

La moral entendida como un proceso de mercado¹²

Abstract

Inspirándonos en ciertos pasajes de *La Teoría de los Sentimientos Morales* de Adam Smith y profundizando en la tesis propuesta por James Otteson en su obra *The Marketplace of Life*, trataremos de demostrar allende su analogía, que el fenómeno moral no solo podría asimilarse con el funcionamiento de un mercado, sino que en nuestra opinión, constituye en sí mismo, un proceso de mercado. En este, oferentes y de demandantes morales intercambian sentimientos, comportamientos y juicios de aprobación, arrojando así precios morales. Conforme a los postulados de nuestra hipótesis, los precios morales se determinan y varían de manera marginal. Los mismos tenderán hacia un supuesto precio moral de equilibrio, revelado por las normas morales de justicia más universales que propician una convivencia más armónica dentro de un orden social. Estas normas generales y estables, son reveladas metafóricamente según Adam Smith por los juicios de un presunto espectador imparcial; un espectador ideal que encubriría por detrás suyo el verdadero funcionamiento de un libre proceso moral de mercado. Llegaremos a la conclusión de que la actuación de un parlamentario o juez legislando o fallando respectivamente, en contra del proceso libre y espontáneo de formación de normas morales, calificaría como un control de precios morales, los cuales impactarían sobre la armonía del orden, aumentando el grado de conflicto en las relaciones sociales.

1. Introducción.

Adam Smith fue un filósofo moral antes que el propio padre de la economía. Su obra *La Teoría de los Sentimientos Morales* (en adelante TSM) data de 1759, mientras que *La Riqueza de las Naciones* (en adelante RN), lo es de 1776. Diferentes académicos han esclarecido suficientemente que no existió entre ambas obras ningún "Das Adam Smith Problem" y que las mismas constituyen parte de una única y coherente construcción intelectual³. En particular, James Otteson (Otteson, 2002), avanzó proponiendo una interesante analogía en referencia a la forma de estructuración de ellas.

Otteson plantea que para Smith las reglas morales y económicas son análogas en el sentido de que "they develop, change, and are sustained by the interactions and mutual

¹ Agradezco los comentarios, críticas y señalamientos de Alejandra Salinas, Eliana Santanatoglia, Pablo Marchetti, Matías Spelta, Ivo Sarjanovic, Rafael Beltramino, Sebastián Landoni, Leonidas Montes, Carlos Rodríguez Braun, Giancarlo Ibargüen, Ezequiel Gallo y Juan Carlos Cachanosky que posibilitaron este trabajo. Por supuesto, la responsabilidad de los errores cometidos es exclusivamente mía.

² Walter Castro es Director Académico de la Escuela de Negocios de la Fundación Libertad y Profesor Universitario en UNR, UCA, UCEL y UFM. E-mail: wcastro@libertad.org.ar / wcastro@ufm.edu

³ Si bien la primera de estas obras pareciera abundar en el tratamiento de las cuestiones simpáticas y la segunda, en el autointerés que motoriza la acción económica de los agentes, no es menos cierto que cuestiones de amor propio están presentes en TSM, así como también consideraciones simpáticas lo están en RN. Por ejemplo, cabría consignar que el amor por lo correcto y por lo honorable y noble pudiera estar expresando en TSM la versión más refinada de cierto amor propio, mientras que el deseo de mejorar nuestra condición y acrecentar riquezas es señalado en RN como una vía para poder gozar de la simpatía y de la aprobación de nuestros semejantes. De esta manera, el sentimiento y la cognición, la simpatía y el autointerés lucen inescindibles a lo largo de toda la obra de Adam Smith. Para profundizar sobre este ver Rodríguez Braun (1997: 19/22).

exchanges of information among people of the relevant communities as they strive to satisfy their interest in cooperation with one another" (Otteson, 2002:6). Aún más, afirma que la noción general de mercado forma el trasfondo de las interacciones humanas que describe tanto en TSM como en RN (Otteson, 2002:7). Otteson indica que subyace en TSM, debajo de la metáfora del espectador imparcial, el proceso de configuración de un mercado moral amplio y abarcativo de los intercambios de sentimientos, comportamientos y enjuiciamientos. El espectador imparcial es una metáfora empleada alusivamente por Smith para referirse a la propiedad moral de una conducta, y facilitar su comprensión, sin explayarse sobre el fenómeno del cual emana, al cual Otteson interpreta y analoga en su obra con un proceso de mercado (Otteson, 2002:6).

Inspirándonos en ciertos pasajes de TSM y profundizando en la tesis propuesta por James Otteson⁴, trataremos de demostrar allende su analogía, que el fenómeno moral no solo podría asimilarse con el funcionamiento de un mercado, sino que en nuestra opinión, constituye en sí mismo, un proceso de mercado. Para ello, formularemos una teoría propia a la que denominaremos teoría moral de mercado, en franca distinción con lo que pudiera suponerse como un análisis económico de la moral.⁵

Pertinentemente, intentaremos demostrar la existencia de un mercado moral mediante la identificación de sus elementos principales. En primer lugar, alumbrando la existencia de un problema moral representado por la escasez afectiva del hombre, amortiguada en parte por la conformación de ese mercado moral. Para ello, deberemos demostrar la existencia de intercambios morales, de oferentes y de demandantes morales que trocan sus sentimientos, sus comportamientos y sus juicios de aprobación, arrojando precios morales.⁶

Conforme a los postulados de nuestra hipótesis, sostendremos también, que los precios morales se determinan y varían de manera marginal. Los mismos tenderían hacia un supuesto precio moral de equilibrio, revelado por las normas morales de justicia más universales que propician una convivencia más armónica dentro de un orden social. Esto configuraría un sistema de señales que guían las acciones de los agentes en el mercado moral.

Nos pronunciaremos en un todo de acuerdo con Smith cuando afirma que las relaciones morales, (para nosotros intercambios morales) se explican ab initio por el principio de simpatía antes que por el principio de utilidad que rige en las relaciones económicas⁷. Consecuentemente, tales trocas simpáticas no serían inicialmente el resultado de la

⁴ Con esto queremos recalcar que no estaremos haciendo una interpretación exegética de la obra de Adam Smith *La Teoría de los Sentimientos Morales*.

⁵ Esto se debe a que nos ocupamos principalmente del análisis del proceso social a través del cual, a nuestro juicio, surgen espontáneamente las normas morales, y no del modo en que un individuo en particular decidiría su conducta, en beneficio de la mejor convivencia con sus semejantes.

⁶ Está claro que, Smith no habló de mercados o de precios morales, tampoco de demandas ni de ofertas morales, y mucho menos, de agentes ni de determinaciones marginales. Por consiguiente, estos términos transmitirán exclusivamente nuestras propias ideas e interpretaciones. En oportunidad de referirnos al pensamiento de Smith, lo indicaremos expresamente.

⁷ Dice Martin (1990:107) respecto a las diferencias entre Smith y Hume en cuanto a los fundamentos de la moral "Hume believed that utility was the 'foundation of the chief part of morals.' Smith, on the other hand, believed that, while utility may contribute an additional beauty to virtue, it is never the source of their virtue and rarely the source of moral approbation."

especulación o del cálculo, sino que se gestarían a fuerza de comportamientos emocionales, que se irían deslizando gradualmente hacia una instancia cognitiva, más reflexiva y deliberada. En esta, los agentes podrían captar ex post su conveniencia, reforzándose a posteriori y por razones de utilidad, el origen simpático que caracteriza las relaciones morales.

Identificaremos en este trabajo a los precios morales con los estándares sociales que indican lo que es correcto o apropiado. Estos surgen en el orden como el resultado de un proceso de intercambios interpersonales, representados en primera instancia por la simpatía que media entre los sentimientos de los agentes. En una segunda instancia, más racionalmente, por la simpatía que media entre sus juicios de aprobación.

La idea de intercambio moral encontraría su correlato en TSM, cuando Smith describe una relación simpática en donde el actor modera sus conductas para alcanzar la aprobación de un espectador. Esta relación moral se materializa si los agentes logran hacer concordantes sus sentimientos entre sí. Por un lado, se materializa, cuando el espectador, gracias a un esfuerzo de su imaginación logra simpatizar con el actor, aunque con un sentimiento de menor intensidad por lo que le sucede. Por el otro lado, cuando el actor logra autocontrolar sus maneras de sentir y de comportarse obteniendo la simpatía del espectador.

En TSM, Smith describe minuciosamente, y con ejemplos, el proceso de socialización (para nosotros mercado moral) mostrando cómo un actor alcanza con un espectador una concordia de sentimientos de primer orden, y luego, cómo ambos y por el mismo principio de simpatía intentarían gozar de la aprobación moral de un espectador de segundo orden, y así sucesivamente, hasta alcanzar la aprobación del espectador imparcial (para nosotros del agente marginal).

Smith se vale metafóricamente de la figura de un espectador, al cual va ubicando progresivamente a mayores distancias del suceso, señalando con este recurso y con esa mayor distancia, el mayor nivel de objetividad y de imparcialidad de sus juicios; léase, de las normas morales (Smith, 1790: 68/72). Asimismo, Smith encuentra en la regularidad de ciertas maneras de sentir, de comportarse y de juzgar de los agentes de un orden, y en la habitualización de ciertas y determinadas relaciones morales, la causa que explicaría el surgimiento espontáneo de tales normas. Estas normas promueven la armonía y la concordia denunciando la propiedad moral de una conducta. Según nuestra hipótesis, serían la resultante del proceso de intercambios que determina los precios morales a los que tendería marginalmente todo mercado moral, cualquiera fuera su objeto y su extensión.

