



## *Reflexión*



### **Daniel Kahneman y la Psicología Económica**

### **Daniel Kahneman and Economic Psychology**

ISMAEL QUINTANILLA<sup>1</sup>

#### **RESUMEN**

La reciente concesión del Premio Nobel de Economía a un psicólogo, aunque no sea cosa nueva, puede ser un excelente motivo de reflexión científica y de consideración profesional. La psicología ha estado demasiado tiempo alejada de lo que podría denominarse la conducta social más consuetudinaria, la que componen nuestras decisiones económicas y nuestras conductas como consumidores. No ha sido este un campo que haya gozado de muchas simpatías por parte de nuestros colegas. Quizá como consecuencia de una visión excesivamente estrecha de las posibilidades explicativas y aplicativas de la Psicología Económica. Puede que también se deba a un cierto desconocimiento de esta especialidad —o campo de investigación y desarrollo— de la Psicología social. De hecho, apenas existente como materia de estudios en las Facultades de psicología españolas cuando es cosa bastante corriente en la mayor parte de las europeas (Webley y Walker, 1999).

El artículo resume y sintetiza los resultados de las investigaciones de la concesión del Premio Nobel de Economía a Vernon Smith y David Kahneman, reflexiones en base al futuro de la psicología Económica.

#### **ABSTRACT**

Recent award of Nobel Prize of Economy to a psychologist is a good reason for both scientific and professional reflection. Psychology has long remained aloof from economic decisions and consumer behaviour. Mainly because a too narrow view of chances for explanation and application from Economic Psychology, this field has not raised the interest of many colleagues. Other underlying reason may be the lack of familiarity with this branch of Social Psychology. Actually, in faculties of psychology in Spain there is not such a subject

<sup>1</sup> Universidad de Valencia.

matter as is the case in most European universities (Webley and Walker, 1999). This paper summarizes results of research on the occasion of the award of the award of Nobel Prize of Economy to Vernon Smith and David Kahneman. Also, a reflection facing the future is included.

#### **PALABRAS CLAVE**

Kahneman, Psicología económica.

#### **KEY WORDS**

Kahneman, Economic psychology.

## **1. INTRODUCCIÓN**

La reciente concesión del Premio Nobel de Economía a un psicólogo, aunque no sea cosa nueva, puede ser un excelente motivo de reflexión científica y de consideración profesional. La Psicología ha estado demasiado tiempo alejada de lo que podría denominarse la conducta social más consuetudinaria, la que componen nuestras decisiones económicas y nuestras conductas como consumidores. No ha sido este un campo que haya gozado de muchas simpatías por parte de nuestros colegas. Quizás como consecuencia de una visión excesi-

vamente estrecha de las posibilidades explicativas y aplicativas de la Psicología Económica. Puede que también se deba a un cierto desconocimiento de esta especialidad -o campo de investigación y desarrollo- de la Psicología Social. De hecho, apenas existente como materia de estudios en las Facultades de Psicología españolas cuando es cosa bastante corriente en la mayor parte de las europeas (Webley y Walker, 1999).

No creo necesario argumentar la idea más allá de su mero enunciado: ni toda Psicología es Clínica ni toda Psicología

Clínica lo es de fenómenos psicopatológicos más o menos excepcionales. Es decir, existe, desde luego, una psicología de la salud y del bienestar desde la que conviene tener bien presentes los acontecimientos económicos y su influencia sobre la conducta social. De hecho, tal y como pone de manifiesto el premio mencionado, la Economía sin la Psicología ha sido incapaz de explicar con rigor algunos de los procesos económicos más relevantes. Pero, ¿qué ocurre con una Psicología sin Economía? Pues que al ignorar la influencia de los procesos económicos sobre la conducta social se pierde la oportunidad de estudiar algunos de los mecanismos más comunes y relevantes del comportamiento humano. Este doble objeto de análisis, desde la Economía hacia la Psicología y recíprocamente, se relaciona, muy estrechamente, con numerosas parcelas del quehacer social de los ciudadanos. Imperando en cuestiones tales como la salud, la compra, el trabajo, el ahorro, la educación, los procesos de socialización, las psicopatologías del trabajo, la influencia de la publicidad, la conducta prosocial y, aún, un largo etcétera.

En las líneas que siguen el lector encontrará algunos argumentos que prueban la relevancia científica y profesional de la Psicología Económica. Ya que no se puede soslayar, al mismo tiempo que se glosa la figura del premiado Daniel Kahneman, la línea de conocimiento y el grupo de investigaciones que se integran y que, a su vez, son resultado de un pasado que ha ido construyéndose desde la Psicología Económica.

