

CARLOS  
PEÑA



LO QUE  
EL DINERO  
SÍ PUEDE  
COMPRAR

taurus  
T

## Índice

Cubierta

Introducción

1. La experiencia y los desafíos vitales del mercado

2. La incomodidad del mercado

3. El papel del dinero y el mercado en las relaciones sociales

4. Algunas conclusiones

Bibliografía

Notas

Créditos

## Introducción

La transición chilena (el período que siguió a la dictadura que había llevado a cabo la revolución capitalista) estuvo marcada por frases y momentos memorables. Uno de ellos, que reveló cuán profundo había sido el cambio que Chile comenzaba a experimentar, y cuán difícil sería comprenderlo, fue una declaración del presidente Patricio Aylwin, quizá el político más prestigioso del último medio siglo: «Nunca he ido ni pondré un pie en un mall», declaró en 1993 al responder una invitación para inaugurar uno. «Lo encuentro [...] una ostentación de consumismo», agregó después.

El presidente Aylwin, así como millones de personas de su generación, resistía, pero al mismo tiempo impulsaba, la expansión del consumo que el mall representaba.

Veinte años más tarde Chile se había convertido en uno de los países de la región con más metros cuadrados de mall por habitante, solo antecedido por Estados Unidos y por Canadá,<sup>1</sup> y para el año 2021 se aprestaba a agregar un millón de metros cuadrados más.<sup>2</sup> Ya el 2012, apenas treinta años después de la inauguración del primer mall santiaguino, y a pesar de esas resistencias, la experiencia de ir al mall constituye un paseo habitual para millones de familias que ven allí el sustituto de la plaza, un lugar donde se consumen bienes, se practica la comensalidad, se asiste al cine e incluso (como proclama la publicidad de uno de ellos) se vive la cultura.<sup>3</sup> Uno de esos malls está situado en la torre más alta de Sudamérica, y quienes pasean por él vitrinean, se miran en los escaparates o simplemente caminan por sus pasillos o se muestran; provienen de todos los sectores de Santiago gracias al Metro, una de cuyas estaciones llega ahí mismo. Y mientras la Plaza de Armas, el centro cívico

de la ciudad, congrega a emigrantes peruanos y haitianos que van allí a buscar datos de trabajo o hacer llamadas telefónicas baratas, el mall Costanera Center reúne a miembros de todas las clases sociales, superando con creces al centro cívico o la Plaza de Armas, el sitio que circundan la Catedral, la Municipalidad y el Museo Histórico.

En consonancia con la cultura que el mall parece haber desatado, el año 2010 se declaraba como monumento histórico un gigantesco aviso publicitario de una conocida marca de champaña y otra de calcetines,<sup>4</sup> reconociéndose así que la memoria colectiva e identitaria parecía estar atada al consumo.

Sin embargo, algo ocurrió por esos mismos días.

Cerca del aniversario del primer mall construido en Chile y de la celebración del consumo como monumento nacional, el presidente Piñera, el segundo presidente de derecha elegido democráticamente en más de un siglo declaraba, a propósito de las protestas estudiantiles que entonces encendían las calles, y mientras inauguraba la sede de un importante instituto profesional, que la educación era «un bien de consumo»:

requerimos en esta sociedad moderna una mucho mayor interconexión entre el mundo de la educación y el mundo de la empresa, porque la educación cumple un doble propósito: es un bien de consumo.

La declaración —que subrayaba el hecho de que la gente suele apropiarse los beneficios de la educación y mejorar su renta— parecía adecuada a una sociedad cuya cultura aparentaba estar cómoda con el mercado; pero, sorprendentemente, desató una ola de críticas, las cuales se unieron a las quejas por el lucro y la emblemática frase desató un debate que continúa hasta hoy: ¿acaso el mercado no tenía límites?

Se instaló así en la sociedad chilena, en sus círculos intelectuales y en la prensa, una discusión interminable que, con distintos niveles de elaboración intelectual, expresa el que parece ser un rasgo persistente de la modernización de Chile, una cierta inconsistencia: la

aparición de una muy extendida cultura del consumo y satisfacción por el bienestar material, pero al mismo tiempo la sospecha de que hay algo valioso que se escurre cuando se lo alcanza.