Es nuestra impresión, que mientras en la economía, la eficiencia del libre mercado tiende a remover gradualmente los estadios de pobreza, en un sentido análogo, el mercado moral tendería a remover gradualmente el conflicto, alcanzándose una mayor armonía social a través de relaciones morales libres, de mayor concordia y justicia, en ausencia de suficientes relaciones fundadas en sentimientos de amor y de benevolencia. Desde esta perspectiva, finalmente llegaremos a la conclusión de que un parlamentario o juez legislando o fallando respectivamente, en contra del proceso libre y espontáneo de formación de normas morales, estaría interfiriendo con los precios morales del sistema. Podríamos calificar estas interferencias gubernamentales como controles de

precios morales, los cuales impactarían sobre la armonía del orden, aumentando el grado de conflicto en las relaciones sociales.

2. Herramientas de análisis.

2.1 Marco teórico: los órdenes espontáneos.

Nos incluimos entre quienes postulan genéricamente que los mercados emergen como un intento de solución al problema de la escasez, puesto que constituyen una suerte de paliativo institucional espontáneamente desarrollado por el hombre en el intento de salvar tales limitaciones.

En su calidad de filósofo moral y economista, y en el marco de pensamiento de la ilustración escocesa, Adam Smith proporcionó al estudioso de los órdenes sociales valiosas herramientas conceptuales, válidas al día de hoy. Bajo el gran paraguas del orden espontáneo, Smith dio cuenta de la condición "auto-organizada" (en la expresión de Michael Polanyi⁸) de ciertas regularidades sociales, de su libre evolución mediante lo que Viktor Vanberg califica como un proceso causal mas no teleológico.

Afirma Vanberg siguiendo a Friedrich Hayek que "el enfoque evolucionista de los filósofos escoceses redujo la teleología a la causación, mostrando cómo la aparente intencionalidad a nivel socioestructural puede ser explicada como un resultado en gran medida no intencionado de ensayo y error. La fuerza motriz detrás del proceso acumulativo de la civilización es vista en la continuada experimentación de individuos que, persiguiendo sus propios propósitos, se ajustan constantemente a las nuevas circunstancias y modifican -tanto deliberada como no deliberadamente- la forma como manejan las cosas." (Vanberg, 1999:193).

Estas aseveraciones se coronan en la frase de Adam Ferguson que Hayek inmortalizaría oportunamente, y que Jean - Pierre Dupuy resume de la siguiente manera: "Para comprenderlo es preciso llegar a concebir el orden social como 'el resultado de las acciones de los hombres pero no de sus propósitos'" (Dupuy, 1992:28).

2.2 El sujeto de estudios y el problema moral.

Entendemos que el problema de la escasez atañe ubicuamente al ser humano, pues claramente todos los bienes le son escasos en función de sus necesidades, al igual que se revelan escasas sus energías. Pero fundamentalmente el individuo es limitado en su capacidad racional, finito en su tiempo de vida y, a los intereses del presente trabajo, deberemos reconocerlo también escaso en su generosidad y en sus afectos⁹.

⁸ "Cuando se logra el orden entre los seres humanos permitiéndoles actuar entre ellos de acuerdo con su propia iniciativa – sujetos solamente a leyes que uniformemente se aplican a todos -, nos encontramos ante un sistema de orden espontáneo en la sociedad. Podemos decir entonces que los esfuerzos de dichos individuos están coordinados por el ejercicio de su iniciativa individual y que esta autocordinación justifica la libertad en el campo político." Polanyi (1951: 159). Citado en Hayek (1960: 213).

⁹ En este sentido afirma Dupuy (1992:98) "El sujeto de Smith es radicalmente incompleto. Lejos de poseer todas las facultades que le permitirían obtener, por deducción, el orden social y moral, tiene desesperadamente necesidad de sus semejantes para forjarse una identidad." Por su parte, dice Gallo (2008: 39) "Estas dos características de la naturaleza humana se combinan en el pensamiento escocés con una circunstancia externa de carácter permanente. Ese hombre con características de generosidad limitada, con conocimiento imperfecto, se enfrenta a una naturaleza avara en la provisión de

El sujeto de estudio al que nos estamos refiriendo, es un ser para quien operaciones tales como planear u optimizar resultan tan cruciales para el cumplimiento de sus objetivos, como lo serían para su vida de relación, el poder ponerse imaginariamente en el lugar de otros, emitir juicios morales, o adecuarse a los juicios de aprobación de los demás. En otras palabras, además de un ser teleológico, sería también un ser de carencias afectivas compensables a través de sus relaciones morales, impulsadas por sus innatas tendencias a la simpatía o a la reciprocidad.¹⁰

Sabemos por los economistas, que no existen mercados donde la escasez no incide, y que los bienes libres no forman parte del problema económico¹¹. Por lo tanto, sería irrelevante hablar de mercados cuando la oferta de un bien supera largamente a su demanda. Similarmente ocurriría en los mercados morales si las ofertas de benevolencia y magnanimidad pudieran superar a las demandas que por ellas se verifican. Este sería el excepcional mundo de las conductas supererogatorias reservadas para los héroes y para los santos, caracterizados por brindarse a los demás muy por encima de lo que aquellos pudieran demandarles. Pero la Tierra no es el paraíso de los bienes libres y tanto menos el territorio donde se multiplican heroísmos y santidades¹². Es en el reinado de la escasez donde, por tanto, la economía y la moral cobran todo su sentido.

2.3 El principio de simpatía en TSM.

Para Smith, los individuos tendemos naturalmente a simpatizar con nuestro prójimo, pero más con sus alegrías que con sus tristezas (Smith, 1790:108). Empero, apreciamos de ellos más su compasión que sus halagos. Dice, en este sentido "El insulto más cruel con que puede ofenderse a los infortunados es no hacer caso de sus calamidades. El parecer indiferente ante el regocijo de quienes nos rodean sólo es una falta de cortesía, pero no adoptar una expresión seria cuando nos cuentan sus desdichas es una verdadera y crasa falta de humanidad." (Smith, 1790:59).

A primera vista, en este escenario pareciera suscitarse un contrapunto, acaso asemejable al que existe entre oferentes y demandantes en los mercados de bienes. En estos

los recursos que requiere la satisfacción de todos sus deseos. Para David Hume esta penosa combinación es tan crucial que es ella la que explica la necesidad de la justicia”.

¹⁰ Cabe destacar que adherimos a la posición de Smith, quién dentro del marco de los filósofos escoceses, reconoce en el hombre y como sujeto de estudio de las ciencias sociales, un sujeto más complejo; que obliga a una consideración en distintos planos desde más aristas posibles. Entonces, al prototipo neoclásico de *homo economicus*, debiera acompañárselo de un *homo sociologicus* y en el caso de Smith hasta de un *homomoralis*. Esto se debe a que Smith nos describe a un hombre efectivamente movido desde su autointerés, pero capaz de simpatizar al mismo tiempo con la suerte de sus semejantes, gozar con sus acercamientos y celebrar sus aprobaciones.

¹¹ Ver Menger (1871:87ss). Respecto de estos bienes, a los que llamaba “no económicos”, decía “Es, pues, claro que respecto de aquellos bienes cuya cantidad disponible es superior a las necesidades, queda excluida la actividad económica de los hombres de la misma natural y necesaria manera en que aparece cuando los bienes se hallan en la relación cuantitativa opuesta”.

¹² Urquhart (2010: 185) plantea similarmente que la moral necesita de una capacidad simpatética media, no total ni tampoco inexistente “*Fully sympathetic beings would inhabit an entirely different moral world; and beings wholly lacking the capacity for sympathy could neither be moral nor individuals. Morality then requires both that I have a strong senses of myself as an individual, and that I divide myself, displacing myself as a moral agent, looking at myself as I can only look at you – from outside.*” Cursivas en el original. En esta misma línea dice Hume (1739: 494/5) “Si los hombres fueran provistos de todo con la misma abundancia y si todos tuvieran para los demás el mismo afecto y cariño que tienen para sí mismos, la justicia e injusticia serían desconocidas en este mundo.” Citado en Gallo (2008:39).

últimos, los compradores desean más bienes de más calidad y a menores precios, mientras que sus oferentes pretenden cobrarles más a cambio de una menor cantidad y de una calidad también inferior. Algo similar pareciera ocurrir en los mercados morales, puesto que los individuos estarían más predispuestos a ofrecer simpatía y recompensa por algo placentero, mientras que, por el contrario, demandarían más intensamente compasión, cuando son pacientes aquejados por la pena y el dolor. ¿Qué significa esto? Que simpatizar es para Smith algo natural entre las personas, pero que requiere de un esfuerzo de las partes para lograr una apropiada ecualización de sus sentimientos¹³. En otras palabras, significa tener que mitigar las inclinaciones personales para poder atender el reclamo del otro. Por esta razón, el sentimiento de compasión obliga al agente a suprimir, momentáneamente, su natural predisposición al placer, del mismo modo en que se vería impelido a controlar su enorme alegría para no despertar envidia en los demás.

