

Genealogía y sentido de la Psicología económica

Francisco José Robles Rodríguez

Vicente Caballero de la Torre

Universidad Complutense de Madrid

Resumen

La Psicología económica es, actualmente, un auténtico conjunto de conocimientos propios tanto de la Psicología como de la Economía y que están dando lugar a una disciplina mixta que cuenta, cada vez más, con una mayor presencia en las Universidades y en el ámbito de las publicaciones. La historia de esta disciplina arranca con Gabriel Tarde y su obra *Psicología económica*, publicada en 1902, donde acusa a los primeros arquitectos de la Economía política de un afán excesivo por teorizar desde la figura ideal del «hombre económico», en lugar de trabajar sobre «el hombre psicológico». Sin embargo, el impacto de esta obra no fue el esperado debido a la influencia del estructuralismo sociológico y a la coyuntura económica de la primera mitad del siglo XX. Es con la aparición de la sociedad de consumo, en el seno del Estado del bienestar, como estas reflexiones psico-económicas adquieren nuevo protagonismo. Desde entonces hasta ahora, las figuras de Abraham Maslow, George Katona y, finalmente, Daniel Kahneman y su aplicación de principios «gestálticos» a la toma de decisiones, protagonizan la historia de la Psicología económica. En efecto, en los 60 la teoría de A. Maslow aplicada a la organización y gestión empresarial constituye un contra-ataque a los modelos clásicos de dirección de empresas fundamentados en el miedo al oportunismo y en la imagen antropológica del *homo oeconomicus*. Por otro lado y en los mismos años, G. Katona apuntaba que las grandes crisis económicas, en lugar de ser atribuidas a ciertas abstracciones podrían deberse a fenómenos propios del nivel micro de los que cada uno de nosotros tenemos experiencia cotidiana. Finalmente, para Daniel Kahneman –laureado con el Nobel de Economía en 2002 y epígono del también laureado (1978) con el Nobel Herbert Simon– la Psicología económica muestra cómo, del mismo modo que la motivación influye en la percepción, distorsionándola, también puede distorsionar nuestro sistema de elecciones, favoreciendo dicha distorsión el contexto extralingüístico o la ausencia de neutralidad de las descripciones verbales, produciéndose un efecto similar al de la reversibilidad de la figura y el fondo en la percepción.

Palabras clave: «psicología económica», «Gabriel Tarde», «Abraham Maslow», «George Katona», «Daniel Kahneman».

Abstract

Economical Psychology is, presently, a Psychology and Economics specific real set of (working) knowledge. This knowledge implies a «hybrid discipline» that shows a growing presence in Universities and in qualified papers and periodicals too. Economical Psychology history starts when Gabriel Tarde (died at 1904) brings out his book *Psychologie économique* (1902) Tarde contends that the «fathers» of Political Economics theorized on the strength of the *homo oeconomicus* ideal, instead of working about the *homo psicologicus* notion. However, *Psychologie économique* did not have important repercussions due to Durkheim Structuralism hegemony and to the first half of twentieth century economical reality. New psycho-economical considerations will appear at 60s decade. The consumer society and the welfare state led to new thoughts. Up to now, some eminences are focal points of Economical Psychology history: Abraham Maslow, George Katona and, finally, Daniel Kahneman (who applies *gestalt* fundamentals to making decisions process). In fact, at 60s the A. Maslow's theory applied to the economic organization and management of the firms was a real counterattack against the classic model. This model lays the foundations of management in the prevention of opportunism and in the anthropologic ideal of the *homo oeconomicus*. On the other hand, and at the 60s decade too, G. Katona asserted that the big economical crises are due to micro-economical phenomena that everybody knows. The analysis of these phenomena provides better explanations than the macro-economical ones. Finally, Daniel Kahneman –who won the Economics Nobel Prize in 2002 and who is a disciple of the 1978 Economic Nobel Prize Herbert Simon– presents how motivations influence on the human taking choices system at the same way that influence on perceptions too. The extra-linguistic frame –and the absence of neutrality detected in verbal (or written) descriptions of a situation– implies an important distortion when we take into account different kinds of choices. The effect seems like the *gestalt* reversibility (figure-background of a picture) in some ambivalent perceptive situations.

