

II Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVII Jornadas de Investigación Sexto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2010.

Rico o feliz. Una paradoja sobre el dinero y el bienestar.

Bershadsky, Romina.

Cita:

Bershadsky, Romina (2010). *Rico o feliz. Una paradoja sobre el dinero y el bienestar. II Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVII Jornadas de Investigación Sexto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-031/569>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eWpa/WX5>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

RICO O FELIZ. UNA PARADOJA SOBRE EL DINERO Y EL BIENESTAR.

Bershadsky, Romina
UBACyT, Universidad de Buenos Aires

RESUMEN

En este trabajo presentaremos un análisis sobre el estudio del ganador del premio Nobel de economía Daniel Kahneman el cual se centra en la relación entre felicidad e ingreso. La conclusión del autor es que se sobrestima el ingreso en cuanto al impacto que tendrá en el sentimiento subjetivo de felicidad. Analizaremos estos resultados a la luz del marco teórico que brinda la psicología política y económica y mostraremos a su vez como la psicología puede aportar a campos del conocimiento no explorados por nuestra disciplina.

Palabras clave

Bienestar Riqueza Mercado Sociedad

ABSTRACT

RICH OR HAPPY. A PARADOX ON MONEY AND HAPPINESS.
We will briefly review a Kahneman's article on wellbeing and wealth. Kahneman concludes that wealth is overestimated regarding its influence on happiness. We will analysis this conclusion under our psychological theoretical frame showing that psychology can enrich the discussion of unconventional subject matters.

Key words

Wellbeing Wealth Market Society

En el último tercio del siglo XIX se produce una inflexión en el pensamiento económico. En ese viraje epistemológico las motivaciones que hacen a las decisiones del consumidor devienen relevantes para la economía[i].

A mediados del siglo XX se comienza a formalizar un modelo para explicar las decisiones que hacen al comportamiento económico del sujeto. El supuesto de que cada uno busca su beneficio personal, eligiendo más de lo que le conviene en lugar de menos y que esa actitud tiende a ser consistente, es lo que se ha entendido como comportamiento racional del sujeto de la economía (Buckanam y Tullock, 1996).

Sin embargo, desde la década del '70 y basados en nutridos estudios experimentales, Amos Tverski y el Nobel de economía Daniel Kahneman[ii] demuestran que, con una frecuencia llamativa, en las decisiones que hacen los sujetos no se cumplen cabalmente los requisitos propios del modelo de racionalidad. Afirman los autores que se observan ciertos "errores" en la conducta de los sujetos que sistemáticamente contradicen la teoría de la decisión racional. Una de las formas de irracionalidad descriptas por Kahneman es la falta de capacidad de los sujetos para predecir su placer futuro, es decir que los individuos se equivocan al prever lo que les reportará placer en el corto y el largo plazo. Partiendo de esta irracionalidad Kahneman analiza la paradójica relación entre bienestar subjetivo y desarrollo económico.

El artículo que analizaremos se titula "Would you be happier if you were richer? A focusing illusion". Este y otros trabajos sobre el tema se fundamentan sobre el ya clásico estudio de Esterline[iii], quien concluyó, tras comparar el bienestar y el PBI de varios países, que no existe relación alguna entre dichas variables; específicamente, no se verifica un incremento del bienestar cuando existe un aumento sostenido del PBI[iv]. Kahneman analiza esta paradoja sobre el dinero y la felicidad desde el concepto de focusing illusion[v]. El autor sostiene que al considerar el bienestar en forma concreta, la correlación entre ingreso y felicidad es menor aún que cuando se mide el bienestar en términos generales. Este artículo revisa la evidencia que ayuda a explicar estas conclusio-

nes, analizadas desde nuestro marco teórico, que aporta un análisis complementario, el que consideramos de mayor profundidad, a la explicación de la paradoja del dinero y la felicidad. A través de estas contribuciones a la temática llamada *economía de la felicidad* mostraremos como la psicología puede hacer un aporte a campos no tradicionales.

