

# MERCADO LIBRE Y JUSTICIA SOCIAL

---

Ruth Zimmerling\*

## 1. Introducción

Decir algo nuevo, original, acerca de las posibles relaciones entre mercado y justicia parece una tarea imposible. Y en el mercado de las ideas sucede lo mismo que en cualquier otro mercado: al disminuir la escasez de un bien, suele disminuir también su valor (percibido).

Sin embargo, en una época en la que hasta la *Conferencia Episcopal para América Latina* (CELAM) se declara preocupada «por el neoliberalismo y la tendencia que existe a divinizar este modelo económico»<sup>1</sup> (donde «este modelo» se refiere básicamente al mercado como posible panacea para los males económicos que aquejan este mundo) no parece del todo inadecuado recordar cada vez que se presenta la oportunidad, cuán *complejas* son las relaciones entre mercado y justicia.

Por ello, en lo que sigue, me propongo realizar el objetivo más bien modesto de presentar un *resumen analítico* de estas posibles relaciones. Creo que ello puede contribuir a aclarar las ideas con respecto a dos cuestiones diferentes, aunque relacionadas:

- por un lado, la cuestión de saber si, cuando el objetivo es promover la justicia social, hay que otorgarle al mercado necesariamente un papel privilegiado; y

- por otro, la cuestión de saber, cuando el objetivo es una evaluación del mercado, qué es lo que se puede decir acerca de su justicia o injusticia.

Con estos dos enfoques, se consideran por decirlo así- los dos lados de una misma medalla. Dicho con otras palabras: de lo que se trata es de saber

- si el mercado es necesario para la justicia social, y/o

---

\* Universidad de Bamberg, Alemania.

<sup>1</sup> *La Jornada* (México), 12 de octubre de 1992, pág. 44.

-si el mercado es, bajo ciertas condiciones, suficiente para que haya justicia social.

## **2. Problemas conceptuales**

Para poder intentar dar alguna respuesta a estas preguntas, es imprescindible, en primer lugar, disponer de conceptos precisos, tanto de lo que es la «justicia» como de lo que entendemos por «mercado». Dado que en ambos casos no se trata de nociones correspondientes a algún referente empírico inequívoco sino más bien de constructos intelectuales, su definición no ha sido totalmente incontrovertida.

Por razones de espacio, no es posible emprender aquí una discusión detallada de estos conceptos. Tendré que ser breve y, por ello, algo dogmática; espero, sin embargo, captar en cierta medida nociones de mercado y justicia ampliamente compartidas.

### *2.1. El concepto de mercado*

Empezaré con el concepto de mercado que es el menos problemático de los dos. Por un «mercado», los economistas suelen entender, por lo pronto, 'el lugar (sea este geográfico o abstracto) donde se encuentran la demanda y la oferta de algún bien'.

Como se ha recordado especialmente en Hispanoamérica, con ocasión del Quinto Centenario, los llamados «encuentros» pueden tener aspectos diferentes, según las circunstancias que rijan para ellos; y lo mismo vale también para el «encuentro» de la demanda y la oferta en un mercado. Se puede, por ejemplo, tratar más bien de un «descubrimiento» unilateral de la oferta por parte de la demanda, en el caso de que la oferta fuera determinada al margen del mercado; o, al revés, se puede tratar de un «descubrimiento» unilateral de la demanda (efectiva) por parte de la oferta, en caso de que los precios fueran fijados fuera del mercado.

Hay, pues, muchos tipos posibles de «mercados» que funcionan de manera distinta, según las circunstancias, es decir, según las condiciones-marco o reglas bajo las cuales operan.

Ahora bien, el tipo más interesante para nuestro tema es, obviamente, el *mercado libre*, en el sentido de la teoría clásica, es decir, el mercado en tanto lugar en el que el precio de un bien es determinado exclusivamente a través del encuentro recíproco de su oferta y su demanda.

El mercado libre es, al mismo tiempo, también el lugar donde, por el «libre juego» de la oferta y la demanda, se determina la *distribución* de los bienes entre productores y consumidores. Con las palabras de David Gauthier, el mercado libre es, pues, tanto el *locus* del intercambio como el de la *producción* y el *consumo*<sup>2</sup>.

