

Pedro Francés Gómez

**«DERECHO Y LAS REGLAS
DEL MERCADO »**

DOXA 22 (1999)

DERECHO Y LAS REGLAS DEL MERCADO *

Pedro Francés Gómez
Universidad Complutense de Madrid

La Economía Política está ampliamente dominada por tendencias liberalizadoras. Sin embargo, nunca la legislación en materia económica ha sido más copiosa. La ley más larga y de discusión más enconada que cada año se debate en los parlamentos de todos los países democráticos es la de Presupuestos; y no sólo porque distribuye el gasto de la gran casa estatal, sino también porque suele incorporar multitud de normas y controles sobre los mercados. La legitimidad de esas limitaciones legales anuales, así como la de normas de carácter más o menos permanente, es motivo de disputa entre los políticos y economistas liberales. Esta nota pretende contribuir a esa disputa, aclarando las implicaciones filosófico-jurídicas de algunas tesis económicas. En concreto, me fijaré en la consideración económica del mercado como juego. Definir el mercado como un juego es una constante de la jerga de los economistas, que ha pasado al habla coloquial; sin embargo, la axiomatización matemática de la llamada *Teoría de Juegos*, nacida y desarrollada precisamente en el ámbito de la Economía, ha provisto a esta expresión de un sentido que contrasta con el que tenía para los economistas clásicos. Me propongo llamar la atención sobre este contraste y sobre su significado y, sobre todo, me propongo avanzar una hipótesis sobre las consecuencias político-legislativas de la visión del mercado incorporada en el modo de análisis de la acción propugnado por la Teoría de Juegos.

Como representante y paradigma de la visión de los economistas liberales clásicos adoptaré la de F. Von Hayek, quien considera el mercado como un «juego *cataláctico*». Luego introduciré algunas ideas de la Teoría de Jue-

* Agradezco especialmente los comentarios y sugerencias del Prof. Gilberto Gutiérrez, que han mejorado la redacción final del texto y ayudado a corregir algunas imprecisiones conceptuales. Parte de la investigación de que este trabajo es fruto fue realizada durante una estancia en la Universidad de Pittsburgh, como becario FPI del MEC.

gos, entre cuyos teóricos comienza a abrirse paso la concepción del mercado como un «juego cooperativo». Veremos que la distinta conceptualización del mercado da lugar a dos visiones del papel de la legislación en relación al mismo. En algunos puntos, estas perspectivas coinciden, en otros, divergen. En conjunto, creo que ese contraste nos enseña a desmitificar la idea de «mercado» y a replantear la función del derecho en algunos ámbitos de la economía.

I

Los mercados son instituciones complejas que conviven, se solapan, se entrecruzan y de mil modos interactúan en una economía. Desde un punto de vista, la economía es más simple que los mercados. Pensemos en una economía familiar: se trata de administrar los ingresos y gastos con el fin de procurar el mayor bienestar posible a la familia. Una vez decididas las prioridades (los fines a alcanzar) y los medios con que se cuenta, se trata sólo de calcular correctamente, tomar las decisiones pertinentes y llevarlas a cabo en cuanto sea posible. Si identificamos economía con complejidad es porque normalmente hablamos de la economía de un país o de un grupo de países, y en esos casos, las operaciones de decisión, cálculo e implementación son complicadas e involucran a millones de personas. Frente a la economía, los mercados *son esencialmente* complejos, en el sentido de que, incluso el mercado más pequeño, en cuanto pone en contacto a agentes con intereses contrapuestos (pero a la vez interesados ambos en el intercambio) supone la presencia de principios y reglas no siempre explícitos, no siempre disponibles para las partes y, en consecuencia, difícilmente manipulables; además, el resultado del intercambio no está, por definición, determinado de antemano, de modo que la inseguridad o el riesgo parecen ser consustanciales al mismo. Se puede decir que participamos en mercados que ni hemos creado, ni controlamos; esto es, somos parte *activa* en instituciones que carecen de una organización aparente, de un fin propio, y de toda previsibilidad.

Parece que nadie participaría voluntariamente en una institución tan arriesgada e incierta. Sin embargo, sabemos por experiencia que eso no es así. El comercio entre los hombres ha adoptado desde antiguo la forma de un intercambio lo más libre y amplio posible, en el que han participado muchas personas –hasta el punto de que la palabra «mercado» designa inicialmente, el sitio público donde *todos* se reúnen, donde se compran, venden e intercambian *todo tipo* de bienes y servicios, donde se regatea sobre los precios, donde se acuerdan negocios.

La práctica universalidad de instituciones de intercambio del tipo del mercado, llevó a Hayek a postular que el mercado constituye, en su sentido

más amplio, un orden espontáneo. Inmediatamente analizaremos el sentido de esta tesis, pero antes hay que insistir en una cautela no explícita arriba: la complejidad de los mercados –que proviene de la multitud de participantes y del modo relativamente libre de interacción que promueven, así como del hecho de que no obedecen normalmente a un diseño previo, sino que van tomando forma al tiempo que funcionan eficazmente– nos impide confiar completamente en un modelo teórico que pretenda explicar (mucho menos predecir) el funcionamiento de los mismos. Hemos de tener en mente que los modelos que emplearemos aquí (incluido el modelo liberal de Hayek) no dejan de ser imperfectas aproximaciones a una realidad que siempre excede los corsés teóricos.

Cuando Hayek propone su teoría del orden espontáneo es muy consciente de nuestra limitada capacidad para idear un modelo teórico que refleje el funcionamiento del mercado. Por eso desconfía de cualquier intento de planificar la economía, si implica intervenir en los mercados. Los mercados son, sin duda alguna, un orden –en el sentido explicado en el primer volumen de *Derecho, Legislación y Libertad*¹; pero de tal naturaleza que habría sido imposible para una mente humana diseñarlos. Han de ser considerados, por tanto, como desarrollados evolutivamente, a partir de la conjunción de las actividades de muchas personas, ninguna de las cuales pretendió conscientemente «producir» el tipo de orden que finalmente nació de ellas.

Pero orden implica regularidad. De modo que, si bien el orden propio del mercado no nace de la subordinación a normas u objetivos previamente fijados, sí debe estar basado en la sumisión de las partes a reglas generales. Hayek sostiene que estas reglas se desarrollan evolutivamente, y se van fijando (o modificando) en la medida en que se demuestran eficaces (o ineficaces) para garantizar el objetivo que todos los participantes en el mercado persiguen: obtener beneficio a través del intercambio.

