

XIII Jornadas de Investigación y Segundo Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2006.

La racionalidad e irracionalidad en el sujeto de la economía: un análisis sobre Daniel Kahneman.

Benbenaste, Narciso y Bershadsky, Romina.

Cita:

Benbenaste, Narciso y Bershadsky, Romina (2006). *La racionalidad e irracionalidad en el sujeto de la economía: un análisis sobre Daniel Kahneman*. XIII Jornadas de Investigación y Segundo Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-039/380>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/e4go/Zm7>

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>.

LA RACIONALIDAD E IRRACIONALIDAD EN EL SUJETO DE LA ECONOMÍA: UN ANÁLISIS SOBRE DANIEL KAHNEMAN

Benbenaste, Narciso; Bershsky, Romina
UBACyT. Universidad de Buenos Aires

RESUMEN

Desde el advenimiento de la teoría subjetiva del valor el análisis del comportamiento del sujeto se ha impuesto como lugar destacado en los análisis económicos. El supuesto de que el sujeto busca su beneficio personal eligiendo más de lo que le conviene en lugar de menos y que esa actitud tiende a ser consistente ha sido el modelo de lo que se entiende como comportamiento racional del sujeto de la economía. Un psicólogo, Daniel Kahneman, ha obtenido el premio Nóbel en el 2002 por sus investigaciones que, sobre bases experimentales, ha pretendido que el modelo de la racionalidad no es tan cabal en las elecciones que el sujeto realiza en la vida económica. En este trabajo, sobre la base de algunas situaciones experimentales presentadas por Kahneman, tratamos de mostrar que, desde la psicología, es posible un aporte para explicar, algo más profundamente, el comportamiento estimado económicamente irracional. Pero, sobretudo, sostendremos que las irrationalidades a las que se refiere Kahneman son compensadas por otra forma de irrationalidad - no advertida por él- que, en rigor, es parte sustantiva de la racionalidad de la economía y que, justamente por ello, constituye no un problema sino el motor del crecimiento del mercado.

Palabras clave

Racionalidad Irracionalidad Economía Psicología

ABSTRACT

RATIONAL AND IRRATIONAL ASPECTS OF THE INDIVIDUAL WITHIN THE ECONOMIC THEORY: AN ANALYSIS OF DANIEL KAHNEMAN'S WORK

Since the subjective-value theory, the focus of economic field has shifted to human behavior analysis. According to the traditional economic model of rational behavior, a person is motivated by self interest and therefore consistently chooses more rather than less of whatever he thinks is better. Psychologist Daniel Kahneman was awarded the Nobel Prize for economic in 2002 due to his experimental research which places a restriction on the common rational assumption that predicts economic choices in everyday life. This paper, based on some experimental situations provided by Kahneman, will propose that it is possible for the psychology field to provide further insight toward the understanding of the behavior commonly known as economically irrational. But mainly, it will be argued that the irrationalities described by Kahneman are largely compensated by other kind of irrationalities of which the author is not aware. In fact this irrational behavior is not a problem but an element that encourages market development and, therefore, it is one of the keystones of economy.

Key words

Rationality Irrationality Economy Psychology

INTRODUCCIÓN AL PROBLEMA

En las últimas décadas, y a favor del camino abierto por la denominada teoría subjetiva del valor comenzada en el último tercio del siglo XIX[i], el análisis del comportamiento del sujeto en la economía se ha tornado crecientemente relevante. El concepto de comportamiento racional es cardinal en el pensamiento económico cuyas raíces pueden encontrarse ya desde los enunciados de Adam Smith[ii].

Uno de los supuestos de la teoría racional es que el sujeto elige siempre más que menos del bien o servicio que cree conveniente y que, además, lo hace de manera consistente, esto es que si A es preferido con relación a B y B con respecto a C, encontrándose con la alternativa de A ó C el sujeto elegirá A. Sin embargo, y más recientemente, algunos pensadores como Amartya Sen (Sen 1997)[iii] con la presunción de un sujeto con motivaciones altruistas -entendida por él como opuestas al beneficio individual- y Daniel Kahneman[iv] a través de situaciones experimentales, critican el alcance que se le ha atribuido al concepto de racionalidad como característica de las elecciones del sujeto de la economía.