Por lo demás, cuando hablamos del «mercado» en este sentido, normalmente no pensamos en un único mercado particular para un sólo bien, sino el «mercado libre» como todo un *sistema* básico para la asignación de bienes en una sociedad. El término «mercado libre», así entendido, es una abreviación para designar el «sistema económico del mercado libre». En este sentido, el mercado, en vez de ser un «lugar», es más bien un *mecanismo* o *procedimiento* en el que la *voluntariedad* de la oferta y la demanda -es decir, la *libertad* de entrar en el mercado, de realizar transacciones en él, o de salir de él- determina los precios de los bienes intercambiados y, con ello, la producción y la distribución de estos bienes.

## 2.2. *El concepto de justicia*

Mucho más difícil que para el caso del mercado resulta saber qué es lo que queremos decir cuando hablamos de «justicia».

El concepto es problemático sobre todo porque se trata de una noción valorativa que forma parte de una concepción más general de la moral. El objeto, o ámbito, de la justicia parece ser justamente el de la distribución de bienes escasos. Con las palabras de Brian Barry:

La justicia se ocupa de la manera como se distribuyen los beneficios y las cargas. El objeto de la justicia es la distribución de derechos y

---

<sup>2</sup> David Gauthier, *Morals by Agreement*, Oxford: Oxford University Press 1986, pág. 85.

privilegios, de poderes y oportunidades, y de la disposición de los recursos materiales<sup>3</sup>.

Con respecto a ello, es decir, respecto al objeto de la justicia, parece haber un amplio consenso.

Pero, este consenso se convierte en un diseño básico cuando se trata de determinar concretamente cuáles deberían ser los criterios para evaluar una institución, un procedimiento, o un estado de cosas, desde el punto de vista de su justicia o injusticia.

Siguiendo otra vez a Brian Barry, se puede decir que es posible clasificar las posiciones en dos grupos básicos, a saber:

- una concepción de la justicia como *beneficio mutuo*, y
- una concepción de la justicia como *imparcialidad*.

Obviamente, según la concepción que uno acepte, puede cambiar también, por ejemplo, la evaluación como justo o injusto de la institución del mercado. Dado que mi propósito aquí es tan sólo analizar esquemáticamente cuáles pueden ser los posibles puntos de relación entre justicia y mercado, dejaré abierta la cuestión de cuál es la concepción de justicia «correcta» y cómo se la podría fundamentar -aunque personalmente me inclino por la concepción del propio Barry según la cual la justicia debe ser entendida «...no como la cuestión de qué es lo que razonablemente podemos esperar hacer impunemente, sino como la cuestión de qué es lo que podemos reclamar decentemente»<sup>4</sup>.

### 3. Relaciones entre mercado y justicia

(a) Si se aceptan estas concepciones del mercado y la justicia, surge casi automáticamente un primer problema: El mercado tiene, por lo menos, una función doble, ya que debe determinar tanto la *producción* como la *distribución*. Por consiguiente, dado que el objeto de la justicia es precisamente la distribución, la posible relación entre mercado y justicia puede, por supuesto, tan sólo referirse a esta segunda función del mercado.

---

<sup>3</sup> Brian Barry, *A Treatise on Social Justice*, Vol. I: *Theories of Justice*, London et al.: Harvester-Wheatsheaf 1989, pág. 292.

<sup>4</sup> *Ibid.* pág. 288.

Se podría pensar, entonces, que si -por razones que analizaré más adelante- se llegara a la conclusión de que la distribución a la que lleva el mercado es a veces injusta y debería ser corregida, sería posible dejarle al mercado al menos su función de optimizar la producción, para luego corregir la distribución *ex post*. Pero, el problema es que, desgraciadamente, la producción y la distribución *no son independientes*; es decir que, partiendo de un estado de cosas de producción óptima, cualquier intervención en la distribución de los bienes producidos puede afectar también la producción, volviéndola subóptima.

De aquí puede inferirse que la corrección de deficiencias de justicia en el mercado, mediante una intervención en la distribución, pone de manifiesto la tensión existente entre la *producción óptima (eficiente) deseable* y la *distribución justa* también deseable.

