obtener mayor utilidad sin que otra persona sufra mengua en la suya. O, dicho en otros términos, un mercado ideal produce tanta utilidad como puede ser producida, lo único que cabría es distribuirla de alguna otra forma, pero esa redistribución siempre implicará disminuir el bienestar de un agente para aumentar el de otro, por lo que no podría ser acordada unánimemente, dada la distribución inicial.

Por tanto, en un mercado ideal tal como ha sido definido, cada agente intenta y consigue maximizar su utilidad, y todos alcanzan un resultado óptimo siempre tendente al equilibrio. Y este resultado es el producto exclusivo de la actuación auto-interesada sin restricciones. Esta conclusión ha llevado a David Gauthier a afirmar que el mercado ideal sería una «zona carente de moralidad», puesto que si la interacción auto-interesada conduce a un resultado óptimo ¿qué

argumento racional podría justificar las restricciones al auto-interés que la moral impone?¹³ En cuanto a su operación, el mercado ideal es como una máquina sin rozamiento. Podemos criticar la distribución inicial de recursos (podemos negarnos a identificarnos con nuestro «yo de mercado»). Pero, si se acepta ésta como punto de partida, cada cual obtiene del mercado tanto como puede obtener dadas sus capacidades. En tanto el resultado del mercado es óptimo, ningún otro mecanismo de interacción habría sido más favorable para nadie ni para la sociedad como un todo, salvo que hubiese violado la libertad de alguna persona. Se puede decir que las condiciones del mercado idealmente competitivo hacen visible, mediante el análisis económico, «la mano invisible» de Adam Smith.¹⁴ Y allí donde la libertad individual conduce naturalmente al bienestar colectivo, las restricciones a la libertad individual no serían necesarias.

4. Las consecuencias teóricas del modelo

Al primer vistazo resultará claro que el mercado ideal, tal como queda someramente caracterizado en la sección anterior, es una mera entelequia que no se ha dado ni puede darse en la práctica. No sólo es que la completa ausencia de fraude, la información perfecta o la ausencia de coste en las transacciones sean una quimera, es que el requisito de la absoluta privacidad en la propiedad y el consumo es sencillamente imposible. Hay bienes que por su naturaleza no pueden hacerse privados. Otros, como los bienes públicos puros, requerirían una cantidad incalculable de información para distribuir su coste proporcionalmente al uso y al beneficio que generan.

Por eso decíamos arriba que, en contra de lo que creyó Adam Smith, la libre interacción no conduce *en la práctica* a la mejor situación posible en la sociedad. El paradigma del mercado ideal nos enseña que una interacción idealmente competitiva y globalmente optimizadora es, sin duda, pensable, pero únicamente como divertimento teórico.

Ahora bien, se trata de un modelo que refleja un concepto instrumental de racionalidad individual directamente abstraído del comportamiento de los individuos en los mercados reales; es decir, el paradigma de interacción del mercado ideal *no es arbitrario*, sino que representa un contexto de exclusivo imperio de la racionalidad deliberativa individual, la cual conforma la parte menos cuestionable de nuestra capacidad como seres racionales. En esa medida, creemos que el modelo sí tiene relevancia para nosotros, y por eso las consecuencias teóricas derivadas de él pueden proporcionar un tipo de justificación racional de instituciones que no son de mercado.

La tentación inmediata es emplear el modelo como criterio para valorar la racionalidad de los mercados reales, medida en términos de eficiencia y optimización. Allí donde los mercados reales no son suficientemente eficientes, tal vez sea necesario proteger la competencia; allí donde no alcanzan resultados ópti-

mos, tal vez sea necesario limitar la competencia mediante la imposición de instituciones o reglas cooperativas. Éste es, como sabemos, el camino del contractualismo débil de mercado. Según este tipo de argumentos, es racional entre agentes maximizadores ponerse de acuerdo para compensar los fallos del mercado real, pues esa compensación acercaría su resultado al que *habría producido* un mercado perfectamente competitivo (que es considerado únicamente en cuanto paradigma de la eficiencia).

