

Título: *El Precio de la Moralidad: Un análisis de Personalidad, Comportamiento Moral, y Reglas Sociales en Términos Económicos.*

Autor: *Tobías Gossling*

Fuente: *Journal of Business Ethics, Vol. 45, pp. 121-131, 2003.*

Categoría: *Ética y Economía*

Tobías Gossling argumenta que la moralidad está principalmente ligada a una cultura de sociedad, donde la eficiencia de la moral individual depende profundamente de las condiciones sociales. El autor argumenta que, a pesar de no haber mercado físico para la moralidad, el valor de la moralidad depende de las fuerzas de la oferta y la demanda – como los precios de los bienes en los mercados tradicionales. Gossling cree que este precio está basado en la misma variable independiente, el conocimiento moral, y que este factor depende en gran parte de la calidad de las instituciones que funcionan en las sociedades. Por esta razón, el autor argumenta que las instituciones sociales tienen que invertir y promover el conocimiento moral por medio de mejores sistemas de educación y discurso. Para ilustrar esto, Gossling se centra en el papel de la moralidad en términos económicos, analiza el poder de las instituciones sociales, y examina ejemplos de mercados reales basados en razonamiento moral.

A pesar de que es imposible establecer un precio de mercado para la moralidad, es claro que la moralidad tiene un costo. La moralidad afecta no sólo al costo del comportamiento individual, sino también a su rentabilidad. Por ejemplo, una persona puede elegir la opción A en lugar de una opción B, menos costosa, debido a que la opción A posee una mayor connotación moral. El elegir la opción A por su connotación moral puede conllevar a la felicidad propia del individuo por haber elegido la opción “correcta”. En contraste, “la moralidad como una convicción individual aumenta el costo del comportamiento inmoral, imponiendo el costo de una mala conciencia” (125). Gossling define la moralidad como un criterio de medida no-económica, pero argumenta que las decisiones pueden tener consecuencias económicas y morales. Claramente, la medición de consecuencias morales es un desafío: la moralidad no es fácil de medir o comparar como un costo económico.

Gossling emplea la teoría de los niveles de moralidad de Lawrence Kohlberg para ilustrar los escenarios individuales de razonamiento para la toma de decisiones. El autor diferencia entre comportamientos motivados extrínsecamente e intrínsecamente. Los tres niveles de la teoría son: 1) pre-convencional, en donde las acciones están motivadas por un comportamiento individual; 2) convencional, en donde las personas reaccionan a los incentivos de recompensa y castigo proporcionados por su sociedad; y 3) post-convencional, en donde los individuos siguen reglas morales porque están convencidos de su valor universal. Los primeros dos niveles se refieren a los comportamientos motivados extrínsecamente mientras que el tercero se refiere a un sentido de motivación intrínseco. El enfoque de Gossling pertenece al último nivel.

Como resultado de las experiencias en común y las observaciones del comportamiento, los individuos pueden elaborar conclusiones sobre el posible comportamiento futuro de las interacciones de sus socios en el mercado. La moralidad ayuda a elaborar estas conclusiones. Gossling sugiere que la moralidad es semejante a un aditivo en mercados convencionales, sirviendo de propósito similar al de las sanciones, seguros, monitoreo y garantías. “La confianza en la cooperación de los socios es un equivalente funcional a las seguridades, pero mucho más barato. Cada vez que una interacción es más confiable, los costos de la transacción son más bajos” (127). La comunicación efectiva puede arruinar la reputación de los desertores y también las posibilidades de estos para realizar futuras transacciones e interacciones. Gossling argumenta que para los individuos es racional comportarse en caminos que no dañen su reputación, validando este comportamiento defensivo bajo dos condiciones: 1) los mercados deben ser suficientemente transparentes para que los individuos puedan observar el comportamiento ajeno y poder comunicar este comportamiento; y 2) los individuos que formen estas redes de relación deben estar dispuestos a efectuar sanciones a los posibles desertores.

Gossling cree que la reforma institucional que promueve un discurso moral continuo va a posibilitar que las instituciones se conviertan en una real fuerza positiva en la sociedad. De todas formas, ajustando incentivos claros para el comportamiento moral es algo costoso y difícil para los individuos y para las sociedades. El autor enfatiza que el discurso moral efectivo es solamente logrado por medio de conocimiento moral, es decir, haciendo valer la necesidad de excelentes sistemas educacionales. El autor cree que estos sistemas educacionales junto con filosofía moral van a reducir costos de transacciones entre individuos, gobiernos, y sociedad. Además, el autor sugiere que la aplicación de condiciones estrictas y sanciones efectivas para los comportamientos morales son la clave. Sea o no cierto que la moralidad retribuye económicamente, esto depende de las repercusiones establecidas por instituciones sociales. Y la eficiencia de moralidad individual, Gossling cree que todo depende en la efectividad de estas condiciones sociales.

Autor Resumen: Liliana Ubillus

Traducción: Daniel Zider

Abstracts Collection, Digital Library of the Inter-American Initiative on Social Capital, Ethics and Development
Colección de Resúmenes, Biblioteca Digital de la Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo
<http://www.iadb.org/etica>