Si denominamos «cataláctico» a ese juego de intercambio², las reglas que lo hacen posible en primer lugar y, luego, económicamente eficaz, serán las «reglas del juego cataláctico». El inicio de este juego puede explicarse si suponemos que alguna vez hubo dos personas capaces de recono-

¹ Cfr. HAYEK, F., *Derecho, Legislación y Libertad*, vol. I *Normas y Orden*, Madrid, Unión Editorial, 1978, p. 64.

² Hayek introduce esa denominación en *Derecho, Legislación y Libertad*, vol. III, *El orden político de una sociedad libre* (Madrid, Unión Editorial, 1976), p. 183. Toma el término del griego *katallattein* que significa intercambiar, pero también tiene la connotación de «admitir en la comunidad», «aceptar como amigo al enemigo». Con «catalaxia» quiere Hayek indicar un orden que no es hijo ni de la naturaleza (*cosmos*) ni del designio humano (*taxís*), sino que viene implicado por el intercambio mutuamente beneficioso entre los participantes en un mercado; y su voluntad consciente de formar un mercado entre ellos, al reconocer sus beneficios.

cer que intercambiando algo que poseían mejorarían la calidad de sus vidas o satisfacerían algún deseo; y capaces además de confiar suficientemente en un desconocido. Hayek lo describe así: «La partida la iniciaron quizás hombres que abandonaron el amparo y las obligaciones de su propia tribu para ponerse al servicio de otros a quienes no conocían personalmente. Cuando los primeros mercaderes neolíticos enviaron cargamentos de hachas de pedernal desde Britania a través del Canal para cambiarlos por ámbar y, tal vez –ya entonces– por toneles de vino, su designio no era el de servir a las necesidades de gente conocida, sino el de obtener mayores ganancias»³. En ese punto la economía (o sea, el arte de satisfacer las necesidades personales o del grupo) estaba utilizando por primera vez el mecanismo del mercado para lograr mejor sus objetivos. El funcionamiento de tal mecanismo implicaba, sin embargo, la aceptación de reglas generales entre los participantes (como si de jugadores de un juego se tratase). Esas reglas diferían de las que Hayek llama «normas de la moral tribal», para referirse a las costumbres ancestrales de prestarse auxilio mutuo entre los miembros del grupo. Para ser eficaz, el juego del intercambio se basa justamente en la posibilidad de mantener relaciones mediadas por símbolos, normas y cálculos abstractos. Las decisiones de cada jugador dependen de su propósito, de los datos que adquiere y de las reglas del juego; no de quienes participan, o de quién es la contraparte. Tampoco se exige de los participantes que persigan algún fin colectivo concreto (como podían exigir las costumbres de la sociedad tribal), sino sólo su propio beneficio. Ésta es la clave del paso de una sociedad cerrada, no de mercado, a una sociedad abierta, y por ello emplea Hayek el símil del juego: mientras en la primera se exige de los miembros el interés por un resultado particular, en la segunda sólo se exige observar reglas (igual que en el juego del fútbol no se persigue un resultado concreto; ambos equipos intentan ganar, aunque ambos deben respetar las reglas del juego). Las reglas de propiedad y del contrato habrían demostrado hacer la partida más eficaz, y por eso se impusieron y debieron ser admitidas por los participantes o «jugadores».

La observancia de reglas abstractas entre completos desconocidos no es fácil de imponer. Quizá por ello las reglas del mercado se circunscribieron al principio a un grupo particular, los mercaderes; y a lugares especiales, las plazas comerciales tales como puertos, cruces de rutas mercantiles, etc. Ahora bien, en esos lugares y entre los participantes de buena fe en el juego cataláctico, respetar las reglas del juego era esencial. De hecho, un juego *no es otra cosa* que un conjunto de reglas –más el conjunto de partici-

³ HAYEK, F., *Nuevos estudios en filosofía, política, economía e historia de las ideas*, Buenos Aires, Eudeba, 1981, p. 54.

pantes. Cuando la observancia de las reglas del juego cataláctico se hace suficientemente general, de modo que el paradigma de intercambio competitivo libre se impone en la economía, es posible alcanzar el máximo nivel de distribución de recursos y, por tanto, de productividad. Ello es debido a que la certeza de que todos están sometidos a las reglas del juego permite a cada uno perseguir su interés sin limitaciones lo cual, de acuerdo a los economistas clásicos, conduce a la distribución óptima (y tendente al equilibrio) de factores y productos: el conjunto de bienes que la economía produce en ese estado es tan grande como la tecnología permite, y la selección y cantidad de bienes incluidos responde exactamente a la valoración de los mismos. Y sólo el respeto a las abstractas y generales reglas del juego cataláctico permite conocer, mediante el desarrollo de la partida, las posibilidades de la economía y el valor «natural» de los productos⁴. La tesis de Hayek es que ningún otro medio nos permitiría alcanzar este valiosísimo conocimiento; de ahí su defensa del mercado como institución básica de la economía.

Será del máximo interés determinar la naturaleza de las reglas del juego cataláctico, puesto que ellas, al hacer posible el mercado, son la condición para alcanzar la optimización económica. Si esa optimización es un fin de los agentes económicos (por el aumento de bienestar que puede representar para todos ellos), el conocimiento y mantenimiento de las reglas que la hacen posible lo será igualmente. Dejamos aquí, sin embargo, este tema para retomarlo más abajo, tras considerar cómo reinterpreta la moderna Teoría de Juegos algunas de las intuiciones de la economía clásica.

II

La imaginativa teoría hayekiana del «juego cataláctico» es, de cualquier forma, un ejemplo más del uso teórico (o pseudo-teórico) de una semejanza demasiado evidente como para pasar desapercibida. Es difícil negar que, efectivamente, los mercados son *como* juegos en los que varios (a veces muchos) contendientes «compiten» para «ganar». La abrumadora realidad de la competencia, la espectacularidad ocasional de las ganancias y la fatalidad de los «golpes de mala suerte», capaces de eliminar por completo a uno de los jugadores, se imponen a cualquier observador de la partida; de modo que nadie disputaría que se trata de un juego competitivo. Un juego competitivo es aquél en que el resultado se considera desde el punto de vista de las ganancias individuales (lo que cada jugador consigue en relación a sus objetivos iniciales), por tanto, la estrategia de cada individuo está en función

⁴ Empleamos aquí «natural» en el sentido en que lo usa Hayek cuando se refiere a la Teoría del Precio Justo de algunos jesuitas españoles del siglo XVI y XVII. Cfr. p. ej., *Nuevos estudios...*, cit., p. 108.

de ese objetivo exclusivamente. De hecho, cuando, en 1944, los economistas J. Von Neumann y O. Morgenstern inauguraron la moderna Teoría de Juegos⁵, sentaron las bases de una perspectiva que trataría de dar razón del comportamiento económico empleando predominantemente el paradigma de los juegos llamados no-cooperativos (o competitivos).