Sin embargo, el mercado ideal enseña una lección aún más importante, que Gauthier resume al escribir que «el ideal de libre interacción que Smith celebra no es natural, sino artificial; y sólo aparece, para personas racionales, dentro de un marco de restricciones acordadas. En nuestra comprensión del mercado ideal como una zona carente de moralidad, seremos devueltos a su previa moralidad subyacente».¹⁵

La gran lección del ideal de competencia perfecta de los economistas es que no puede ser pensado sin suponer que es una zona donde no existe la fuerza y el fraude (A2), donde los derechos se respetan y los contratos se cumplen. Esta suposición subyacente contradice nuestra percepción habitual del mercado, basada en los mercados reales, que fomentan el egoísmo, el fraude y la explotación. Y precisamente ahí radica su fuerza: el ideal del mercado perfectamente competitivo no niega que el auto-interés y la racionalidad instrumental puedan conducir a un óptimo social, siempre que se apliquen en el contexto apropiado —un contexto provisto de determinada normatividad subyacente. Pero al mostrar esto, también muestra que es racional para agentes auto-interesados crear las condiciones que hacen posible ese contexto y están dispuestos a actuar conforme a las restricciones normativas que ellas impongan.

La reflexión sobre el mercado ideal conduce, por tanto, a la justificación, en términos de racionalidad individual, de un conjunto muy determinado de restricciones a la persecución directa del auto-interés: compuesto exclusivamente por las reglas y/o principios que harían posible el mercado (entendido como *contexto donde la libre maximización individual y la optimización colectiva* tienden a coincidir) y sólo esos. Además, la determinación de cuáles son tales principios o reglas debe obedecer a un procedimiento contractual. Ese procedimiento heurístico nos asegura la determinación del contenido de una normatividad instrumental, erigida por individuos puramente maximizadores en vista del logro de sus fines individuales. Como en la negociación y pacto con que habitualmente se representa el contrato social cada individuo pretende ceder lo menos posible de su libertad, pero a la vez cada uno es consciente de la necesidad de cierta cesión a fin de hacer posible un marco cooperativo que les beneficia a todos, está *garantizado* que su contenido normativo intersubjetivo será el mínimo imprescindible para asegurar tanto la cooperación como la máxima libertad individual posible. Por eso el procedimiento contractual es adecuado para deter-

minar teóricamente el contenido mínimo de normatividad que el mercado ideal supone como condición de su posibilidad.

En relación a la idea de un contrato social como procedimiento heurístico para determinar la normatividad incorporada en la estructura de interacción del mercado ideal hay que hacer tres precisiones:

En primer lugar, la idea de un contrato social tácito corresponde, en la versión fuerte del contractualismo de mercado, a la idea de un acuerdo (tal vez explícito) en el contractualismo débil. Recordemos que según el argumento débil, el mercado es algo así como una institución natural, cuyos fallos demandan un acuerdo explícito entre todos los participantes. Según la versión fuerte, el mercado no es natural, pues exige (supone) cierta normatividad preexistente. Si eliminamos heurísticamente toda normatividad de la interacción, tenemos el estado de naturaleza hobbesiano, y a partir de él, el argumento contractualista clásico. El pacto (moral) fundante de la sociedad y de la autoridad política en el argumento fuerte corresponde al pacto que legitima la intervención política en el mercado según el argumento débil. Pero esta analogía no debe confundirnos: se trata de pactos —y, por tanto, de argumentos— completamente diferentes.

En efecto —y ésta es la segunda precisión—, el pacto que permite el paso de un estado de naturaleza a un estado social en que es posible el mercado es heurístico. Se trata de la reconstrucción racional de una normatividad ya dada (necesariamente incorporada en la interacción estratégica) y, por así decir, indiscutida. El contrato nos sirve como instrumento teórico para justificarla, pero en modo alguno representa un origen (convencional) o una posibilidad de re-creación. El contractualismo débil sí ofrece esta posibilidad: sucesivos acuerdos políticos concretos pueden legitimar ciertas instituciones o prácticas basándose en el argumento de la eficiencia. El contrato fundante, por el contrario, no es nunca un convenio real. A lo sumo puede emplearse como instancia crítica de las instituciones, pero no servirá nunca, digamos, como mecanismo práctico para su reforma.