Daniel Kahneman sostiene que, debido a determinantes psicológicas, la racionalidad definida desde la teoría clásica no es tan cabal para explicar la conducta del sujeto[v]. Afirma que se observan ciertos "errores" en el comportamiento de los individuos que sistemáticamente violan la teoría de la decisión racional. A continuación explicitaremos algunos de los principios por los cuales el autor considera que el modelo de racionalidad clásica no se verifica tan plenamente.

Kahneman asevera que al enjuiciar alternativas tendemos a compararlas en términos del impacto de ganancias o pérdidas y de cómo estas se hallan enunciadas más que la comparación puramente matemática del estado inicial y el estado final de riqueza. Así lo expresa el autor:

"It is customary in decision analysis to describe the outcomes of decision in terms of total wealth...this representation appears psychologically unrealistic: People do not normally think of relatively small outcomes, in terms of states of wealth but rather in terms of gains, losses and neutral outcomes"[vi]

Esta fragmentación en la evaluación de la situación se expresa en el incumplimiento del axioma de la invariancia. Kahneman define dicho axioma en estos términos:

"Invariance requires that the preference order between prospects should not depend on the manner in which they are described"[vii]

Se sostiene que al tomar decisiones racionales, las preferencias no deben ser afectadas por variaciones inconsecuentes en la descripción de los resultados.

Así el sujeto evalúa las situaciones económicas en forma fragmentada influido por la manera en que se enuncia el planteo de la situación, es decir del "efecto de marco"[viii]. Esto es lo que hace que el axioma de la invariancia no se cumpla y por consiguiente que la decisión tomada sea considerada irracional.

OBJETIVOS

En primer lugar presentar tres situaciones que ilustran lo que Kahneman considera comportamiento irracional. Luego, desde la contribución del conocimiento psicológico, fundamentaremos -para el caso de las dos primeras situaciones- cómo esas irrationalidades pueden ser compatibles con la racionalidad

general de la economía y, para el caso ilustrado en la tercera situación, cómo es factible un nivel de análisis más profundo en cuanto a los determinantes subjetivos para inteligir el sentido del comportamiento del sujeto.

Las situaciones presentadas por Kahneman y su análisis

Los siguientes problemas ilustran los conceptos definidos anteriormente.

Problem 1: Assume yourself richer by \$ 300 than you are today. You have to choose between

- A sure gain of \$ 100.

- 50% chance to gain \$ 200 and 50% chance to lose nothing

Problem 2: Assume yourself richer by \$ 500 than you are today. You have to choose between

- A sure loss of \$ 100

- 50% chance to lose nothing and 50% chance to lose \$ 200[ix]

Los dos problemas son equivalentes en términos de los estados iniciales y finales de riqueza. Ambas situaciones ofrecen una alternativa entre incrementar el capital en \$ 400 y un juego de azar con iguales chances de arribar a un estado final en \$ 300 ó en \$ 500. Si la gente espontáneamente evaluase las opciones en estos términos, elegiría los mismos resultados en ambos casos. Pero en las preferencias observadas se elige, con mayor frecuencia, el resultado seguro en el problema 1 (\$400) y el juego de azar en el problema 2 (\$300 ó \$500). Este error constante se debe a lo que Kahneman llama aversión a la pérdida[x]. El impacto psicológico tiene que ver, en este ejemplo, con la palabra "pérdida" que aparece en el planteo del segundo problema y que hace que los sujetos violen el principio de invariancia cambiando la opción elegida en la primera situación, sin percibir que se trata del mismo problema. A planteos como estos Kahneman los denomina de no transparencia en la información[xi], por lo cual llevan al individuo a evaluar las situaciones en forma no objetiva -en el sentido del cálculo matemático- sino influido por efectos subjetivos. El modo en que se hallan planteados los problemas entonces (efecto de marco) incide por encima del mero análisis matemático (que hace al concepto de racionalidad económica clásica). En este mismo sentido Kahneman cita otro ejemplo:

"A man who develops tennis elbow soon after paying the membership fee in a tennis club continues to play in agony to avoid wasting his investment....playing in agony we suggest, maintains the evaluation of the membership fee as a cost. If the individual were to stop playing, he would be forced to recognize the fee as a dead loss, which be more aversive than playing in pain"[xii].

