

REFLEXIONES SOBRE EL MÉTODO EN ECONOMÍA DESDE LA TEORÍA DEL CONSUMO

Consumer theory and its relationship with deduction and induction in economics

Daniel Ricardo Casas Hernández¹
drcasash@unal.edu.co

Claudia Milena Pico Bonilla²
cmpico@poligran.edu.co

Resumen

El presente escrito reflexiona sobre el uso del método inductivo y deductivo en el análisis del consumo que realizaron dos autores del siglo XIX: Thorstein Veblen y Carl Menger, respectivamente. Se plantea que en el debate metodológico del siglo XIX cobró poca relevancia el ejercicio de constatación empírica de planteamientos teóricos a raíz de la conciencia del carácter limitado de la teoría. Sobre esta base, las teorías del consumo se construyeron a partir de propuestas analíticas propias del razonamiento deductivo sobre tres premisas apriorísticas básicas: individuo asocial, insaciabilidad y orientación a los bienes. Sin embargo, este programa de investigación se ha degenerado en el sentido de Lakatos por los cuestionamientos de Veblen, Galbraith, Keynes y Akerman, entre otros. De ahí que para favorecer la construcción de un programa de investigación progresivo en términos metodológicos y empíricos sea necesaria la integración de los métodos deductivo e inductivo en economía y el avance hacia presupuestos teóricos consistentes con realidades históricas cambiantes.

Palabras clave: Inducción, deducción, teoría económica, consumidor.

¹ Matemático de la Universidad Nacional de Colombia. Maestría en Economía de la Universidad de los Andes.

² Economista y magíster en economía de la Universidad del Rosario. Magíster en Historia y Doctorado en Psicología de la Universidad Nacional de Colombia.

Abstract

This work debates about the inductive and deductive method and their use in consumption theory during the XIXth Century. This work studies the theoretical work of two authors Thorstein Veblen and Carl Menger as representative of inductive and deductive method, respectively. The main aim of this paper is to show that during this Century the empirical evaluation of theory was left behind and, on this basis, consumption theory was built over theoretical models characterized by three main assumptions: insatiability, commodities-led and asocial individuals. This research program has proven to be, as Lakatos said, regressive by authors as Veblen, Galbraith, Keynes and Akerman. That is why we argue that a progressive research program should integrate deductive and inductive methods to be pertinent in changing historical backgrounds.

Recepción: 18.02.2021

Aceptación: 14.05.2021

Cite este artículo como: Casas-Hernández, D., Pico-Bonilla, C. (2021). Reflexiones sobre el método en economía desde la teoría del consumo, *Working papers FNGS*, 2 (2), pp. 64-72.

INTRODUCCIÓN

El presente artículo propone una reflexión sobre el método en economía aplicado a la teoría del consumo en el contexto del siglo XIX. Además, da cuenta de las posturas en torno a esta materia en los casos de Carl Menger y de Thorstein Veblen y los propone como exponentes del razonamiento deductivo e inductivo, respectivamente.

Se asume que la perspectiva adoptada en relación con el método, en el caso de cada uno de estos autores, determina los resultados de sus perspectivas teóricas y estructura la noción de individuo, la naturaleza del entorno en el que se mueve y las condiciones en las que elige.

Así las cosas, este trabajo postula, como lo hizo en su momento John Stuart Mill, que la economía requiere de un cuerpo teórico que se construya sobre la base de premisas apriorísticas que sean susceptibles de ser modificadas sobre la base de las transformaciones en los patrones sociales. Esto es, se considera que tanto el razonamiento deductivo, como el inductivo son vitales para el desarrollo de la disciplina y que de su rol activo depende la evolución de la misma. En el sentido de Lakatos: "Un programa de investigación será exitoso si demuestra ser progresivo teóricamente (si es capaz de predecir hechos nuevos) y empíricamente (si tales previsiones se confirman). Este se abandonará cuando se degenera (cuando necesita ser modificado para dar cuenta de los nuevos hechos)".