Nuestra última precisión abunda en por qué creemos que el contrato social es el modo más adecuado para determinar y reconocer la normatividad subyacente en la interacción estratégica de mercado. Se puede decir que la normatividad que el mercado ideal supone «está ahí»; ha de ser pensada a la vez que el propio mercado ideal, uno no cabe sin la otra. Sentado esto, la forma concreta en que demos razón de esa normatividad podría parecer relativamente secundaria. Ahora bien, creemos que el contrato social, desplegado como una negociación racional entre maximizadores directos, es un modo privilegiado de explicitar los supuestos normativos del mercado. Lo es básicamente porque sus elementos no difieren de los del mercado: auto-interés, individualismo, racionalidad instrumental maximizadora, etc., con lo que, primero, se minimiza el número de supuestos y, segundo, se ofrece una justificación de la normatividad sin salir del marco de racionalidad deliberativa ya aceptado, de modo que se logra

el objetivo de justificar *esa* normatividad ante el individuo racional. Por otro lado, el contractualismo es un modelo de justificación *procesal*: explica los principios y reglas de la cooperación como fruto de un procedimiento que debe ser necesariamente imparcial si quiere concluir en un asentimiento unánime; así, no sólo los principio y normas, sino el método mismo de «deducirlas», sirve como paradigma de justicia en la sociedad. No negamos que tal vez exista otro modo para determinar el contenido y carácter de la normatividad subyacente al mercado, pero creemos que el contractualismo es el más aceptable modelo de justificación ante un individuo que hemos postulado como auto-interesado.

Tras estas explicaciones, podemos resumir las consecuencias normativas de la reflexión sobre el mercado ideal, del modo en que nosotros las entendemos, en la forma de las siguientes cuatro tesis:

1. Que cualquier interacción estratégica entre agentes racionales incorpora como condición —que podríamos llamar «transcendental»— de su posibilidad las ideas de respeto a los derechos de otras personas y a las reglas (morales) de la cooperación social, las cuales restringen en ocasiones la persecución directa del interés individual.

2. Que para que esas restricciones puedan ser reconocidas con sentido dentro del paradigma de la racionalidad deliberativa individual, deben ser *explicitadas* en la forma de un contrato social entre maximizadores racionales situados en un contexto pre-moral (que no puede ser un contexto de mercado, obviamente) desde el cual surge, como demanda de la racionalidad individual, la cooperación, y con ella las condiciones (en forma de acuerdo unánime) para el marco legal que estructura y posibilita el mercado.

3. Que la cooperación entre maximizadores racionales exige el establecimiento de límites intersubjetivamente válidos a la maximización individual del beneficio. Y estos límites conforman una estructura de reglas y derechos individuales que —por dotar de contenido al marco legal del mercado y ser lógicamente anteriores a éste— pueden ser identificadas con la «moralidad». La validez de estos límites o restricciones procede de un pacto unánime entre individuos auto-interesados, por lo que podemos decir que constituyen una «moral contractual».

4. Que el contenido de la que hemos denominado «moral contractual» es básica (pero no únicamente) formal. Dado que esa moral ha de ser unánimemente acordada, su contenido será mínimo, cifrado en un principio formal de justicia procesal para las instituciones¹⁶ y en la aceptación de ciertos derechos individuales, que podemos llamar a su vez «contractuales» (pero que funcionan como derechos naturales, esto es, representan un límite irrenunciable en cualquier transacción social o económica).

5. Conclusiones

Nuestra conclusión es, por tanto, que el argumento que parte del mercado, mediante el análisis de los elementos esenciales del paradigma de la interacción competitiva, conduce a la concepción de un mercado ideal que abre la puerta a la comprensión de la necesidad racional de las instituciones políticas. La justificación racional de las instituciones políticas proviene, pues, de la necesidad, que se hace visible en nuestra exposición, de que la competencia respete ciertos límites legales. Añadimos que esa justificación tiene un carácter moral, porque se hace explícita mediante un argumento contractualista que parte de un estado (de naturaleza) hipotético *pre-moral* y arriba a una estructura de reglas y derechos intersubjetivos que se caracterizan por la imparcialidad (esto es, justicia procesal) tanto en su producción como en su puesta en práctica en el marco de la cooperación, y cuya obediencia o respeto no es auto-fundante. Desde luego, esta justificación «moral» de las instituciones políticas no cubre todo el espectro de nuestros sentimientos morales, pero creemos que sí es, sin duda, constituyente de un mínimo de normatividad que *a)* es anterior a la normatividad legal y fundamento suyo, y *b)* posibilita, al permitir la cooperación, el despliegue de los sentimientos y valores morales (tales como la solidaridad) que habitualmente asociamos a la moralidad en sentido más amplio.