Esa sensación ambivalente en una sociedad que se moderniza, ha sido detectada ampliamente por la literatura. Dentro de las reflexiones clásicas sobresalen los trabajos de Georg Simmel y Émile Durkheim, quienes siempre vieron en la modernidad capitalista (a cuya consolidación ellos asistieron) una ambivalencia: mayor individuación y libertad, pero al mismo tiempo agobio y anomia; un crecimiento del bienestar, pero a la vez mayor especificidad de los bienes y una disonancia cognitiva cuando se los adquiere; ensimismamiento en la propia vida, pero al mismo tiempo lejanía de las instituciones. ¿No es todo eso lo que se vive cotidianamente en Chile?

A pesar de que las sociedades, como los individuos, gustan creer que sus experiencias son únicas, que les acontecen a ellos por vez primera y a nadie más y que, por lo mismo, la reacción frente a ellas es también inédita, así como su solución, la verdad es que al menos en lo que se refiere a las sensaciones que provocan el mercado moderno y el consumo, no parece haber nada nuevo bajo el sol. Una amplia literatura muestra que muchas de las cosas que hoy día encienden el debate —desde el rechazo al lucro hasta los límites del mercado— han acompañado a la sociedad moderna desde sus inicios.

Por supuesto, la antigüedad de esas ideas y sensaciones no es una prueba de su error; pero revisarlas, y aprender de los textos que las han formulado o criticado, puede ayudar a comprender mejor el fenómeno que enfrentan las sociedades que, como la chilena, han experimentado un rápido proceso de modernización.

Este ensayo trata, pues, del lugar que poseen el dinero y el mercado en la sociedad contemporánea.

En el debate actual suelen achacarse multitud de males al mercado y a la búsqueda de dinero, especialmente males morales. La estela de incomodidad que producen los procesos de modernización se atribuyen así al mercado, al apetito de lucro, a la omnipresencia

del dinero, dejándose ver la sugerencia de que si esas cosas aminoraran su presencia en la vida, si estrecharan el papel que cumplen, todo iría mejor, la sociedad estaría más cohesionada y la vida sería más plena. Si bien nadie hoy parece creer que puede haber un mundo sin mercado —como dijo Jameson y repite Žižek, parece más fácil imaginar el fin del mundo que el fin del mercado capitalista—, en todas esas críticas se desliza la idea de que en el horizonte histórico habría que imaginar un mundo en el que este tipo de instituciones dejen de tener el lugar que hoy poseen dando paso, más bien, a un autogobierno colectivo donde, en vez del intercambio, sea el diálogo el que conduzca la vida de todos.

Como todas las escatologías, esa idea (lo mismo que su rival, la idea del mercado total) padece el error de creer que en la vida se puede disponer del lado bueno de las cosas y sacudir de una vez por todas lo malo. La autonomía personal y la libertad de configurar la propia vida, así como la libertad política, muestra una larga experiencia, dependen en parte importante de la existencia del intercambio más o menos libre y de la expansión del consumo. La antropología, como se sostendrá más adelante en este libro, muestra que lo que se cree perdido en el ámbito del consumo —la preocupación por los otros, la búsqueda de sentido— en realidad adquiere con él una nueva forma.

Este libro indaga en esos significados importantes para la vida moderna que la actual crítica al mercado y al dinero ha oscurecido. No se ocupa —al menos no principalmente— de los defectos de justicia que esas instituciones pueden acarrear cuando se las deja entregadas a sí mismas, sino que se detiene en la significación antropológica y sociológica, por llamarlas así, que poseen. Deja entre paréntesis la evaluación normativa de estas instituciones para indagar en el significado que poseen o que la literatura les atribuye. Y su objetivo es mostrar de qué forma las críticas que se dirigen a ellas sin considerar esa significación incurrir en un simplismo que perjudica su verdadera comprensión.

Un breve rodeo permitirá advertir cuál es exactamente el proble-

ma del que este texto se ocupa.

El principal efecto que acarrear los procesos de modernización capitalista es la expansión del consumo de bienes materiales y simbólicos. En las sociedades que los experimentan, el dinero es capaz de comprar cada vez más y más cosas, al extremo de que, como dice un autor, el amor (el cuidado del otro, los vínculos) se hace en los supermercados. Y si ese proceso de modernización se desató por reformas orientadas al mercado —como fue el caso de Chile, como ocurre hoy día en Perú y en alguna medida en Brasil, y antes en países como España—, entonces la expansión del consumo está atada a fuertes procesos de individuación y de intercambio. Las rutinas que contemplan comprar bienes de toda índole como forma de diversión, de sociabilidad y de logro de estatus, pasan a ser parte del *ethos* de las personas y de las familias.