DESARROLLO

Kahneman, al igual que otros autores, sostiene que la felicidad es independiente del ingreso, pero efectúa una crítica metodológica a la evaluación del bienestar subjetivo o el nivel de felicidad. En los estudios tradicionales sobre el tema se realizan preguntas como la siguiente: ¿Haciendo una apreciación global de tu vida, dirías que eres muy feliz, bastante feliz o poco feliz? Este tipo de preguntas, sostiene Kahneman, evalúan la satisfacción con la vida en forma global y debido a esta generalidad en la pregunta, la respuesta es más sensible de ser sesgada. Kahneman propone entonces un método alternativo para realizar la evaluación sobre felicidad: en lugar de preguntar sobre el bienestar en general, se interroga a los sujetos sobre sus sentimientos en el presente (¿cuán feliz eres en este momento?), lo que arroja un resultado que el autor llama "felicidad en tiempo real". Kahneman encuentra que al implementar este tipo de preguntas concretas la correlación entre ingreso y bienestar subjetivo es aún más débil. El autor explica que esta discrepancia en los resultados se debe a que cuando las personas consideran el impacto de un factor al evaluar su bienestar en general son proclives a exagerar la importancia de este último con respecto a la felicidad. Esta tendencia es definida como *enfoque ilusorio* o sesgo de enfoque. Entonces, como ya comentamos, las encuestas que miden el bienestar subjetivo en forma global son altamente sensibles al *enfoque ilusorio* al atraer la atención de las personas sobre su ingreso relativo con respecto a su bienestar.

En este sentido, Strack[vi] describe un experimento en el que se interroga a los estudiantes sobre su nivel de bienestar general: ¿Cuán conforme estás con tu vida habitual?, y a continuación se los interroga sobre su vida amorosa: ¿Cuántas citas tuviste el último mes? Cuando las preguntas se hacen en este orden, la correlación entre las respuestas es nula, pero al invertir el orden de las preguntas, esta correlación aumenta significativamente. La pregunta que hace referencia a las citas hace que este aspecto contingente se sobredimensione, por lo tanto los individuos, al responder en forma general sobre su felicidad, exageran la incidencia, en este caso de las citas, sobre su bienestar en general. Kahneman explica este hecho cuando asegura que las respuestas a este tipo de preguntas globales son construidas en el momento de la interrogación, es decir que el sujeto no sabe cuán feliz es del mismo modo que sabe su edad o su peso, y es por eso que estas respuestas son más susceptibles de ser sesgadas en el sentido del *enfoque ilusorio*.

Para poner a prueba el sesgo de enfoque, Kahneman solicitó a un grupo de mujeres trabajadoras que estimen el porcentaje de tiempo que otros individuos, con ingresos más altos y más bajos que el de las mujeres encuestadas, pasan de mal humor. Luego se compararon las respuestas de las mujeres con el reporte real de los sujetos con ingresos más altos o más bajos. El sesgo de enfoque produjo una sobreestimación o exageración sistemática del ingreso con respecto al humor. Para dar un ejemplo, las mujeres predijeron que los individuos de bajos ingresos estarían de mal humor un 58% del tiempo, cuando en realidad estos sujetos contestaron que pasaban sólo un 32% de su tiempo de mal humor.

El sesgo de enfoque muestra por qué los resultados sobre felicidad son contra intuitivos: las personas no piensan continuamente en sus circunstancias, sean estas positivas o negativas. En este sentido D. Schkade y Kahneman sostienen que "*nada en la vida es tan importante como tú piensas que es cuando estás pensando en ello.*"[vii] Así los autores aseguran que los individuos que recientemente experimentaron un cambio importante en su vida: quedaron inválidos, ganaron la lotería o se casaron, seguramente reflexionan sobre su nuevo estado muchas veces al día y de esta reflexión proviene su fuente de placer o displacer según el caso, sin embargo esta situación cambia conforme pasa el tiempo: el foco de atención se modifica eventualmente y entonces se concentran u obtie-

nen placer o displacer de actividades cotidianas como tomar el desayuno o mirar televisión. Sin embargo, explican los autores, se tiende a volver el foco de atención a su status actual cada vez que se les pregunta en forma general sobre la felicidad.