El estudio formal de los juegos no-cooperativos demostró inmediatamente ser muy útil para el análisis de un gran número de situaciones de interacción. En particular, iluminó aspectos de la acción política en las democracias, relaciones internacionales, toma de decisiones públicas, etc.⁶ Es curioso, sin embargo, que el mercado, considerado informalmente como un juego, se resistía a ser atrapado por la Teoría. Más bien al contrario, desde un punto de vista matemático-formal, los mercados competitivos –caracterizados por la multiplicidad de bienes y la total transferibilidad de los mismos, así como por un número incontable de agentes– no podían considerarse juegos en absoluto: según la economía clásica el mercado se caracteriza porque cada agente individual se comporta *como si* las condiciones del mercado (oferta, precios, etc.) y las decisiones de los demás agentes, *fuesen fijas*, y este punto de vista es mantenido entre los teóricos de juegos. El agente en el mercado no toma decisiones *estratégicas*, sino «paramétricas» (esto es, toma las condiciones de su entorno como parámetros estables, y decide y actúa sin tener en cuenta que su decisión puede modificar esas condiciones, o influir en las decisiones de otros). Por tanto, paradójicamente, el mercado resulta *no ser* un juego desde el punto de vista de la Teoría de los Juegos. Al menos desde el punto de vista de los juegos no-cooperativos.

Esta última cualificación es importante, porque si bien los mercados no responden exactamente al modelo de un juego competitivo, tal vez sí respondan al modelo de juegos cooperativos (en concreto, se han descrito como «juegos de coaliciones»). Se denominan cooperativos a aquellos juegos en los que la solución (un resultado estable y óptimo para los jugadores) de-

⁵ Von NEUMANN, J. y MORGENSTERN, O., *Theory of Games and Economic Behavior*, Princeton, N.J., Princeton University Press, 1944. Esa obra, junto con la de LUCE, R.D. y RAIFFA, H., *Games and Decisions*, Nueva York, Wiley, 1957, son consideradas seminales en el campo de la Teoría de Juegos. Los desarrollos contemporáneos de la teoría son aún deudores de dichos trabajos.

⁶ Así, el libro de SCHELLING, Thomas C., *The Strategy of Conflict* (La estrategia del conflicto), Cambridge (Mass.), Cambridge University Press, 1960 (en castellano, Tecnos, 1964) –que es una aplicación del recién desarrollado campo a la situación estratégica internacional provocada por la guerra fría– el de BUCHANAN, J.M. y TULLOCK, G., *The Calculus of Consent* (El cálculo del consenso), Ann Arbor, University of Michigan Press, 1962 (en castellano, Ed. Espasa, 1980) –un análisis lógico de la toma de decisiones en las democracias constitucionales que, mediante el análisis de juegos, enfatiza cómo las pugnas entre intereses contrapuestos condicionan las estrategias políticas– se han convertido en los clásicos de la orientación de la Teoría de Juegos en aquella época.

pende de la *acción conjunta* de algunos o todos los participantes. La axiomatización de modelos para este tipo de juegos era más difícil que la de los juegos competitivos, donde el concepto de «equilibrio» entre estrategias era suficiente para explicar (y predecir) la «solución racional». No obstante, Von Neumann y Morgenstern introdujeron, ya en 1944, la idea de un «juego de coaliciones», juego cooperativo en el que la «solución» se alcanza cuando se forma un conjunto estable de coaliciones: cuando ningún jugador tiene incentivos para abandonar la coalición a la que pertenece (y que le ofrece un determinado pago o beneficio) y formar una coalición alternativa, dando así lugar a un nuevo conjunto. No debemos olvidar, sin embargo, que un juego de coaliciones es aún un juego individual, en el que la estabilidad del conjunto de coaliciones depende de que cada jugador obtenga tanto como lo máximo que podría conseguir individualmente, o formando parte de otra coalición factible. Dicho de otro modo, la solución del juego está representada por aquél conjunto de coaliciones que «distribuye» entre *cada uno* de sus miembros más de lo que podría ofrecerles cualquier otra coalición (y esto incluye la coalición unipersonal formada por el jugador en solitario).

Von Neumann y Morgenstern sugirieron que los mercados podrían interpretarse como juegos de coaliciones. Esa idea tuvo un desarrollo moderado hasta los años sesenta⁷; y sólo cuando el modelo de juegos competitivos comenzó a mostrar sus limitaciones, volvieron algunos economistas y matemáticos los ojos a las ideas de los juegos cooperativos y de coaliciones, a la sazón más desarrollados gracias a la noción de *core* (núcleo o centro). El «núcleo» –como lo denominaremos aquí– es un concepto de solución más apropiado y comprensivo que la idea del «conjunto estable», en la que se inspira. El «núcleo» de un juego cooperativo se define como un conjunto de distribuciones de «pagos» (pago es lo que cada jugador obtiene, medido en términos de utilidad), tal que no hay ningún conjunto alternativo de coaliciones cuya distribución de pagos ofrezca más (o al menos igual) utilidad a cada jugador. Todo conjunto de coaliciones en el núcleo es estable, en el sentido siguiente: dada una estructura de coaliciones en el «núcleo», cada jugador obtiene al menos tanto como podría obtener si fuera miembro de otra coalición *factible* –no serán factibles las coaliciones que exijan «sacrificios» a algunos de sus miembros, respecto del resultado que podrían obtener como miembros de coaliciones alternativas posibles. La noción de «núcleo» refleja la capacidad individual de formar coaliciones

⁷ Ese desarrollo culmina en la obra de SHUBIK, M., *Strategy and the Market Structure*, Nueva York, Wiley, 1959.

⁸ La noción del «valor de cada jugador» en un juego de coaliciones fue matemáticamente desarrollada por L.S. Shapley. Esta medida, que asigna un número a cada jugador, según su «peso» o «importancia» en la coalición (un número, por tanto, que representa lo que cada ju-

beneficiosas⁸. Cuando, formado un conjunto de coaliciones con su distribución de pagos asociada, ningún grupo de jugadores (o jugador individual) es capaz de mejorar sus pagos «separándose» y formando una coalición independiente, tal conjunto será estable, y de él se dice que está en el «núcleo». Quizá merezca la pena precisar que muchos juegos cooperativos tienen el «núcleo» vacío, esto es, ningún conjunto de coaliciones es estable; siempre hay una coalición capaz de «desgajarse» obteniendo un resultado mejor, lo cual da lugar a que el juego carezca de una solución no arbitraria⁹.