Ahora bien, una vez aceptado que la cooperación y la justicia son pre-supuestos (transcendentales) del mercado cabe iniciar, por así decir, un viaje de vuelta: el mercado nos conduce a la justificación de la cooperación; y ahora tendríamos que preguntarnos ¿tiene el mercado alguna justificación en una sociedad concebida sobre el principio de justicia al que nos conduce el argumento contractualista (basado, metodológicamente, en el mercado)? O, dicho de otra forma, ¿qué sistema económico resulta más adecuado para realizar las condiciones de la cooperación y la justicia (que a su vez son medios necesarios para que cada ser humano persiga libremente sus fines particulares, según hemos visto)?

En este punto, uno está tentado a repetir lo que Rawls escribió en su *Teoría de la justicia*¹⁷ sobre la entonces muy relevante disputa entre el socialismo y el capitalismo: «cuál de estos sistemas —o de las muchas formas intermedias— responde de modo más completo a las demandas de la justicia no puede, creo, determinarse por adelantado. Es probable que no haya una respuesta general a esta cuestión, porque depende en gran parte de las tradiciones, instituciones y fuerzas sociales de cada país, y sus particulares circunstancias históricas».

Este texto de Rawls es bastante razonable y acertado aun hoy (cuando parece que los modelos económicos socialistas han fracasado, entre otras razones, por no haber alcanzado el nivel de eficiencia de las economías capitalistas). Si se nos pidiera, no obstante, tomar partido, habría que reconocer que la concepción de la gente y de la sociedad liberal implícita en nuestro argumento favorecería un sistema económico que, como dice Gray, «permitiera a los indi-

viduos usar sus recursos para expresar su ideal, cualquiera que sea. Y es evidente que, a causa de las características constitutivas del sistema de propiedad privada —su descentralización de la toma de decisiones y la posibilidad que los individuos tienen de desplegar sus recursos sin recurrir a ningún procedimiento de elección colectiva—, ese sistema, y sólo ése, permite tal auto-expresión».¹⁸ Así pues, en todo en cuanto los mercados reales puedan aproximarse al resultado presumible de una competencia cuasi-perfecta, son una institución adecuada para lograr eficiencia y optimización con un coste mínimo en términos de normatividad (aunque siempre ha de estar tutelada, como hemos visto, por un adecuado sistema legal). Por otro lado, en los contextos en que el mercado no logre estos resultados, estará justificada la instauración de mecanismos (políticos) bien para compensar sus fallos, bien para sustituirlo enteramente por otra institución que realice mejor el principio de la justicia política. Podemos suponer, por tanto, que estas formas de mercado serían parte del marco institucional que un conjunto de individuos independientes, carentes de lazos morales o emocionales entre sí, acordarían unánimemente en vista del beneficio mutuo.¹⁹

En todo caso, lo que nuestra reflexión quiere poner de relieve —a través del mercado ideal y la idea del contrato— es que hay una relación íntima entre la legitimidad de las instituciones económico-políticas y la posibilidad de ofrecer una justificación racional de las mismas; y que esta justificación va de la mano de la construcción de una base ética mínima para la sociedad. En este sentido, deberíamos aceptar mejor un contractualismo *fuerte* y comprensivo como el de Gauthier en *Morals by Agreement* que uno «simplemente» político, como el del último Rawls.²⁰

NOTAS

1. La concepción y primera redacción del presente trabajo fue realizada durante mi estancia, como *Visiting Scholar*, en el Departamento de Filosofía de la Universidad de Pittsburgh, en el marco de una Beca de FPU del Ministerio Español de Educación y Ciencia. Agradezco a estas instituciones su apoyo y los medios que han facilitado mi investigación. Una versión anterior del mismo fue presentada en el I Simposio Internacional «Hacia una fundamentación ética de la política. Entre el liberalismo y la socialdemocracia», en Valencia (Venezuela). En diversas etapas, este texto se ha beneficiado de los comentarios y sugerencias de David Gauthier, Carlos Maldonado, Reyes Mate y Rigoberto Lance. A todos ellos expreso también mi agradecimiento.

