

LA MAXIMIZACIÓN DEL BENEFICIO “PSÍQUICO” SEGÚN MURRAY N. ROTHBARD

Ricard F. Crespo
IAE Business School, Instituto de Filosofía (Universidad Austral) y CONICET

1. Introduction

En un artículo de 1957 publicado en el *Southern Economic Journal*, “In Defense of ‘Extreme Apriorism’” (republicado en *The Logic of Action I*, 1997), Murray Rothbard hace un análisis de una discusión metodológica entre Fritz Machlup y Terence Hutchison.

En este breve escrito quisiera hacer notar la introducción de un concepto, “el beneficio psíquico” como modo de defender a la praxeología del cargo de que el agente económico (consumidor o empresa) busca siempre maximizar el beneficio monetario. Al hacer esta precisión argumentaré que Rothbard sostiene una posición que conduce a mostrar la insignificancia de la praxeología a fines prácticos (algo que los praxeólogos de hecho no buscan, ya que su fin es sólo explicar, no conducir a una política económica diseñada).

Este es el texto (1997: 103-4):¹

Como se verá más claramente cuando trato a continuación acerca el axioma fundamental [praxeológico], esta suposición [que siempre se maximiza el beneficio monetario] de ninguna manera es una parte necesaria de la teoría económica. De nuestro axioma se deriva esta verdad absoluta: que toda empresa aspira siempre a maximizar sus beneficios *psíquicos*. Esto puede implicar o no maximizar su beneficio monetario. A menudo puede que no sea así, y ningún praxeólogo negaría este hecho. Cuando un empresario acepta deliberadamente menores beneficios monetarios para dar un buen trabajo a un sobrino al que no le va bien, el praxeólogo no se confunde. El empresario ha elegido simplemente aceptar una cierta reducción de su beneficio monetario para satisfacer su consumo – la satisfacción de ver bien a su sobrino.

Este texto es coherente con algo que señala unas páginas más adelante: “Es verdad que la *utilidad* no tiene un contenido concreto, porque la economía no se ocupa de los contenidos concretos de los fines del hombre, sino del hecho de que tiene fines”²(1997: 106).

El problema es que con esta ampliación del concepto de beneficio o utilidad el agente siempre estará maximizando, con lo que el concepto de maximización se convierte en un principio “metafísico” en el sentido de vacío de contenido empírico.

En efecto, hay que distinguir dos tipos de principios de maximización. Primero, el que llamo con Gabriel Zanotti (1997: 211) “metafísico”, que sostiene que todas las personas maximizan en cuanto que buscan unos fines en sus acciones. Rothbard, al ampliar la noción de beneficio de este modo, está de hecho usando esta noción de principio de maximización. En cuanto universal, no es refutable, pues, por definición, la acción humana es intencional. El segundo principio de maximización es el “empírico”, más estrecho, que es la maximización respecto a un criterio prefijado y que es refutable empíricamente. Aunque, de manera semejante al anterior, se pretende que este principio sea descriptivo. Pero como de hecho se refuta, algunos economistas sostienen que es un principio normativo. Esta normatividad, en cuanto manda alcanzar la mayor cantidad posible de un patrón commensurable denominado utilidad o valor, tiene la estructura propia de la ética utilitarista. Este uso normativo de la maximización por parte de los economistas puede dar lugar a una

¹ As will become clearer when I treat the Fundamental Axiom below, this assumption is by no means a necessary part of economic theory. From our Axiom is derived this absolute truth: that every firm aims always at maximizing its psychic profit. This may or may not involve maximizing its money profit. Often it may not, and no praxeologist would deny this fact. When an entrepreneur deliberately accepts lower money profits in order to give a good job to a ne'er-do-well nephew, the praxeologist is not confounded. The entrepreneur simply has chosen to take a certain cut in monetary profit in order to satisfy his consumption--satisfaction of seeing his nephew well provided.

² It is true that utility has no concrete content, because economics is concerned not with the content of a man's ends, but with the fact that he has ends.

apreciación no sólo empírica de este principio, sino también normativa. Analicemos estos significados uno por uno.

1. El principio “metafísico” hace un uso amplio de la palabra “maximización” que permite su identificación con las nociones de intencionalidad y racionalidad. Si todo acto intencional es racional y toda racionalidad es, por definición, maximizadora o auto-interesada, resulta que todo acto humano es necesariamente maximizador o interesado. Respecto a la identidad entre intencionalidad y racionalidad, no hay ningún problema: la consideramos absolutamente correcta, en la medida en que consideremos un concepto amplio de racionalidad³. El problema está en la identidad entre racionalidad y maximización que, o bien supone el uso del término “maximización” en un sentido metafísico ajeno al lenguaje ordinario, o bien implica una reducción del ámbito de la racionalidad.