Sin entrar en más detalles, diremos simplemente que Shapley y Shubik emplearon la teoría del «núcleo» para representar, al final de los sesenta, los mercados como juegos de coaliciones con pagos transferibles. Llegaron a la conclusión de que todo mercado (o mejor, el juego de coaliciones que lo representa) tiene un núcleo no vacío, y prepararon el terreno para identificar la solución de dicho juego con el equilibrio competitivo en una economía libre de intercambio¹⁰.

En definitiva, la Teoría de Juegos desarrolla un modelo formal del mercado; y habría que resaltar algunas consecuencias de ese éxito. En primer lugar, ver los mercados como juegos conlleva aceptar un número de supuestos, tales como (a) que los participantes son racionales en sentido económico (prefieren más que menos, son coherentes en sus preferencias, no se ocupan de los intereses ajenos y, sobre todo, reconocen la relación de causa-efecto entre la participación en un juego cooperativo y la efectiva maximización de sus preferencias individuales), (b) que son capaces de seguir

gador «puede racionalmente reclamar») también puede interpretarse como una solución del juego de coaliciones. Cfr. SHAPLEY, L.S., «A Value for n-Person Games», en TUCKER, A.W. y LUCE, R.D. (eds.) *Contributions to the Theory of Games*, Vol. II, Princeton, Princeton University Press, 1953, pp. 307-317.

⁹ Un ejemplo de juego cooperativo de núcleo vacío es el caso de la votación mayoritaria en que las preferencias se distribuyen de tal modo que dan lugar a «mayorías cíclicas». Dado un resultado de la votación, *siempre* hay una mayoría capaz de cambiarlo, y así indefinidamente. La regla de este juego es que sólo una coalición compuesta por una mayoría de jugadores *gana*. Existen varias de estas coaliciones ganadoras, pero ninguna es estable (ninguna está en el núcleo).

¹⁰ Cfr. SHAPLEY, L. S., y SHUBIK, M., «On Market Games», *Journal of Economic Theory*, 1 (1969), pp. 9-25; SHAPLEY, L. S., y SHUBIK, M., «Competitive Outcomes in the Cores of Market Games», *International Journal of Game Theory*, 4, pp. 229-237 (1976). La relación entre el núcleo y la distribución competitiva fue advertida por primera vez en EDGEWORTH, F.Y., *Mathematical Psychics*, Londres, Kegan Paul, 1881, pp. 35-39. En esencia, la intuición de Edgeworth (posteriormente desarrollada) consistió en suponer que en un juego de coaliciones que represente un mercado; si el número de jugadores y el número de bienes (pagos) se multiplica, y los pagos son totalmente transferibles, tal como exigen las condiciones de la competencia perfecta, entonces el «núcleo» tiende a converger en un sólo punto, que incluye como única coalición estable la compuesta por la totalidad de jugadores: esa coalición debe maximizar los pagos para *todos* los que intervienen en el juego.

reglas (no olvidemos que, en tanto juegos, los mercados se conciben como un conjunto de reglas) y, como consecuencia de lo anterior, (c) que cumplen los pactos y contratos racionales en los que se comprometen, es decir, que son suficientemente fiables. En segundo lugar, el hecho de que el modelo matemático más adecuado para representar el mercado sea el de los juegos cooperativos refleja el carácter de los mercados que, bien funcionan como una competición, producen un beneficio mutuo¹¹. En tercer lugar, la solución de un juego de coaliciones es análoga en parte a la estructura normativa de los mercados. Se trata de una estructura doble: en un primer nivel están las reglas que hacen posible el mercado como tal –que lo constituyen, podría decirse–, en un segundo nivel, las reglas de la competencia, que determinan, en conjunción con la habilidad de cada jugador, lo que cada quien obtendrá. En el primer nivel debe darse un acuerdo entre todas las partes (fase cooperativa), pues sin él el mercado sería imposible; en el segundo, competencia entre ellas (fase competitiva), pues sin ella el mercado no sería eficiente. La fase cooperativa debe contener no sólo normas políticas y morales, sino también la obligación de *todas* las partes a aceptar el resultado de la competencia que respete las reglas del juego. Por tanto, en ese momento las partes deben decidir qué reglas concretas desean para sus mercados.

Como es fácil imaginar, se pueden extraer aún otras sugerentes consecuencias. Mas, para lo que nos interesa, quiero incidir sólo en el hecho ya comentado de que la Teoría de Juegos confirma lo que los economistas clásicos pensaron: que la distribución competitiva es estable (el único resultado estable) en una economía que incluye un número de participantes y de bienes progresivamente creciente junto con un medio (el dinero) que haga los pagos totalmente transferibles. La Teoría de Juegos muestra, además, por qué esto es así, al explicar que sólo una coalición de la totalidad de jugadores está en el «núcleo» del juego del mercado. Será innecesario advertir que ambos paradigmas teóricos –el de la economía liberal clásica y el de la Teoría de Juegos– reducen la actividad humana a estilizados y ficticios estereotipos matemáticos y conductuales: ni existen mercados perfectamente competitivos, ni juegos de coaliciones jugados por infinitos seres perfectamente racionales. Pero lo cierto es que ambas aproximaciones ideales se apoyan en una base empírica y llegan a conclusiones que tal vez –y a pesar

¹¹ En esto, los mercados se asemejan a un juego deportivo. Por emplear un símil fácil, supongamos que hemos organizado un partido de fútbol; una vez en la cancha, competiremos por ganarlo. Pero el hecho de organizarlo inicialmente se debe a que pensamos que *todos* nos divertiremos más jugando que quedándonos en casa (independientemente del resultado y aún a riesgo de que la derrota pueda ser muy humillante).

de las abstracciones ideales en que se apoyan— podrían orientar heurísticamente nuestra reflexión normativa.