2. Una concienzuda exposición de una de las versiones de esta tesis (la contractualista) es ofrecida por John Gray en «Contractarian Method, Private Property, and the Market Economy», en Pennock y Chapman (eds.), *Markets and Justice*, Nueva York, New York University Press, 1989.

3. Cfr. en este sentido, los reveladores datos que, sobre la que denomina *ideology of choice* (ideología de la elección), aporta Barry Schwartz en «On Morals and Markets» (*Criminal Justice Ethics*, vol. 13, 2, pp. 61-69, esp. p. 65).

4. Una exposición actualizada de este enfoque ético puede hallarse en J. Griffin, *Well Being*, Nueva York, Oxford University Press, 1986, cap. XII (pp. 254 y ss.).

5. J. Coleman, «Market Contractarianism and the Unanimity Rule», *Social Philosophy and Policy*, 2 (primavera 1985), pp. 69-114; p. 69.

6. *Ibid.*

7. Sin que esta alusión signifique que el contractualismo de mercado se comprometa de antemano con una versión hobbesiana del contractualismo.

8. La famosa idea de la «mano invisible», recurrente en la obra de Adam Smith desde su *Astronomy*, tiene su mejor expresión en el siguiente pasaje de *The Wealth of Nations* (IV.ii.9): «every individual necessarily labours to render the annual revenue of the society as great as he can. He generally, indeed, neither intends to promote the public interest, nor knows how much he is promoting it [...] he intends only his own gain, and he is [...] led by an invisible hand to promote an end which was no part of his intention» («cada individuo trabaja necesariamente para hacer la renta anual de la sociedad tan grande como pueda. Ciertamente ni tiene la intención de promover el interés público, ni sabe en qué medida lo está promoviendo [...] él persigue sólo su propio beneficio, y es [...] llevado por una mano invisible a promover un fin que no formaba parte de su intención»).

9. A efectos de nuestro modelo de interacción ideal, este requisito de los economistas ha de ser visto como un postulado: cada agente en el mercado se identifica con su «dotación inicial» tanto de bienes como de capacidades naturales. En los términos de D. Gauthier, cada persona se identifica con su «yo de mercado», constituido por su dotación inicial y su función de utilidad (cfr. *Morals by Agreement*, Oxford, Clarendon, 1986, p. 99). Todo lo que en este epígrafe decimos se aplica a las personas concebidas como «yoes de mercado».

10. Ésta es la condición que habitualmente se explica como *non-tuism*, o auto-interés. La idea de que los agentes del mercado son auto-interesados debe ser cuidadosamente distinguida de la idea común de que el mercado fomenta el egoísmo. Un agente auto-interesado —en el sentido en que el término es tomado aquí— no tiene por qué ser un agente egoísta. Es decir, el hecho de que sólo su propio bienestar entre en su función de utilidad no implica que sus deseos o intereses (cuya satisfacción es el bienestar) estén *referidos* a sí mismo como objeto.

11. Este requisito expresa la exigencia de que las preferencias de cada agente estén ordenadas coherentemente, de modo que pueda definirse una función de utilidad sobre ellas. Ésta es una condición subyacente a la idea de que el agente no sólo tiene capacidad de elegir entre bienes o preferencias inmediatas, sino también entre estados de cosas como un todo, en la medida en que incluyen objetos de su preferencia. La monotonicidad puede definirse sencillamente del siguiente modo: dada una preferencia de A sobre B, y definidas dos posibilidades (loterías) de obtener A o B, L_1 y L_2 , si la única diferencia entre ellas es que la probabilidad de que se dé A en L_1 es mayor que en L_2 , el agente debe elegir L_1 .

