

INDICE

Prólogo	13
Introducción: Una Visión del Liberalismo	
I. Ilustración, bienestar, libertad y moral	15
1. El milagro del mercado	20
2. La dominación controlada	21
3. El Doux Commerce	22
II. Crisis moral y autodestrucción: un veredicto sobre el liberalismo	23
1. La “ceguera” de la mano invisible	24
2. “El capitalismo conduce al fascismo”	24
3. La destrucción de la moral	25
III. ¿Una Nueva visión?	27
IV. Sociedad sin comunidad: la crítica externa	29
1. El argumento filosófico	30
2. El argumento ético	21
3. El argumento sociológico	32
V. El abismo ente la racionalidad individual y la colectiva: la crítica interna	33
1. Huida del mercado	35
2. La erosión de la democracia	36
3. Gorriones y bribones	38
VI. La herencia moral y religiosa	40
VII. La problemática de esta investigación	43
VIII. El modelo del Homo oeconomicus	46
IX. La marcha de la investigación	52
1. Maximización de Utilidad y Sujeción Normativa	61
I. Aprender de Max Weber	61
A. Racionalidad instrumental y racionalidad valorativa: un modelo dual de la acción	61
B. Fines y normas, valores ideales y utilidad subjetiva	62
C. Homo economicus y Homa sociologicus	67
D. Del Homo sociologicus al Homo politicus	67
E. ¿Homo economicus & Homo socialigicus = Homo sapiens?	72
II. El modelo del maximizador disposicional de utilidad	75
A. Maximización situacional y disposicional de utilidad	75
B. La libertad para la no libertad	76
C. La utilidad de la sujeción normativa: el “test de racionalidad”	77
D. Los límites de la capacidad de autovincularse	81
E. El modelo psicológico de la acción y el modelo sociológico de la acción	83
2. Sujeción Normativa y Surgimiento de las Normas	
I. Las normas personales como instrumentos de autocontrol, reglas empíricas y virtuales	87
A. Planteamiento del problema	87
B. Las normas personales como instrumentos de autocontrol	88
C. Las normas personales como reglas empíricas	90
D. Las normas personales como virtudes	94
II. Las empresas Cooperativas como Situaciones Generadores de	100

Normas	
A. Acciones colectivas y organización entre maximizadores situacionales de utilidad	100
B. Empresas cooperativas	105
C. Empresas cooperativas, autocontrol y reglas empíricas	107
D. Empresas cooperativas, virtud y reputación	110
3. Simulación y Confianza	
I. Apariencia y ser	116
II. El maximizador disposicional de utilidad como “truhán refinado”	117
III. Costes y riesgos de la simulación	119
IV. Los costes personales de la simulación	120
A. Costes objetivos	120
B. Costes subjetivos	122
V. La integridad personal como bien individual	124
A. La imagen de los demás y la imagen de uno mismo	124
B. Relaciones interpersonales auténticas	125
C. Intereses instrumentales e intereses expresivos	128
D. La importancia de los intereses expresivos	129
VI. Los riesgos personales de la simulación	131
A. La pérdida de la reputación y del estatus	131
B. Consecuencia de la pérdida de reputación	132
C. La probabilidad del desenmascaramiento	133
E. Acrasia, estrés y complejidad	135
F. Síntomas	137
VII. Costes y Riesgos de la Simulación en Contextos Específicos	139
VIII. La simulación en las empresas cooperativas	140
A. la “empresa tipo”	140
B. Alto riesgo para el estatus	141
C. El alto valor de la integridad personal	144
D. La inevitabilidad de los síntomas	145
E. Alta complejidad de la situación de decisión	147
F. ¿Por qué existen simuladores en las empresas cooperativas?	149
4. Punto de Vista Moral e Identidad Moral	
I. Orden social regional y global	160
II. El alcance de la moral y la virtud: ¿Universalismo o particularismo?	163
A. Alcance ilimitado y alcance limitado de una norma	163
B. Generalización y punto de vista moral	164
C. El punto de vista moral desde la perspectiva de los destinatarios y de los interesados en las normas	166
III. Normas substanciales y normas contingentes	171
IV. Normas substanciales y normas contingentes desde la perspectiva de los interesados en ellas	174
A. La estrategia de la discriminación	174
B. Los riesgos de una estrategia de discriminación	176
1. La correspondencia entre los intereses en el cumplimiento de la norma y las condiciones de aplicación	176
2. El punto de vista moral como astucia de la razón	179
V. Las normas substanciales y las normas contingentes desde el punto de vista del empresario	181

A. Criterios de discriminación e interese de cooperación	181
B. Sociedades cerradas y sociedades abiertas	184
1. Sociedades cerradas	184
2. Sociedades abiertas	188
VI. Poder y Controles Sociales	195
A. Interese de cooperación y explotación	195
B. Relaciones desiguales de poder	196
C. Relaciones neutralizadas de poder	198
D. Controles sociales	200
VII. La identidad moral	203
A. Normas personales y orden normativo personal	203
B. Identidad moral y orden social global	206
C. La identidad moral desde la perspectiva del empresario	210
D. Los principios del respeto interpersonal y de equidad social	212
VIII. El maximizador disposicional de utilidad como "personalidad moral"	218
5. El Mercado de la Virtud	
I. Moral, responsabilidad social y la actuación de la mano invisible	223
II. ¿Puede existir un mercado de la virtud?	229
III. ¿Puede surgir un mercado de la virtud?	233
IV. El milagro europeo	236
V. La visión del liberalismo y sus críticos	240
VI. La visión del liberalismo y el mercado de la virtud	245
VII. El mito de la comunidad	253
Bibliografía	261