Aquí la "aversión a la pérdida" es que el sujeto busca no *desperdiciar* la cuota del club que ya pagó. Esto aun cuando seguir jugando implica soportar un fuerte dolor que bien podría afectarlo en el bienestar por varios días y eventualmente mermar su eficacia en distintas tareas, lo que en suma haría, probablemente, a un efecto negativo mayor que el ocasionado por la pérdida de la cuota. La factibilidad de estas consecuencias negativas nos lleva a pensar que el sujeto persiste en el juego porque su subjetividad se halla embargada más allá de lo puntualizado por Kahneman. Querer aprovechar la cuota del club a expensas de un sufrimiento y probables consecuencias aún más negativas que la pérdida de la cuota, permite pensar que se juega algo afectivamente más significativo que la alícuota de dinero pagada. Es plausible pensar entonces que en esta clase de sujeto predomina un mandato primario que no le permite "emplear su potencia (dinero) sin sentirse autorizado lo que aquí es equivalente por la necesidad compulsiva de aprovechar lo que ya gastó". Es una representación inconsciente semejante a la que nos permitimos conjeturar la que debe estar sobreimpresa a la representación consciente de la aversión a la mera pérdida de la cuota como para explicar tamaña irracionalidad del sujeto al proseguir jugando con un dolor agónico.

Algunas consideraciones sobre lo hasta aquí presentado:

- Si estas "situaciones de no transparencia" fueran muy frecuen-

tes, los sujetos afectarían su poder adquisitivo dado que estarían eligiendo con probabilidades de perjudicarse. Al resentirse la capacidad de demanda a mediano plazo todo el circuito económico, es decir el desarrollo económico, se vería seriamente afectado.

- Pero en un mercado desarrollado y competitivo las ofertas no transparentes tienden a compensarse en tanto los oferentes necesitan esmerarse si bien para obtener ganancias en la venta del momento, también para conseguir mantener al cliente cuando esté compare con otras alternativas. Pero, sobretudo, el desarrollo del mercado hace que la cantidad de ofertas y excitaciones que recibe el sujeto lo induzcan a comprar más allá de sus meras necesidades. Así los sujetos se ven motivados a obtener más dinero, siendo más productivos, trabajando más o de otros modos, para poder incrementar su consumo en aras de obtener nuevos placeres o portar aquello que obre como indicadores de status social que facilitan los éxitos en las relaciones psicosexuales y psicosociales en general.

Por lo tanto, las pocas o muchas irracionalidades del tipo Kahneman en que el sujeto incurre o "cae" se compensan por la irracionalidad de buscar consumir cada vez más. Si bien el sujeto puede perjudicarse en el cálculo cuando compra ciertas ofertas "no transparentes", su carácter de sujeto de las ventas, lo impulsa a conseguir cada vez más ingresos para incrementar o actualizar su consumo, para de ese modo, no perder o mejorar su reconocimiento en la trama psicosocial. Esta última irracionalidad es la que predomina y favorece la racionalidad del mercado que consiste en tender al incremento indefinido del intercambio de compra y venta entre los sujetos.

Kahneman sostiene que el "efecto de encuadre", anteriormente explicitado, influye no sólo en las decisiones sino también en la forma en que las situaciones son experimentadas. El siguiente ejemplo ilustra tal circunstancia:

"An objective improvement can be experienced as a loss, for example, when an employee receives a smaller raise than everyone else in the office"[xiii]

Pero, en este ejemplo encontramos una reacción del sujeto que, a diferencia de Kahneman, estimamos racional. Veamos: El empleado en cuestión percibe que si los demás compañeros incrementan su ingreso en mayor medida, él, objetivamente, disminuye su status psicosocial (reconocimiento) relativo en la oficina. Kahneman cae en tal caso en la fragmentación que él mismo critica, es decir, analiza una situación acotada al ingreso pero comparando sólo al sujeto consigo mismo (su estado inicial de ingresos con su estado actual), pero sin considerar lo que representa el efecto psicosocial de los cambios relativos frente a los demás, en una sociedad que, como la contemporánea, es básicamente una sociedad de mercado[xiv].

CONCLUSIONES

Hemos tratado, en la limitación del espacio, de mostrar que la psicología puede tener una sustantiva contribución para entender, no sólo el comportamiento del sujeto en las decisiones económicas, sino también para elucidar cuál es la racionalidad de la economía. En este sentido hemos argumentado que la clase de irracionalidad establecida por Kahneman resulta no tan relevante en razón de la otra irracionalidad -consumo creciente como sentido de vida- promovida el mercado y que, en rigor, esta última es decisiva, esto es, hace a la racionalidad de su dinámica.