Justamente ello parece ser la razón por la cual John Rawls llegó a formular su *Principio de diferencia*, o Brian Barry la idea de admitir las llamadas «soluciones extendidas»: ambos parten de la idea de que, *prima facie*, la justicia requiere una distribución igualitaria, y permiten apartarse de ella tan sólo en aras de un beneficio para todas las partes, es decir, en aras de un resultado *Pareto-superior*.

(b) Dejando de lado este primer problema que resulta de la doble función del mercado, quisiera en lo que sigue referirme solamente a la relación entre la justicia y el mercado en tanto mecanismo distributivo.

Como punto de partida, conviene recordar algunas de las consideraciones de David Gauthier respecto a esta cuestión:

Primero, es interesante señalar que Gauthier (1986) distingue tres dimensiones o niveles del mercado, que habré de tomar en cuenta en lo que sigue:

- (I) sus prerequisites o *condiciones*,
- (II) su operación o *mecanismo* y
- (III) sus resultados.

Segundo, dadas sus concepciones de la justicia y del mercado, como se sabe, Gauthier niega consistentemente cualquier relación entre los dos: El ámbito de la justicia, para él, no es la

distribución de bienes sin más, sino tan sólo la distribución de aquellos bienes que constituyen un «excedente» producido en actividades cooperativas que, a su vez, implican que los respectivos socios han aceptado voluntariamente ciertas restricciones a la maximización de su utilidad, es decir, a la persecución de su autointerés, para que sea posible lograr el beneficio mutuo de la cooperación. Pero, como el mercado, *per definitionem*, es justamente el lugar donde no cabe la cooperación en aras de beneficios mutuos y, por ello, tampoco se da la necesidad de introducir restricciones a la persecución del autointerés, el mercado es -con la expresión ya famosa de Gauthier- una «zona moralmente libre»; por lo tanto, no tiene ningún sentido preguntar acerca de la justicia, ni de los mecanismos ni de los resultados del mercado.

Con respecto al mercado y su funcionamiento, pues, lo único que, según esta concepción, cabría hacer para evitar que eventualmente surjan problemas de justicia es cuidar que el mercado se mantenga en estado perfecto.

¿Qué argumento les queda, entonces, a quienes se sienten incómodos con una receta tan inexorablemente «neoliberal»? Obviamente, cualquier objeción en contra de este razonamiento tendría que empezar con la concepción de justicia y poner en duda la idea de que, básicamente, todo el ámbito de la distribución de los bienes obtenidos, no en una empresa cooperativa, sino a través del mercado sea *off-limits* para consideraciones de justicia (y, por lo tanto, también para eventuales pretensiones de redistribución)<sup>5</sup>. Con otras palabras, habría que negar la afirmación de Gauthier en el sentido de que el mercado es una zona moralmente libre.

Pero, con ello, todavía no se habría mostrado que la distribución que resulta del mercado libre deja a veces algo que desear y, por lo tanto, debería ser siempre sometido a un control moral. Porque, curiosamente, también la gran mayoría de los partidarios incondicionados del mercado libre -que probablemente nunca han escuchado hablar de David Gauthier- están perfectamente dispuestos

---

<sup>5</sup> Otra estrategia posible que, sin embargo, no quiero considerar aquí más detalladamente, sería sostener que prácticamente todos, o al menos la gran mayoría de los bienes son, en efecto, producidos en empresas cooperativas. Cf., p. ej., Hartmut Kliemt, *Zustimmung, Reziprozität und Gerechtigkeit*, 1994 (manuscrito), para la tesis de que «prácticamente toda la riqueza es *social rent*».

puestos a aceptar la objeción en contra del mercado como zona moralmente libre. Sin embargo, ello no los lleva a postular la necesidad de una permanente revisión moral crítica del mercado, sino, al contrario, a sostener una tesis aún más fuerte que la de Gauthier: la tesis de que, por cierto, tiene sentido, pero no es necesario preocuparse por la justicia de los resultados del mercado porque el mercado es un mecanismo de *justicia procedimental pura*, es decir, no sólo la operación del mercado es justa sino que esta justicia del procedimiento se transmite también automáticamente a los resultados; más precisamente, según esta concepción no existe ningún criterio independiente para evaluar el resultado de una transacción mercantil -es decir, una distribución de bienes- que no sea el procedimiento a través del cual se produjo.