En suma, simpatizamos con la situación del otro, pero solo en la medida en que nos lo permiten nuestros sentimientos y nuestra cognición¹⁴. Queremos decir que aunque apelamos a la imaginación para ponernos en sus zapatos, lo hacemos sin poder despegarnos del todo de nuestra propia manera de sentir. Por lo tanto, gracias a la imaginación podemos experimentar -de una forma secundaria y parcial- una desesperación o una alegría, de menor grado a la del paciente, introduciéndonos en sus circunstancias y logrando una simpatía imperfecta que se recorta sobre aquel sentimiento que procede en primera persona (Smith, 1790:50).

2.4 La escasez afectiva, y el familiarity principle de James Otteson.

Los filósofos estoicos ordenaban la intensidad de estas maneras de sentir y de simpatizar de los individuos en círculos concéntricos, situando en el centro al protagonista de un suceso y de manera decreciente los apegos y afectos que este sentía por las cosas o por los demás individuos (oikeiosis)¹⁵. Por su parte, James Otteson agiornó el principio estoico de oikeiosis en función de las propias apreciaciones hechas

¹³ Nos referimos con el término "ecualización" al proceso por el cual dos agentes, involucrados por un mismo suceso, intentarán limar sus diferencias de percepción para ponerse emocionalmente en sintonía el uno con el otro, salvando sus originarias distancias y celebrando el acercamiento. Dice Smith al respecto "La persona protagonista es consciente de ello pero al mismo tiempo ansía apasionadamente una simpatía más completa. Anhela el alivio que sólo puede proporcionarle la coincidencia perfecta de los sentimientos de los espectadores con los suyos. Su único consuelo estriba en verificar que en las pasiones violentas y desagradables las emociones de sus corazones palpitan en todos los aspectos al unísono con el suyo. Pero sólo puede alcanzar esta meta si rebaja sus pasiones hasta el punto en que los espectadores pueden acompañarlo. Debe embotar, si se le permite la expresión, el filo de su tono natural y reducirlo para que armonice y encaje con las emociones de quienes le rodean. Lo que ellos sienten sería en verdad siempre diferente de lo que siente él, en algunos aspectos, y la compasión nunca podrá ser idéntica al dolor original; porque la conciencia secreta de que el cambio de situaciones del que surge el sentimiento de simpatía es simple imaginación no sólo lo atenúa en intensidad sino que además en cierto sentido modifica su carácter y lo vuelve algo bastante diferente. Es evidente, sin embargo, que estos dos sentimientos pueden tener recíprocamente la correspondencia suficiente para la armonía de la sociedad. Nunca serán idénticos pero pueden ser concordantes, y no se necesita o requiere más que eso." Smith (1776:70/71).

¹⁴ Afirma Otteson (2002:44) sobre este punto "Our ability to imagine how others feel depends on two main factors. The first is our knowledge of the agent's situation. (...) The other variable in the process is the spectator's own sensibility". En este mismo sentido, afirma Griswold (2010: 71/2) "Smith is right to emphasize what he's calling 'sympathy' requires conception, that is, cognition, as well as imagination."

¹⁵ Forman-Barzilai (2010b:8) explica lo que significa este concepto estoico.

por Smith en TSM¹⁶, bautizando a su modo de ordenamiento como Familiarity Principle.

Otteson lo define de esta manera:

"Smith argues in TMS not only that the benevolence we naturally feel toward others varies directly with our level of familiarity with them-the more familiar, the more benevolent; and vice-versa - but also that it is morally proper that our behavior toward others should be motivated in this way. I call the combination of these two claims Smith's 'familiarity principle'"(Otteson, 2002:4).

A través de este modo de ordenación subjetivo de sentimientos e intereses decrecientes, se vislumbra que primero los individuos se relacionan naturalmente con sus seres más cercanos, con quienes desarrollan los mayores afectos, y luego de manera decreciente con los demás miembros de la sociedad, quienes se hallan ubicados sucesivamente en anillos cada vez más distantes.

Por su parte, Smith considera a la distancia como un factor muy relevante. Empero, debe interpretarse no tan sólo como un concepto con alcances afectivos sino también cognitivos, al momento de proponer un ordenamiento en gradientes, tanto de las cosas como de los demás individuos respecto de aquel individuo que las percibe o las experimenta, ubicado en el centro de la escena (Smith, 1790: 49/56). Allende los lazos de afecto y vecindad, la familiaridad se reporta con relación a determinada clase de asuntos o de situaciones y vivencias compartidas por los propios agentes. De este modo, será fácil suponer un modo de ordenamiento subjetivo para cada uno de ellos, sobre el cual el propio Smith habría insistido para diferenciarse de los estoicos¹⁷.

La pérdida de fuerzas gradual en el plano emocional, que afecta la capacidad de simpatizar de cualquier individuo y la posibilidad de imaginarse en situaciones ajenas a la suya, da pie a la idea de una progresiva reducción en la intensidad de un intercambio moral. Este fenómeno se acentúa en el mercado moral, a medida que aumentan las cantidades de sentimientos transados. Consiguientemente, las distintas intensidades de los intercambios morales, nos llevan a efectuar una distinción importante entre el fenómeno de la simpatía y el de la empatía, donde en este último, el ejercicio de la imaginación quedaría fuertemente disecado de emociones, y por ende de parcialidades o de afectos. En definitiva, reservamos el nombre de pasiones para los sentimientos por lo que nos sucede directamente. En segundo lugar, hablamos en general de las simpatías, que gozan de menor intensidad y otra esencia que las primeras, haciendo referencia al sentimiento que asumimos con el otro por lo que a él le sucede. Finalmente, en una tercera instancia, al mermar nuestro afecto por otra persona o nuestro interés por un suceso, aquellas simpatías se transforman en empatías, como fruto del debilitamiento de ese sentir o de la capacidad de imaginarnos en el lugar del otro.¹⁸

¹⁶ Forman-Barzilai (2010b:9) plantea que la apropiación de Smith de la idea de oikeiosis fue "conflicted and incomplete".

¹⁷ Según Forman-Barzilai (2010b: 139) Smith toma de Hume la idea de que la simpatía tiende a diluirse a medida que el objeto se aleja.

¹⁸ En nuestra opinión, el término "sympathy" utilizado por Smith en TSM se vincula más directamente con el concepto de empatía que con el de simpatía, tal como nosotros los empleamos en nuestra lengua castellana. Sin embargo, sobre este punto en la literatura no hay consenso. Para Forman-Barzilai (2010b: 12) y Nanay (2010: 86) la simpatía de Smith no es empatía. Fitzgibbons (1995: 62/3) afirma que el

Si bien los intercambios morales pudieran registrarse en cualquiera de estas tres zonas según el grado de involucramiento de sus intervinientes y de la distancia que media entre ellos, vale aclarar que un proceso de socialización que presume mayores cantidades de intercambios morales habría de trasladarse necesariamente en dirección de las zonas más empáticas. Lo que traducido a nuestros términos, implicaría el desplazamiento en el mercado moral de la determinación marginal de sus precios morales hacia las posiciones de los agentes más lejanos.

3. El mercado de la moral.

3.1 Los sentimientos marginales decrecientes y las pendientes de las curvas de oferta y demanda morales.

El ordenamiento subjetivo de sentimientos e intereses decrecientes generados en función de cierta familiaridad con las personas o con determinados asuntos, permiten inferir tres proposiciones importantes a saber:

- 1) Dado que aluden a simpatías y a placeres marginalmente decrecientes y a autocontroles marginalmente crecientes, podremos suponer la existencia de intercambios morales con distintas intensidades posibles, empero, marginalmente decrecientes;
- 2) De la afirmación precedente podríamos inferir además, que el límite de un intercambio moral, se encuentra cuando sus beneficios marginales se aproximaran a cero;
- 3) Por último, la intensidad decreciente en los sentimientos y en la simpatía de los agentes podría reflejarse en la pendiente negativa de una función de demanda moral. Por ejemplo, según la ley de demanda moral, cada agente se vería dispuesto a retribuir progresivamente con menos gratitud cuando en un intercambio moral fuera vivenciando la menor compasión o la menor generosidad de sus oferentes, a partir del crecimiento en las cantidades de sentimientos a transar. Por otra parte, debiéramos pensar en una menor disposición a recompensar, cuando, por ejemplo, el agente se sintiera llamado a responder con menor admiración y aplauso frente a una conducta virtuosa protagonizada por un agente, que por razones de afinidad o de afectos se encontrara ubicado en una posición más distante.

Siguiendo los postulados de Guillermo de Ockham¹⁹, no habremos de echar mano a un segundo principio cuando un segundo fenómeno puede ser explicado por la formulación de un principio ya conocido²⁰. Entonces, podremos definir la oferta moral afirmando que las cantidades de benevolencia, compasión o magnanimidad ofrecidas aumentan en

concepto de Smith sí tiene ese significado. Otteson (2002: 17) descompone el concepto en tres “Smith’s three meanings of sympathy, in order, are: natural fellowfeeling for others, pity for others, and correspondance of sentiments between two or more people.”

¹⁹La navaja de Ockham, o el principio de la parsimonia, es el presupuesto filosófico de que la simplicidad es una virtud teórica. Ver Baker (2010) para profundizar sobre este punto.