Con respecto a la paradoja del dinero y la felicidad, Kahneman se pregunta ¿Por qué el nivel de ingreso incide tan poco en el bienestar? El autor sostiene en el artículo que existen varias explicaciones. Una de ellas, compartida por Easterling y otros investigadores, asegura que es el ingreso relativo más que el absoluto el que afecta al bienestar. Ganar más o menos que otros es más importante que el nivel de ingresos en sí, de hecho hay indicios de que la jerarquía en la distribución del ingreso es lo que influye en la satisfacción. La importancia del ingreso relativo también explica la fuerte correlación entre el ingreso y la satisfacción con la vida en forma global, pues esta pregunta dispara un pensamiento sobre el ingreso relativo, cosa que no sucede con la pregunta sobre el bienestar en tiempo real.

Easterling también sostiene que los individuos se adaptan a los bienes materiales. Así, el incremento en el ingreso, del cual se espera que aumente su bienestar al incrementar el nivel de consumo, tiene un efecto poco duradero, ya sea porque la adquisición de bienes materiales tiene poca incidencia en el bienestar al superar cierto nivel de consumo, o por la adaptación al placer que manifiesta el sujeto.

Por último, Kahneman propone una explicación diferente: al incrementar su ingreso la gente pasa menos tiempo en actividades asociadas con el bienestar. Las conclusiones se basan en una encuesta sobre la distribución del tiempo en Estados Unidos. Las personas con mayores ingresos pasan más tiempo trabajando y en actividades ineludibles, como hacer las compras, a la vez que pasan menos tiempo realizando actividades recreativas, como mirar televisión. En definitiva, concluye Kahneman, los sujetos que perciben mayores ingresos, pasan su tiempo en actividades que reportan un bajo nivel de placer y están más vinculadas en cambio a un incremento de tensión, estrés y displacer. Cuando el individuo desea un mayor ingreso, probablemente cree que este incrementará su bienestar ya que le permitirá pasar más tiempo en actividades recreativas, cuando en realidad debería advertir que en aras de aumentar su ingreso, seguramente tendrá que destinar más tiempo a trabajar, y por consiguiente a sacrificar tiempo libre. Por lo que es poco probable que este cambio en el uso del tiempo incremente la felicidad en tiempo real. Según el autor, son en parte los errores de los sujetos al predecir lo que les reportará placer en el largo plazo lo que lleva a un uso inapropiado del tiempo, que puede implicar desde tolerar más tiempo de viaje al trabajo (el cual fue considerado como uno de los peores momentos de día), a sacrificar tiempo de socialización (considerado uno de los mejores momentos de día). También los roles de la atención y la adaptación, ayudan a explicar por qué la gente busca incrementar sus ingresos creyendo que esto le reportará más felicidad, y porqué en el largo plazo, los efectos de estos cambios son relativamente poco significativos (porque el foco de atención eventualmente cambia hacia aspectos de la vida cotidiana menos novedosos).

CONSIDERACIONES

Al medir la felicidad en tiempo real, Kahneman considera que es irracional pasar más tiempo realizando actividades poco satisfactorias si lo que se desea es incrementar el bienestar. Sin embargo consideramos desde nuestro marco teórico, que Kahneman analiza la paradoja, o la irracionalidad de los individuos, en forma fragmentaria, ya que excluye de su estudio[viii] el rol central que juega el análisis del tipo de sociedad en la que se observan estos errores. Para este análisis tomamos los importantes aportes del Profesor Narciso Benbenaste a la cuestión de la sociedad de mercado[ix]. El estudio, en este caso de la sociedad mercantil, explica con mayor profundidad la aparente paradoja: el sujeto se ve impulsado a pasar más tiempo en actividades que no le reportan placer porque el incremento del ingreso no sólo garantiza el consumo sino que además el dinero determina sus relaciones sociales. Creemos que este motivo es incluso más determinante para las decisiones de los individuos que el consumo: estar fuera del mercado, en la actualidad significa estar fuera de la trama

social. Vemos que en una sociedad de mercado el tipo de vínculo que predomina es el trato mercantil es decir que la relación tanto con uno mismo como con otros esta mediatizada por el dinero.