Este último razonamiento contiene, pues, dos pretensiones distintas que se refieren a dos dimensiones diferentes del mercado, y que, por ello, pueden ser cuestionadas independientemente la una de la otra. La primera se refiere a la dimensión del *mecanismo* del mercado y sostiene que es *justo*; la segunda se refiere a la dimensión de los *resultados* y sostiene que no existe *ningún criterio* para su evaluación moral.

### 3.1. *El mercado como mecanismo justo*

Para evaluar la fuerza de la primera de las dos tesis, hay que recordar que, como vimos más arriba, existen varios tipos diferentes de mercados, según las condiciones-marco en las que funcionan. Lo interesante para nuestros fines es que los defensores de la justicia procedimental pura del mercado -igual que Gauthier cuando defiende la concepción del mercado como zona moralmente libre- invariablemente se refieren al mecanismo, no de un mercado cualquiera, sino de un *mercado perfectamente competitivo*. Las fundamentaciones de su tesis dependen justamente de las características de este tipo de mercado, lo que implica que no son aplicables sin más a mercados con otras características. Pero, como se sabe, el mercado perfectamente competitivo es un mercado muy particular que se caracteriza, al menos, por las siguientes propiedades:

- se producen (y consumen) exclusivamente bienes privados;
- los actores son perfectamente racionales y disponen de información perfecta;
- no existen externalidades; y
- tampoco existen rentas.

Obviamente, los mercados realmente existentes no tienen estas propiedades: la racionalidad y la información perfecta nunca se dan en la realidad; casi siempre existen externalidades de algún tipo y, debido a las contingencias del mundo real, tampoco se puede excluir la posibilidad de rentas<sup>6</sup>.

Por lo tanto, la suposición de que «el mercado» es un mecanismo de justicia procedimental pura se refiere a un ámbito sumamente reducido -si es que tiene alguna extensión real- de transacciones. De ello se sigue que, aun si la primera tesis fuera correcta, ella es más bien vacía y no tiene mucho peso cuando se trata de evaluar el funcionamiento del mercado como institución social real.

Veamos, ahora, algo más de cerca el mercado en este último sentido. Aquí, lo interesante es recordar que el mercado en modo alguno es un mecanismo «natural»; al contrario, es una institución totalmente «artificial», es decir, una institución que requiere importantes *prerrequisitos normativos* para poder funcionar. Estos prerrequisitos son, por lo menos, los siguientes:

- *derechos de propiedad* que establezcan la dotación inicial de cada uno de los que participan en una transacción mercantil; y
- normas que determinan el *uso legítimo* que uno puede hacer de estos derechos.

No todos los comportamientos son compatibles con el mantenimiento de un mercado que funcione razonablemente bien; esto implica que hace falta una *selección* de comportamientos permitidos y prohibidos (por ejemplo, la prohibición de formar monopolios o la obligación de cumplir los contratos). El funcionamiento de un mercado presupone, pues, una *restricción* selectiva de la libertad de acción de los participantes<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Con respecto a las rentas, el propio Gauthier afirma (*op. cit.* pág. 98): «El que el excedente que representa la renta lo perciba el propietario del factor escaso o que sea distribuido de alguna otra manera, parece que sigue siendo una cuestión racional y moralmente abierta...».

<sup>7</sup> Cabe señalar que, en cierto sentido, ya la institución del derecho de propiedad puede ser interpretada como una restricción a la libertad de los demás.

Pero, dado que aquí se trata de prerrequisitos y no de consecuencias del mercado, hasta los que sostienen -como los ultraliberales- que los mecanismos y resultados del mercado son siempre justos o -como Gauthier- que ni siquiera tiene sentido someterlos a evaluaciones morales no pueden dejar de percibir que en modo alguno es evidente sin más que precisamente aquellas, y sólo aquellas, restricciones a la libertad de acción que son prerrequisitos para el funcionamiento del mercado sean las justas.