## **2. PSICOLOGÍA ECONÓMICA Y ECONOMÍA EXPERIMENTAL**

Ni en la historia de la Economía ni en la de la Psicología es nueva la línea de pensa-

miento que ha venido desafiando el realismo tradicional de la *teoría de la utilidad esperada*, que es uno de los fundamentos esenciales de la economía clásica. Desde esta perspectiva se defiende que muchas de las predicciones que se establecen desde la teoría económica dependen de las hipótesis que se formulan respecto del comportamiento humano. Es decir, una concepción previa y, lo que es muy relevante, no siempre confirmada sobre una posible naturaleza humana específica, inalterable y previsible. Se trata del axioma que sostiene que los seres humanos nos conducimos según la norma, elevaba a ley por las primeras teorías económicas, de la búsqueda del máximo beneficio con el mínimo esfuerzo, y que ello es consustancial a las personas por cuanto es una manifestación de la racionalidad humana. Efectivamente, la economía surgió y se desarrolló en un contexto filosófico dominado por las teorías hedonistas, el asociacionismo y el empirismo, basándose en la observación de acciones reales y en la indiscutible existencia de un *homo economicus*, cuyas decisiones vienen invariablemente determinadas por el interés personal y la razón, entendida y justificada a través del egoísmo que es, definitivamente, providencia de dios.

Sin embargo, desde su emancipación y consolidación como un saber estructurado estos principios axiomáticos han sido reiteradamente revisados, discutidos, puestos en duda y, en algunas ocasiones, incluso, rechazados. Ahora con la concesión del Premio Nobel de Economía a un economista y a un psicólogo se hacen mucho más evidentes, alcanzan notoriedad pública y se pone de manifiesto que la Psicología, más específicamente, la Psicología Económica tiene algo que aportar, junto con la economía experimental, al saber y conocimientos de la teoría económica. Este

premio se otorga a un economista experimental, Vernon Smith (profesor de Economía y Derecho en la Universidad pública George Mason, en Virginia) preocupado en investigar como situaciones económicas específicas y controladas puedan dar lugar a juicios que afectan nuestras decisiones y a Daniel Kahneman, un psicólogo de la economía (profesor de Psicología de la Universidad de Princeton) interesado en similar proceso y su influencia sobre el comportamiento económico.

Como ya se ha dicho, esto no es nuevo lo que sí es relevante es la confirmación y el reconocimiento científico de esta especialidad de la Psicología Social en el contexto general de las ciencias sociales. Pero como ya he afirmado no se trata de una nueva especialidad (aunque así se haya divulgado estos días en los medios de comunicación), mas por el contrario, remonta sus orígenes a la última década del siglo XIX y desde entonces hasta aquí la colaboración entre psicólogos y economistas se ha hecho cada vez más evidente, llegando a su consolidación en el momento actual, efectivamente, como a continuación argumento.

En 1871 Carl Menger publicó sus *Fundamentos de la Economía Nacional*. Hoy el conjunto de principios sustentados en esta obra se conoce como una escuela: la escuela marginalista o, lo que es más significativo, la escuela psicológica austriaca. Al introducir en el análisis económico la teoría subjetiva del valor, desarrollando el concepto de marginalidad por el que el valor de un bien depende de la satisfacción que produce la última unidad de ese bien, modificaba, por primera vez, los axiomas más tradicionales de la economía, y lo hizo recurriendo a teorías psicológicas que ya habían tenido gran importancia para la

emergencia de la economía como ciencia independiente: la motivación, entendida desde perspectivas hedonistas, habiendo sido Jeremy Bentham su máximo valedor.

Por otra parte, Gabriel Tarde publicó diez años más tarde, en 1881, un artículo en la *Revue Philosophique*, transformado posteriormente en libro (1902), con el título de *La Psychologie Économique*, en el que por primera vez y de manera explícita se tratan las relaciones entre Economía y Psicología (Albou, 1984). En estos textos se señala el aspecto subjetivo y simbólico de los fenómenos económicos. En referencia a los economistas de aquella época Tarde afirmó que sólo habían alcanzado a concebir una naturaleza humana simplificada, esquemática y mutilada, al emplear un mínimo psicológico para sostener la base estadística matemática de sus suposiciones.

Es cierto que la Primera Guerra Mundial y la fuerte influencia de la obra de Durkheim soslayaron y marginaron las reflexiones de Tarde, pero las relaciones entre la Psicología y la Economía se mantuvieron constantes y en franco desarrollo. Pierre-Louis Reynaud (1964), continuador de la obra de Gabriel Tarde, afirmaba que la crisis de 1920-1945 se tradujo en un notable avance de la Psicología Económica, ayudada inicialmente por el cuerpo teórico de la Psicología General y más tarde por el de la Psicología Social, conformándose, desde entonces hasta la actualidad, en el referente teórico de esta disciplina. Al mismo tiempo el eje de la producción científica se trasladó de Europa a los Estados Unidos de Norteamérica con la llegada a este país de un considerable número de científicos y profesores universitarios que huían de la persecución y de un continente devastado. Entre ellos viajaba George Katona.