El fenómeno adquiere, además, características peculiares cuando va acompañado de reformas orientadas al mercado en ámbitos como la educación, las carreteras, la salud o las pensiones, que inspiradas en lo que, a veces con fines polémicos, suele llamarse neoliberalismo, parecen inundar con mecanismos monetarios de intercambio todos los intersticios de la existencia.

Así las cosas, de pronto ocurre un fenómeno que si bien, como veremos, no es inédito, requiere un cierto análisis. Se trata del rechazo al dinero como mediador de las relaciones sociales y del mercado como mecanismo de cooperación social. Esta reacción reviste varias formas, desde el rechazo al lucro en algunos ámbitos de la vida social hasta el rechazo al mercado (como el que, se recordaba al inicio, formuló el presidente Aylwin). Y en todos los casos suele esgrimirse una suerte de queja con fundamento moral.

A pesar de que la evidencia muestra que los procesos de modernización capitalista incrementan el bienestar de las mayorías históricamente excluidas (Chile es en esto una prueba palmaria), una vez que eso se alcanza se produce una paradoja: comienza a expandirse un rechazo al dinero y al mercado como si la actuación en esos ámbitos fuera algo que degradara lo verdaderamente humano, una

práctica que enajenara y alejara a las personas de su verdadera índole. Hay varias razones, por supuesto, que permiten explicar este fenómeno. Los procesos de modernización capitalista suelen mejorar el bienestar y la movilidad intergeneracional de manera más o menos rápida, pero mantienen o mejoran de forma muy lenta el coeficiente Gini; la expansión del dinero como mediador de las relaciones sociales aligera estas últimas y suele hacerlas más impersonales y más frías; el deterioro de los grupos de pertenencia que es propio de la modernización empuja a los individuos a crear vínculos voluntarios siempre frágiles que no logran curar del todo la pérdida de los vínculos familiares estables, de la previsibilidad del barrio, del consuelo y el abrigo de la Iglesia.

Se vive mejor, pero también se vive más a la intemperie.

Con todo, los procesos de modernización no solo están acompañados de esa sensación de desasosiego frente al uso expansivo del dinero y el mercado; al mismo tiempo están rodeados de una sensación de satisfacción frente al propio bienestar y la movilidad que se ha experimentado. Suelen, pues, estar en medio de una paradoja: hay, es cierto, una sensación de malestar con las rutinas del consumo y del mercado; pero al mismo tiempo, todos, y a veces especialmente los más críticos, las practican con riguroso entusiasmo como si encontraran un cierto deleite en aquello que, según declaran, los extravía. El dinero y el mercado parecen ser, por tanto, lo que la literatura psicoanalítica llama «lo abyecto»: aquello que, a la vez, atrae y distancia.

A lo anterior se agrega que si bien el proceso de expandir el consumo y el mercado tiene grandes ventajas, tradicional e históricamente ha tenido mejor prensa la literatura que ha subrayado sus defectos.

Esta historia de las quejas contra el mercado y el dinero (ecos de la cual se escuchan con frecuencia hoy) principia, como casi todo, con Aristóteles.

En el libro primero de la *Política*, Aristóteles sugiere distinguir en-



tre la economía y la crematística, entre el arte de satisfacer las necesidades y el arte de ganar dinero:

cosas distintas son la crematística y la riqueza según la naturaleza: esta es la administración de la casa; aquel otro arte del comercio, en cambio, es productivo en bienes, no en general, sino mediante el cambio de productos, y ello parece tener por objeto el dinero, ya que el dinero es el elemento básico y el término del cambio. Esta riqueza sí que no tiene límites, la derivada de esta crematística.<sup>5</sup>

La opinión de Aristóteles (que Marx, como lo muestra la *Contribución a la crítica de la economía política* de 1859, tuvo en muy alta estima) es que mientras la economía doméstica tiene límites puesto que busca satisfacer necesidades, la crematística, el arte de ganar riqueza, no los tiene. Así esta última, el arte de la compra y venta, debe ser censurada, «pues no es conforme a la naturaleza sino a expensas de otro»:

y muy razonablemente es aborrecida la usura, porque, en ella, la ganancia procede del mismo dinero, y no de aquello para lo que este se inventó [...] lo generado es de la misma naturaleza que sus generadores, y el interés es dinero de dinero; de modo que de todos los negocios este es el más antinatural.<sup>6</sup>