²⁰ En este sentido seguimos la explicación de la tradición austríaca de la ley de oferta, la cual es derivada del principio de utilidad marginal decreciente. Para una formulación moderna ver Buchanan (1969).

función de las mayores aprobaciones que pudieran retribuirlas. Desprendiéndose como corolario, que los mayores esfuerzos necesarios para ofrecerlas con virtud frente a personas afectiva o circunstancialmente más distantes, exigirían de mayores retribuciones que las necesarias para recompensar el mismo comportamiento frente a seres afectiva o circunstancialmente más próximos.

De lo expuesto se deduce que el ordenamiento decreciente en las maneras de sentir de los agentes, habría de proyectarse en sus disposiciones a retribuir un intercambio, ya sea en sus calidades de oferentes o de demandantes morales. Tales disposiciones se reflejarían en las pendientes de las curvas de las funciones de oferta y demanda morales. Sin embargo, vale la pena insistir en que el intercambio moral entre oferentes y demandantes morales, y las retribuciones que median en tales intercambios, no se reconocen inicialmente como consecuencia del obrar especulativo de sus intervinientes, sino como consecuencia de la aproximación simpática que se verifica entre ellos.

3.2 El sentimiento moral como un precio moral.

Las apreciaciones de Alejandra Carrasco formuladas en su trabajo "Smith, filósofo de la razón práctica", sirven para demostrar cómo, gracias al principio de simpatía, procede una primera aproximación entre los agentes quienes, desde niños y a lo largo de todas sus vidas, participan del referido proceso de intercambios de sentimientos y comportamientos. Esta primera aproximación interpersonal - proceso de "socialización" para Smith - concluiría en la moderación y consecuente armonización de los sentimientos de los agentes, en el intento compartido de relacionarse con el otro y obtener su aprobación. En otras palabras, esta relación de intercambio moral se promueve desde la humana tendencia a simpatizar, a su vez guiada por el deseo de los agentes de alcanzar la satisfacción de la simpatía mutua, es decir, el poder contar con la aprobación de sus semejantes.

Dice Carrasco al respecto:

"La moralidad, en este sentido, sería como una estructura de segundo orden que se monta sobre nuestra psicología, sobre nuestras tendencias innatas. Esta estructura, que se manifiesta en el sentido de propiedad o los juicios del espectador imparcial, va surgiendo poco a poco en nuestro proceso de socialización; no nacemos con ella, pero necesariamente la adquirimos en cuanto tenemos la tendencia innata de la simpatía (queremos ser aceptados por los demás) y nos damos cuenta de que sin 'dominar' nuestros sentimientos subjetivos o 'naturales, de primer orden' -con los que nacemos y sentimos que somos el centro del universo- no alcanzaremos nunca la simpatía de otros" (Carrasco, 2006:117/8).

Esta cita es elocuente para advertir dos cosas. En primer lugar, es la tendencia innata de la simpatía la que nos conduce a obrar en busca de la aprobación de los demás. Consecuentemente, para Adam Smith es la simpatía y el deseo de acceder a la simpatía mutua, lo que nos lleva a intercambiar comportamientos y sentimientos con nuestros semejantes, a relacionarnos con ellos de manera refleja o deliberada, consciente o inconscientemente, procurando alcanzar sus juicios aprobatorios. En segundo término, los sentimientos personales de primer orden impulsados desde nuestros instintos, tendrán que moderarse en el curso de ese proceso de socialización o de intercambio moral, dando lugar a los sentimientos de segundo orden mencionados por Carrasco. Es

decir, durante el proceso de socialización, la razón reflexiva contribuirá al surgimiento de un sentimiento más elaborado, superior, que no se tratará de un sentimiento innato sino de un sentimiento "cognitivo", resultado de un proceso que abarca el juicio reflexivo del agente para reconocer la procedencia del reclamo moral de los demás²¹.

Añade la filósofa chilena:

"De aquí que en la TSM la percepción de lo moralmente bueno no corresponde exactamente a la percepción de lo 'agradable' sino a la percepción de lo 'apropiado' (que, en cuanto se simpatiza, suele también ser agradable). Si el principio de aprobación moral derivara sólo de los sentimientos brutos o naturales, no se requeriría de la virtud del autodomínio, ni de la experiencia ni del espectador imparcial para formular juicios éticos" (Carrasco, 2006: 118).

Más adelante afirma que "La teoría moral de Adam Smith parte desde los impulsos humanos naturales -distintas manifestaciones del deseo de placer- y se eleva hacia un mundo común con un orden moral objetivo" (Carrasco, 2006: 141).

El sentimiento de segundo orden al cual Carrasco denomina "sentimiento moral", podríamos considerarlo como un "precio moral", por la sola razón de que un precio es en su definición más lata, una tasa de intercambio que surge en el margen del proceso de interacción entre quienes ofrecen y quienes demandan simpatías y/o juicios de aprobación. Entonces, a partir de la base de incontables intercambios singulares, podría revelarse paulatinamente cierta "objetividad" que pone de manifiesto las formas de valorar y de sentir de los agentes en la sociedad, (para nosotros en los mercados morales). Sobre este asunto profundizaremos más adelante.

3.3 Los ingresos y los costos del intercambio moral: un análisis marginalista.

Juzgamos provechoso ensayar una traducción del análisis de Carrasco respecto de las relaciones morales presentándolas bajo la forma de un intercambio moral. Un intercambio moral induce a los agentes a moderar sus maneras de comportarse mediante el autocontrol (costo moral del intercambio) para poder obtener así la aprobación del alter o la mutua simpatía (ingreso moral del intercambio) que se refleja en la concordia de sentimientos alcanzada (precio moral del intercambio), lo que significa que ambos agentes valoran más la dación de la contraparte que el sacrificio propio, configurándose a partir de estas diferencias y con alcances subjetivos, los beneficios morales del intercambio²².

²¹ Carrasco (2006:131) dice "Desde nuestra natural tendencia a la simpatía, que procede de principios innatos de la naturaleza humana, y a través de ciertos procesos de aprendizaje, llegamos a experimentar y a desear (a estar motivados para) el placer (moral) de la propiedad. Entonces la "simpatía moral", siendo natural (no artificial ni impuesta) en el hombre, no es una tendencia innata, sino una estructura de segundo orden que se monta sobre nuestra constitución psicológica, y que incluye en sí algo de deliberación, asimilación y comprensión. Se trata de un sentimiento *cognitivo*." Cursivas en el original. Al respecto, Nuzzo (2010:46/7) plantea que la simpatía es una disposición intelectual, más que un sentimiento originario.

²² Benson (1996:15) afirma que "La idea de moralidad puede considerarse como un concepto económico. Se adopta una conducta moral cuando los beneficios que esto reporta son mayores que los costos." Cabe aclarar que no suscribimos integralmente a dicha posición. Solo en la zona de las empatías se puede interpretar el fenómeno moral en estos términos.

Sin embargo, es dable suponer que a medida que tales trocas emocionales se van prolongando en el tiempo y aumentan las cantidades de sentimientos transadas, la intensidad de las emociones de los actores cede, al tiempo que van tomando cuerpo actitudes más reflexivas. Es que oferentes y demandantes van moderando sus sentimientos para hacerlos concordantes entre sí y para poder aproximarlos desde las originarias situaciones de cada actor en procura de las posiciones de su espectador, recogiendo en retribución de tales sacrificios el placer de la simpatía mutua.²³

Naturalmente, se puede imaginar que desde las distintas maneras de sentir de cada agente frente a un determinado suceso, y en función de las diferentes distancias que median entre ellos, se produzcan intercambios morales variadamente intensos, diversamente benéficos y con distintos precios morales posibles. El propio Smith pareciera aceptar en TSM, diferentes precios morales para cuando la viuda intercambia afectos con sus seres más queridos, o para cuando le toca recibir condolencias de personas afectivamente más distantes (Smith, 1790: 59)²⁴. Es razonable afirmar que un intercambio moral del primer tipo reportará un beneficio moral muy superior al que se constata en uno del segundo tipo. Sencillamente, porque el placer de la simpatía mutua que disfrutan los actores es mayor en el primer caso, mientras que los costos de la moderación exigibles para el intercambio, son claramente mayores en el segundo. En otras palabras, habrá intercambios morales más cargados en intensidad, o más benéficos para las partes, pero ciertamente a medida que se intercambian más cantidades de sentimientos y comportamientos entre los agentes, la intensidad del intercambio moral merma marginalmente. Luego, los intercambios entre agentes más distantes serían menos rentables moralmente y, por supuesto, habría seres tan distantes que no podrían jamás intercambiar sus sentimientos, es decir, que al mantenerse apáticos entre sí, no lograrían ecualizar sus maneras de sentir y de juzgar. Llamaremos entonces así, agentes submarginales a los espectadores que en razón de sus apreciaciones no logran empatía con quienes conforman ese mercado moral. Profundizaremos sobre este asunto más adelante.