El llamado «mercado libre», en tanto institución social artificial, no es, pues, tan libre como les gustaría a los que pretenden deducir automáticamente su justicia de su presunta libertad; siempre presupone ciertas restricciones a la libertad que, a su vez, necesitan ser justificadas. Para ilustrar este asunto, veamos un ejemplo: Como es bien sabido, los monopolios son incompatibles con un sistema de mercado, ya que eliminan la competencia y, por lo tanto, permiten al productor cobrar rentas. Por ello, en cualquier sistema de mercado serio, se prohíbe la creación de monopolios o *cartels*. Al mismo tiempo, suele aceptarse una «dotación inicial» de los agentes en el mercado que incluye los talentos y capacidades naturales de las personas. El problema es que, bajo ciertas circunstancias, justamente estos talentos y capacidades pueden adquirir características cuasi-monopolistas. Surge entonces la pregunta de por qué habría que aceptar esta especie de «monopolios naturales», y las rentas que de ellos se derivan (piénsese, por ejemplo, en las remuneraciones por conocimientos o habilidades especiales, en las patentes, en los salarios y/o premios ganados por las «estrellas» de los deportes populares, etc.)<sup>8</sup>, mientras que se prohíben los monopolios «artificiales», es decir, los que se crean a través de la adquisición de ciertos bienes extra-personales. Obviamente, en el caso de los «monopolios naturales» se considera que intervenir en el uso de la dotación natural de las personas sería, en algún sentido, «peor» que permitir que en un sistema de mercado se creen tales «islas monopolísticas».

---

<sup>8</sup> Con respecto a las dotaciones naturales cuasi-monopolísticas, el ejemplo ya clásico es el del famoso jugador de baloncesto, Wilt Chamberlain, usado por Robert Nozick en su *Anarchy, State, and Utopia*, Oxford: Basil Blackwell 1974, págs. 161 ss.

Sin entrar en más detalles, quisiera tan sólo señalar que ello implica ya un apartamiento de la idea de que siempre y en todas las circunstancias, la justicia del procedimiento del mercado justifica también la imposición de sus prerequisites.

En términos más generales, el mayor problema para los defensores de la presunta «pureza» de la justicia del procedimiento del mercado, y por lo tanto, también de la inobjektividad de sus resultados, es el hecho de que estos resultados no dependen exclusivamente de aquel procedimiento sino justamente también de las dotaciones iniciales, anteriores al intercambio mercantil, de las partes. Esto ya lo había visto muy claramente John Stuart Mill cuando, en sus *Principles of Political Economy* (1848), escribiera acerca de la irrelevancia moral de las capacidades innatas:

Otorgar la remuneración en proporción con el trabajo rendido, es justo, en efecto, sólo en la medida en que si se trabaja más o menos es una cuestión de elección: cuando depende de diferencias naturales de fuerza o capacidad, este principio de remuneraciones, en sí mismo, una injusticia, significa dar a los que tienen, y asignar más a quienes ya están más favorecidos por la naturaleza<sup>9</sup>.

Por ello, Mill pensaba que, por razones de justicia, habría que compensar a los débiles (aunque, por supuesto, no a los perezosos).

### 3.2. *El mercado como productor de resultados justos*

Resumiendo lo hasta aquí dicho, podemos decir entonces que, en el mejor de los casos -es decir, en el mundo ideal de un mercado perfectamente competitivo- los resultados son óptimos, dadas las dotaciones de quienes participan en la transacción. La gran ventaja económica del procedimiento del mercado es, sin duda alguna, su eficiencia, dada una distribución determinada de recursos y capacidades y dadas las preferencias de cada cual. En el caso ideal, los resultados dependen exclusivamente de las respectivas distribuciones de estas dos categorías de factores:

---

<sup>9</sup> John Stuart Mill, *Principles of Political Economy*, libro II, cap. I, sec. 4.

- las *capacidades*, y
- las *preferencias*.

A primera vista, pues, no parece del todo implausible la tesis de que un arreglo tal tenga también una gran calidad moral: En el mercado ideal, son exclusivamente las preferencias de los consumidores las que determinan -dentro de lo que es posible en vista de las restricciones materiales y técnicas externas- tanto la producción como los precios. En este sentido, el sistema perfecto de mercado libre es el que mejor respeta la *autonomía* de los consumidores; ellos son sus verdaderos «soberanos».