Keywords: «economical psychology», «Gabriel Tarde», «Abraham Maslow», «George Katona», «Daniel Kahneman».

Psicología económica fue el título que, en francés, dio Gabriel Tarde (fallecido en 1904) a una de sus obras más completas y trascendentes, publicada en el año 1902 y, dicho sea de paso, aún sin traducir. Al comienzo de dicha obra Tarde hace una «ojeada histórica» (tal expresión, «ojeada histórica» da nombre al capítulo IV de su libro) donde diagnostica el error de los primeros arquitectos de la Economía política en un afán excesivo por teorizar desde la figura ideal del «hombre económico», en lugar de trabajar sobre «el hombre psicológico», tal y como expone en las páginas 107, 108 y 109, de las cuales se ha extraído la siguiente cita, donde Tarde establece los sesgos que la investigación económica adoptó, erróneamente, para ser consecuente con tal idea de sujeto económico racional pero inexistente en la vida real; así, en esas páginas, dice Tarde literalmente que la Economía política

tiene que ocuparse de los productos antes que de los productores y los consumidores; y en el productor o en el consumidor –pues, al fin y a cabo, no pueden evitar hablar– tiene que ver una despensa de fuerza motriz (trabajo) o un reaprovisionamiento de fuerza, y no de sensaciones, emociones, ideas, voluntades. Ser tan objetivo como abstracto en la medida de lo posible: ese era el método...

El autor pone como ejemplo el caso de la moneda y de la fluctuación bursátil con el objeto de ilustrar lo poco acertado de entender los fenómenos económicos sólo desde el respecto meramente macroeconómico, desestimando cuestiones de índole psicológica. Escribe Tarde:

La moneda no es más que [...] una combinación de cosas todas ellas subjetivas, de creencias y deseos, de ideas y de voluntades, como las subidas y bajadas de los valores de la Bolsa, no se explicarían sin la consideración de sus causas psicológicas, arrebatos de esperanza o de desaliento, la propagación de una buena o de una mala noticia hace sensación en el espíritu de los especuladores (p. 109 de la misma obra).

Esta psicología del consumidor es la que en la actualidad dominan a la perfección los publicistas y los psicólogos del consumo. Que la Economía política no diera cuenta de ella se debe a haber ignorado la Psicología colectiva especialmente en lo que concierne a la moda y a la costumbre, es decir, a la *innovación* y la *repetición*. Estas categorías psico-sociológicas de la innovación y la repetición son transversales a toda la obra de Tarde, desde la más propiamente sociológica, pasando por la criminología y, por supuesto, la psicología social. Los sociólogos de su tiempo, como Durkheim, ponían el peso de la organización y el funcionamiento social en la categoría de «institución». Frente a ella, la repetición y la diferencia, vía imitación, son defendidas por Tarde como los conceptos clave para poder dar cuenta de lo que ocurre en la sociedad en general y en el comportamiento económico en particular. En este sentido el autor subraya la importancia del aprendizaje vicario. El autor admite, pues, la existencia de —citamos—

Dos tipos de influencias: las que se sostienen en la naturaleza misma de los ejemplos a imitar, y otras que dependen de la naturaleza de las personas que proporcionan esos ejemplos, a los lugares y los momentos donde se producen. [...] En combinación de estos dos tipos de influencias, y las leyes que los formulan, que se puede responder a esta difícil cuestión: ¿por qué, entre muchos ejemplos que se ofrecen a la vez, tal ejemplo y no otro se propaga en este país, en esta época, en esta clase, y no en otras? (p. 171 de *Psychologie économique*).