Si con Gabriel Tarde la Psicología Económica apareció en la escena universitaria fue con George Katona con quien alcanzó su autonomía disciplinar y metodológica. Su obra *Psychological Analysis of Economic Behavior* publicada en 1951 y traducida al castellano en 1965 es de obligada referencia, representando el punto de inflexión desde el que se inicia un constante y prolijo desarrollo de la Psicología Económica. Así pues, lo que ahora se divulga como una nueva rama de la Economía denominada *behavioral economics* (ver Gargarella, 2002) no es tan nueva y existe, cuanto menos, desde hace cincuenta años. Además, la colaboración entre psicólogos y economistas, con el fin de explicar la conducta económica contribuyendo al conocimiento científico no es, dese luego, una cuestión reciente. De hecho, existe un antecedente, similar al de 2002, en la concesión del Premio Nobel de Economía.

Desde mediados del siglo XX los casos de colaboración entre economistas y psicólogos junto con el préstamo recíproco de constructos, modelos y teorías se ha venido produciendo reiteradamente. En 1961 James G. March (profesor de Economía) y Herbert A. Simon (profesor de Psicología de la Universidad Carnegie Mellon) publicaron conjuntamente un libro de título *Organizational Theory* bien conocido por los psicólogos de las organizaciones y un claro ejemplo de como la colaboración interdisciplinar suele ofrecer buenos resultados. Años más tarde en 1978, se le concede a Herbert Simon el Premio Nobel de Economía quién, como se puede comprobar en el siguiente texto extraído de su autobiografía, se queja de los inconvenientes de la colaboración interdisciplinar al mismo tiempo que, aún con ironía, la defiende activamente:

«Al igual que las naciones, las disciplinas son un mal necesario que permiten a los seres humanos de racionalidad acotada simplificar la estructura de sus metas y reducir sus decisiones a límites calculables. Pero el provincianismo acecha por todas partes, y el mundo necesita desesperadamente viajeros internacionales e interdisciplinarios que transmitan los nuevos conocimientos de un enclave a otro. Como he dedicado gran parte de mi vida científica a tales viajes, puedo ofrecer un consejo a quienes deseen llevar una existencia itinerante. Resulta nefasto que los psicólogos te consideren buen economista y que los científicos políticos te consideren un buen psicólogo. Inmediatamente después de arribar a tierras extrañas hay que empezar a conocer la cultura local, no con el fin de renegar de los propios orígenes, sino de ganarse el pleno respeto de los nativos. Cuando se trata de la economía, no existe ningún sustituto para el lenguaje del análisis marginal y del análisis de regresión, ni siquiera (o especialmente) cuando la meta que se persigue consiste en demostrar sus limitaciones.

La tarea no es gravosa; al fin y al cabo aculturamos a los universitarios en un par de años. Además, puede incitar a escribir artículos sobre temas fascinantes con los que en otro caso tal vez no nos hubiéramos topado nunca. Acaso sea esta la razón por la que he empezado a aprender chino y llevo a cabo investigaciones psicológicas sobre la memoria para los ideogramas de esta lengua a los sesenta y cuatro años de edad. Un buen sistema para inmunizarme contra el aburrimiento incipiente.» (Simon, 1997: 419-420).

Con toda la crudeza de la cita y con todos los inconvenientes que supone la colaboración interdisciplinar, se sigue

haciendo manifiesta la necesidad de tener bien presente que las hipótesis y asunciones económicas dependen, muy estrechamente, de teorías y modelos psicológicos (Thaler, 1996; Medema y Samuels, 1996; Lewin, 1996; Rabin, 1998) y que, también, esta dependencia deba ser recíproca (Van Raaij, 1981, 1994; Lea, Tarpy y Webley, 1987). Precisamente la confirmación de esta reciprocidad justifica y certifica la existencia de la Psicología Económica. Al mismo tiempo que se rebate y/o atenúa uno de los conceptos clave de la economía tradicional: el de *homo economicus*, por el que establecidas la regularidades y leyes inalterables de una naturaleza humana previsible se abrió paso a una economía científica. Pero que para muchos economistas y psicólogos puede ser, en gran medida, un artificio congruente con un imperativo social, *lo que conviene creer*, acorde con tiempos o circunstancias históricas bien delimitadas.

### 3. DEL HOMO ECONOMICUS A LA PARADOJA DE SEN

Efectivamente para Herbert Simon (1973) lo artificial se diseña según funciones, objetivos y adaptaciones imperativas y prescriptivas. Las ciencias artificiales -y la economía junto con la psicología lo son en gran medida- no pretenden simplemente la explicación de las cosas, sino como deberían ser las cosas artificiales para la consecución de unos fines. En consecuencia, el hombre económico puede ser una realidad artificial diseñada en función de ciertos intereses y motivaciones, una reiterada tendencia en la historia de la economía:

«Pero ya advertimos una tendencia que se reiterará a lo largo de la historia de esta disciplina, y que es de principal importan-

cia para su comprensión: tocante a la esclavitud, a la condición de la mujer y al interés público frente al interés personal, los juicios éticos muestran una fuerte tendencia a adecuarse a lo que los ciudadanos influyentes les resulta agradable creer, reflejando de este modo .... la *Virtud Social Conveniente*. Durante los dos milenios y medio transcurridos desde aquella época, veremos a los economistas articulando la *Virtud Social Conveniente* ante el aplauso general. Pero también daremos con algunos que, impulsados por una fuerte dialéctica mental, expresan lo contrario y desafían aquello que a los privilegiados, acomodados e influyentes les parece cómodo creer. Sólo así puede entenderse plenamente el debate económico» (Galbraith, 1989: 13).