En la afirmación presentada anteriormente se ubica el foco de la presente reflexión: la teoría del consumo originada en las reflexiones de Menger, se ha degenerado y lo hizo cuando los hechos que no encajaban dentro de la teoría fueron más abundantes que los que sí lo hacían. Es allí donde cobran importancia las posturas de Veblen, Galbraith, Keynes y Ackerman, quienes con sus propuestas teóricas le dan nueva vida a la teoría del consumo y lo sitúan como un programa de investigación que puede ser progresivo en términos teóricos y empíricos.

El trabajo está estructurado en seis secciones de las cuales la primera es esta introducción. En la segunda se presenta un contraste entre el método inductivo y el método deductivo en economía. La tercera da cuenta de la teoría del consumo desde el método deductivo a partir de las formulaciones de Carl Menger. La cuarta presenta los aportes del razonamiento inductivo a partir de los desarrollos teóricos de Thorstein Veblen. En la quinta se propone una reflexión sobre el método en economía a través del lente de la teoría del consumo y se presenta el nuevo curso de acción para la teoría del consumo sobre la base de la evolución de las reflexiones sobre el método. Por último, se concluye.

INDUCCIÓN Y DEDUCCIÓN

Según la (RAE) "inducir es extraer a partir de algunas observaciones o experiencias particulares, el principio general que en ellas está implícito." Así, inducir es un proceso a través del cual se obtienen enunciados generales a partir de un fenómeno estudiado. El método inductivo pretende establecer enunciados generales ciertos, a partir de la experiencia, es decir, desarrollar argumentos científicos, desde la observación de los fenómenos o hechos de las "realidad", hasta los enunciados generales que los contiene. Para ello es necesario admitir que hay un comportamiento general, de lo contrario se estaría buscando algo que no existe – el santo grial-. Pero si el método pretende ir de las experiencias, observaciones a lo general, se supone entonces que los enunciados generales existen. Según (Frómata, 2011, p. 96): "Se admite que cada conjunto de hechos de la misma naturaleza está regido por una Ley Universal. El objetivo es enunciar esa Ley Universal partiendo de la observación de los hechos."

Por su parte la deducción de acuerdo con la Real Academia de la Lengua es: "Deducir es sacar consecuencias de un principio, proposición o supuesto." De donde, la deducción es un conjunto de enunciados conectados a través

de una secuencia lógica, y partiendo de lo general, pretende llegar a características particulares del objeto de estudio. Así, el método deductivo es un tipo de procedimiento que consiste en desarrollar una colección de enunciados, empezando por formular sus puntos de partida o hipótesis básicas y deduciendo luego sus consecuencias, con la ayuda de las subyacentes teorías formales. Suponiendo ideas generales, aparecen una serie de enunciados iniciales o premisas, de las cuales se deducen las afirmaciones sobre el fenómeno que se quiere explicar.

Método inductivo en economía en el siglo XIX

Según Gomez (2004): La aplicación del método inductivo en economía es una respuesta a la abstracción de las deducciones de los economistas “clásicos”. Un poco, la queja que hoy existe sobre la naturaleza de los enunciados económicos de los libros de texto. Homogeneidad de los agentes económicos (individuos representativos) y pocos tipos de productos (normal, inferior o gifen). Así, compartiendo estrategias metodológicas con el historicismo y en particular con la escuela histórica alemana, surgen desarrollos inductivos que pretenden obtener enunciados económicos desde los hechos, las relaciones económicas de los agentes involucrados en tales ejercicios, para lograr teorías que conforman la economía.

Bajo la hipótesis, que los enunciados económicos quedan mejor establecidos a través de procesos inductivos, y sobre la base de investigaciones históricas, el cuerpo de la economía estará atado a la “realidad”, y no a conjuntos de hipótesis sesgadas y particulares, como fueron interpretados los puntos de partida de los economistas clásicos.

Aunque, partir de las observaciones permite conexión con algunas realidades, no se logra abarcar todo el espectro de agentes que hacen acciones económicas; además, los enunciados obtenidos, también quedan contaminados del sesgo, o quedan incompletos en la búsqueda de las reglas generales.

