

---

**SANDEL, Michael J. (2013)**

*Lo que el dinero no puede comprar. Los límites morales del mercado*

Editorial Debate, Barcelona

¿Es ético contratar a *homeless* para que ocupen un lugar en las colas, evitando así que quien paga tenga que perder su tiempo esperando para comprar una entrada? ¿Tendríamos que pagar a los niños para que lean más libros y obtengan buenos resultados académicos? ¿Qué dice acerca de un país que sus leyes de inmigración permitan comprar la ciudadanía? ¿Se puede considerar ético un mercado en el que las empresas compran derechos para contaminar el medioambiente?

En *Lo que el dinero no puede comprar*, el filósofo y profesor en Harvard, Michael J. Sandel, se plantea estas y otras preguntas semejantes para indagar en la cuestión de fondo que subyace a todas ellas: ¿cuáles son los límites morales del mercado? ¿podemos poner todo a la venta?

El profesor Sandel afronta esta cuestión alertado por una transformación que, silenciosa, ha ido produciéndose en las últimas décadas hasta alterar sustancialmente el tejido social en que se desarrolla nuestra vida. En aras de la eficiencia, como si de un valor supremo se tratase, la lógica propia del mercado ha ido desplazando a otras normas y costumbres en infinidad de ámbitos de nuestra vida. De un modo casi imperceptible y ajeno a una elección deliberada, pero también de forma imparable, nuestro sistema de economía de mercado ha derivado hacia una auténtica sociedad de mercado, en la que parece que todo puede comprarse.

Hay que señalar desde un principio que el autor no se opone al sistema de mercado. Antes al contrario, reconoce su capacidad para generar crecimiento y prosperidad. Ese no es, por tanto, el debate que le preocupa. La discusión la centra en otra cuestión: ¿qué papel le corresponde desempeñar a los mercados en una sociedad sana? En su opinión, los mercados han invadido esferas vitales que no les corresponden, por lo que dejan de servir al bien común que deberíamos preservar.

La defensa de la lógica del mercado y del sistema de precios se hace sobre la base de cálculos de eficiencia y utilitaristas. Pero son varios los argu-

mentos que cabe esgrimir en contra. En concreto, Michael J. Sandel insiste, a lo largo del libro y en muchos de los ejemplos con que ilustra su posición, en varias ideas. Por un lado, la idea de la injusticia. Poner un precio a todo significa que se limita el acceso a muchos bienes, excluyendo a quienes cuentan con menor poder adquisitivo. Esto no es preocupante en el caso de bienes superfluos o de lujo, pero sí lo es si hablamos de bienes de los que todos deberíamos disfrutar, independientemente de nuestro estrato socioeconómico y nuestra disposición a pagar; lo es si hablamos de bienes con un valor moral y cívico al que los mercados son ajenos y al que no es posible poner un precio pecuniario.

El segundo contrargumento de Sandel gira en torno al concepto de corrupción. No en el sentido de un dinero obtenido de forma ilícita, digamos que con sobornos. Corrupción en un sentido más amplio. Un bien, una práctica social o una costumbre se corrompen si se degradan, si se les da un valor inferior al que les corresponde, algo que ocurre por el simple hecho de ponerles un precio. Es lo que sucede, por ejemplo, en nuestras relaciones personales. Sería muy pernicioso para la amistad que a nuestros amigos les pagásemos con dinero favores que nos harían de forma totalmente desinteresada.

En tercer lugar, Sandel critica el razonamiento, habitual entre economistas y defensores del mercado, de que un intercambio voluntario necesariamente beneficia a las dos partes involucradas pues, de no ser así, la parte que no lo considerase beneficioso podría oponerse a la transacción. Él plantea la objeción de la coacción. Esto es, las condiciones en que alguien toma una decisión pueden restarle libertad, haciendo que la transacción no sea verdaderamente voluntaria. En sus palabras, “para valorar el estatus moral de cualquier transacción comercial, primero tenemos que preguntarnos bajo qué condiciones las relaciones comerciales reflejan libertad de elección y bajo qué condiciones ejercen algún tipo de coacción”. Por ejemplo, una mujer drogadicta a la que se le ofrecen 300 dólares por someterse a un tratamiento de esterilización para evitar que sea madre de niños a los que no podrá cuidar. Si acepta, ¿es un intercambio realmente voluntario? ¿no son su adicción y su más que probable pobreza dos condicionantes que convierten el intercambio en algo muy parecido a una coacción?

Con los argumentos expuestos, resulta evidente que Sandel considera que la mercantilización de la sociedad ha excedido sobradamente los límites que le son propios al mercado. Pero en su libro no encontraremos grandes respuestas, sino que nos veremos interpelados a generar y participar en un de-

bate ético necesario, que la polarización actual parece impedir. En sus propias palabras, con las que cierra esta obra, ¿queremos una sociedad donde todo esté en venta? ¿O existen determinados bienes morales y cívicos que los mercados no honran y el dinero no puede comprar?

*José Luis Álvarez Arce*  
*Universidad de Navarra*