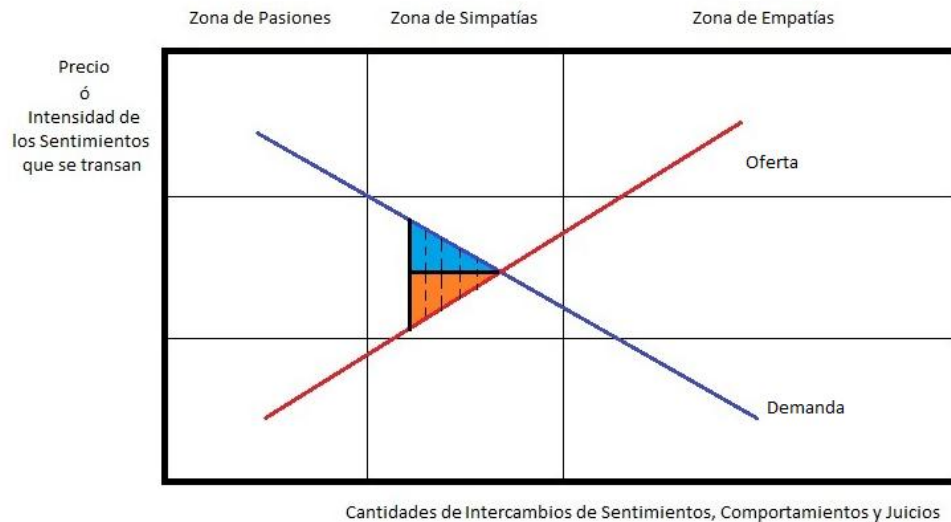
Graficamos a continuación cómo, en un intercambio aislado, cae marginalmente la intensidad de los intercambios representada en los excedentes de los demandantes y los oferentes hasta hacerse cero en el margen²⁵.

Cuadro 1. “Del beneficio marginal decreciente de los intercambios”

²³ Otteson (2002:124) plantea que el deseo motivador del mercado moral es justamente el placer por la simpatía mutua de sentimientos.

²⁴ Aclaremos que estos son intercambios aislados, por lo que no arrojan precios de mercado. Su determinación es una circunstancia específica de tiempo y lugar, sin que haya posibilidad de reiteración y, así, establecerse como una norma moral.

²⁵ Cabe aclarar que los cuadros son meramente ilustrativos y cumplen con un fin didáctico. Los mismos no poseen la rigurosidad que se deriva de un modelo expresado matemáticamente.



4. La determinación de los precios morales.

4.1 El principio de reciprocidad como justificación del intercambio.

Vernon Smith ofrece un interesante enfoque del fenómeno moral en su artículo "Las dos caras de Adam Smith" (Smith, 1997). Este infiere la existencia de una tendencia humana a intercambiar, la cual se exteriorizaría tanto en los mercados de bienes como en los mercados morales, como la directa manifestación del principio de reciprocidad²⁶. Este principio general se presentaría de dos formas posibles: 1) a través de una reciprocidad positiva, 2) a través de una reciprocidad negativa, que complementaría a la primera, en una clase especial de intercambios.

Con relación a las cuestiones morales, Vernon Smith distingue entre la existencia de una reciprocidad positiva y otra reciprocidad negativa que la complementa. La reciprocidad positiva (o altruismo recíproco), sería la reciprocidad que caracteriza un intercambio de favores en que dos jugadores se otorgan contraprestaciones que se traducen en beneficios para ambos. Esta reciprocidad positiva que tipifica los comportamientos en los mercados morales se complementaría por una reciprocidad negativa imprescindible para custodiar sus efectos benéficos.

Dice Vernon Smith al respecto:

"Negative reciprocity occurs when individuals are punished for "cheating" on a social exchange; i.e. failing to return positive reciprocity to those that have provided it to them. Negative reciprocity is the endogenous policeman in social exchange that defines natural property rights systems. Positive reciprocity, or 'reciprocal altruism' (Trivers 1971), is subject to invasion by selfish free riders. Hence the importance of negative reciprocity to punish free riders, as an implicit transaction or enforcement cost of positive reciprocity." (Smith, 1997: 3/4).

²⁶ Smith (1997:2) dice "a universal propensity for social exchange is a fundamental distinguishing feature of the hominid line, and that it finds expression in both personal exchange in small-group social transactions, and in impersonal trade through large-group markets."

4.2 La clasificación de los intercambios morales.

El principio de reciprocidad nos permite clasificar los intercambios morales en dos tipos:

1) Los intercambios morales de virtud, es decir, aquellos en los que se intercambia benevolencia, caridad o compasión por gratitud, o bien aquellos en los que se intercambia reconocimiento o admiración por magnanimidad. Estos reconocen una reciprocidad imperfecta porque la virtud pocas veces puede ser retribuida.

2) Los intercambios morales de justicia, es decir, los intercambios en los cuales los agentes trocan sus respetos frente al recíproco compromiso de autorrestringir sus egoísmos, toda vez que pudieran traducirse en daño hacia los demás agentes del orden; o bien, intercambios de vindicación por daño, cuando ocurrido el daño resulta imprescindible compensarlo con un apropiado castigo.

4.3 La incidencia del factor reciprocidad, del factor generalidad y del paso del tiempo sobre los precios de los intercambios morales.

El precio de equilibrio de un mercado se determina donde se cortan sus curvas de oferta y demanda haciéndose iguales sus cantidades transadas. Similarmente, en un mercado moral el precio moral reflejaría también un equilibrio. Este equilibrio es representado por la concordancia resultante del proceso moral de intercambios, advenidos entre los sentimientos, los comportamientos y los juicios de aprobación de los agentes.

Asimismo, debemos resaltar que tal concordia o equilibrio pudiera presentarse estable en distintos grados posibles, en función de la cantidad de sentimientos que se transan en el mercado moral. Esta cuestión a su vez, se testimoniaría según nuestra impresión, en el grado de parcialidad instalado en el juicio de aprobación de sus agentes marginales. Estas primeras proposiciones iluminan la importancia de dos factores fundamentales que influyen decisivamente sobre la estabilidad de los precios morales: la generalidad y la reciprocidad.

A propósito de la generalidad, sostendremos que la reiteración en determinadas maneras de sentir o de actuar de parte de los agentes morales con relación a un suceso determinado, (por ejemplo en el modo en que ellos experimentan en forma más o menos similar sentimientos de gratitud o de encono), facilitaría sus aproximaciones simpáticas. Esto se explica porque entre dos agentes que alcanzan sensibilidades parecidas se acortan sus distancias emocionales, y se verían reducidos los personales esfuerzos de autocontrol requeridos para poder intercambiar moralmente. En síntesis, el costo de la transacción moral disminuye y aumentaría socialmente el número de transacciones morales. Esta facilidad para simpatizar en derredor de determinados asuntos involucra a veces a un gran número de personas. En estos casos, los intercambios morales podrían extenderse rápidamente, incluso entre agentes socialmente más distantes. Esto se debe a que en un mercado moral en expansión, los primeros intercambios se dan entre los protagonistas de un suceso y sus espectadores más cercanos, para luego, prolongarse con cierta comodidad, sucesivamente para con sus espectadores cada vez más distantes.

Por su parte, el factor de reciprocidad no resulta menos relevante. Es dable suponer que, de mediar una mayor reciprocidad en los sentimientos, en los comportamientos, y en los

juicios de aprobación intercambiados entre los agentes de un orden, revendría en el mercado moral la inmediata multiplicación de esta clase de intercambios, a diferencia de lo que ocurre con aquellos otros que no actualizan de igual modo la presencia de tal factor.

El paso del tiempo constituye para Adam Smith otro factor importante. Con el paso del tiempo, se consolidan en la sociedad las normas morales, que transmiten los señalamientos de los patrones de conducta que se esperan y que se juzgan correctos moralmente, enforcing hacia el futuro los comportamientos de los agentes en sintonía con tales valoraciones. Estas se irían amalgamando a lo largo del tiempo en costumbres que reflejan un término medio o un estándar esperado de conducta, a lo que Smith denominaba el adecuado grado de las cosas o la propiedad moral de una conducta, refrendada por los juicios de aprobación emitidos por sus espectadores (Smith, 1790: 348/63)²⁷. Estas regularidades de comportamiento, son para nosotros el resultado espontáneo de un proceso recursivo de intercambios morales, que se torna más estable cuando la oferta y la demanda morales, también lo son.²⁸

Así, van surgiendo los distintos precios morales de equilibrio, que irían tendiendo gradualmente en el mercado hacia un precio natural de equilibrio, o de más largo plazo²⁹. En especial, cuando este proceso involucra a más agentes, atendiendo a los factores de generalidad y reciprocidad ya denunciados, pero también cuando el mercado moral se va extendiendo, y sus precios morales se van estabilizando consiguientemente en el tiempo y despojándose de parcialidades, subjetividades, y demás cuestiones que pudieran hacerlos variar circunstancialmente.

4.4 Los precios morales de los intercambios de virtud.

Al amparo de los argumentos vertidos, procede advertir que las normas morales de virtud, resultantes de los intercambios morales de este tipo, habrían de ser más imprecisas y volátiles, en razón de la falta de reciprocidad que caracteriza tales tipos de intercambios. Si bien es generalizada la aprobación de una conducta virtuosa, va de suyo que esa aprobación se funda en la excepcionalidad de tal comportamiento, difícilmente emulable por la gran mayoría que lo aprueba. Así, se explica por qué la

²⁷ Dice Dupuy (1992: 103) al respecto “Lejos de ser trascendente, la figura del espectador aparece entonces como una especie de promedio que emerge de las experiencias que todos tienen de la vida en sociedad.”

²⁸ Aclaremos, siguiendo la analogía con la economía, que en el corto plazo moral el factor fijo se encuentra en la escasez de afecto de un agente (restricción afectiva) para con los demás miembros de la sociedad. Por otra parte, el largo plazo moral se alcanza cuando esa restricción afectiva se remueve o flexibiliza, reduciendo así la parcialidad.