Método deductivo en economía siglo XIX

Los precursores de la economía, es decir, las primeras personas que enunciaron características, comportamientos de las relaciones entre agentes económicos, o plantearon proposiciones sobre el consumo, la producción, el comercio son distinguidos por usar el método deductivo; según Gomez (2004): “partieron de hechos reales y concebían sus leyes apoyándose en abstracciones partir de las observaciones, pero no descartaban la utilización del razonamiento deductivo en muchos de los argumentos”. Es decir, no fueron solamente deductivos. La deducción en las primeras etapas del desarrollo amplio de la economía, no estaban vinculadas con una metodología particular. El objetivo era la caracterización de los comportamientos de los agentes económicos, reconocidos en el entorno. Aunque, no es permanente el uso de este método, para tejer enunciados, tampoco se muestran inclinados por algún método, el fin es llegar a conjuntos de proposiciones que encierren el comportamiento de los actores económicos.

Entre los economistas clásicos, tal vez David Ricardo es de los primeros que expresa disgusto en soportar enunciados económicos, únicamente en hechos o experiencias. A cambio, prefirió el ejercicio de contrastar empíricamente las teorías deducidas de principios analíticos.

TEORÍA DEL CONSUMO DE MENGER

Para Menger (1997): “Todas las cosas se hallan sujetas a la ley de causa y efecto.” Con base en esta hipótesis, Menger desarrollo una caracterización deductiva del comportamiento de los consumidores, el intercambio, los precios en el libro –Principios de economía política-

Una situación que refleja esta manera de argumentación es la conceptualización de bienes y utilidad. Así, algo es un bien para (Menger), en la medida que genere satisfacción; pero esta, a su vez está asociada con suplir una necesidad humana. Es decir, algo es útil si satisface necesidades fundamentales. Para que una cosa sea un bien debe cumplir cuatro condiciones:

1. Necesidad humana.
2. Producir satisfacción de la necesidad.
3. Conocer la relación causal entre el objeto y la necesidad.
4. Tener acceso al objeto.

Metodológicamente, estos cuatro enunciados son los puntos iniciales a partir de los cuales se desarrolla las proposiciones que caracterizaran los comportamientos de los consumidores, los cuales están gobernados por la relación causa – efecto. Con base en estas condiciones, Menger dedujo un conjunto de enunciados que muestran las relaciones causales del comportamiento de los individuos con los objetos.

Para expresar y acotar la “naturaleza” del intercambio, Menger propuso un número finito de casos, situaciones, de donde deduce las causas y los efectos del cambio de bienes. De los casos expuestos pretende generalizar y configurar la teoría del intercambio. Él inicia con dos campesinos cualesquiera con excedentes de producción y escasez de otros productos, los cuales pueden relacionarse a través del cambio de bienes.

Menger en el capítulo 4 del libro –Principios de economía política- intentó explicar las causas del intercambio de bienes; explicaciones que, según él, no hizo Smith en la –Riqueza de las naciones-. Para ello muestra tres situaciones de posibles intercambios, con base en las cuales intento generalizar y mostrar las causas del intercambio de artículos.

En el primer escenario, presentó a dos agricultores como unidades económicas, quienes están próximos uno del otro. Para esta explicación, supone la existencia de excedentes de producción, es decir, alguna cantidad de bienes que no consume cada uno de los campesinos y su entorno (el cual se desconoce, Menger muestra al campesino como única unidad de producción, sin familia y sin colaboradores). Con base en la existencia de excedentes de producción en cada una de las unidades económicas, también supone la existencia de necesidades adicionales a los productos producidos, es decir, el campesino necesita de los productos del otro agricultor. Con el fin de suplir una necesidad humana, cada uno de los agricultores convergen hacia el intercambio de bienes.

Aunque madura las unidades, es decir, muestra otras participaciones de estas en el proceso de cambiar bienes, no se abandona la representación de muchos a partir de pocos. Unos pocos identifican a muchos o tal vez a cualquiera en la participación del proceso de intercambiar bienes. Estos agricultores no se diferencian por lo que producen, como tampoco por el tamaño del territorio usado para lograr la producción de bienes cultivables. Es lo mismo una unidad de 1 hectárea que otra de 100 hectáreas. Es lo mismo cultivar papa que chontaduro; no se distingue las diferencias culturales. Es lo mismo tierras altas que tierras bajas; no se distinguen las temperaturas y las consecuencias culturales asociadas a estas.