En palabras de Benbenaste:

“Dada la universalidad alcanzada por el mercado como modo de intercambio, cada sujeto experimenta que para satisfacer sus necesidades básicas o sofisticadas, pero también para ser reconocido como ser social, es *sine qua non* el dinero o sus equivalentes simbólicos (portar objetos o concurrir a lugares de moda por ejemplo). El dinero entonces ha devenido no sólo medida para el intercambio de objetos sino en mediación social principal en el trato entre los sujetos -aunque para la mayoría de ellos no resulte conciente. La interiorización del carácter mediacional del dinero en la relaciones psicosociales es lo que hemos denominado *valor mercantil*” [x]. Y continúa: “El tratar a otros como ‘medio de’ (y también a uno mismo) en los intercambios intersubjetivos, es el sentimiento predominante en la medida en que cada subjetividad se halla afectada por el *valor mercantil*. El efecto subjetivo de la intensificación de la competitividad económica es la paranoia socialmente inducida, esto es la posibilidad de llegar a ser obsoleto como vendible y, por lo tanto como ser social. La competitividad mercantil con su motorización subjetiva, el sentimiento de escasez inducida, tiene su correlato en la optimización del trato con lo otros (y a si mismo) como ‘medio de’”[xi].

En este sentido podemos decir desde la psicología que el peso relativo del trato mercantil es central a la hora de determinar la disminución del bienestar a pesar del incremento del ingreso[xii]. El aporte que puede hacer la psicología entonces, en cuanto al incremento de la calidad de vida y el bienestar implica un análisis sobre las posibilidades de relativizar el peso del mercado en el entramado social, ya que al decir de Benbenaste, “la calidad de los intercambios simbólicos vigentes en la vida pública es un indicador por excelencia para evaluar la calidad de vida”.[xiii]

NOTAS

[i] El artículo *The marketplace of perceptions*, que se publicó en el número de Marzo-Abril de 2006 de *Harvard Magazine*, es una buena introducción al tema. Explica el espectacular desarrollo que la economía comportamental ha experimentado en las últimas décadas, pasando de ser una disciplina marginal a contar entre sus filas con varios premios Nobel (como el pionero Herbert Simon en 1978 o Daniel Kahneman y Vernon Smith en 2002) y a copar los departamentos de economía de universidades como la de Harvard. Este área de la economía implica la articulación de los saberes, tal cómo tradicionalmente unos y otros se venían formando, de psicólogos y economistas.

[ii] Por estos trabajos en el 2002 a D. Kahneman -ya fallecido A. Tverski- le otorgan el Nóbel de Economía.

[iii] Easterlin, R. A. (2003). Explaining Happiness. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States*, 100(19):11176-11183

[iv] Es preciso aclarar que en este tipo de trabajos se toma un nivel de ingreso muy por encima del que cubre las necesidades básicas. La curva de felicidad es indiferente al ingreso una vez superados, para los Estados Unidos, los 60,000 dólares anuales

[v] When people consider the impact of any single factor on their well-being - not only income - they are prone to exaggerate its importance; we refer to this tendency as the focusing illusion Daniel Kahneman, Alan B. Krueger, David Schkade, Norbert Schwarz, Arthur A. Stone, “Would You Be Happier If You Were Richer? A Focusing Illusion” CEPS Working Paper No. 125 May 2006 pág. 2.

[vi] F. Strack, L. Martin, & N. Schwarz, (1988). *European Journal of Social Psychology* 18, 429

[vii] D. Schkade & D. Kahneman, *Psychological Science* 9, 340 (1998).

[viii] En rigor este tema no es analizado en ningún estudio sobre economía de la felicidad.

[ix] Narciso Benbenaste, (2006) “Psicología de la sociedad de mercado”, JVE ediciones

[x] Narciso Benbenaste, (2009) “Psicología de los Regimenes Políticos” JVE ediciones Pág. 45.

[xi] *Ibid.*, Pág. 51.