²⁹ Dice Smith (1776:100) “El precio natural, por tanto, es como un precio central en torno al cual gravitan constantemente los precios de todas las mercancías. Accidentes diversos pueden a veces mantenerlos suspendidos muy por encima de él, y a veces forzarlos algo por debajo de dicho precio. Pero cualesquiera sean los obstáculos que les impidan asentarse en ese centro de reposo y estabilidad, tienden constantemente hacia él”. Leonidas Montes, en su ensayo “On Adam Smith’s Newtonianism and General Economic Equilibrium” sostiene que para Smith, el precio natural difiere del precio de mercado (o real) y observa que “The idea of *all* prices, the use of the word *gravitating* and the idea a *center of repose* appear as additional evidence of Newton’s influence.” Cursivas en el original. Montes (2006: ubicación 6779 de 10254, edición kindle). Según Montes (2006: ubicación 6789 de 10254) “if Smith’s depiction of the price mechanism were actually Newtonian, all prices should gravitate towards one another, implying that the natural price should also gravitate to the ‘prices of all commodities’”. Y Montes (2006: ubicación 6931 de 10254, edición kindle) concluye que “Newton’s equilibrium applied to economics would rather become a kind of disequilibrium”.

virtud, siempre más demandada que ofrecida, presenta menores cantidades de transacciones, y precios morales más altos, en comparación con las conductas que se juzgan en el mercado moral apenas como correctas. Esta razón y no otra, es la que evita la reiteración e imitación de esta clase de intercambios morales, reservados para oferentes selectos, dado que difícilmente ellos pudieran contar con una retribución adecuada, y además, no exigible por la propia definición de virtud.

Por lo tanto, podremos suponer la presencia de cierta volatilidad en los precios morales de virtud, consignados bajo la figura de un equilibrio moral más inestable o de corto plazo, imposible de ser pensada en términos de un equilibrio moral de más largo plazo, al cual fuese a tender el mercado moral. Cabe destacar que lo mismo habría de ocurrir con los comportamientos viciosos.

4.5 Los precios morales de los intercambios de justicia.

Recordemos que cuando hablamos de intercambios morales de justicia estamos refiriéndonos a dos especies posibles. Pese a lo cual, en este trabajo nos ocupamos exclusivamente del intercambio moral de sentimientos de respeto que brota entre los agentes frente a la propiedad y corrección de una conducta. Empero, dado el carácter general de sus maneras de sentir y de la reciprocidad existente en sus autorrestricciones, podría anunciarse además que tales conductas correctas serían a la vez justas cuando la transacción moral adquiriera en el mercado la aprobación generalizada de sus espectadores. Y tanto más, si la recibiera en mayor número de los observadores más distantes, en cuyo caso la regularización de tales intercambios configuraría normas morales del tipo universal de no matar, no robar, etc³⁰.

En general, podemos afirmar que el aumento de los intercambios, establecidos en razón de la mayor concordancia respecto de determinadas maneras de sentir y de actuar de los agentes y que se caracteriza por la reciprocidad que presentan en sus tratos, habría de despertar de inmediato la simpatía entre sus participantes, y lograría propagarse alcanzando la empatía de sus jueces más distantes. De esta manera, se consolida en el mercado moral un alto grado de generalización y respeto, con la incorporación de nuevos espectadores marginales, interrelacionados moralmente con los actores y con los espectadores situados en los anillos que los anteceden.

Las reiteraciones de estos intercambios devenidos en regularidades aportan al mercado mayor tamaño y consistencia encaminándolo primero en el corto plazo y luego en el más largo plazo, hacia un supuesto estadio de equilibrio respecto de sus imprescindibles relaciones morales de justicia. Esto se debe a que a medida que el mercado moral aumenta su extensión se confirma que la demanda y la oferta morales se tornan más elásticas y a la vez más estables en el tiempo, (por las razones de reciprocidad y generalidad ya apuntadas). Consecuentemente, se reduce la volatilidad de sus transacciones, con lo cual, el mercado se muestra más armónico y más maduro, y

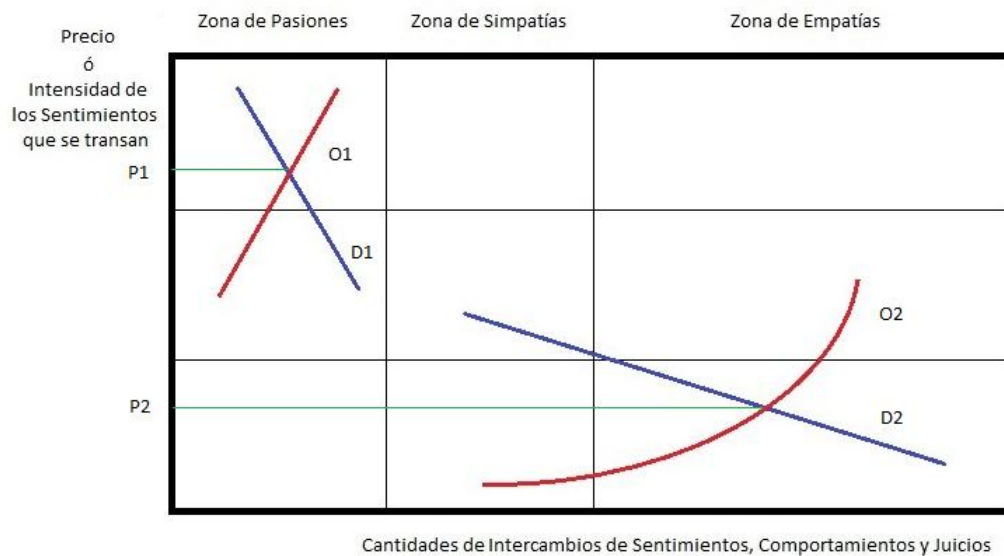
³⁰ Carrasco (2010:140) da ejemplos de lo que pudieran ser estas “positive harm may well be related to culture, as Fleischacker says, but there may also be other kind of harm, not directly related to culture but to *humanity as such*. To kill another without any justified cause (i.e. out of improper motives), to harm children for fun, to break promises (which imply voluntary obligation) and some kinds of slavery *may be* examples of these cross-culture injustices; in other words, these will be objects of resentment for any ‘cultural’ impartial bystander”. Cursivas en el original.

presumiblemente también menos faccioso y más previsible, lo cual reviene gradualmente en precios morales más estables y transparentes.

Sirva como refuerzo de nuestra conclusión, la pertinente analogía de Smith cuando señala en TSM que las normas morales de virtud son tan vagas e imprecisas como las normas morales de la poesía, mientras que las normas morales de justicia son tan precisas como las de la gramática (Smith, 1790: 309).

A continuación graficamos la distinción entre intercambios de virtud y de justicia mediante dos cruzamientos de curvas, uno más arriba y a la izquierda, representativo de un precio de virtud y otro mucho más abajo y a la derecha, obviamente representado por curvas de mayor recorrido, que refieren a un precio moral de justicia.

Cuadro 2. “Intercambios morales de virtud versus intercambios morales de justicia”



5. Consideraciones adicionales sobre los intercambios morales.

5.1 La racionalidad de un intercambio moral, y su relación con la extensión del mercado.

Teniendo en cuenta que, a medida que aumentan las cantidades morales transadas, es decir, que aumentan los intercambios de sentimientos, comportamientos y juicios de aprobación en derredor de un determinado asunto, y sin perjuicio del número de individuos que actúan como oferentes o demandantes morales en cada mercado, afirmamos que gradualmente los intercambios morales decrecerán en intensidad emocional, al tiempo que verán aumentada su racionalidad. Este principio se explica por la incorporación de más espectadores, con quienes se promueven en el mercado cantidades adicionales de intercambios. Según nuestra hipótesis, tales intercambios irían ganando en racionalidad e imparcialidad a medida que los actores y sus espectadores más próximos fueran moderando gradualmente sus pasiones y teniendo que adaptarse sucesivamente a los juicios más reflexivos de los espectadores inicialmente más

distantes, para poder gozar de sus aprobaciones y establecer con ellos intercambios morales. Nos estamos refiriendo al desplazamiento marginal de los intercambios morales y de los precios morales del mercado, desde las zonas de pasiones hacia las zonas más empáticas, atravesando las zonas simpáticas.

Esta situación nos lleva a suponer que al despojarse gradualmente de la intensidad de sus pasiones, cualquier agente va tomando conciencia y reflexionando acerca de lo que corresponde, pero también acerca de lo que le conviene. Esta última consideración es en sí misma, muy importante, dado que en cierta forma, el agente ve transformadas en el margen del mercado sus pasiones reflejadas en acciones sopesadas y sus moderaciones pudieran advertirse ahora más utilitarias y teleológicas. Esta cuestión no debiera sorprender, pues si la razón aporta el discernimiento para practicar un juicio moral o evaluar la corrección de una conducta, ha de habilitar también el cálculo para emitir un juicio de conveniencia. En consecuencia podremos afirmar que en la zona de empatías la lógica de los intercambios morales se asemeja mucho a la que presentan los intercambios económicos; salvándose en el margen del mercado las diferencias que entre ambas clases de intercambios, habíamos marcado en los apartados iniciales de este trabajo.