El constructo de hombre económico se ajusta bastante bien y tiene mucho que ver con lo descrito. Desde esta ideación es posible explicar algunas de nuestras conductas económicas pero no todas ellas, ni todas de igual manera, ni en las mismas circunstancias y/o contextos. Aquel camino de doble dirección al que ya se aludió - de la economía a la psicología e inversamente- puede ser un opción adecuada para la génesis de conocimientos interdisciplinares capaces de aclarar lo que no puede explicar el paradigma clásico.

Amartya Sen (1973), también Premio Nobel de Economía en 1998, sostiene que existe una *actitud paradójica* de los economistas respecto de la psicología. Estos tienden a creer que aquella puede ser independiente de los conocimientos psicológicos y prefieren observar la realidad o, para quienes siguen a Milton Friedman (1953), estudiar el valor agregado de los gustos en los precios y las cantidades. En esta *actitud antipsicológica*, en palabras de Sen, subya-

ce la importancia percibida de las preferencias reveladas, lo que reduce la teoría de la preferencia a un conjunto de proposiciones conductuales, herederas y prolongación del *homo economicus* y del realismo tradicional en Economía.

«A pesar de todo es evidente que las asunciones de los economistas dependen de razonamientos psicológicos para ser plausibles. Los economistas, por ejemplo, están muy condicionados por la noción de elección racional y, como sostiene Sen (1993), la racionalidad es un concepto no aprehensible si no tiene un motivo afín. La racionalidad es, por su naturaleza, una interpretación psicológica que se coloca en la conducta que se observa. Desde la perspectiva de la elección racional cuando se observa una acción se interpreta que esta acción es el resultado de algunos motivos. El origen de esta interpretación es externo respecto de la conducta que se observa. En realidad, en muchas circunstancias, las observaciones de la conducta son bastante pobres (o incluso erróneas) para determinar las preferencias individuales.

La información no conductal, tal como la comunicación no verbal, puede ser mucho más reveladora para explicar la motivación individual, especialmente cuando las consideraciones morales dominan la elección.

La inconsecuente coexistencia de las ideas psicológicas y antipsicológicas en la Economía es confusa y requiere alguna explicación. Llamo a esa contradicción la paradoja de Sen. En los últimos años esta paradoja es cada vez más evidente» (Lewin, 1996: 1293).

¿Hasta que punto las asunciones macroeconómicas necesitan ser psicológicamente

realistas? ¿Puede la Economía ser independiente de la Psicología? Según hemos comprobado para algunos economistas estas son preguntas esenciales para resolver la confusión metodológica que perciben en la Teoría Económica. Responden sosteniendo que los conocimientos de la Psicología pueden ser fundamentales para aclarar muchas cuestiones macroeconómicas. Hoy por hoy a casi nadie se le ocurriría afirmar que no lo son para la microeconomía, ahí están la Psicología de los Recursos Humanos y la Psicología del Consumidor, por ejemplo, indispensables y poco discutibles en la actual Administración y Dirección de Empresas. Afirman que muchos aspectos de la Economía no pueden ser independientes de la Psicología. Precisamente a Smith y Kahneman se les concede el Premio Nobel de Economía por situarse en esta línea de pensamiento.

#### **4. DAVID KAHNEMAN, TEORÍA DE LA PROSPECCIÓN, LOS JUICIOS ECONÓMICOS Y EL CONTEXTO SOCIAL**

En Marzo de 1979 Daniel Kahneman publicó junto con Amos Tversky en *Econometrica* un artículo, ampliamente referenciado, en el que realizaron una profunda crítica a la teoría de la utilidad como modelo de la adopción de decisiones en situaciones de riesgo. Y precisamente, el Premio Nobel se le concede “por haber integrado los avances de la investigación psicológica en la ciencia económica especialmente en lo que se refiere al juicio humano y a la adopción de decisiones bajo incertidumbre” (En Martínez Coll, 2001). Sin embargo, me parece, que además de premiar a un autor lo que se está haciendo es significar una línea de pensamiento conformada por otros muchos autores prove-

nientes tanto de la Economía como de la Psicología. Lo que, en definitiva, se está respaldando es el significado de las investigaciones que advierten sobre algunos cambios relevantes respecto del paradigma económico dominante.