[xii] Vale aclarar que la dinámica mercantil presenta tanto límites como posibilidades históricas para el desarrollo individual. Ver “Distinción entre egoísmo económico y egoísmo vulgar. Un aporte de la psicología al pensamiento económico”. En Memorias de las XI Jornadas de Investigación. Tomo II (2004) Pág. 33-35.

[xiii] *Ibid.*, Pág.63

BIBLIOGRAFIA

- BENBENASTE N., (2006) "Psicología de la sociedad de mercado", JVE ediciones.
- BENBENASTE N., (2009) "Psicología de los Regímenes Políticos" JVE ediciones Pág. 45.
- BERSHADSKY, R. "Distinción entre egoísmo económico Y egoísmo vulgar. Un aporte de la psicología al pensamiento económico" En Memorias de las XI Jornadas de Investigación. Tomo II (2004) Pág. 33-35.
- BUCHANAN, J.; TULLOCK, G. (1993) "El cálculo del Consenso". España, Editorial Planeta - Agostini.
- EASTERLIN, R. A. (2003). Explaining Happiness. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States, 100(19):11176-11183.
- KAHNEMAN D. and TVERSKY A., Choices, Values and Frames (2003) USA, Cambridge University Press.
- KAHNEMAN D., A. B. KRUEGER, D. SCHKADE, N. SCHWARZ, A. A. STONE, (2006) "Would You Be Happier If You Were Richer? A Focusing Illusion" CEPS Working Paper No. 125.
- D. SCHKADE & D. KAHNEMAN, Psychological Science 9, 340 (1998).
- F. STRACK, L. MARTIN, & N. SCHWARZ, (1988). European Journal of Social Psychology 18, 429.

REFLEXIONES ACERCA DE LOS APORTES DE LA PSICOLOGÍA A LA EXTENSIÓN RURAL Y AL DESARROLLO CAMPESINO

Bianqui, Vanina Paola; Rotman, Joaquin; Sanchez, Lucia; Landini, Fernando Pablo
PROINPSI - Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires

RESUMEN

Año a año, gobiernos y organizaciones no gubernamentales invierten cuantiosos recursos en el diseño e implementación de proyectos de desarrollo rural destinados a poblaciones campesinas. Tristemente, muchos de ellos fracasan o, al menos, no alcanzan los resultados deseados. Resulta evidente que los profesionales que llevan a cabo estos proyectos, dada su formación eminentemente técnico-productiva, no cuentan con las herramientas necesarias para gestionar estos procesos, que involucran múltiples aspectos de índole psicosocial y cultural. Extrañamente, la incidencia de factores psicosociales en todo proceso de desarrollo rural hasta el momento no ha sido considerada en toda su magnitud, siendo relevantes las contribuciones que podría realizar la psicología a este ámbito. Así, en este trabajo se reflexiona sobre las representaciones de nuestra disciplina tienen los técnicos que trabajan en estos proyectos, así como sobre los modelos de extensión que se encuentran implícitos en ellas, encontrándose en este proceso elementos de interés para nuevas prácticas que potencien el impacto de los proyectos y programas de desarrollo rural que tienen a campesinos como su población objetivo.

Palabras clave

Psicología Extensión rural Desarrollo

ABSTRACT

CONSIDERATIONS ON THE CONTRIBUTIONS OF PSYCHOLOGY TO RURAL EXTENSION AND TO PEASANT DEVELOPMENT

Every year, governments and NGOs invest considerable resources in designing and implementing rural development projects aimed to peasant populations. Sadly, many of them fail or, at least, do not achieve the desired results. It is clear that professionals who carry out these projects, given their limited training in the area of social sciences, do not have the needed tools to manage these processes. Strangely, the incidence of psychosocial factors in any process of rural development has not been sufficiently considered till today, despite being relevant the contributions psychology can make in this field. Thus, in this paper we analyze the representations rural extension workers have about psychology, as well as the models of rural extension that are implicit in them. In this process, we point out several elements that can enhance the impact rural development projects and programs aided to peasants.

Key words

Psychology Rural extension Development