Desgraciadamente, aun prescindiendo del hecho, ya señalado más arriba, de que los mercados reales distan mucho de funcionar como los mercados ideales, aquí surge otro problema adicional: Los «soberanos» del sistema de libre mercado son, por supuesto, tan sólo los «consumidores efectivos», los que realmente están en condiciones de consumir, es decir, los que disponen de los recursos para constituir una demanda efectiva. Pero, si el mercado es el único mecanismo para la distribución de recursos, entonces pueden ser consumidores efectivos sólo quienes son también productores. De ello, se podría sacar la conclusión que los soberanos, después de todo, son los productores. Sin embargo, esta conclusión sería apresurada, porque aquí tampoco se trata de los productores sin más, sino sólo de los «productores efectivos», es decir, aquellos cuyas ofertas corresponden a alguna demanda (efectiva), por lo que la iniciativa vuelve otra vez al lado de los consumidores. Conviene ahora ver algo más de cerca las condiciones de las que depende el que una persona sea o no un consumidor efectivo.

Recuérdese que en el mercado ideal, los términos de intercambio no dependen de las características objetivas (el «valor intrínseco») de los bienes intercambiados sino exclusivamente de la constelación totalmente casual de la oferta y la demanda respectiva: Si tengo un único bien que ofrecer, y la demanda para este bien en el mercado accesible para mí es nula, cualquier esfuerzo que haga para mejorar la calidad y atractividad de este bien, por más grande será que sea, no recompensado y, si no fuera por otras instituciones sociales, me moriría de hambre; si, al contrario, por pura casualidad me toca vivir en un ámbito donde la demanda

por este mismo bien es muy fuerte y, además, soy la única persona con la capacidad natural de producirlo, mis términos de intercambio se convierten automáticamente en muy favorables, sin que tenga que hacer ningún esfuerzo especial. El que uno obtenga un precio bajo o alto por los bienes que ofrece es, pues, un asunto básicamente librado a la suerte<sup>10</sup>.

Por lo tanto, el que yo pueda ser uno de aquellos consumidores soberanos depende de que mi dotación inicial me permita ofrecer algo que encuentre una demanda efectiva; los ingresos que puedo obtener a través del mercado, y hasta mi capacidad de sobrevivir, dependen, en primer lugar, de las preferencias (cambiantes, básicamente accidentales) y, en segundo lugar, también del llamado «poder adquisitivo», de los demás.

Esto ya lo sabía Thomas Hobbes cuando en su *Leviatán* (1651) constata inequívocamente:

... el Valor de un hombre es, como en todos los demás casos, su Precio; es decir, tanto como se ofrecería por el uso de su Poder: y por lo tanto no es absoluto, sino algo que depende de la necesidad y del juicio de otro... Y como en otros casos, también entre los hombres, no es el vendedor sino el comprador quien establece el precio<sup>11</sup>.

En este sentido, la *marginación* o *expulsión* de algunas personas del mercado es primordialmente una consecuencia de su

---

<sup>10</sup> Qué relevancia moral se debe atribuir a la suerte, en general, sigue siendo una cuestión controvertida; cf. al respecto, p. ej. las contribuciones en Daniel Statman (comp.), *Moral Luck*, Albany, N. Y.: State University of New York Press 1993. Sin embargo, creo que con respecto a la suerte que en cada caso concreto determina las condiciones-marco de las transacciones mercantiles, por lo menos se puede decir que ella pone en duda la «pureza» de la justicia de los procedimientos del mercado. Porque si, como creo, tiene razón Nicholas Rescher («Moral Luck», en *American Philosophical Association Proceedings* 64, 1990, reimpresso en Statman 1993, págs. 163 f.) cuando afirma que: «La desconexión entre los dos factores de *fatum* y mérito, tan claramente señalada por la suerte, es un hecho de la vida, un aspecto quizás trágico pero, no obstante, característico e ineludible de la condición humana. Pero, desde el punto de vista específicamente moral, lo decisivo es el mérito, y el *fatum* es, en última instancia -y piadosamente-, irrelevante», ello sugiere que efectivamente existe al menos un criterio negativo, independiente del procedimiento del mercado, para evaluar sus resultados: En la medida en que estos son efectuados por la suerte y no por el esfuerzo propio (mérito), no hay por qué calificados como «justos».