Efectivamente, Vernon Smith mantiene un abordaje afiliado al de Daniel Kahneman basándose en experimentos de laboratorio con la finalidad de explicar la conducta efectiva cuando las personas toman decisiones económicas relacionadas con el reparto de beneficios y la participación en subastas. Este autor insiste en el concepto de *distancia social* y su influencia decisiva sobre el reparto y sobre el grado de reciprocidad cuando se trata de explicar como dos personas toman decisiones relacionadas con el reparto de una suma de dinero. También en este caso, lo que se pretende es una aproximación desde la Teoría Económica al mundo real, que se hace considerando los conocimientos de la Psicología y la teoría de la toma de decisiones. Éstas se acompañan y son el resultado de razonamientos de gran complejidad. Juicios y consideraciones relacionadas con el status, los heurísticos de conocimiento, el tratamiento equitativo, la representatividad, la percepción, el bienestar y la reciprocidad influyen decisivamente sobre los razonamientos de las personas cuando deben tomar decisiones económicas.

Lo expuesto puede parecer evidente a un psicólogo del conocimiento o un psicólogo social cognitivo pero contrasta sobremedida con el supuesto fundamental del paradigma clásico: una persona egoísta, maximizadora regida por la ley del mínimo esfuerzo máximo beneficio. Según el modelo que ha presidido -y aún preside- la Teoría Económica durante la mayor parte de su existencia, las personas se conducen

racionalmente, calculando cada decisión según sus resultados y pensando cuál será la mejor de entre las posibles para obtener las máximas ganancias. Es decir, lo que parece importar a todas las personas e invariablemente es cómo obtener más dinero y el hecho de que sin dinero todas las necesidades cotidianas se conviertan en agobio, ansiedad y sufrimiento.

David Kahneman afirma que las personas subestiman los resultados que sólo son probables cuando los comparan con los que se obtienen seguramente, a esta tendencia la denomina *efecto certidumbre*. Existe una aversión al riesgo en decisiones o elecciones que entrañan ganancias seguras y, sin embargo, se prefiere el riesgo cuando implican pérdidas seguras. Por ejemplo, supongamos que se regalan 10.000 € y que se ofrecen dos posibilidades: a) conseguir 5.000 € más, *seguros* o b) 10.000 € más, con *una probabilidad del 50%*. Según las investigaciones de Kahneman la mayor parte de la gente se inclina por la primera alternativa. Supongamos, ahora, que se regalan 20.000 € y que se ofrecen similares alternativas: a) perder *seguro* 5.000 € o, b) perder 10.000 € *con una probabilidad del 50%*. En este caso, la mayor parte de la gente prefiere arriesgarse eligiendo la segunda alternativa. Sin embargo, las opciones ofrecidas son iguales lo que cambia es el *referente psicológico*: 10.000 € con posibilidad de ganancia en el primer caso y 20.000 € con posibilidad de pérdida en el segundo. Se trata de lo que Kahneman denomina el *efecto aislamiento* por el que las personas, cuando la elección se presenta en contextos diferentes o con referentes psicológicos distintos, tienden a ignorar las componentes que son compartidas por todas las alternativas.

En consecuencia, las ponderaciones que



se utilizan para decidir son, por lo general, inferiores a las probabilidades correspondientes, exceptuando el rango de baja probabilidad. Precisamente la atracción hacia los juegos de azar se basa en una sobrestimación de una baja o muy baja probabilidad. Los corolarios derivados de estos indicios y deducciones han sido resumidos por Richard Thaler, autor integrado en la línea de pensamiento que estamos comentando y con el que Kahneman ha colaborado en diferentes ocasiones (1991, 1997), en un trabajo recientemente publicado por el *National Bureau of Economic Research* (*Working Paper*, 9222, 2002). Lo fundamental, y en lo que se vienen insistiendo en los últimos años, es que este grupo de investigaciones pone en serios aprietos algunos de los grandes principios de la economía clásica. Entre ellos cuando se presume -aunque para muchos otros autores es un axioma científico indiscutible- que siempre y en cualquier contexto o estado referencial las personas siguen un comportamiento egoísta y maximizador. Según los resultados de las investigaciones de Kahneman y el resto de autores de este grupo esto no siempre es así y, como se podrá observar en los ejemplos que siguen, los valores y los juicios -no siempre egoístas ni tampoco, necesariamente, no-egoístas- de las personas son, también, *catalizadores mentales* que pueden interferir en las decisiones económicas.

Acorde con el paradigma dominante en la economía clásica, hoy denominada neoliberal, se pueden realizar algunas predicciones que si se reflexionan mínimamente sorprenden grandemente. Sabemos que el modelo tradicional parte del supuesto de la racionalidad humana, lo que ocurre es que no existe un consenso cuando se pretende su definición operativa. La alternativa seguida por los economistas clásicos ha

sido utilizar el criterio de los *objetivos inmediatos*. Así, una persona es racional cuando es eficiente alcanzando los objetivos que tenga planeados para cada momento. Estos objetivos se manifiestan por los gustos que aparecen exógenamente y no existe razón alguna para ponerlos en cuestión: el gusto o el deseo por algo no es ni mejor ni peor que cualquier otro. No existen, por tanto, las necesidades objetivas se trata de meras preferencias que se tornan en demandas. Cierta estupor acompaña la reflexión derivada del ejemplo que propone George Sigler y que denomina *el problema del aceite del cárter*:

«Si vemos que una persona está bebiéndose el aceite del cárter y que se retuerce de dolor hasta morir, podemos afirmar que debía gustarle realmente el aceite del cárter (si no, ¿por qué se lo ha bebido?)». (En Frank, 1992: 227).