Independiente de las modificaciones que Menger hace en el capítulo de intercambio para explicar las causas de este, no se abandona la unidad económica representativa homogénea, en este caso un campesino o un cazador. Con base en tres, cinco o diez situaciones abstractas propuso una teoría. Estos pocos casos,

según esta metodología son suficientes para caracterizar a todos los que hacen parte de la trama de actividades humanas. Tampoco se distinguen: niños, mujeres, ancianos; como tampoco el tamaño de la tierra cultivada o el tipo de producto, todos son sintetizados y encajonados en estos pocos casos. De alguna manera es similar con algunos procesos, que reducen la sociedad a un subconjunto de parecidos y excluyen a los demás, distintos.

EL ROL DEL RAZONAMIENTO INDUCTIVO DENTRO DE LA TEORÍA DEL CONSUMO: LAS IDEAS DE THORSTEIN VEBLEN

Robert Heilbroner (1968) describe el momento histórico en el que se gesta la teoría económica de Veblen como la proliferación de prácticas especulativas y fraudulentas para la expansión económica en los Estados Unidos. Señala además que los debates en materia de teoría económica estaban marcados por una miopía sobre el desarrollo del capitalismo de ese país: "...la ciencia económica oficial era de tipo apologista y miope; apartaba la vista de los excesos y de la exuberancia, que constituía la esencia misma de la vida norteamericana, y dibujaba un cliché de líneas formalistas y colores apagados" (p. 71).

Sin embargo, ese no fue el caso de Veblen, quien a partir del análisis de la vida cotidiana y de los hábitos de la clase dominante norteamericana aportó nuevos elementos de análisis a los ya asentados principios de la teoría económica en torno al consumo.

Así Veblen parece haber abandonado el formalismo que caracterizó las reflexiones teóricas de la economía norteamericana y postuló la necesidad de llamar la atención sobre elementos históricos que resultaban relevantes a la hora de emprender un análisis sobre el funcionamiento de su entorno, los procesos mecánicos. De ahí que bajo la bandera del evolucionismo iniciase el tránsito hacia propuestas teóricas que distaban de los supuestos establecidos en los apartados anteriores: consideró la naturaleza biológica de la conciencia, de los hábitos y de las concepciones forzando una revisión de los principios básicos que formuló la escuela clásica (Landsman, 1957).

Es allí donde se gesta su visión del mundo cuyas raíces fundamentales se establecen alrededor del comportamiento de la clase ociosa, en su primer trabajo (1899), la clase empresarial (1904) y el sistema educativo cuya referencia más directa fue su experiencia en la Universidad de Chicago. En todos estos casos, Veblen partió de afirmar que el desarrollo social no se puede predecir con exactitud, hecho en el que difería de las posturas de los historicistas, y que la ciencia económica se construía sobre unas perspectivas de las motivaciones humanas que podrían ser catalogadas como deficientes.

A partir de ahí se gestó la concepción de consumo conspicuo que sentaba sus bases en el cuestionamiento de un principio económico que pronto se convirtió en la grieta más importante de la teoría marginalista del consumo, la del individualismo asocial. Veblen (2005), partió de la revisión de las prácticas de ostentación de las clases acomodadas norteamericanas y describió la forma en la que los grupos sociales se volvieron funcionales a los mecanismos de exteriorización de la riqueza: "El consumo ostensible de bienes valiosos es un medio de aumentar la reputación del caballero ocioso. Al acumularse en sus manos la riqueza su propio esfuerzo no bastaría para poner de relieve por este método su opulencia. Recurre, por tanto, a la ayuda de amigos y competidores ofreciéndoles regalos valiosos y diversiones caras" (p. 81)

Sobre la base de estas reflexiones, el consumo, fundado en la ostentación perdía su carácter asocial y adoptaba la piel de la ostentación, de la exteriorización como mecanismo para ganar reconocimiento social. Ese sería ese primer engranaje de un proceso mecánico al que se añadiría un conjunto de seguidores cuya dignidad se asociaba a su cercanía a los miembros de la clase ociosa y más adelante a la creación de necesidades de

emulación para grupos sociales que en su afán por imitar los hábitos de la clase ociosa, modificaban sus patrones de consumo.

El hombre pasa así de ser entendido como un ser asocial, a un individuo cuyo comportamiento está determinado por el grupo y cuyas elecciones son modificadas en consecuencia. Esta idea ponía a la teoría del consumo en un plano en el que el determinismo de un conjunto de supuestos se desdibujaría en virtud de la evolución del carácter pecuniario de la sociedad que se configuró tras la aceleración de la producción en varios países del mundo.