III

En cierta manera, la Teoría de Juegos no ha desmentido la tesis de la economía clásica: dadas unas reglas generales relativamente simples, la libre interacción de las partes, interesadas en promover sus intereses propios, garantiza un resultado estable eficiente. Sí ha logrado esta teoría, en cambio, desmitificar o «desencantar» el ideal del mercado competitivo, al interpretar las reglas de la competencia simplemente como un eficaz (y convencional) método para la cooperación. Desde el punto de vista clásico, el mercado es el fruto natural de las acciones no coordinadas de individuos independientes. Pese a reconocer, como hace Hayek, la crucial importancia de la observancia general de reglas (sobre todo en la forma de respeto a los derechos de propiedad y a los contratos), el énfasis se pone en el hecho de que las acciones «libres» e interesadas de las partes producen al cabo un resultado socialmente beneficioso. Visto así, el mercado es un juego paradójico e inextricable: su carácter agónico no impide que genere, inexplicablemente, beneficios para *todos*. El misterio de ese juego se expresa cabalmente en la metáfora de «la mano invisible», como es sabido. Ciertamente, la teoría económica trata de hacer visible el mecanismo del mercado con explicaciones microeconómicas que pueden, en efecto, aclarar cómo se llegan a formar y estabilizar los precios, las producciones y las demandas, pero que no se hacen cuestión explícita del papel (necesario) de las reglas del mercado en la realización de tales tareas. La Teoría de Juegos, por el contrario, destaca ese papel. Nos presenta, y analiza, un mundo que consiste en multitud de juegos, en los que participamos diversamente: cada juego definido por sus objetivos y sus reglas, que limitan estrechamente lo que está o no permitido «en la cancha». Incluso la más genérica y simple interacción social necesita sus reglas; de lo contrario, se convierte en la mera concatenación de actos individuales más o menos previsores y conscientes: un «estado de naturaleza hobbesiano»; no un mercado, y mucho menos una sociedad. Así, la importancia de las reglas del juego —frente a la importancia de la libertad de los jugadores dentro del respeto a ellas— pasa a primer plano.

Ambas teorías, la microeconómica clásica y la de Juegos, tratan de racionalizar el aparente misterio de la «mano invisible». Pero adoptan perspectivas diferentes: la primera acepta el mercado como el marco natural de interacción de los agentes económicos, y trata de explicar cómo la interacción en ese marco produce como equilibrio una situación en la que se optimizan los recursos. La Teoría de Juegos, por el contrario, parte de la base de que ningún marco de interacción social puede ser considerado «natural»

sin más precisiones. Lo que se analiza no es tanto la *operación* del mercado cuanto su carácter como *institución*. La Teoría de Juegos, suponiendo sólo la naturaleza interesada y racional de los agentes económicos, puede reconstruir la institución del mercado y su funcionamiento, pues puede justificarlo por referencia al fin que cumple. La microeconomía necesita un supuesto añadido –la presencia del mercado como medio natural de la interacción. La Teoría de Juegos tiene en cuenta la finalidad general de la interacción de mercado (el beneficio de «participar en el juego»), y no sólo el posible beneficio del «ganador», que depende, entre otras cosas, de que se den en primer lugar las condiciones para «organizar la partida». Me parece que esta perspectiva subraya, primero, que los mercados son instituciones que, de alguna forma, podemos controlar, y que están a nuestro servicio (sin que esto signifique negar que puedan haber surgido, históricamente, de modo «espontáneo»); segundo, que no todas las interacciones económicas son de mercado (lo cual es obvio, pero quedaba un tanto oscurecido bajo el prisma de la economía clásica).

Como vemos, dos concepciones muy diferentes de lo que es un mercado van dibujándose. Algo tienen, sin embargo, en común: el papel esencial que deben conceder a las reglas. Ahora bien, la concepción de las reglas será tan distinta como lo son entre sí las perspectivas sobre el mercado, como veremos de inmediato.

IV

Se recordará que concluía la sección primera resaltando la importancia de determinar la naturaleza de las reglas del mercado. Si éstas –decía– son la condición necesaria para que el tipo de interacción de mercado se produzca, y tal interacción es imprescindible, a su vez, para conducir a la sociedad a su nivel óptimo de producción (y, por ende, de bienestar), todas las personas deberían estar interesadas mediatamente en la observancia de las reglas que la hacen posible (fuesen las que fuesen) y, por tanto, en su elucidación y conocimiento.

Quiero defender ahora el carácter jurídico de las reglas de los mercados. Hay que reconocer que no es ésta una defensa muy meritoria: bastaría con aportar datos empíricos, pues las normas que regulan *de hecho* los mercados son generalmente normas legales y reglamentarias. Por eso querría ir más allá y aventurarme a afirmar que la forma normativa jurídica es consustancial a los mercados; y creo hallar argumentos en favor de tal afirmación desde ambas perspectivas: tanto si vemos en el mercado el modo natural de la interacción económica (liberalismo clásico), como si lo reducimos a una institución convencional (Teoría de Juegos). Ahora bien, la afirmación de que la regulación del mercado debe ser jurídica no concluirá el debate en abso-

luto; habrá que profundizar algo más y cuestionarse sobre qué modo concreto de regulación legal es más acorde con la naturaleza de los mercados.

Notemos para comenzar que, en la concepción de Hayek, no parece haber duda sobre el carácter legal de las reglas del mercado. La razón es que se trataría de normas generales desarrolladas de modo espontáneo entre los primeros «mercaderes» y que se asentaron evolutivamente de acuerdo a su mayor o menor utilidad para contribuir al correcto funcionamiento de los mercados (entendiendo aquí «correcto» en el sentido de «beneficioso para la comunidad de comerciantes en general»). Es de suponer que aquellas normas que favorecerían en exceso a ciertos comerciantes, acabarían por ser derogadas bajo presión de otros, que siempre podían formar su mercado al margen de los primeros. El paso del tiempo y la costumbre decantarían y fijarían las normas necesarias para excluir a estafadores, aprovechados, embusteros, defraudadores, morosos y mangantes de toda laya; las cuales fueron las mismas que habrían de hacer el comercio fluido y seguro para todos los mercaderes de buena fe: fundamentalmente el reconocimiento de la propiedad privada y el cumplimiento de la palabra dada (contratos). En la medida en que estas reglas habían de tener validez entre personas que no pertenecían a la misma comunidad (más bien, todo lo contrario; regían entre completos desconocidos), es imposible pensar en la sanción social o grupal como forma de asegurarlas coactivamente. Aunque la fama entre los comerciantes tiene gran importancia, el sistema de sanciones sociales no podría tener entre ellos la fuerza que tiene en las sociedades cerradas, dado que los mercados son, por definición, ámbitos muy abiertos donde sería posible, al menos en principio, no interactuar dos veces con el mismo agente. Este problema se solucionó, al principio, constituyendo los mercados (las rutas y plazas comerciales, las ferias, etc.) de un modo cerrado, y dando acceso a ellos únicamente a personas cualificadas y conecedoras de los usos comerciales: los mercaderes. Sin embargo, los privilegios y la exclusividad están reñidos con el propio objetivo de los mercados en las sociedades capitalistas modernas. Desde los inicios del capitalismo debió ser evidente que los mercados funcionan mejor cuanto más abierto y libre es el tráfico dentro de ellos y más diversos los modos y lugares posibles para desarrollarlo. A los comerciantes les interesaba, por tanto, que las reglas del mercado tuviesen fuerza más allá de su capacidad sancionadora como comunidad. Y siendo reglas de aplicación general, reguladoras de asuntos públicos como la propiedad y la legitimidad de las transmisiones e intercambios, que exigen una gran seguridad y un firme apoyo coactivo, su fuerza sólo podía provenir de los Tribunales de Justicia. Así las normas del mercado van más allá de los usos o la moralidad de los comerciantes y se imponen generalmente como *ius mercatorum*, un derecho especial, pero dirimible, frecuentemente, ante el Juez natural o común.