La pregunta lanzada por Tarde no puede responderse desde el punto de vista estrictamente lógico de la concepción que de la toma de decisiones económicas tienen los economistas de su época, incluidos los más heterodoxos de la Economía política. Todos ellos suponen a un agente económico desprovisto de emociones, y cuya racionalidad es secuencial (aspecto discutido actualmente por Daniel Kahneman, como se expondrá más adelante) y no heurística de modo que sólo yerra por la insuficiencia de la información de la que dispone. Para responder a esta pregunta es menester requerir de una nueva concepción más completa y realista del ser humano. En este sentido, Ismael Quintanilla y Tomás Bonavía, en un recentísimo libro titulado *Psicología y economía*, han contrapuesto el *homo psicologicus*, directamente con el *homo oeconomicus*.

Después de la contribución de Tarde a la demolición del mito del *homo oeconomicus* habría que esperar hasta los años 60 del pasado siglo para ver despertar un nuevo interés, cada vez mejor documentado estadísticamente, por la psicología en su aplicación a la economía. El motivo de esta «larga espera» sería doble, siguiendo nuevamente a I. Quintanilla y T. Bonavía: de un lado, el contra-ataque de Durkheim contra la Psicología social de Tarde, convirtiéndola en «flor de un día» y, por otro lado, la «ley psicológica fundamental» del keynesianismo según

la cual cuanto mayor es la renta percibida mayor es la parte que se ahorra. Pero, no nos engañemos, estos sesenta años de aparente sequía no son más que un momento necesario para que se den las condiciones necesarias, proporcionadas por el desembocar de los acontecimientos históricos en una economía cuyos modos de producción propios aún de un capitalismo industrial y en combinación con políticas proteccionistas de corte keynesiano en Occidente daría lugar al Estado del Bienestar y la sociedad de consumo. En cualquier caso, hasta los años 60, las economías occidentales pivotan sobre la gestión de la oferta y sobre la producción y no sobre el moldeamiento de la demanda o el consumo.

Ilustrativa de cómo el renacer de la psicología económica ha de ejercitar nuevamente una necesaria crítica a la idea-fuerza de *homo oeconomicus*—ese ser egoísta, oportunista y calculador— es la aplicación al *neomanagement* de la teoría de la motivación de Abraham Maslow. En efecto, la teoría de A. Maslow aplicada a la organización y gestión empresarial constituye un contraataque a los modelos clásicos de administración y dirección de empresas imperantes hasta el momento, fundamentados en el miedo al oportunismo y en la imagen antropológica del *homo oeconomicus*, hedonista y carente de una jerarquía de valores. Esta aplicación de la doctrina de A. Maslow ha sido recogida en un volumen cuya traducción al castellano fue publicada en 2005, el mismo año en que se publicó la obra de I. Quintanilla y T. Bonavía. El título de la obra compilatoria es «El management según Maslow». Entre los distintos capítulos que allí encontramos llama la atención uno cuyo título es completamente explícito: «La gestión como experimento psicológico». Una de las glosas incorporadas al texto dice:

En 1968, Maslow esperaba abrir nuevos caminos en la teoría de la gestión con la teoría Z. [...] Cuando estudió los anuncios aparecidos en la prensa para atraer profesionales, administrativos o ejecutivos, Maslow no sólo se fijó en la retribución económica sino también en lo que él llamaba «necesidades superiores». Estas necesidades superiores se reflejaban en los anuncios que destacaban la amabilidad de los compañeros, un ambiente agradable, libertad y autonomía, responsabilidad, la oportunidad de poner ideas en práctica, una empresa de la que sentirse orgulloso, la oportunidad de destacar, etc. La teoría Z presupone que cuando una persona alcanza un nivel de seguridad económica se esfuerza por llevar una vida rica en valores, una vida de trabajo donde poder crear y producir (p. 102).

La teoría X, a la que se contraponen la teoría Z, es la basada en el esquema rígido de la autoridad y la organización propias del capitalismo industrial. Según los epígonos de A. Maslow el autoritarismo funciona muchas veces como una profecía auto-cumplida. La conducta que la teoría X atribuye a los individuos como producto de la naturaleza humana no es más que la respuesta a la falta de autonomía o de acceso a la autorrealización a través del trabajo.