La opinión de Aristóteles fue seguida por Santo Tomás para quien, al igual que para el primero, el dinero no crea valor. Lo que ocurriría, en su opinión, es que el dinero no es un bien, como lo explica a propósito del pecado de la usura:

Recibir interés por un préstamo monetario es injusto en sí mismo, porque implica la venta de lo que no existe, con lo que manifiestamente se produce una desigualdad que es contraria a la justicia [...]. El dinero, según el Filósofo, en [el libro V de su] *Ethic.* y en [el libro I de su] *Polit.*, se ha inventado principalmente para realizar los cambios; y así, el uso propio y principal del dinero es su consumo o inversión, puesto que se gasta en las transacciones. Por consiguiente, es en sí ilícito percibir un precio por el uso del dinero prestado, que es lo que se denomina la usura. Y del mismo modo que el hombre ha de

restituir las demás cosas injustamente adquiridas, también ha de hacerlo con el dinero que recibió en calidad de interés.<sup>7</sup>

Desde este punto de vista, el cambio en el mercado tiene una función puramente instrumental —satisfacer las necesidades—, de manera que cuando se lo utiliza nada más que para generar más dinero, sin atender a aquellas, su finalidad natural se pervertiría. El planteamiento de David Ricardo y más tarde de Karl Marx según el cual la verdadera fuente del valor es el trabajo —de manera que el dinero o el intercambio no crearían valor—, está en línea con este viejo planteamiento. No es, en efecto, difícil ver en esas opiniones de Aristóteles algunas de las ideas que Marx va a exponer más tarde al describir la forma en que el dinero se convierte en capital y la comparación que él hace entre la circulación simple (donde el dinero se emplea para adquirir una mercancía que satisface necesidades) y la circulación capitalista (donde el dinero se cambia por mercancía y esta última por más dinero). En la circulación capitalista, el dinero aparentemente crea valor; pero lo que ocurre, observa Marx, es que hubo una apropiación del plusvalor en la esfera de la producción. El secreto del capital (del hecho de que el dinero cree más dinero) sería la plusvalía. Al ignorar ese secreto, los seres humanos no se reconocerían en el mundo de las mercancías y les atribuirían a ellas características que son humanas. La mercancía sería así un objeto, observa Marx, «físicamente metafísico», un fetiche.

Como se sabe, la opinión de Marx es que el desarrollo de las fuerzas productivas permitirá escapar de ese fetichismo y volver a una economía de las necesidades del tipo que imaginó Aristóteles, aunque sin escasez (según se puede leer en *La ideología alemana* o la *Crítica al programa de Gotha*). Las afirmaciones de Marx acerca del fetichismo de las mercancías o el discurso de Marcuse acerca de la enajenación mediante el consumo de bienes que no satisfacen necesidades verdaderas, o todavía antes las opiniones de Rousseau, según las cuales la sociedad disocia el ser del parecer, tienen, en

efecto, algo del diagnóstico aristotélico según el cual el dinero entregado a sí mismo y sin control acaba torciendo la naturaleza.

Por supuesto esa tradición que ve en el dinero un dispositivo que corroe los vínculos sociales y deshace algo de lo humano —todo lo cual se acentuaría, por cierto, en la modernización capitalista—, no es la única posible de encontrar en la literatura.

Hay otra amplia tradición, tanto o más influyente que la anterior, según la cual el cambio y el mercado son extremadamente beneficiosos para los seres humanos, puesto que estimulan la creación de riqueza y favorecen la satisfacción del más amplio número de preferencias. Según este punto de vista (cuyas raíces, como se verá más adelante, se encuentran ya en el siglo xvi) el mercado permitiría, más que otras formaciones sociales, la soberanía del individuo, al extremo de que la libertad política, la posibilidad de trazar y perseguir planes de vida propios sin injerencia del estado, dependerían del mercado moderno. El mercado y el cambio serían, así, un ejemplo perfecto de la heterogonía de los fines: el egoísmo trastocado en bienestar general, como lo sugirieron Mandeville y Adam Smith. Para esta tradición el dinero crea valor y al mismo tiempo homogeneiza la pluralidad del mundo permitiendo así la cooperación. Disminuye los costos de transacción al establecer una medida común para bienes intrínsecamente distintos, permite reflejar la intensidad de las preferencias de la gente, comparar escalas que son inconmensurables, transmitir información mediante el sistema de precios, etcétera.