Frente a esta teoría, podría argumentarse que la regulación de los mercados, lejos de confiar en la moralidad o usos legales de los comerciantes, tuvo su origen en decisiones de la autoridad política. Creo que semejante tesis no puede sostenerse. Si bien es claro que los Estados han intervenido desde antiguo en la regulación de los mercados, el derecho mercantil nace y se va especificando *entre* los comerciantes (sin tener en cuenta fronteras las mas de las veces) y es reconocido por los Estados posterior y progresivamente, lo cual elimina la posible calificación de sus normas como políticas. Tal calificación no es tampoco explicable porque, sobre todo en la Edad Media, la facultad personal de ejercer el comercio y la determinación de las plazas, ciudades o puertos en los que estaba permitido eran a menudo considerados privilegios reales; en aquella época gran parte del derecho se concebía como privilegio: se puede decir que bajo ese rótulo se cobijaba la mayor parte de lo que hoy consideraríamos simplemente normas legales en general. Ciertamente, en todo momento histórico muchas normas que hoy calificaríamos como político-fiscales han condicionado –como aún hoy condicionan, por cierto– el ejercicio del comercio; así como otras, no es necesario añadirlo, intentan protegerlo o fomentarlo. En cualquier caso, no se puede negar que el grueso de la regulación mercantil se fragua entre los comerciantes, de modo más o menos espontáneo. Los decretos de la autoridad política no establecieron propiamente las reglas del intercambio, sino que, imponiendo tasas, alcabalas, controles y privilegios, reconocían el hecho empírico de que aquella actividad era socialmente beneficiosa, y aprovechaban esa realidad para fortalecer el poder político. En el mejor de los casos, esas normas provenientes de la autoridad complementaban al derecho especial de los mercaderes y se integraban en él –en los peores casos lo abolían y casi impedían el comercio–, pero en modo alguno crearon políticamente la regulación jurídica básica del intercambio.

Así pues, la conclusión es que aunque quizá el juego del intercambio necesite asentarse sobre una moral universalmente entendida, y no pueda prescindir de normas políticas que expresen la voluntad de protegerlo, lo cierto es que el carácter jurídico de sus reglas no puede ser negado por las dudas nacidas la evidencia de esos fundamentos y requisitos suyos.

Sólo hemos empleado hasta ahora, sin embargo, el argumento basado en el origen de las reglas. Quizá este argumento, y su énfasis en la génesis más o menos espontánea del derecho mercantil, nos distancie del hecho de la diversidad de mercados y de las particularidades que ellos representan. Ciertamente que las normas fundamentales del derecho mercantil suelen ser comunes a varios mercados –así como son comunes al genérico mercado del consumo privado– pero muchas otras los singularizan. Las reglas de cada mercado están dispuestas del modo más eficaz para alcanzar los fines que *ese*

mercado concreto propone: así, las reglas de una lonja en un puerto difieren de las reglas de un mercado de ganados, o de las de una subasta de joyas (o, para el caso, de las del tráfico ilegal de armas). En ningún caso determinan las reglas quién ha de ganar o perder en los tratos, pero sí permiten, al modelar el *tipo* de tratos realizables, que las partes sepan a qué atenerse en cada caso, y puedan así diseñar y desarrollar sus estrategias. En cuanto juegos cooperativos, todos los participantes se benefician si cada uno sigue las reglas de buena fe; pero también es cierto que, entre agentes auto-interesados, la tentación de aprovecharse del incumplimiento unilateral de las normas es permanente. Esto sólo confirma que la estructura de los mercados es la de un juego cooperativo, caracterizado porque el interés colectivo por la cooperación se opone siempre al interés individual en defraudar. Aceptando que, salvo loables excepciones, los agentes económicos tratarán de defraudar siempre que el cálculo coste-beneficio lo aconseje, es común asegurar el cumplimiento de las reglas de los mercados con coacciones o sanciones que desequilibren siempre ese cálculo en favor del cumplimiento¹². A esta necesidad de coacciones se añade el hecho de que el ingenio de los defraudadores suele adelantarse a las precauciones –y eludir las represalias– que pudieran tomar la generalidad de los participantes en los mercados para mantener el «juego limpio». Por ello, los mercados modernos recurren con frecuencia a procedimientos rápidos de creación normativa a efectos de responder rápida y adecuadamente a los nuevos métodos del fraude. Es evidente que el único tipo de normatividad que puede responder a esta doble necesidad de los mercados para mantener la cooperación –modelar la competencia de acuerdo al fin colectivo que persigue y desincentivar (o, en su caso, sancionar) el fraude– es la legislación. El derecho producido es el único cuerpo normativo que puede ponerse al día con relativa rapidez (mucho más, en todo caso, que la moralidad social, las costumbres o los sistemas políticos) y que puede conllevar además mecanismos coactivos que disuadan eficazmente a los posibles defraudadores.