12. Explicar por qué el resultado de la interacción perfectamente competitiva es estable nos obliga a introducir la noción de «núcleo» (*core*). Según la teoría de juegos, un resultado o, en nuestro caso, una distribución de recursos está en el núcleo si y sólo si es Pareto-óptima y ninguna persona o coalición (incluyendo la coalición de la totalidad) puede conseguir un resultado mejor independientemente. Si la distribución que arroja como resultado el mercado ideal no estuviese en el núcleo, entonces sería inestable, ya que alguna coalición (o individuo) independiente maximizaría su utilidad separándose del mercado. Esta situación se produciría, por ejemplo, en un mercado en el que no estuviese prohibido el robo. Pero, dadas las seis condiciones que definen la competencia perfecta, puede mostrarse que el resultado de la interacción que se produciría, estaría en el núcleo y sería, por tanto, estable (cualquiera que fuese la distribución inicial de recursos).

13. Cfr. D. Gauthier, *Morals by Agreement*, Oxford, Clarendon, 1986, cap. IV, esp. pp. 98 y ss.

14. La idea procede de D. Gauthier (cfr. *Morals by Agreement*, p. 89).

15. D. Gauthier, *Morals by Agreement*, p. 85.

16. Aunque no es el objetivo de este ensayo especificar cuál sea el principio de la justicia (o si es uno o son varios, etc.), podemos decir tentativamente que se trataría de un principio por el cual las instituciones (a través de sus reglas y prácticas) produjesen un estado de cosas tal que podría haber sido deseado (y aceptado como fruto del acuerdo unánime) por todas las personas en un hipotético estado pre-social. Tal condición sólo puede darse si las instituciones *a*) mejoran la situación de algunos y no empeoran la de nadie (respecto al estado pre-social tomado como base), y *b*) distribuyen los beneficios de la cooperación de tal forma que esa distribución se aproxime todo lo posible a la que habrían acordado *todas las personas* afectadas por la institución si pudieran haberlo hecho mediante una negociación perfectamente racional (guiada por un procedimiento imparcial y carente de engaño, coacción, amenazas, etc.).

17. P. 273 de la edición de Oxford University Press, 1972.

18. J. Gray, «Contractarian Method, Private Property, and Market Economy», en Pennock y Chapman (eds.), *Markets and Justice, op. cit.*, pp. 13-58; p. 41.

19. Al defender que el mercado puede justificarse racionalmente, y que las restricciones morales son la condición de posibilidad de una interacción estratégica mutuamente beneficiosa, no estamos negando que, desde el punto de vista histórico, el mercado aparece como un orden cuasi espontáneo, con una dosis de planificación o diseño humano muy pequeña. En este sentido, nuestra posición no se opone completamente a lo que Elster ha llamado «el programa de Hayek», que consistiría en el estudio sistemático de las convenciones y ciertos sistemas normativos complejos como solución espontánea a problemas de coordinación (cfr. *The Cement of Society*, Cambridge University Press, 1989, p. 250). Este programa se remonta a Adam Ferguson (cfr. p. ej. su *An Essay on the History of Civil Society*, Edimburgo, 1767, p. 187) y es defendido por Hayek en *New Studies in Philosophy, Politics, Economics and the History of Ideas* (Londres, Routledge and Kegan Paul, 1978, pp. 4-5). Entre los representantes de este programa pueden citarse Thomas C. Schelling, *The Strategy of Conflict*, Cambridge, Harvard U.P., 1960 (trad. española: *La estrategia del conflicto*, Madrid, Tecnos, 1964); David K. Lewis, *Convention. A Philosophical Study*, Cambridge, Harvard U.P., 1969; Edna Ullman Margalit, *The Emergence of Norms*, Oxford, Clarendon, 1977; Russell Hardin, *Collective Action*, Baltimore, John Hopkins U.P., 1982; Michael Taylor, *The Possibility of Cooperation*, Cambridge, Cambridge U.P., 1987, y Robert Axelrod, *La evolución de la cooperación*, Madrid, Alianza, 1986.