En la actual cultura pública —ese aspecto de la cultura que se relaciona reflexivamente con las instituciones— conviven, en alguna medida, ambos puntos de vista. Tanto el que ve en el dinero un ácido que disuelve parte de las cosas valiosas de este mundo y otro que piensa, más bien, que contribuye a crearlas.

Si bien los países que han experimentado procesos de modernización, lo han hecho empleando mecanismos de mercado —sea porque estimularon la aparición del mercado en amplias esferas de la vida, sea porque emplean mecanismos que lo simulan como ocu-

re con las licitaciones de obras públicas—, en todos ellos el triunfo del mercado, la expansión del consumo y la mejora en las condiciones materiales de la existencia convive, en efecto, con un malestar y una cierta queja moral, de la índole, entre otras, de la que ha escrito Michael Sandel, acerca del cambio y del dinero. No se trata, por supuesto, de una queja nueva. Ella viene de muy antiguo, según ya se puede constatar en los estoicos y sus reclamos de una vida natural o en el republicanismo romano, alabado por Maquiavelo, que siempre creyó que el cambio que estimulaba la búsqueda de riqueza acababa apartando a los ciudadanos de una vida virtuosa. La novedad es que esa queja aparezca hoy en medio de la modernidad radicalizada y plural. Se insiste en que la expansión del mercado y el dinero deteriora los vínculos sociales y hace perder el sentido de totalidad que requiere una genuina cultura cívica. Esa sensación de pérdida suele coexistir con una gran satisfacción, especialmente de las capas medias recién ascendidas, con su vida personal y la movilidad que han experimentado.

Es como si la expansión del mercado reuniera, en la sensibilidad pública, en el ruido soterrado de la opinión pública, aquello que subrayaron Aristóteles y Karl Marx, por una parte, así como Adam Smith y Bernard Mandeville, por la otra. Todo a la vez. El desencanto y la satisfacción.

Esa sensación ambigua que produce la expansión del mercado es reflejo, sin duda, de la índole ambivalente de la propia modernidad. Uno de los autores que mejor capturó esa índole ambivalente y que lo hizo, justamente, a propósito del análisis del dinero, fue Georg Simmel.

El surgimiento de una economía estrictamente monetaria, advirtió Simmel, favoreció las interacciones humanas en un muy alto nivel de abstracción, con un mínimo de esfuerzo comunicativo. Mientras en una sociedad tradicional usted establece intercambios que comprometen su identidad y su memoria, en una economía estrictamente dineraria usted puede, como va a insistir más tarde Luhmann, entablar relaciones sociales de intercambio y de cooperación poniendo

entre paréntesis el mundo de la vida al que pertenece, ocultando, a fin de cuentas, el sujeto que usted es. Este rasgo favorece que, en este tipo de economía, las diversas formas de vida puedan intercambiar y cooperar entre sí en condiciones de igualdad. Pero es fácil advertir que, al mismo tiempo, el uso del dinero se convierte en un formidable destructor de las relaciones comunicativas tradicionales. El dinero, al no necesitar del mundo de la vida, por el nivel de abstracción que supone, corroe las tradiciones y formas de existencia en las que el individuo estaba emboscado y protegido y permite que, desprovisto de esas referencias que lo abrigan, deba ahora salir desnudo a la luz.

En este sentido, el dinero parece poseer un poder subversivo y transformador, en la medida que permite que el individuo salga a la intemperie, luego de estar mimetizado, e invisible, en medio de una compleja trama de estratos sociales, tradiciones y costumbres, que si bien le brindaban seguridad, también ahogaban su capacidad de autorrealización.

El dinero y el mercado hacen posible, entre otras cosas, según enseña la literatura, al propio sujeto moderno. La abstracción cada vez más radical que el dinero hace posible —siendo una especie de código vacío capaz de representar cualquier valor—, crea un ámbito donde florece la subjetividad, ese sujeto a solas consigo mismo que llamamos libertad o autonomía. Esas cosas que el dinero hace posibles han sido destacadas por la antropología y la sociología al extremo de que puede afirmarse que sin una comprensión del papel social del dinero y el mercado, sin identificar las cosas que el dinero permite comprar, desde bienes materiales a aspectos simbólicos como el estatus, es muy difícil entender los procesos de modernización y el tipo de sociedad en la que vivimos.