Renacía así el método inductivo, que tras la sombra del determinismo de los supuestos y las leyes, se había desdibujado. Nuevamente la subestructura psicológica de un individuo social cobraba relevancia y le aportaba herramientas de debate a la economía política en entornos sociales en los que la riqueza y no las jerarquías sociales preexistentes determinaban la posición de un grupo particular.

LA TEORÍA DEL CONSUMO A TRAVÉS DEL LENTE DEL DEBATE METODOLÓGICO EN ECONOMÍA

Dentro de los debates metodológicos característicos del siglo XIX se empezó a tejer un consenso generalizado de acuerdo con el cual en la economía se podían identificar fenómenos causales que inciden en los resultados económicos de manera limitada. De ahí que la verificación de algunas conclusiones de la teoría económica no fuese posible ya que la realidad se mostraba más compleja que las relaciones causales identificadas.

Este hecho permeó el debate metodológico de siglo XIX, que bajo supuestos fundados en el egoísmo propuesto por Adam Smith en la teoría de los sentimientos morales y de los rendimientos decrecientes identificados por Turgot y reforzados por la teoría ricardiana identificó leyes de determinación de los precios y patrones de distribución de excedentes, que en buena medida no lograron reflejar los fenómenos económicos reales pero aportaron marcos analíticos para la comprensión de la economía política.

Con la emergencia del análisis metodológico de John Stuart Mill tanto el razonamiento inductivo como el deductivo empezaron a desempeñar un rol activo dentro del debate en economía, y aunque se privilegió este último, se presumía que en los resultados económicos había un componente difícil de anticipar asociado a las interacciones sociales y que determinaba en buena medida las variaciones en la distribución de excedentes.

Estas reflexiones se reforzaron en los trabajos de Cairnes (1875) y Neville Keynes (1891) quienes afirmaron que las premisas de la teoría económica solo capturaban una fracción de los fenómenos económicos. Sobre la base de estas reflexiones, la teoría del consumo se planteó sobre un conjunto de premisas que permitían entender el comportamiento de un individuo representativo que se presumía racional y aunque se reconocía, en virtud del método, que con estos postulados no se capturaba la globalidad de los fenómenos económicos, estas fueron suficientes para que se impusieran las condiciones del individualismo metodológico y el uso del razonamiento deductivo en la ciencia económica.

Como se señaló en capítulos anteriores esta conclusión se puede extraer de la propuesta metodológica de Carl Menger (1985) quien en su momento indicó que la labor de constatación empírica de las leyes económicas no se podía emprender: "Querer comprobar empíricamente la teoría económica es un proceso análogo al del matemático que quiere corregir los principios de la geometría midiendo objetos reales, sin advertir que esto último no refleja las magnitudes que presume la geometría pura o que toda medida de necesidad implica una dosis de inexactitud" (p. 70)

Esta postura alejó a la teoría económica, en general y a la teoría del consumo, en particular, del recurso del razonamiento inductivo y lo apartó del método de investigación histórica, al tiempo que transitoriamente

convirtió en dominantes tres principios teóricos para generalizar los patrones que sigue un consumidor, a saber: individualismo asocial, insaciabilidad y orientación a los bienes.

Lo cierto es que estos principios han sido criticados uno a uno, su validez ha sido cuestionada y la necesidad sobre la generación de una teoría renovada del consumo es cada vez más apremiante. El mismo Veblen, analizado en el apartado anterior, planteó que las decisiones sobre el consumo se ven ampliamente influidas por el grupo social. A este hecho se suma el surgimiento de la sociedad afluyente Galbraith (1958) en el que el aumento desmedido de la cantidad de bienes hace que los estímulos para el consumo ya no estén fundados únicamente en los deseos individuales sino en la capacidad que crea esa sociedad para estimular ese consumo, dichos estímulos aparecen en la publicidad promovida por el productor.