20. Es decir, nuestro punto de vista es exactamente opuesto al que defiende J. Gray en «Contractarian Method, Private Property and the Market Economy», en *op. cit.*, pp. 13-58; p. 20.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUIAR, Fernando (comp.) (1991): *Intereses individuales y acción colectiva*, Madrid, Ed. Pablo Iglesias.
- BARRAGÁN, Julia (1989): «Las reglas de la cooperación», *Doxa*, 6, pp. 329-384.
- (1995): «El poder normativo de las autoexcepciones», *Relea*, 0 (abril), pp. 24-41.
- BENNETT, John G. (1995): «Ethics and Markets», *Philosophy and Public Affairs*, 14 (primavera), pp. 195-204.
- BUCHANAN, James M. (1975): *The Limits of Liberty. Between Anarchy and Leviathan*, Chicago, University of Chicago Press.
- BURKE, Patrick (1994): *No Harm: Ethical Principles for a Free Market*, Nueva York, Paragon House.
- CHAPMAN, J.W., y J.R. PENNOCK (eds.) (1989): *Markets and Justice*, Nueva York, New York U.P.
- COLEMAN, Jules L. (1985): «Market Contractarianism and the Unanimity Rule», *Social Philosophy and Policy*, 2 (primavera), pp. 69-114.

- DANIELSON, Peter (1988): «The Visible Hand of Morality», *Canadian Journal of Philosophy*, 18, 2 (junio), pp. 357-384.
- GAUTHIER, David (1982): «No Need for Morality: The Case of the Competitive Market», *Philosophical Exchange*, 3, pp. 41-54.
- (1986): *Morals by Agreement*, Oxford, Clarendon (reimpr., 1987 y 1988). Versión española: *La moral por acuerdo*, Barcelona, Gedisa, 1994 (trad. Alcira Bixio).
- (1990): «Thomas Hobbes and the Contractarian Theory of Law», *Canadian Journal of Philosophy*, número especial, pp. 5-34.
- (1993): «Constituting Democracy», en D. Copp, J. Hampton y J.E. Roemer (eds.), *The Idea of Democracy*, Nueva York, Cambridge University Press, pp. 314-334.
- HAMPTON, Jean (1993): «The Moral Commitments of Liberalism», en D. Copp, J. Hampton y J.E. Roemer (eds.), *The Idea of Democracy*, Nueva York, Cambridge University Press, pp. 292-313.
- HAUSMAN, Daniel M. (1989): «Are Markets Morally Free Zones?», *Philosophy and Public Affairs*, 18, 4 (otoño), pp. 317-333.
- HORVATH, Charles M. (1995): «The Social Equation: Freedom and its Limits», *Business Ethics Quarterly*, 5 (2) (abril), pp. 329-252.
- KERN, L., y H.P. MÜLLER (1992): *La justicia: ¿Discurso o mercado? Los nuevos enfoques de la teoría contractualista*, Barcelona, Gedisa.
- MURPHY, James B. (1993): *The Moral Economy of Labor: Aristotelian Themes in Economic Theory*, New Haven, Yale U.P.
- ROEMER, John T. (1993): «The Possibility of Market Socialism», en D. Copp (ed.), *The Idea of Democracy*, Nueva York, Cambridge U.P.
- SCHWARZ, Barry (1994): «On Morals and Markets», *Criminal Justice Ethics*, 13 (2) (verano-otoño), pp. 61-69.
- SMITH, Adam (1962-64): *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Nueva York, Dutton (ed. de Edwin R.A. Seligman).
- SMITH, G.W. (1991): «Markets and Morals», en G.M.A. Huni (ed.), *Philosophy and Politics*, Nueva York, Cambridge U.P.
- SOLOMON, Robert C.: «Beyond Selfishness: Adam Smith and the Limits of the Market», *Business Ethics Quarterly*, 3 (4), pp. 453-460.
- VEREËCKE, Wilfried (1993): «Hegelian Reflections on the Free Market Democracy», *Dialogue*, 3 (4), pp. 75-85.

Pedro Francés Gómez es profesor de Filosofía en la Universidad Complutense de Madrid. Ha trabajado en torno al contractualismo contemporáneo y, en particular, sobre la obra de David Gauthier.