En este caso es, sin duda, más fácil sostener que el carácter de las normas legisladas *ad hoc* para organizar y proteger los mercados, o para luchar contra el fraude, es, en un determinado sentido, *político*. De hecho, es relativamente frecuente que las normas de esta índole se produzcan en forma de decretos gubernamentales. En este punto habría que precisar que con la palabra «político» no me refiero tanto a un sector del ordenamiento jurídico (el que trata de la organización del Estado) cuanto a un modo de producir

¹² Cfr., como ilustración, el título VII, arts. 102-104 de la Ley 24/88 del Mercado de Valores, donde se contienen las sanciones para las infracciones muy graves, graves y leves de las normas de funcionamiento y conducta recogidas en otros lugares de la Ley (en especial en los arts. 78- 83).

normas legales¹³. Estoy aceptando que las normas propiamente jurídicas son las que se desarrollan históricamente en una comunidad (aunque su expresión sea un código más o menos coyuntural y más o menos pactado), mientras que denomino, quizá impropriamente, «políticas» a aquellas que son adoptadas como legales tras (y como consecuencia de) un debate *político* en el sentido más puro; esto es, un debate público en el cual los afectados por la norma discuten y finalmente deciden sobre ella –de modo que la norma surge como un consenso o pacto, y a la vez pretende reflejar la voluntad de quienes habrán de estar sujetos a ella¹⁴. En este sentido, la conciencia de que los mercados son instituciones que pueden servir a nuestros intereses comunes, hace que las reglas de los mismos tiendan a ser cada vez más políticas –o más convencionales, como también podría decirse. Pero ello no excluye su carácter legal, como acabo de explicar. Se trata simplemente de la forma contemporánea y, por así decir, más consciente, de legalidad.

Esta distinción que he introducido entre normas legales de origen histórico-social o de origen «político» se correspondería aproximadamente con la que hace Hayek entre «Derecho» y «Legislación». En efecto, pese a su conocida defensa de la libertad en el marco del respeto al derecho tradicional, Hayek reconoce la necesidad de la «legislación» (término que, en el uso de Hayek, podría traducirse por «producción legal *ad hoc*») para controlar algunos aspectos de los mercados y para suprimir y compensar sus imperfecciones. En la actualidad, cuando la diversidad de fines colectivos que los mercados persiguen es amplísima, y los medios de manipulación en manos de los jugadores que en ellos participan son tan extraordinarios, es comprensible que la magnitud de la hayekiana «legislación» eclipse casi por completo al «derecho tradicional», espontáneamente nacido, que hizo posibles los primeros mercados.

Este hecho parece perturbar mucho a algunos defensores a ultranza de la libertad absoluta de comercio. Mas no debería asombrarnos si consideramos los mercados como instituciones complejas al servicio de nuestra economía, es decir, del bienestar de nuestras sociedades. En esa medida, nada es más natural que establecer las reglas que permitan a los mercados cumplir con el cometido institucional que les asignamos, y que vigilen la limpieza de su funcionamiento.

La regulación de algunos mercados particularmente significativos en las economías capitalistas corrobora las anteriores afirmaciones. Así, la regula-

¹³ Empleo aproximadamente la misma denominación que ha introducido Habermas. Cfr. HABERMAS, J., «¿Cómo es posible la legitimidad por vía de la legalidad?», en *Doxa*, 5 (1988), pp. 21-45, p. 23.

¹⁴ Creo innecesario precisar que esta descripción puramente ideal consiste en la práctica, con demasiada frecuencia, en la mera legislación por decreto que sigue o desarrolla «líneas de política económica» supuestamente refrendadas por el pueblo al elegir a sus representantes.

ción del Mercado de Valores, a la que ya he aludido, determina no sólo los fines de ese mercado y sus normas de funcionamiento, sino muchas otras reglas que configuran su especificidad. Es destacable que un capítulo de la Ley española del Mercado de Valores (así como otras normas de desarrollo) esté dedicado a las «normas de conducta» que deben observar los participantes en el «juego de la bolsa». Aún más interesante es que, como reza el Real Decreto de 3 de mayo de 1993 (que desarrolla el título citado de la Ley del 88), el Ministerio de Economía y Hacienda, a propuesta de la Comisión del Mercado de Valores, pueda desarrollar, definir o concretar el código general de conducta y establecer *códigos de conducta específicos en función de las características de los distintos mercados*.

En mi opinión, esas palabras del legislador, enfrentado a la tarea de regular uno de los mercados más característicos de las economías capitalistas reflejan una correcta concepción de lo que son los mercados en general: instituciones que, en función de sus fines, poseen características determinadas y que se definen mediante un conjunto de reglas que podemos y debemos modelar de acuerdo a nuestro interés, sea como posibles participantes en los mismos, sea como ciudadanos: miembros de una comunidad política que ha elegido el mercado como forma principal de decisión e interacción económica. Me parece que no sería en absoluto inconsecuente extender esta perspectiva a muchos otros mercados que en ocasiones carecen de reglas adecuadas por un prurito injustificado de defensa de la libertad y así producen sistemática mente resultados tan contrarios al bien común que han de ser constantemente corregidos mediante intervenciones políticas.

V

La conclusión de estas reflexiones está orientada, pues, por la visión de la realidad incorporada en los análisis de juegos: ellos nos presentan la vida económica como un ámbito de la interacción humana en el que los mercados son sólo un modo, entre otros, de organización de la decisión y la acción. El mercado es un juego más de los muchos que jugamos en cuanto miembros de la sociedad. Cada juego tiene diferentes incentivos, relacionados con su objetivo global y con la probabilidad de obtener personalmente un buen resultado. Dependiendo de esas consideraciones nos inclinamos o no a participar en el mismo. Fuera del gran juego de la sociedad en que hemos nacido, quizá el único en el que no podemos elegir no participar¹⁵, todos los demás son contingentes. Quizá algunos aspectos de la economía pertenezcan al gran juego social y dependan del gran acuerdo fundante de

¹⁵ Cfr., en este sentido, RAWLS, J., *Political Liberalism*, Nueva York, Columbia University Press, 1993, pp. 276 y ss.

la misma (aspectos conectados con necesidades básicas, por ejemplo), pero desde luego este no es el caso de los mercados, que son mecanismos particulares con finalidades muy concretas. El hecho de vivir inmersos en las llamadas «economías libres de mercado» no debe hacernos creer que *todo es mercado*. El modo de interacción de mercado se ha extendido a los ámbitos más diversos, dada su comprobada eficacia para servir de medio de relación en sociedades individualistas, masificadas y anónimas, pero eso no debe hacernos olvidar que se trata de una estructura de interacción convencional que hemos puesto en marcha por voluntad y cuyas reglas podemos reformar si así lo decidimos. El «gran mercado del mundo» del famoso auto calderoniano es sólo una metáfora. El mundo no es un mercado, sino que contiene mercados, entre otras muchas instituciones. La presencia de mercados particulares, como la bolsa de valores, y su análisis nos pone sobre la pista correcta para desacralizar «el mercado».