De hecho, todas las conductas, por muy excepcionales que sean, pueden justificarse *a posteriori*, razón por la cual según este criterio no se evalúa *realmente* la racionalidad de los objetivos. No obstante, desde el modelo dominante en Economía, el que toma como referencia la maximización de las ganancias, se pueden seguir haciendo predicciones muy sustanciosas y, por cierto, paradójicamente evidentes. Se puede predecir, por ejemplo, que si el Estado legisla un nuevo impuesto ambiental o protege con una alta indemnización el despido de los discapacitados, entonces, los precios de los hoteles subirán y que las empresas evitarán contratar discapacitados. Esto es cierto. En consecuencia, pretendiendo un mayor bienestar lo que se consigue es precisamente todo lo contrario. Evidente. No lo es tanto la segunda parte de la argumentación: cualquier regulación estatal bienintencionada o facilitadora del bie-

nestar tiende al fracaso más estrepitoso. En consecuencia, una política económica en apariencia beneficiosa -el subsidio de desempleo, por ejemplo- puede tener efectos altamente perversos. La solución está entonces en el mercado libre, muy lejos de las interferencias gubernamentales !Dejad que el mercado se regule sólo!

Ante tales conclusiones algunos de los trabajos de Kahneman y Tversky (1979, 1982, 1984, 1996 y 2000) sugieren que aquellas afirmaciones se maticen y se realicen con una mayor prudencia. Estos autores investigan, discuten y afirman que los razonamientos de los seres humanos son mucho más complejos que los que propone el egoísmo maximizador, que existen diferentes procesos cognitivos que utilizamos en los cálculos de las transacciones económicas y que, como hemos visto, existe una aversión a las pérdidas caracterizadora de nuestra manera de pensar. Se trata de procesos cognitivos que influyen nuestras decisiones, haciendo que seamos menos libres y racionales de lo que supusieron los economistas clásicos. Entre las razones argumentadas y, además, porque existen predisposiciones emocionales:

«Tener una predisposición emocional a dejar a un lado el egoísmo sólo es una ventaja cuando otros pueden percibirlo. Si estas predisposiciones pudieran observarse sin costos ni incertidumbre, en el mundo sólo habría personas colaboradoras» (Frank, 1992:254)

Desde la investigación psicológica se ha puesto de manifiesto la existencia de serias *limitaciones cognitivas* que contradicen muchas de las predicciones del modelo convencional de la elección racional (Tevrsky y Kahneman, 1974; Thaler, 1980, Tevrsky y Kahneman, 1981; Thaler, 1985; Gilovich,

1991). Tal es el caso de la psicología de la percepción, desde la que se ha comprobado que el cambio, poco perceptible, de un estímulo es proporcional a su nivel perceptivo inicial. O la regla heurística -reglas prácticas fruto de nuestras experiencias que utilizamos para valorar los factores de decisión- de la representatividad, por la cual las personas estiman la probabilidad de que un producto pertenezca a una gama específica en función de lo representativo que sea de esa misma gama. O la gran influencia que la *asignación inicial de recursos* y el contexto social ejercen sobre nuestras decisiones económicas. Así, por ejemplo, en un contexto social en el que no tenemos ni televisión ni radio, o ni chuletas ni hamburguesas, nos tiene sin cuidado lo que se nos ofrezca: sea una televisión o una radio, sean chuletas o hamburguesas. No obstante cuando se nos asigna el recurso correspondiente a una de las opciones (por ejemplo televisión y hamburguesas) desde la psicología cognitiva se ha demostrado que la mayoría de las personas tienden a quedarse y acomodarse con esta opción, aún cuando tenga la posibilidad y la libertad de intercambiar y hacerlo decidiéndose por las otras (radio y chuletas).

Este tipo de experimentos nos retrotraen al pasado, a las reflexiones de Gabriel Tarde y Georg Simmel, por ejemplo y entre otros, pero también nos indican una posible evolución que de consolidarse y extenderse puede convertirse en una *bomba retardada* para los enfoques económicos que han dominado en las últimas décadas. Esta evolución parte del indicio, reiteradamente puesto a prueba experimentalmente, de que el modelo de la elección racional predice mucho peor las decisiones reales que aquellos que tienen bien presentes los procesos cognitivos que las anteceden. Lo que ocurre es que desde la pers-

pectiva clásica o tradicional se imponen axiomas y supuestos no comprobados desde los que se establecen ciertas regularidades previas a las que las personas deben acomodarse. En consecuencia, las decisiones económicas están estrechamente relacionadas con las normas y pautas vigentes en un contexto específico y el momento en que se toman. No dependen, por tanto, de nuestra *libertad para elegir* sino de las reglas, normas y heurísticos que anteceden a nuestras decisiones. Para salvaguardar la libertad de las personas (condición reiteradamente aireada por los modelos económicos dominantes) es fundamental considerar el contexto social y las reglas con las que se organizan las transacciones económicas, la propiedad, el mercado y el consumo.