Dicho en otras palabras, cuando se dice que los seres humanos son maximizadores o que actúan interesadamente (utilizaremos estas expresiones como equivalentes) se puede estar apuntando a cosas muy distintas. Una posible lectura de esta frase consiste en entender, simplemente, que toda acción humana es intencional, es decir, se realiza en pro de algo. Esta, sin embargo, lejos de ser novedosa, es una de las tesis más tradicionales de la filosofía. Todo agente obra por un fin y ese fin es algo que en algún sentido le parece bueno. Es una tesis tan antigua como Platón, que fue luego recogida por Aristóteles y una amplísima tradición intelectual. Los medievales, por ejemplo, distingúan entre actos humanos, aquellos que se realizan buscando conscientemente un fin determinado, y actos del hombre, donde el individuo es más bien receptor que agente de lo que sucede en él, pues no interviene su libertad. Es el caso del latir del corazón, la digestión y demás cosas por el estilo.

El problema de la maximización así entendida es que, en realidad, se limita a dejar constancia de un hecho notorio y no permite sacar mayores conclusiones. “Notorio” no significa aquí “irrelevante” ni tautológico: el hecho de que los hombres siempre actuemos buscando determinados fines es lo que permite que despleguemos nuestras capacidades y funcione toda la vida social. No es casual que las culturas que ponen énfasis en la suspensión de todo deseo sean muy poco propicias para el desarrollo económico.

Ahora bien, esta noción amplia de maximización como principio “metafísico” no corresponde al sentido habitual en que se emplea el término en el lenguaje ordinario. En este caso se está aludiendo a una maximización monetaria o económica (incluida aquí la utilidad), o al menos a algo que supera lo sólo intencional porque pretende un uso óptimo de los medios. El principio “metafísico” plantea no pocas dificultades, pues supone pensar, si se entiende por maximización lo que entiende la gente, que los hombres siempre, en todos los contextos posibles, actúan maximizando, o, con otras palabras, que la perspectiva económica es universal. Es por eso que Katie Steele afirma que ‘no es claro que la maximización de la utilidad esperada tenga algún significado substancial’ (2014: 201).

2. El uso correspondiente al lenguaje ordinario corresponde al principio “empírico” de maximización. Harvey Leibenstein expresa el problema y el contraste entre las dos formas del principio de este modo:

La interpretación del postulado de maximización significa una gran fuente de dificultad. Algunos lo interpretan como un postulado conductual o factual [empírico]; otros lo interpretan tautológicamente [metafísico]. En mi opinión, la primera es la interpretación correcta. Sin embargo, sabemos de casos en los que ello no se verifica, circunstancias en las que la gente no maximiza. El enfoque tautológico implica que toda la conducta representa maximización, *cualquiera* que sea la naturaleza de la conducta. Dice que la gente siempre maximiza, pero que puede tener objetivos complejos y ocultos. Esto va en contra de la sensata

³ Como afirma Drakopoulos (1991: 164), “el concepto de racionalidad, tal como es usado en la economía neoclásica, es visto como un principio universal, el principio universal de toda acción intencional”. Pero esto no sólo es así para los neoclásicos sino también para los austriacos. Mises identifica la intencionalidad de la acción con la racionalidad. Para él, toda acción humana, e. d., intencional o teleológica, es racional. “La acción y la razón, afirma, son homogéneas y del mismo género; podrían considerarse incluso como dos aspectos de la misma cosa” (Mises, 1998, p. 39). Estamos completamente de acuerdo con esta identificación en la medida en que se entienda la racionalidad precisamente como intencionalidad, es decir como elección y búsqueda de un fin en la acción. Este sería el uso más amplio de la palabra “racionalidad”, en el que no queda acotada a ninguna de sus formas: la racionalidad moral, económica, estética, etc. Según esta acepción amplia de racionalidad, lo irracional es lo instintivo, lo que está fuera de la razón.

noción de que la definición de la maximización como término debe admitir la no maximización como una posibilidad. Además, ello va en contra del importante principio científico de que las aseveraciones pueden criticarse sobre la base de datos factuales o experimentales. El enfoque tautológico inmuniza al postulado, así como a muchas implicaciones de la teoría de la que es parte, de toda crítica posible” (Leibenstein, 1983: 146).

Estamos de acuerdo con Leibenstein porque parece conveniente seguir un consejo metodológico perenne: usar las palabras, siempre que sea posible, con el significado que le da la gente. Según Aristóteles, “hay que denominar a los objetos con el mismo vocabulario que la mayoría (*Tópicos II, 2, 110a 16-17*)” (Aristóteles). Como dice Ludwig Wittgenstein, por motivos pragmáticos, “el significado de una palabra es su uso en el lenguaje” (Wittgenstein, 1958: 20). Aunque el lenguaje ordinario puede suplementarse, mejorarse e incluso reemplazarse con el técnico, es la *primera* palabra, como afirma J. L. Austin (Austin, 1970: 185). De este modo, es preferible darle al término maximización el uso factual, que es el ordinario.

3. Como, al decir bien Leibenstein, este principio empírico no siempre se verifica, algunos economistas sugieren que es un principio normativo (por ejemplo Savage, 1972: 20, 97). En verdad, la economía puede insertar a través de este principio cierta racionalidad (la económica) en los actos humanos, lo que muchas veces es ciertamente provechoso.