De todo lo dicho se sigue una primera conclusión *filosófico-jurídica*: las tradicionalmente consideradas «reglas de la economía» se revelan, tras el análisis de juegos, no sólo como límites o controles sobre una interacción «natural», sino como verdaderos constituyentes de una estructura convencional de interacción, cuyo modo de normatividad es el jurídico. Una vez comenzado el juego, puede que los mercados tengan una «lógica propia»; pero el juego sólo se inicia si las partes así lo acuerdan. Las partes, en este caso, son soberanas; no sólo deciden si participar o no en una interacción concreta, sino que también dan su forma a la interacción misma mediante el acuerdo normativo que la posibilita en primer lugar. En un régimen democrático, donde los conceptos de «agente económico» y «legislador» se superponen, no puede imaginarse que la estructura de los mercados vaya a ser perjudicial en términos netos para ninguno de los participantes (independientemente de las pérdidas que todos están dispuestos a aceptar como «parte del juego»). Los mercados son instituciones cuya justificación reside en su aceptabilidad como mecanismos eficaces en el logro de ciertos fines sociales. En la medida en que parte de nuestros fines sociales consisten en la posibilidad de avanzar con libertad nuestros intereses particulares, el mercado aparece como una institución indiscutible. Otros fines sociales, tales como la mayor productividad y eficiencia del sistema industrial, también se ven generalmente favorecidos bajo instituciones económicas del tipo del mercado. Pero la conciencia de la contingencia de los mercados y sus reglas debería llevarnos a aceptar sin complejos la posibilidad de su transformación de acuerdo a nuestros fines económicos, sociales y políticos. No todos los mercados se adaptan igual a todos los fines sociales, y en la mano del soberano está el diseñar los mercados del modo más conveniente para alcanzar esos objetivos comunes.

Se podría objetar que hasta aquí no he propuesto nada excesivamente original. Las demandas anteriores están más o menos satisfechas actualmente. Nuestra legislación regula los distintos mercados, y frecuentemente modifica esa regulación. De hecho, los defensores del liberalismo a ultranza siguen quejándose amargamente del intervencionismo estatal en la economía ¿Estoy simplemente apoyando ese intervencionismo con mi reflexión anterior? En absoluto. Y para resaltar eso matizaré la conclusión anterior; matización que introducirá la que puede considerarse conclusión *filosófico-política* de esta reflexión.

En primer lugar, habría que reconocer, frente a la constante queja de los liberales doctrinarios, que actualmente es en todo el mundo necesaria de la intervención estatal sobre la distribución que resulta del libre juego de la mayoría de los mercados. Tal necesidad se debe a razones históricas, que condicionan radicalmente la organización político-económica de nuestras sociedades. Sin embargo, la queja es comprensible, porque la intervención sobre la distribución de mercado es siempre impertinente desde el punto de vista del jugador que se atuvo a las reglas del juego, arriesgó y obtuvo un resultado determinado. El mejor ejemplo es la tributación directa, que nunca es bien recibida por sufrido contribuyente, que ve cómo le «quitan» algo que previamente ha «ganado» (las campañas de concienciación, la cultura cívica y la ética pública pueden convencernos de la necesidad de contribuir, pero difícilmente lograrán que nos resulte placentero). Este problema de las políticas redistributivas no debería darse en la intervención sobre el *mecanismo* del mercado, si esa intervención responde no a un capricho del gobernante, sino a una decisión políticamente fundada del legislador. Las reglas del mercado pueden resultar desagradables a algunos jugadores *en cuanto intentan ganar en el juego*, pero incluso esos jugadores deben reconocer su *legitimidad* en cuanto miembros de la comunidad que, por así decir, organiza y patrocina el juego. Este es el matiz que no debemos olvidar: la reflexión aquí presentada no invita a la simple intervención sobre los resultados del mercado, sino sobre las normas que configuran su estructura (así como cuando la comisión del mercado de valores observa un sesgo constante en el resultado que no obedece a ninguna práctica ilegal, revisa las normas y, en su caso, las modifica, para evitar ese sesgo).

Este matiz nos lleva, como anticipábamos a una conclusión filosófico-política sobre la legitimidad de las normas. Y es que la legitimidad tanto racional como social de estas reglas (del juego) es mucho más fácil de justificar que la de las normas redistributivas, ya que su establecimiento está basado en el interés común que todos los participantes tienen en la organización y mantenimiento de la institución en cuestión (un mercado en este caso) en vista de ciertos fines.

Los corolarios y consecuencias de esta reflexión son muchos, y creo que su explicitación es prescindible. Me gustaría insistir solamente en las ideas principales de este trabajo: la preeminencia de los fines políticos sobre las hipostasiadas «condiciones de los mercados», sin perjuicio de que las opiniones de los expertos deban siempre ser tenidas en cuenta por sociedades maduras; la obligación política democrática de inclinar la producción legislativa hacia normas fácilmente legitimables, que aboga en favor de acentuar las reglas de los mercados, frente a las intervenciones fiscales redistributivas (pese a la inevitabilidad actual de estas últimas); y la conciencia de que los mercados, como las restantes instituciones económicas, están al servicio de los intereses de la sociedad y sus miembros.

Por último, quiero anotar también algunas fronteras (de entre las muchas) que han limitado mi reflexión. Para empezar, no pretende ser demasiado definitiva, sino más bien una modesta contribución a una nueva forma de ver la economía política a partir de la Teoría de Juegos; en este sentido, es totalmente revisable. En segundo lugar, no hemos cuestionado la pertinencia misma de los mercados libres como modo eficaz de producción, distribución y fijación de precios en muchos sectores de la vida económica. Ello no quiere decir que este dogma sea incuestionable, simplemente nos hemos limitado a una reflexión sobre el mercado y la legislación, y hemos dado por supuestos algunos lugares comunes sobre ambas instituciones. Esta reflexión estuvo inspirada por la constatación de que las reglas de muchos mercados (o la ausencia de ellas) permiten situaciones moralmente repugnantes, como el espectáculo de niños trabajando hasta el agotamiento a cambio de un salario miserable; o políticamente recusables, como el sacrificio de millones de personas en el altar de los índices macroeconómicos. Estas cosas suceden mientras en los mercados bursátiles las «normas de conducta» y los controles administrativos se multiplican para permitir un juego limpio que permita iguales oportunidades para todos. Los mercados son, como se ve, lo que queramos hacer de ellos: un instrumento para el bienestar y la libertad, o un medio refinado para la inmoralidad y el sufrimiento. Mi contribución sólo pretende sugerir que este no es un problema económico, sino sobre todo ético y político.



DOXA 22 (1999)