Además de A. Maslow, la figura de George Katona ilustra cómo los cambios económicos de los años 60, cristalizados en el auge del capitalismo de consumo en las sociedades occidentales, habrían de hacer de la Psicología económica una disciplina no útil sino necesaria; y, lo que es más importante, no sólo en el nivel micro—nivel en el que trabajaría la psicología del consumo— sino en el macroeconómico. A este respecto apunta G. Katona en una obra titulada *Psicología de la Economía*, publicada en 1975 y que recoge material de 1951 y 1964:

sólo mediante el estudio de las familias y las entidades podemos aprender si las regularidades prevalecen, bajo qué condiciones y en qué grupos de gente. Mediante el análisis de la posición

financiera y de la decisión de formación de individuos, es posible insertar los casos individuales en grupos homogéneos, de modo que pueda aplicarse la ley de los números elevados. Llegamos así a la conclusión de que una de las mayores formalidades de la economía del presente consiste en la colección de microdatos que sirven para enriquecer nuestro conocimiento del macroproceso. Como agregado puede decirse que la situación respecto a la psicología es precisamente lo opuesto: el análisis psicológico del macroproceso es necesario para ampliar el estudio de los individuos (p. 43).

Este nuevo planteamiento incide en la forma de analizar ciertos fenómenos económicos que, con las explicaciones clásicas, sólo pueden ser predichos «a toro pasado». Sería el caso, como exponen los psicólogos I. Quintanilla y T. Bonavía, de las grandes crisis económicas que en lugar de ser atribuidas a abstracciones podrían deberse, según G. Katona, a fenómenos propios del nivel micro de los que cada uno de nosotros tenemos experiencia cotidiana. Precisamente G. Katona pone cinco casos importantes en los que la teoría clásica económica predice lo contrario de lo que ocurre, mostrando así las virtudes explicativas de un planteamiento psicoeconómico; esos cinco casos son las fluctuaciones cíclicas en el consumidor de las mercancías no perecederas, la inflación, el ahorro en las buenas y en las malas épocas, la saturación frente a los niveles de aspiración en ascenso y la respuesta de los ciudadanos a la política fiscal de sus gobiernos. Para ser breves y concisos nos centraremos sólo en uno: la inflación. El autor expresa muy bien cuál es el cometido de la psicología económica en el análisis de estos casos; así dice del problema de la inflación:

La psicología económica no postula que la gente responderá de la misma manera, sino que pregunta: ¿bajo qué circunstancias las experiencias respecto a la inflación y las expectativas inflacionarias inducen a los consumidores a aumentar, y en qué circunstancias a disminuir su tasa de gastos? (p. 10).

En la actualidad, el autor que más progresos está consiguiendo en las dos últimas décadas es un psicólogo laureado con el premio en honor a Alfredo Nobel otorgado por el Banco de Suecia, en 2002 y reconocido continuador de otro premio Nobel de Economía: Herbert Simon. El autor al que nos referimos es Daniel Kahneman quien, junto a colaboradores como Amos Tversky y Richard Thaler han conseguido importantes progresos como resultado de aplicar principios semejantes a los de la percepción –tal y como fueron expuestos por la psicología de la *Gestalt*– a los razonamientos que los individuos llevan a cabo en su vida económica cotidiana.

Pues bien, del mismo modo que la motivación influye en la percepción distorsionándola también puede distorsionar nuestro sistema de elecciones. Esta es la tesis fuerte de Kahneman y sus colaboradores. La tarea consiste en mostrar que esto es así y cómo funciona, del mismo modo que los *gestaltistas* no sólo tuvieron que criticar el asociacionismo sino también mostrar las leyes de la percepción. Según Kahneman, en un artículo llamado «Mapas de Racionalidad limitada: Psicología para una economía conductual», el sujeto racional se compone de un doble sistema:

En el lenguaje propio del presente enfoque, el agente racional de la teoría económica se describiría como alguien dotado con un único sistema cognitivo que tiene la capacidad lógica de un Sistema 2 perfecto y los reducidos costes de cálculo del Sistema 1. Generalmente, las teorías de

la economía conductual han conservado la arquitectura básica del modelo racional, añadiendo supuestos relacionados con las limitaciones cognitivas, planteados para dar cuenta de anomalías específicas.