Lo que sucede con el uso del término “maximización” por parte de los economistas es que, como señala Bruce Caldwell, hay una fluctuación en su uso que conduce a una confusión (Caldwell, 1983: 827). La noción de maximización como principio metafísico traslada su universalidad a la maximización como principio empírico. Así se dice que todo acto humano es interesado o maximizador (en el sentido que lo entiende la gente), cuando se debería decir que todo acto humano es intencional o racional. Sin advertirlo expresamente, se le da a la maximización un significado técnico – el “metafísico” – por el que cobra una amplitud que no tenía en el significado ordinario, pues pasa a referirse a todo acto intencional. Pero, al mismo tiempo, debido a la connotación ordinaria del término, se cae en la idea de que todos los actos humanos son maximizadores en sentido vulgar. Es decir, el término “maximización” se aplica a todas las realidades humanas abarcadas por su sentido amplio o metafísico (equivalente a intencional), pero con el significado de su sentido estrecho o empírico (equivalente a uso óptimo de los medios). De esta manera se comete una falacia de ambigüedad (Cfr., Copi, 1961). Como bien ha señalado Gabriel Zanotti,

“El principio de maximización (PM) puede entenderse en sentido praxeológico [con máxima extensión, equivalente a racionalidad e intencionalidad, metafísico], en cuyo caso queda caracterizado como una propiedad necesaria de la conducta humana, sobre la base de que todo agente obra por un fin y que ese fin es un bien para el agente. Así concebido, el PM es apto para el desarrollo de una teoría general praxeológica [una antropología filosófica], la cual es útil en vastas áreas del análisis económico, pero es totalmente inútil para desarrollar directamente una teoría del comportamiento del consumidor o del productor. Y es en ese caso no falsable, no porque sea tautológico sino porque su fundamento corresponde a una antropología filosófica general cuyas conclusiones no son empíricamente testeables” (Zanotti, 1997: 211).

Joseph Raz (2004) también critica el principio de maximización que aquí hemos denominado “metafísico” sosteniendo que en los hechos muchas acciones están gobernadas por intereses ajenos al propio, es decir adhiere al principio empírico.

En conclusión, a fines prácticos sólo tiene sentido hablar de un principio empírico de maximización, falsable, lo que supone la posibilidad de que haya conductas no maximizadoras. Rothbard, en la estela de Mises, se inclina por el otro significado, coherente con el axioma principal de la praxeología: el hombre actúa siempre por un motivo.

2. Referencias

- Aristóteles (1982), *Tópicos*, Madrid: Gredos. Traducción de Miguel Candel Sanmartín.
- Austin, J.L. (1970), *Philosophical Papers* (2a ed), Londres - Oxford - New York: Oxford University Press. Edición de J. O. Urmson y G. J. Warnock.
- Caldwell, B.J. (1983), “The Neoclassical Maximization Hypothesis: Comment”, *American Economic Review*, 73, 4, pp. 824-827.
- Copi, I. y C. Cohen (1998), *Introduction to Logic*, New Jersey: Prentice-Hall.
- Drakopoulos, S. A. (1991), *Values and Economic Theory. The Case of Hedonism*, Aldershot: Avebury.
- Leibenstein, H. (1976), *Beyond Economic Man*, Cambridge: Harvard University Press.
- Leibenstein, H. (1983), “Microeconomía y teoría de la eficiencia X: si no hay crisis, debería haberla”, en D. Bell e I. Kristol (eds.), *La crisis en la teoría económica*, Buenos Aires: El Cronista Comercial, pp. 142-59.
- Raz, J. (2004). “The Force of Numbers”, en A. O’Hear (ed.) *Modern Moral Philosophy*, Cambridge: Cambridge University Press, 245-264.
- Rothbard, M. N. (1957). “In Defense of ‘Extreme Apriorism’” *Southern Economic Journal*, pp. 314-320; republicado en Rothbard, M. N. *The Logic of Action I*, Edward Elgar 1997, pp. 100-108
- Rothbard, M. N. (1997) *The Logic of Action I*, Edward Elgar.
- Savage, L. (1972), *The Foundation of Statistics*, New York: Dover.
- Steele, K. (2014). ‘Choice Models’. In: Nancy Cartwright and Eleonora Monstuschi (eds.). *Philosophy of Social Science. A New Introduction*. Oxford: Oxford University Press, pp. 185-207.
- Von Mises, L. (1998), *Human Action. A Treatise on Economics*, Auburn – Alabama: Ludwig von Mises Institute.
- Wittgenstein, L. (1958), *Philosophical Investigations* (2a ed), Oxford: Blackwell. Traducción de Elizabeth Anscombe.
- Wittgenstein, L. (1958), *Philosophical Investigations* (2a ed), Oxford: Blackwell. Traducción de Elizabeth Anscombe.
- Zanotti, G. (1997), “Caminos Abiertos II”, *Libertas*, 14, 26, pp. 185-233.