En este punto las investigaciones de Kahneman, Tversky y Thaler se asemejan y confluyen con las reflexiones de Amartya Sen. Lo hacen en un aspecto de especial significado: existen políticas económicas *del bienestar* y otras que se orientan a la *satisfacción de las preferencias* y/o demandas de los consumidores. No son iguales, ni ofrecen resultados similares y dependen, muy estrechamente, del contexto social e histórico. Cuando, por ejemplo, se implantan políticas económicas de libre mercado en contextos de extrema pobreza respetando las preferencias de las personas y no su bienestar, se contribuye a perpetuar la miseria, ya que estas preferencias vienen condicionadas por las reglas legales, sociales y económicas establecidas con antelación por el mismo modelo que se está imponiendo. Por otra parte, en otras muchas ocasiones, tienden a fortalecer los juicios y las reglas predominantes en el contexto de partida: aquello a lo que en párrafos anteriores se describía como la Virtud Social Conveniente. En contextos,

ricos o pobres, en los que predomine la marginación de la mujer, la discriminación racial o el trabajo de los niños, por ejemplo, las políticas de libre mercado tenderán a reproducir, y no a impedir, lo que en ese contexto social parece natural y conveniente. Entre otras razones, porque las empresas, casi siempre en perfecta consonancia con su medio económico y social, previniendo las reacciones de sus clientes - componentes activos de ese medio social - no contratarán mujeres, ni personas de las etnias discriminadas y sí lo harán recurriendo a los niños y niñas. Lo uno y lo otro puede ser inaceptable, incluso ilegal, en otros contextos sociales y no lo será en el que se establece.

## 5. ALGUNAS CONCLUSIONES

Resumiendo y sintetizando, teniendo presentes los resultados de este grupo de investigaciones, y que están a la base de la concesión del Premio Nobel de Economía a Vernon Smith y David Kahneman, se puede afirmar lo siguiente. En primer lugar, se pone entredicho, o cuanto menos se atenúa, el supuesto de un *homo economicus* egoísta y maximizador, con lo que las explicaciones de las *conductas económicas reales* se han de hacer desde perspectivas más complejas, evitando el, en ocasiones, simplismo con las que han sido abordadas desde el modelo dominante. En segundo lugar, la asignación de los recursos iniciales influyen y moldean los juicios y valores de las personas y, también, sus preferencias, generando los estados referenciales específicos en/desde los que se manifiestan las actitudes y las conductas económicas. Y, en tercer lugar, tales conclusiones deberían impulsar la reflexión y los debates sociales y científicos acerca de las normas legales y los valores prevale-

cientes en contextos sociales determinados.

Esto se está haciendo desde la perspectiva de la Psicología Económica y del Consumidor desde hace ya algunos años. En 1977 se constituyó la Asociación Internacional para la Investigación en Psicología Económica (IAREP: *International Association for Research in Economic Psychology*). Se trata de una organización científica de carácter no lucrativo cuya principal finalidad es la investigación y desarrollo internacional de la Psicología Económica, que cuenta con cuatrocientos miembros activos, en su mayoría profesores universitarios pertenecientes a 26 países diferentes. Además de promover la publicación de una revista científica (*Journal of Economic Psychology*) viene realizando una Conferencia Internacional de periodicidad anual en la que se someten a debate los resultados de la investigación científica en este campo (Quintanilla, 1997).

Por otra parte, también esta línea de pensamiento nos impulsa a reflexionar sobre muchos de los aspectos y tareas que configuran la intervención en Psicología del Trabajo y de las Organizaciones. Muy en particular en lo que se refiere a la actual tendencia hacia la gestión de la complejidad y de la incertidumbre, las empresas y las personas y lo que se va conociendo con los rótulos de Gestión de Conocimiento y Capital Humano. Todo ello está en estrecha consonancia con lo que he venido describiendo en estas líneas. En realidad, un directivo -incluso, la mayor parte de los empleados- debe estar preparado para tomar decisiones económicas con recursos, generalmente escasos, en situaciones de incertidumbre. La solución a la potencial dificultad de tales decisiones se encuentra en las personas, más específicamente en

los conocimientos de las personas. Lo que ocurre es que el conocimiento no se descubre, se construye. Es construcción del pasado que se proyecta hacia el futuro, resultado de la acumulación de saberes que nuestros antepasados fueron erigiendo (Quintanilla, 2002).