<sup>11</sup> Thomas Hobbes, *Leviatán*, cap. X (versión castellana cit. según Hartmut Kliemt, El mercado libre no es gratuito, -pero vale lo que cuesta, en: Oscar Cornblit (comp.), *Libertad & Mercado*, Buenos Aires y Bogotá: Ediciones Macchi 1992, págs. 165-196, págs. 192 f.).

*incapacidad de producir* algo que les permita conseguir el ingreso necesario para poder convertirse en consumidores efectivos<sup>12</sup>. Por ello, cuando Gauthier afirma que «el mercado competitivo es el mecanismo por el cual un *surplus* social óptimo es producido y distribuido de acuerdo con la contribución que hace cada persona»<sup>13</sup>, no hay que olvidar que la «contribución que hace cada persona» aquí no se mide por un criterio objetivo o absoluto, sino tan sólo por el valor, o precio, que los demás le otorgan, de acuerdo con sus preferencias subjetivas y las circunstancias (contingentes) de escasez del respectivo bien.

Pero, si ello es así, parece que difícilmente el mercado, aun si fuera perfectamente competitivo, se puede considerar un mecanismo de justicia procedimental pura, porque disponemos, por lo menos, de un criterio independiente para juzgar los resultados del mercado: desde el punto de vista moral, creo que no puede haber dudas que es totalmente inaceptable que la supervivencia de una persona dependa de las preferencias más o menos caprichosas de sus congéneres. A pesar de que aquí se trata tan sólo de un criterio negativo que establece, por así decirlo, un «límite inferior» para la justicia, ello es suficiente para rechazar las pretensiones de quienes defienden el sistema de libre mercado «puro», incondicionado, como moralmente inobjetable.

## Conclusiones

¿Qué conclusiones podemos sacar de todo lo dicho para una respuesta tentativa a las preguntas planteadas al comienzo?

Espero haber mostrado que:

(a) En vista de los *prerrequisitos* normativos del mercado y del hecho de que el *mecanismo* mercantil vincula el bienestar, y hasta

---

<sup>12</sup> Tal vez se podría decir, siguiendo a Amartya Sen (cf. p. ej. *Poverty and Famines: An Essay on Entitlement and Deprivation*, Oxford: Oxford University Press 1981), que estas personas son incapaces de asegurarse los «títulos» (*entitlements*) necesarios para poder consumir.

<sup>13</sup> David Gauthier, «Justice and Natural Endowment: Toward a Critique of Rawls' Ideological Framework», en: *Social Theory and Practice* 3 (1974) págs. 3-26, pág 22: «...the competitive market is the mechanism by which an optimal social surplus is produced and distributed in accordance with the contribution which each person makes».

la supervivencia, de las personas a las preferencias contingentes de los demás, hay que rechazar la tesis de Gauthier según la cual el mercado es una zona moralmente libre.

(b) Pero, en tanto sujeto a la evaluación moral, el mercado ni siquiera en su versión más perfecta, tampoco constituye ni un *procedimiento de justicia pura* (porque existen criterios morales para evaluar los resultados del «libre juego de las fuerzas del mercado», independientemente del procedimiento por el cual son producidos) ni uno de *justicia perfecta* (porque, manifiestamente, el mecanismo del mercado a veces produce resultados que, juzgados de acuerdo con estos criterios, son injustos).

Por lo tanto, la institución del mercado no es suficiente para que haya justicia social.

(c) En el mejor de los casos, pues, el mercado libre puede ser un *mecanismo de justicia procedimental imperfecta*. Ello quiere decir que este mecanismo puede servir como institución social aceptable -quizás incluso la más justa posible y, en este sentido, moralmente *deseable*-, en la medida en que promueve la persecución libre de las preferencias de las personas dentro de *ciertos límites*, es decir, dentro de un marco de comportamiento restringido por los deberes y obligaciones con los demás que impone la justicia que es anterior al mercado y su funcionamiento.

Para terminar, y sin entrar más en un tema que supera ampliamente las posibilidades de este artículo, con respecto a estos límites, se puede quizás decir muy provisionalmente lo siguiente: habría que orientarse, no por la concepción de Hobbes según la cual «el Valor de un hombre es... su Precio», sino más bien por la concepción kantiana según la cual todas las cosas tienen un precio, pero el hombre *dignidad*.