

LA ÉTICA DEL MERCADO LIBRE

Fred E. Foldvary

Los economistas partidarios del mercado libre han demostrado palpablemente y con la debida documentación que el sistema de libre empresa es el método más eficiente y productivo para hacer frente a las necesidades económicas y ambiciones de la gente. La simple pero lógica ley de la oferta y la demanda es irrefutable y aun los críticos del mercado libre admiten que la «mano invisible» del interés personal puede producir y distribuir bienes y servicios sin necesidad de una planificación centralizada.

Sin embargo, la extendida crítica y los opositores han logrado convencer a una gran mayoría de que hay algo siniestro e inmoral en el mercado libre y la iniciativa privada. Aun cuando aceptan su eficiencia, insisten en que la empresa libre es injusta o que es motivo de explotación. Incluso cuando están de acuerdo en lo productivo que es, continúan alegando que produce artículos inconvenientes, que depende mucho del anuncio o de los artículos de lujo y que no produce suficientes servicios de primera necesidad, tales como la educación. La objeción al mercado libre es, por consiguiente, no tanto de carácter económico como de carácter moral. Los marxistas, por ejemplo, sostienen que la ganancia proviene de despojar al trabajador de una parte de su trabajo, lo que han dado en llamar «la plusvalía» que, según ellos, corresponde al aporte del trabajador y que por consiguiente es algo que legítimamente le pertenece. Partidarios menos radicales de la planificación gubernamental aducen que aunque el mercado libre puede ser eficiente, no produce lo que la gente realmente necesita, como «protección para la salud», o que las desigualdades que se originan con el mercado libre son, por alguna razón, malas.

Cuando uno habla de lo que la gente debería consumir, o de lo que los trabajadores deberían ganar, se está hablando de consideraciones morales. Son ataques morales al mercado libre, a los que se debe responder en igual forma, es decir, con argumentos basados en principios éticos, ya que de lo que se trata es de metas y valores y no de la forma en que funciona la economía. De modo que estudiemos la cuestión: ¿es el mercado libre, ético? Para poder responder a dicha pregunta, debemos primero preguntarnos: ¿qué es exactamente un mercado libre?

Asumiendo que sabemos lo que es un mercado, el meollo de la pregunta descansa sobre lo que entendemos por libre. En el contexto de la sociedad, libertad significa libre de coerción por parte de otros. En un sentido más específico significa la ausencia de presiones coercitivas dañinas. Una persona es libre cuando puede comprar, producir y vender cualquier bien o servicio que desee, sin ninguna intervención arbitraria por parte de los demás. El mercado es libre cuando todos los individuos que participan en él gozan de dicha libertad.

En un mercado libre, las transacciones son voluntarias. Un mercado deja de ser libre según el grado en el que la gente queda obligada a producir de acuerdo con un método decretado de antemano o quedan obligados a negociar a un precio o cantidad fijada, o a donar parte de sus ganancias o utilidades para financiar obras de beneficencia de carácter político.

Los opositores al mercado libre frecuentemente critican las desigualdades de riqueza que el mercado libre engendra. Una premisa con la que generalmente concuerdan es en la igualdad moral de todos los hombres, que todos los hombres gozan de los mismos derechos. La igualdad moral significa que nadie es libre de imponer a los demás sus creencias, valores o deseos, porque las creencias, valores o deseos de una persona valen tanto como los de cualquier otra.

Esto significa que si cierta persona opina que ciertos artículos deberían de producirse, no tiene ningún ascendiente moral que le permita obligar a otros a aceptar su creencia particular. Cada persona tiene su propia personalidad y sus propias necesidades y deseos, e igualdad moral significa que cada persona tiene igual derecho a decidir cómo desea vivir, incluyendo su trabajo, y qué desea comprar o vender.

Es así como el principio básico moral compatible con la igualdad moral es que nadie puede imponer su voluntad personal sobre los demás. Uno puede hacer uso de la fuerza únicamente en defensa propia. De lo contrario, hacer uso de la fuerza es inmoral, lo cual significa que la gente tiene derecho a hacer aquello que no constituye coerción dañina sobre los demás. Las acciones que no constituyen coerción sobre los demás son moralmente buenas o, por lo menos, no son dañinas desde el punto de vista de la sociedad. Por ejemplo, si alguien se dedica a la venta de cigarrillos, podría acusársele de vender algo dañino a la sociedad, pero como la compra es voluntaria, no existe coerción y por lo tanto no puede condenársele por inmoral.

Puesto que un mercado libre es por definición libre de coerción, resulta que un mercado libre tiene que ser moral; sin coerción no puede ser moralmente malo desde el punto de vista social. Si a algunas gentes no les place la adjudicación de recursos en un mercado libre particular, tienen derecho a disfrutar de sus opiniones, pero no tienen derecho a imponérselas a la fuerza a los demás. Aunque estén ellos en número mayoritario, los oponentes al mercado libre que creen que las ganancias no son buenas o que las desigualdades financieras son malas, no tienen derecho a obligar a los demás a que se adhieran a sus creencias. De manera que no sólo es moral el mercado libre, sino que cualquier otro arreglo económico es básicamente inmoral, ya que necesariamente conlleva coerción.

En un mercado libre, los bienes y servicios valen lo que la gente opina que deben valer y lo que están dispuestos a pagar por ellos. El mercado libre es el único que permite a la gente actuar según sus deseos personales. Igualdad moral no significa igualdad de derecho a los bienes producidos a través del proceso económico, sino igualdad de derecho a estar libres de coerción por parte de los demás.

La intromisión gubernamental en la economía no sólo es innecesaria y causante de pérdidas, sino que también es inmoral desde el punto de vista ético, tan inmoral como lo son el robo, el secuestro y las transgresiones cuando los comete un individuo en lo particular. Claro está que los mercados también pueden ser coercitivos sin necesidad de la intervención gubernamental. La esclavitud, por ejemplo, no es una institución del mercado libre, ya que los esclavos no están vendiendo su trabajo voluntariamente. Pero el esclavizar y otras medidas coercitivas generalmente han sido puestas en práctica con la sanción del

gobierno. Los monopolios estatales y las industrias que gozan de protección contra la competencia son coercitivos, no sólo en que nos obligan a mantener a las burocracias ineficientes y superfluas y a pagar precios más altos, sino que violan nuestro derecho de perseguir nuestros propios intereses.

Los que se oponen a los mercados libres y hacen uso del poder del gobierno para imponer sus doctrinas personales, están imponiendo sus puntos de vista sobre los demás como si ellos fueran superiores moralmente al resto de nosotros.

Una economía libre es parte de una sociedad en la que cada cual puede vivir según sus propios valores. Una sociedad dispone de un mercado libre por la misma razón por la que goza del derecho de libre expresión y del derecho de poder seleccionar su propio estilo de vida, porque la gente tiene el derecho de estar libre de coerción en todas las áreas de su vida. Los opositores al mercado libre están equivocados no sólo en sus argumentos sobre la moralidad, sino también en las alternativas que proponen, las cuales son coercitivas.

El argumento en pro de la libertad económica está fundamentado en una base moral sólida: el mercado, libre de toda coerción, es la única forma ética del mercado.

Tomado de: The Freeman, abril de 1978.

Tradujo: Hilary Arathoon.