Así, cuanto mayor sea el tamaño del mercado, más espectadores estarían ubicados lejos de los protagonistas de un episodio, ya sea en términos afectivos o cognitivos, pero en cualquier caso con mayores dificultades para poder empatizar con ellos. Obviamente, en estos casos el esfuerzo de moderación que debe realizar el actor es más grande, ya que queda obligado a reducir en mayor medida el talle de su pasión para ponerse en sintonía con este gran número de agentes que lo observan desde lejos. Debe autocontrolarse para poder recibir apenas una cuota de respeto de todos quienes lo tratan casi impersonalmente. Pero él es consciente que ellos sienten con una intensidad que aún permite una relación simpática, y sabe también que de darse una situación inversa, él habría estado en la posición contraria y hubiera actuado de igual forma. Entonces, acepta el contenido de la relación porque percibe que es recíproca y justa. Consecuentemente, el intercambio de sentimientos y juicios morales se hace concordante en el ámbito de imparcialidad, impersonalidad, y respeto que le fijan esos espectadores marginales, ubicados más distantes en el límite mismo del mercado.

Cabe subrayar que el resultado de este proceso moral de intercambios se identifica especialmente con las normas morales de justicia. Estas normas adquieren carácter más universal cuando se dieran más transacciones morales, en mercados más extensos, y entre agentes más distantes. Las mismas refieren particularmente al sentimiento moral de respeto mutuo, a la concordia alcanzada entre quienes no se profesan afecto, pero que, sin embargo, aprecian recíprocamente el valor de poder respetarse en sus personas, en sus vidas o en sus propiedades.

Smith, por su parte, reclama en TSM la independencia de estas normas de justicia, desprendiéndolas de sus condicionamientos afectivos, y llevándolas a un ámbito de neutralidad o de mayor imparcialidad, donde se facilitaría gradualmente la concordia entre agentes cada vez más distantes entre sí. La presencia de un espectador y, tanto más, el juicio del observador imparcial, operan decisivamente para refrenar la negativa influencia de las pasiones egoístas más extremas. Esta es la idea angular del pensamiento de Smith sobre el cual resultará viable la expansión de un orden de convivencia justo, mas no benevolente.

5.2 La metáfora del espectador imparcial de Adam Smith.

En el proceso de socialización cada individuo analiza y juzga los comportamientos de los demás, y los compara con los suyos propios. En sí mismo, tal como un agente observa, es también observado y juzgado desde distintas distancias posibles. Sus jueces reales serán luego idealizados como jueces exteriores del sistema. Este ejercicio de imaginar, abstraer y hacer perdurar juicios al exterior del proceso, lleva a Smith a concebir la figura de un tercero imparcial observando y juzgando como si lograra en él representarse el presunto sentir y pensar de todos. Ese tercero es el "espectador imparcial".

No obstante, lo primero para Smith es apelar a ese movimiento de la imaginación que permite ponernos en la situación del otro, para juzgarlo en lo adecuado de sus conductas y, más tarde, para poder juzgarnos desde allí en lo apropiado de las nuestras. Dice al respecto: "Tratamos de examinar nuestra conducta tal como concebimos que lo haría cualquier espectador recto e imparcial. Si al ponernos en su lugar podemos asumir cabalmente todas las pasiones y motivaciones que la determinaron, la aprobamos por simpatía con la aprobación de este juez presuntamente equitativo" (Smith, 1790: 222).

De esta manera, y a diferencia de lo que ocurre con otras figuras como la del observador omnisciente de Bentham (Bentham, 1907), aquí quien observa también actúa. Así operarían en el mercado moral los agentes, como observadores aptos para juzgar al mundo, y luego, intentando por obra de su imaginación salirse de sí y, desde la mirada externa de los terceros, reinterpretarse por un rato a sí mismos y poder adecuarse al juicio de aquellos. Por eso, conforme a esa facultad, podemos aludir figuradamente a un espectador externo, a un observador despojado de nuestras parcialidades, con cuyo mandato pudiéramos tomar contacto al experimentar las aprobaciones y los rechazos de los demás.

El observador imparcial sugiere, así, una instancia moral que se habilita cuando cada individuo se independiza de sus pasiones y aprende a reconocer, en el reclamo de sus semejantes, sus propios límites. De esta manera, estará atento a la observación que lo juzga y lo limita, que lo mide y lo sopesa, conforme a la escala de sentimientos de quienes lo evalúan. Consecuentemente, cada individuo habrá de responder por lo que de él se espera, involucrándose o no, en el mercado moral que lo atrae y aleja a través de los juicios de aprobación o desaprobación de sus observadores. Adviértase, por consiguiente, que aludir a la imparcialidad no significa retratarla en el juicio de un observador externo inmutable y omnisciente, independiente de la realidad, sino que la imparcialidad se construye desde nuestra perspectiva, a partir de un proceso dinámico de interrelaciones humanas³¹. Por tanto, contamos no con un observador sino con miles de ellos en perpetuo movimiento, con juicios que se van encadenando e integrando intersubjetivamente en el mercado moral a partir de un continuo proceso de aprobaciones y rechazos³².

³¹ Más en sintonía con el entendimiento austríaco del proceso de mercado. Para profundizar sobre este punto ver Sarjanovic (1989) "El mercado como proceso: dos visiones alternativas".

³² Otteson (2002:63) afirma que la idea del espectador imparcial alude al mismo tiempo tanto a un concepto idealizado como infinitos espectadores dependiendo de las circunstancias y las experiencias. En sus palabras "There is one idealized concept of what an impartial spectator would be-a person who is disinterested in but informed about the matter at hand-and hence a true impartial spectator consulted in

La figura del espectador imparcial debe asociarse con la última fase de un fenómeno moral, en la cual se intercambian juicios de aprobación. Con ella procede la objetivación del juicio que consagra la propiedad de una conducta, al tiempo que se manifestaría en torno de ella la mayor concordancia entre los sentimientos, los comportamientos y los juicios de los agentes intervinientes en dicho proceso de intercambios. La mención de una última fase, sugiere la existencia de etapas anteriores, pero nos interesará remarcar especialmente que dicho proceso asume y se profundiza con determinada dirección y sentido. Esto se debe a que sobre los intercambios de los actores con sus espectadores más cercanos, recaen posteriormente los juicios de otros espectadores más distantes, con quienes podrían promoverse nuevos intercambios morales. Nos referimos a potenciales relaciones de segundo orden, y de órdenes subsiguientes, que implican una mayor moderación del actor y de sus primarios espectadores, enderezadas a obtener sucesivamente las aprobaciones de los espectadores originalmente más distantes, es decir, de otros apenas empáticos y más imparciales.

De acuerdo con nuestra interpretación, este proceso moral de intercambios, que se va dando y extendiendo gradualmente en el mercado moral entre los actores y sus espectadores sucesivamente más distantes, encuentra un límite, dado que en algún punto los intercambios morales dejarían de reportar beneficios para sus intervinientes. El límite del mercado se encuentra cuando el juicio del espectador subsiguiente no logra la simpatía con el del espectador que le antecede, poniendo límites al proceso de intercambios. De esta manera, se definen el agente marginal, el submarginal y el precio del mercado conforme a la apreciación del primero.

En dicha instancia, emplazado en el margen mismo del mercado moral se hacen patentes dos últimas cuestiones muy importantes. La primera, relacionada con la extensión y con el tamaño de ese mercado, cuestión que asociamos con la relevancia de sus normas. En tanto que la segunda, establece que en el límite mismo del mercado moral se determina el precio moral, en función de las apreciaciones de los agentes más lejanos. Creemos que las enunciaciones de Smith en relación con la metáfora del espectador imparcial, podrían ser asociadas con ambas cuestiones, pero principalmente con la segunda.

Recordemos que para Smith el juicio del espectador imparcial nos comunica la propiedad moral de una conducta, adquirida a partir de su aprobación generalizada. Por nuestra parte, sostendremos que se trata de la representación de un proceso moral de mercado, en el cual los agentes van equalizando gradualmente sus sentimientos, sus comportamientos y sus juicios hasta agotar marginalmente los beneficios de tales intercambios morales³³. Cada participante dominado por su manera de sentir, renuncia en parte a su parcialidad y se adecua, en cierta forma, a la demanda de su contraparte. Estos renunciamientos mutuos se reflejan en el precio de una transacción moral que los hace concordar en un punto. A ese punto lo llamamos precio moral, y cuando especulamos en derredor de un supuesto precio de equilibrio que pondría en armonía el sentir de todos los participantes en el mercado, nos estamos refiriendo a la misma concordancia que, según Smith, se lograría observando el juicio del espectador

any particular situation will fit this mold. On the other hand, the exact parameters within which the impartial spectator would employ the impartial spectator procedure are determined by the facts of the case in question.”