Las investigaciones de Smith y Kahneman forman parte de este maravilloso proceso que encadenada y solapadamente va constituyendo la historia del saber humano universal. Habrá que tenerlas bien presentes tomando conciencia y yendo más allá de simple anécdota de la concesión del Premio Nobel de Economía a un psicólogo. Como se ha podido comprobar no es cosa nueva, sí lo es cuando lo que se viene señalando desde hace ya mucho tiempo, tanto por psicólogos como por economistas recibe un respaldo público de gran trascendencia. Ahora, para muchos, la colaboración interdisciplinar se convierte en una necesidad científica proclive al análisis de un mismo fenómeno social desde perspectivas diversas y complementarias. Y es que, en definitiva, procesos complejos -y las acciones económicas los son-, rehuyen la simpleza y requieren múltiples y originales abordajes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albou, P. (1984) *La Psychologie Économique*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Frank, H. (1992) *Microeconomía y conducta*. Madrid: McGraw-Hill.
- Friedman, M. (1953) The Methodology of Positive Economics, En *Essays in positive economics*. Chicago: Chicago Press.

- Galbraith, J.K. (1989) *Historia de la economía*. Barcelona: Ariel Sociedad Económica.
- Gargarella, R. (2002) Economía, psicología y derecho. *El País*, 29 de Octubre de 2002.
- Gilovich, T. (1991) *How We Know What Isn't So*. Nueva York: The Free Press.
- Kahneman, D. y Tversky, A. (1979) Prospect theory: An analysis of decisions under Risk. *Econometrica*, 47: 313-327.
- Kahneman, D. y Tversky, A. (1982) The psychology of preferences. *Scientific American*, 246: 160-173.
- Kahneman, D. y Tversky, A. (1984) Choices, values and frames, *American Psychologist*, 39: 341-350.
- Kahneman, D. y Tversky, A. (1996) On the reality of cognitive illusions: A reply to Girenzer's critique. *Psychological Review*, 103: 582-591.
- Kahneman, D. y Tversky, A. (2000) (Eds.) *Choices, Values and Frames*. New York: Cambridge University Press and the Russell Sage Foundation.
- Kahneman, D. y Thaler, R. (1991) Economic analysis and the psychology of utility: Applications to compensation policy. *American Economic Review* (Proceedings) 81 (2): 341-352.
- Katona, G. (1965) *Análisis psicológico del comportamiento económico*. Madrid: Rialp.
- Lea, S.; Tarpy, R.M. y Webley, P. (1987): *The Individual in the Economy*. A *Survey of Economic Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lewin, S.B. (1996) Economics and Psychology: Lessons For Our Own Day From the Early Twentieth Century. *Journal of Economic Literature*, vol. XXXIV (September): 1293-1323.
- March, J.G. y Simon, H.A. (1977) *Teoría de la Organización*. Barcelona: Ariel.
- Martínez Coll, J.C. (2001) [www.eumed.net/cursecon/economistas/index.htm](http://www.eumed.net/cursecon/economistas/index.htm) (consulta de octubre de 2002).
- Medema, S.G. y Samuels, W.J. (1996) *Foundations of Research in Economics: How Do Economics Do Economics?*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Quintanilla, I. (1997) *Psicología Económica*. Madrid: MacGraw-Hill.
- Quintanilla, I. (2002) *Empresas y personas. Gestión del conocimiento y capital humano*. Madrid: Díaz de Santos.
- Rabin, M. (1998) Psychology and Economics. *Journal of Economic Literature*, vol. XXXVI, (March): 11-46.
- Reynaud, P.L. (1964) *La Psychologie Économique*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Sen, A.K. (1973) Behaviour and the Concept of Preference, *Economica*, 40 (159): 241:259.
- Simon, H. A. (1973) *Las ciencias de lo artificial*. Barcelona: A.T.E.
- Simon, H. A. (1997) Vivir en el espacio interdisciplinar. En Szenberg, M. (Ed.)

*Grandes Economistas de nuestra época.*  
Barcelona: Círculo de Lectores.

Thaler, R. (1980) Toward a Positive Theory of Consumer Choice, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 12, 121-134.

Thaler, R. (1985) Mental accounting and Consumer Choice, *Science*, 4.

Thaler, R.H. (1996) Doing Economics without Homo Economicus. En Medema, S.G. y Samuels, W.J. *Foundations of Research in Economics: How Do Economics Do Economics?*. Cheltenham: Edward Elgar, 227-237.

Tevrsky, A. y Kahneman, D. (1974) Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185: 1124-1131.

Tevrsky, A. y Kahneman, D. (1981) The framing of decisions and the psychology of choice, *Science*, 211: 453-458.

Van Raaij, F. (1981) Economic Psychology. *Journal of Economic Psychology*, 1: 1-24.

Webley, P. y Walker, C.M. (1999) *Handboof for the Teaching of Economic and Consumer Psychology*. Exeter: Washington Singer Press.