Como es sabido, el intercambio es un principio constitutivo de las sociedades humanas y en él hay significados profundamente sociales. En la especulación de Lévi-Strauss o Freud, por ejemplo, la exogamia, fruto de la prohibición del incesto, habría instituido la obligación del intercambio de mujeres, el principio básico de la circulación

de bienes que subrayará también Marcel Mauss en su estudio sobre el don. El intercambio de mercancías, y el dinero que lo representa y le sirve de vehículo, tendría un cierto origen libidinal y estaría enraizado en la cultura humana. Así lo pondría de manifiesto el origen de la moneda. Su etimología (de *Moneta*, otro nombre de la diosa Juno) remite a la vez a la figura femenina y al culto sacrificial, ese rito de intercambio entre los hombres y los dioses con que se instituye la separación entre lo sacro y lo profano que estaría en la base de la cultura humana. De ahí entonces que el dinero habría sido en sus orígenes el sustituto, el vicario de la víctima sacrificial que era el símbolo y la raíz de la cohesión social. Solo más tarde el valor de uso más estimado —el ganado, el tabaco, etcétera, según cual fuera la sociedad del caso— habría desempeñado el papel del dinero hasta llegar a la abstracción que es propia de las sociedades modernas.

Sin embargo, la abstracción que el dinero ha adquirido en las sociedades modernas no implica que el dinero y el intercambio mercantil hayan perdido las funciones sociales que poseen, ellas solo se han hecho menos obvias, alejadas de las relaciones sociales en donde tienen su origen y a las que expresan.

Por supuesto sería absurdo pensar que el mercado —la economía dineraria en la forma que ha alcanzado en el moderno capitalismo— está exento de cualquier crítica moral. Desde luego las admite y así lo reclama el lugar que posee en el mundo contemporáneo. El mercado y el consumo se han constituido en una parte de la esfera pública, del mundo que tenemos en común, en el mercado circulan bienes simbólicos que nos permiten disponer, siquiera fugazmente, del reconocimiento, y el consumo es una de las formas modernas con que expresamos también, según lo muestra la antropología, el cuidado del otro. Son esas características que inundan hoy la vida cotidiana las que hacen relevante someter a evaluación moral al mercado; pero ninguna evaluación moral puede ser llevada adelante sin dilucidar primero las características que el dinero y el mercado poseen y los bienes que permiten proveer.

De exponer esas características y esos bienes se ocupa el texto que sigue, mostrando cuán complejo es pensar el papel de una institución social, como el dinero o el mercado, sin atender al lugar que poseen en la experiencia humana.

En las páginas que siguen hay nombres que se repiten y argumentos sobre los que se vuelve una y otra vez. Y es que los nombres de Marx y Polanyi a la hora de criticar al mercado capitalista; los de Friedrich von Hayek o Ronald Coase a la hora de defenderlo; los de Jean Baudrillard o David Miller cuando se trata de describir la experiencia que producen el consumo y el uso del dinero, son inevitables. Cada uno de ellos tuvo hacia el mercado la actitud ambivalente que caracteriza a la cultura moderna. Marx escribió su crítica en *El Capital*, pero en el *Manifiesto comunista* no pudo evitar la alabanza; Polanyi formuló un análisis devastador de la utopía del mercado, pero se cuidó de distinguirla del mercado como forma de economía real; Baudrillard acentuó la pérdida de realidad que provoca la circulación de mercancías, pero no oculta la fascinación que le produce y el sentido de impotencia frente a ella; Miller describe como ninguno el significado del consumo, pero subraya también hasta qué punto quien consume se extravía en las cosas. Y en medio de esos nombres aparece Michael Sandel una y otra vez, cuya llamada de atención acerca de aquello que el dinero no puede comprar, sirvió de guía inicial a este libro y su título.

En efecto, Michael Sandel en *Lo que el dinero no puede comprar* sugirió que hay ciertas cosas que cuando se intercambian mercantilmente se corrompen. Este libro se ocupa también de las cosas que el dinero y el mercado hacen posibles, las cosas que el dinero, por decirlo así, puede comprar.

Lo que enseña la literatura, parte de la cual este libro analiza, es que no es posible concebir la sociedad moderna sin la extensión del mercado y la expansión del consumo; aunque, como se explica hacia el final, nada de esto debe conducir al exceso de pretender privar de autonomía a la política, concibiéndola nada más que como un remedo del mercado. De alguna manera las sociedades moder-