A esto se suman la postura keynesiana sobre la saciabilidad de los deseos materiales y el hecho de que tanto precios como cantidades se estancan temporalmente y las visiones que postulan que la búsqueda del consumidor va más allá de la satisfacción de deseos e incluye las experiencias que ofrecen los bienes, esto hace que las características de éstos últimos resulten fundamentales para entender la naturaleza de su relación con los patrones de consumo.

Las condiciones expuestas sugieren que las premisas de la teoría del consumo resultan insostenibles si se les sitúa en un mundo con sobreabundancia de bienes, vacíos en la demanda efectiva y una ampliación del conjunto de intereses que rodean el consumo de los bienes. De ahí que Ackerman (1997) proponga tres elementos teóricos a ser considerados dentro de la teoría del consumo: i) la consideración de los individuos influenciados por su entorno social, ii) más que insaciabilidad es posible que la competencia, la emulación y el comportamiento aprendido socialmente sean la fuente de la insaciabilidad y iii) los individuos buscan características y experiencias en los bienes.

Las nuevas posturas sugieren que la revisión de los entornos cambiantes, el peso del cambio social, la transformación de las condiciones de los mercados son precondiciones de una teoría del consumo que responda a la realidad. Por tanto, los recursos del razonamiento inductivo, vuelven a cobrar relevancia en este entorno y se sitúan como una alternativa interesante para formular una teoría de carácter progresivo que responda en términos teóricos y empíricos al estado actual de la disciplina.

REFLEXIONES FINALES

El breve paso por la teoría del consumo del siglo XIX muestra que tanto el razonamiento inductivo como el deductivo fueron usados en su formulación y que, en virtud de los debates metodológicos de entonces se impuso con más fuerza el método deductivo. Este hecho hizo que las formulaciones de Carl Menger se volviesen el centro del debate teórico sobre el consumo y que lentamente esta construcción teórica se degenerara como producto de los vacíos de constatación empírica.

En la revisión del uso del método inductivo se hallaron algunas respuestas efectivas a los debilitados principios de la teoría del consumo por lo que se sugiere que en aras de formular una teoría del consumo progresiva en el sentido de Lakatos, esto es con posibilidades de constatación empírica y teórica, es importante volver los ojos hacia el uso del razonamiento inductivo y combinarlo efectivamente con los recursos de la deducción.

Para el proceso de construcción de conocimiento, que en particular se realiza en las escuelas de economía, considero contraproducente la reducción de un conjunto a un subconjunto de parecidos o agente representativo. Peor cuando estos elementos del subconjunto matonean a los que no son parte del

subconjunto mencionado. Si la economía intenta mostrar, exponer el comportamiento de consumidores, productores, es incompleta la tarea, si están reflejados sólo un subconjunto del conjunto de estudio; y así, dista bastante de ser caracterizada como ciencia y se convierte en doctrina.

BIBLIOGRAFÍA

- Akerman, F. (1997) "Consumed in theory: alternative perspectives on the economics of consumption" En *Journal of economic issues*. Vol. XXXI. No 3. pp. 651-663.
- Blaug, M. (1992). *The methodology of economics or how economists explain*. Second Edition. Cambridge University Press. United States of America.
- Fórmeta, J.M. (2011). De lo educativo y lo instructivo desde el método de enseñanza universitaria, *Revista docencia e investigación*, 21, PP. 89-104.
- Galbraith, J. (1958). *The Affluent Society*. The Riverside Press, Cambridge.
- Gómez, R. (2004). Evolución científica y metodológica de la economía. Texto completo disponible en: <http://www.eumed.net/coursecon/libreria/rgl-evol/index.htm>
- Heilbroner, R. (1968). *Vida y doctrina de los grandes economistas*. Ediciones Orbis S.A. España.
- Landsman, R. (1957) "The philosophy of Veblen's economics" *Science and Society*. Vol. 21. No. 4. pp 333-345.
- Menger, C. (2014) [1871] *Principios de economía política*. Disponible en: <http://www.hacer.org/pdf/Mengeroo.pdf>
- Menger, C. (1963). *Investigation into the method of the social sciences with special reference to economics*. New York University Press. United States of America.
- Screpanti, E y Zamagni, S. (1997). *Panorama de la historia del pensamiento económico*. Primera edición. Editorial Ariel, Barcelona.
- Veblen, T. (2005) [1899] *Teoría de la clase ociosa*. Fondo de Cultura Económica. México.