



Ponencia 2

EMOCIONES Y TOMA DE DECISIONES DESDE LA ECONOMIA COMPORTAMENTAL

Susana De Mier

Universidad Pedagógica de la Provincia de Buenos Aires (UNIPE), Argentina

susdemier@hotmail.com

RESUMEN

Los recientes estudios de la economía comportamental sobre cómo inciden los sentimientos y las emociones en el proceso de toma de decisiones ponen en debate el principio de la racionalidad económica, sostén de la doctrina liberal.

Entre los principios básicos de las escuelas tradicionales neoclásicas del pensamiento económico prevalecientes desde fines del siglo XIX hasta nuestros días, se encuentra el supuesto de la racionalidad: el sujeto es considerado un ser capaz de tomar las mejores decisiones racionales que lo benefician y lo satisfacen gracias a esa “razón pura”. Su herramienta racional le permite comprar, vender, contratar trabajadores, elegir empleo, asignar gastos en su presupuesto, cobrar impuestos, pagar gastos, invertir en la bolsa, realizar obras públicas, equilibrar las cuentas nacionales, mover los fondos de las cuentas bancarias, utilizar el crédito, el efectivo y la moneda extranjera, consumir y ahorrar. Es decir, le permite actuar de manera eficiente: la máxima satisfacción, la máxima ganancia y los costos mínimos. No importa el rol social del sujeto, ya sea el agente empresario, consumidor, trabajador o sector público, la racionalidad lo envuelve, lo determina y lo caracteriza, le imprime ese sello de humanidad civilizada que lo aleja de lo intuitivo, de lo afectivo y del pensamiento mágico. La toma de decisiones en economía es racional sea quien fuere el que la lleve a cabo y los economistas ortodoxos, bajo este supuesto, interpretan, estimulan y analizan los cálculos de costo-beneficio de los agentes económicos.

Respecto de ese supuesto de máxima racionalidad, Ariely (2008) expresa que la idea de racionalidad constituye el fundamento de las teorías, predicciones y recomendaciones económicas y que el modelo económico racional supone que somos capaces de tomar decisiones correctas por nosotros mismos. A esa perspectiva el autor la denomina economía convencional y la enfrenta a la economía conductual por él propiciada. En la primera clase de economía el individuo, en su vida cotidiana, calcula el valor de todas las alternativas a las que se enfrenta y luego sigue la mejor línea de acción posible ya que puede cognitivamente sopesar las ramificaciones de cualquier potencial decisión y si se equivoca, las fuerzas del mercado lo volverán a la senda correcta. En la segunda clase, los comportamientos irracionales no son aleatorios ni carecen de sentido, son sistemáticos y se repiten y por ello son previsibles, la gente es susceptible de ser influenciada por fuerzas como las emociones, las normas sociales y los contextos, entre otras. Comprender la manera de cómo somos previsiblemente irracionales es importante como punto de partida para mejorar nuestra toma de decisiones diarias tanto en el ámbito público como en el ámbito privado.

El miedo a perder dinero, el trabajo o nuestras propiedades, el recuerdo imborrable del primer precio pagado por una casa o un auto, la subyugación por lo gratis, la excitación sexual, la codicia, la envidia, el dolor, el placer, la intervención del estado, la honestidad, la vergüenza por endeudarse, la culpa, la



solidaridad, las expectativas y deseos son algunos de los tópicos tratados en la propuesta de Ariely. Según este punto de vista, la teoría económica debería basarse no en cómo deberían actuar las personas sino en cómo realmente actúan.

Lejos de calificar o no a la perspectiva de la economía comportamental como original e innovadora, nos proponemos revisar si esta línea de pensamiento, que incluye aspectos emocionales, de sentimientos y de cualidades morales, aparece expresada con anterioridad al surgimiento de esta nueva rama de la ciencia económica. Es decir, nos preguntamos si estos aspectos no comprendidos por la economía convencional con su constructo sobre la racionalidad, son factores que fueron abordados por los padres de la economía de los siglos XVI al XVIII.

Así fue como de la revisión de algunos textos entre los siglos XVI al XIX encontramos claramente expuestos los temas concernientes a las cualidades morales, sentimientos y emociones en los procesos de decisiones económicas: Erasmo de Rotterdam (1530), Bernard de Mandeville (1705), Adam Smith (1759) y Ruskin (1862).

Sin embargo, el objetivo de este trabajo dista de ser una contribución a la historia del pensamiento económico. Más bien se vale de ella a efectos de expresar que la economía, al igual que otras ciencias sociales, necesita abordar los sentimientos y emociones del hombre para comprender el funcionamiento de la mente y el comportamiento humano. El conocimiento de las propias emociones y las de los otros como factores intervinientes en las decisiones y acciones económicas reconsidera a la ciencia económica como social, cultural, biológica y en suma, integrada con las neurociencias sociales.

Palabras claves: economía comportamental- emociones- toma de decisiones- racionalidad