Al igual que el Sistema 2, las operaciones del Sistema 1 trabajan con conceptos acumulados pero también trabaja con perceptos, y pueden ser evocadas por medio del lenguaje. La racionalidad se ve afectada tanto por el contexto extralingüístico como por la ausencia de neutralidad de las descripciones verbales que nos las presentan, produciéndose un efecto similar al de la reversibilidad de la figura y el fondo en la percepción o al que produce la ilusión de Lyer-Müller:

El valor que tiene un bien para un individuo parece ser más elevado cuando dicho bien se ve como algo que puede ser perdido o dejado que cuando el mismo bien se considera como una ganancia potencial (Lectura de Kahneman al recoger el Nobel, p. 13; extraído de <nobelprize.org>).

El mismo proceso se da en las decisiones relacionadas con los cambios laborales tales como aceptar un nuevo empleo y dejar el que ya se tiene. Pero hay una tercera propensión en la toma de decisiones que favorece la quiebra de la racionalidad. Tal propensión no radica ni en el marco de presentación ni en la aversión a las pérdidas sino en los procedimientos decisorios mismos cuyo empleo en determinadas situaciones incumple el requisito de aplicabilidad racional pues el número de casos no es lo bastante grande como para que se produzca la regresión a la media. Las personas estarían dispuestas por ejemplo a donar una cierta cantidad de dinero para ayudar a un número elevado de personas necesitados y exactamente la misma cantidad o poco más para ayudar a diez veces ese número de personas. Esto se fundamentaría según D. Kahneman y A. Tversky al hecho de la imposibilidad psicológica de representarnos grandes cifras.

En conclusión, no puede conseguirse un modelo ni predictivo ni descriptivo coherente sin renunciar a dos supuestos de carácter formal y metodológico: la unidad del sistema del *homo oeconomicus* y la formalización matemática sin restricciones. Sólo abdicando de ambos podría construirse una alternativa y eso, citando a Kahneman, requiere de la necesaria introducción de la psicología en el meollo mismo de la economía. Las implicaciones gnoseológicas y políticas de la Psicología económica serán objeto de nuestro análisis en próximos trabajos. No obstante, cabe anticipar que entendemos que la Psicología económica es una ciencia de modelos –al igual que la Psicología y la Economía consideradas por separado– en la que los términos psicológicos se muestran conjugados con los términos económicos y viceversa, siendo ello posible, pero también necesario, en la medida en que la aspiración última del capitalismo financiero actual consiste en convertir el valor de uso en valor de cambio; tal transmutación era ya notable hace décadas en la dialéctica existente entre las audiencias y el precio del minuto de publicidad televisiva pero se muestra de forma eminente en la particular textura fenoménica del espacio electrónico-virtual, cuyo acceso por un número mayor de usuarios incrementa, por definición, el valor de uso pero también, a la vez y en el mismo acto, aparece inexorablemente un cierto valor de cambio, pues éste viene determinado por una demanda de acceso que crece a medida que se expande la retícula electrónica.

Bibliografía

- FRANK, Robert H. (1998): *Microeconomía y Conducta*. Mc GrawHill.
- KAHNEMAN, D. y A. TVERSKY (2000): *Choices, values, and frames*. Cambridge University Press.
- KATONA, G. (1979): *Psicología de la economía*. El Ateneo.
- LIPOVETSKY, G. (1994): *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama.
- MASLOW, Abraham Harold (2005): *El management según Maslow: una visión humanista para la empresa de hoy*. Paidós.
- QUINTANILLA I. y T. BONAVÍA (2005): *Psicología y economía*. Universidad de Valencia.
- SMITH, Vernon L. (1991): *Papers in Experimental Economics*. New York, Cambridge University Press.
- TARDE, G. (1902): *Psychologie économique*. Félix Alcan, Éditeur.