³³ Similarmente, Otteson (2002: 43) habla del “procedimiento del espectador imparcial”.

imparcial, es decir, el espectador marginal mayormente despojado de sentimientos hacia el agente principal.³⁴

6. Aplicación: el control de los precios morales como causa de desarmonía social.

Todo precio es el producto de intersubjetivaciones que se van amalgamando en el mercado mediante un proceso de adaptaciones mutuas entre los agentes, el cual desemboca de manera espontánea en la revelación de las normas que señalan el grado de propiedad moral de una conducta, y que en el caso de una norma moral de justicia adquiere aceptación generalizada, es decir, que cuenta con la aprobación de un gran número de ellos. Pero sabemos también que todo precio moral de esta especie es a la vez un resultado, una señal y un incentivo que guía las futuras conductas morales por venir. De manera tal que sus señalamientos, precisos para Smith, como lo son las reglas de la gramática, se van tornando con el tiempo en objetivaciones del orden, arraigadas en las mentes de sus integrantes. No obstante ello, y posiblemente en función de la utilidad fundamental que tales normas proveen, son muchas veces reforzadas y clarificadas a través de sanciones legales o fallos judiciales que las explicitan más nítidamente. Estos artificios institucionales debieran interpretarse cual mecanismos que evolucionan, y que permiten además calcar la propia evolución de las normas morales de justicia de un orden, dándoles custodia. De modo tal que la labor del legislador y del juez debieran entenderse como intervenciones llamadas a transparentar normas que surgen en el orden de forma espontánea y por el proceso ya referido.

Comprender a las reglas morales de justicia de un orden como los supuestos precios de equilibrio a los que el mercado tiende en el largo plazo, no implica confundirlas con normas de naturaleza pétreas, insistiendo en que su carácter más universal no significa invariable ni eterno. Pero sí significa comprender que son el fruto de un proceso espontáneo de libres intercambios morales a través de los cuales los participantes movidos por el principio de simpatía van poniendo en concordancia sus maneras de sentir, reduciendo el conflicto, confirmando más estabilidad al orden a medida que tales intercambios aumentan y, por lo tanto, el mercado moral se extiende.

Ahora bien, imaginemos la labor de un legislador o de un juez, en cierta forma desacoplada del proceso que acabamos de describir, asumiendo que sus intervenciones habrían de producirse en un sentido distinto o al menos desatendiendo los señalamientos espontáneamente surgidos del mercado moral, estipulando leyes que no condicen sino que interfieren con los precios morales del sistema. Frente a esta situación, debiéramos hablar de interferencias gubernamentales en los mercados morales e incluso calificarlas como flagrantes controles de precios. Es sabido que todo control de precios afecta la eficiencia de un mercado económico.

Sostendremos análogamente que un control de precios de carácter moral impactaría sobre la armonía del orden, empobreciendo el resultado del sistema a partir del mayor grado de conflicto y del deterioro moral que introduce en sus relaciones. Igualmente, a no intervención de los jueces frente a un delito convalidaría de hecho sus efectos dañosos, confirmándose en verdaderos incentivos para una futura represalia por mano

³⁴ Otteson (2002:200) considera la existencia de un precio moral reflejado en los sentimientos del espectador imparcial "The sentiments of the impartial spectator are thus analogous to the 'natural price' of a commodity that Smith describes in WN".

propia que pudiera intentar incluso en exceso, restablecer en el orden los equilibrios perdidos.

7. Conclusión.

Hemos sostenido en este trabajo, allende la posición de James Otteson en su libro *The Marketplace of Life*, que en lugar de analogar el fenómeno moral con un proceso de mercado, correspondería considerarlo en sí mismo, como a un mercado, en el cual se intercambian sentimientos, comportamientos y juicios de aprobación entre los agentes de un orden social. Al socializar, estos van moderando continuamente sus maneras de sentir y de comportarse por obra del principio de simpatía, en procura de alcanzar la aprobación de sus espectadores. Este proceso de intercambios morales, facilita la convivencia en derredor de un conjunto de normas morales que se revelan espontáneamente apropiadas a partir de las regularidades de comportamiento que se van habitualizando, y que terminan definiendo en la sociedad, la corrección moral de las diferentes conductas.

En nuestra opinión, estas reglas emergen en el mercado moral como los precios morales resultantes de esos procesos de intercambios y van tendiendo gradualmente hacia una suerte de precio moral de equilibrio, el cual estaría representado por las normas morales de justicia más universales del sistema. Estas normas generales y estables, serían reveladas metafóricamente según Adam Smith por los juicios de un presunto espectador imparcial; un espectador ideal que encubriría por detrás suyo el verdadero funcionamiento de un libre proceso moral de mercado.

Como resultado del continuo y prolongado proceso de intercambios morales, los precios del mercado moral se estabilizan, estableciéndose un sistema de señales, es decir, un sistema de normas que guiarían las conductas morales en la sociedad, conformado por aquellas normas morales de justicia, de aceptación más general, llamadas a zanjar los potenciales conflictos entre los agentes, a base de acuerdos de respeto mutuo.

En síntesis, afirmamos que la comprensión del fenómeno moral bajo una teoría moral de mercado nos permite acceder más rápidamente a la verdadera implicancia económica que los efectos del constructivismo social, en términos hayekianos, y de los déficits en la administración de justicia pueden acarrear sobre la eficiencia y la armonía del orden, toda vez que se tradujeran en interferencias sobre sus precios morales de equilibrio, a los que tiende libremente el mercado.

Bibliografía

BAKER, Alan (2010). "Simplicity", *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Edición Primavera 2010), Edward N. Zalta (ed.), URL = <http://plato.stanford.edu/archives/spr2010/entries/simplicity/>.

BENSON, Bruce (1996). "Las Instituciones y la Evolución Espontánea de la Moralidad". *Revista Libertas*, no. 24, Mayo 1996.

BENTHAM, Jeremy (1907) *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*. Library of Economics and Liberty. Disponible en:

<<http://www.econlib.org/library/Bentham/bnthPML1.html>>.

BUCHANAN, James (1969). *Cost and Choice. An Inquiry in Economic Theory*. Chicago: The University of Chicago Press.

CARRASCO, María Alejandra (2006) "Adam Smith: Filósofo de la razón práctica." *Estudios públicos*, no. 104, 2006.

CARRASCO, María (2010). "Adam Smith's 'Sympathetic Impartiality' and Universality". *Revista de Instituciones, Ideas y Mercados*, no. 52, Mayo 2010.

DUPUY, Jean Pierre. (1992) *El Sacrificio y la Envidia*. (Juan Gutiérrez y Carlos Alberto Martins trads.) Barcelona: Gidesa (1998).

FITZGIBBONS, Athol. (1995) *Adam Smith's System of Liberty, Wealth, and Virtue*. Clarendon Press. Oxford.

FORMAN-BARZILAI, FONNA (2010b) *Adam Smith and The Circles of Sympathy*. Cambridge Cambridge: University Press.

GALLO, Ezequiel (2008). *Vida, Libertad y Propiedad. Reflexiones sobre el liberalismo clásico y la historia*. Caseros: EDUNTREF.

GRISWOLD, Charles (2010) "Smith and Rousseau in Dialogue: Sympathy, pitié, spectatorship and narrative" en *The Philosophy of Adam Smith. The Adam Smith Review*, vol. 5, eds. Vivienne Brown y Samuel Fleischacker. , Londres: Routledge.

HAYEK, Friedrich (1960) *Los Fundamentos de la Libertad*. (José-Vicente Torrente, trad.) Cuarta Edición. Madrid: Unión Editorial. (1975).

HUME, David. (1739) *A Treatise of Human Nature*. Oxford. 1968.

MARTIN, Marie (1990) "Utility and Morality: Adam Smith's Critique of Hume". *Hume Studies*, vol. XVI, no. 2, noviembre 1990.

MENGER, Carl (1871) *Principios de Economía Política* (Marciano Villanueva, trad.). Barcelona: Ediciones Folio. (1996).

MONTES, Leonidas (2006) "On Adam Smith's Newtonianism and General Economic Equilibrium" en *New Voices on Adam Smith*, eds. Leonidas Montes y Eric Schliesser. Londres: Routledge, Edición Kindle.

NANAY, Bence (2010) "Adam Smith's Concept of Sympathy and its Contemporary Interpretations" en *The Philosophy of Adam Smith. The Adam Smith Review*, Volumen 5, eds. Vivienne Brown y Samuel Fleischacker. Londres: Routledge.

NUZZO, Angelica (2010) "The Standpoint in Morality in Adam Smith and Hegel" en *The Philosophy of Adam Smith. The Adam Smith Review*, Volumen 5, eds.

Vivienne Brown y Samuel Fleischacker. Londres: Routledge.

OTTESON, James, (2002). Marketplace of life. Cambridge: Cambridge University Press.

POLANYI, Michael: (1951) The Logic of Liberty. Chicago: University of Chicago Press.

RODRIGUEZ BRAUN, Carlos. (1997) "Estudio preliminar" La Teoría de los Sentimientos Morales. Madrid: Alianza Editorial.

SARJANOVIC, Ivo (1989) "El mercado como proceso: dos visiones alternativas", Revista Libertas, vol. 6, no. 11, octubre 1989.

SMITH, Adam (1776). La Riqueza de las Naciones. (Carlos Rodríguez Braun trad.) Madrid: Alianza Editorial. (1994).

SMITH, Adam (1790). La Teoría de los Sentimientos Morales. (Carlos Rodríguez Braun trad.) Madrid: Alianza Editorial. (1997).

SMITH, Vernon (1997). "The Two Faces of Adam Smith". Southern Economic Association Distinguished Guest Lecture Atlanta, 21 de noviembre.

URQUHART, Robert (2010) "Adam Smith's Problems: Individuality and the Paradox of Sympathy" en The Philosophy of Adam Smith. The Adam Smith Review, vol. 5, eds. Vivienne Brown y Samuel Fleischacker. Londres: Routledge.

VANBERG, Viktor (1999). Racionalidad y reglas. Barcelona: Gidesa.