Vista así la racionalidad del mercado, el concepto mismo de "beneficio" del sujeto debe ampliarse. Ya no se trata sólo de lo que logra como incremento o decremento matemático en términos absolutos sino -como en particular lo vimos en el caso de la oficina- del cambio relativo respecto a los incrementos o decrementos de los demás que afecta a los status psicosociales en juego. La necesidad de reconocimiento es un aspecto básico del psiquismo pero en la sociedad contemporánea depende sustantivamente de su ubicación y tipo de relaciones

con respecto al dinero (y sus equivalentes simbólicos). Así el sujeto de la oficina no incurre en una irracionalidad en el sentido que le otorga Kahneman sino, por el contrario, es consciente de las implicancias de los cambios relativos y de su efecto en el reconocimiento interpersonal en una sociedad regida por el valor mercantil. Otra cosa muy distinta es señalar que percibir como decisivo para el reconocimiento el ingreso relativo -y solidariamente el mayor o menor consumo- es irracional. Pero esto último puede aseverarse sólo desde la perspectiva de una sociedad culta y donde el valor mercantil se hallara relativizado en su carácter estructurante de las relaciones.

NOTAS

[i] "De manera independiente y simultánea, la llamada escuela austriaca, por una parte, con Menger, Böhm-Bawerk y Wieser... [...] y Jevons en Inglaterra, construyeron el nuevo armazón dentro del cual -según la expresión de Jevons- la economía se mueve desde entonces". Dobb, Mauricio (1938), *Introducción a la Economía, F/C/E*. México. pp. 44.

[ii] Smith, Adam (1904) "*An Inquiry Into the Nature and Causes of Wealth of Nations*". London: Methuen and Co., Ltd., ed. Edwin Cannan, 1904. Fifth edition First published: 1776

[iii] Sen, Amartya (1997) *Sobre Ética y Economía*, Alianza Universidad, Madrid.

[iv] En el año 2002 se le concede el Premio Nóbel "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".

[v] "La teoría prospectiva es un intento de articular los principios de la percepción y el juicio que limitan la racionalidad" Kahneman D. And Tversky A (2000). "*Choices, Values, and Frames*" Cambridge University press, USA Pág. 17

[vi] "En el análisis de las decisiones habitualmente se describen los resultados de las elecciones en términos de riqueza total...esta representación no parece ser realista desde el punto de vista psicológico: no es común que la gente piense, cuando se trata de cifras relativamente pequeñas, en estados de riqueza sino en términos de ganancias, pérdidas o resultados neutrales." Kahneman D. And Tversky A (2000). Op.Cit Pág. 3

[vii] "La invariancia requiere que el orden de las preferencias de los posibilidades no dependa del modo en que estás son presentas" Kahneman D. And Tversky A (2000). Op.Cit Pág. 5

[viii] Lo que implica que eventualmente puede ser manipulado.

[ix] **Problema 1** imagine que su capital aumenta en \$ 300. Ahora debe elegir entre:

- Una ganancia segura de \$ 100.
- 50% de probabilidad de ganar \$ 200 y 50% de probabilidad de no ganar nada.

Problema 2 imagine que su capital aumenta en \$ 500. Ahora debe elegir entre:

- una pérdida segura de \$ 100
- 50% de probabilidad de no ganar nada y 50% de probabilidad de perder \$ 200

Kahneman D. And Tversky A (2000). Op.Cit Pág. 762

[x] "Loss aversion expresses the intuition that a loss of "X" is more aversive than a gain of \$ "X" Kahneman D. And Tversky A (2000). Op.Cit Pág. 3 "La aversión a la pérdida expresa la intuición de que una pérdida del bien "X" conlleva mayor aversión que una ganancia del mismo bien"

[xi] Kahneman sostiene que las elecciones que violan el principio de racionalidad clásico se dan en mayor medida en situaciones "no transparentes" Kahneman D. And Tversky A (2000). Op.Cit

[xii] "Luego de pagar la cuota del club, un hombre desarrolla "codo de tenista". El sujeto continúa jugando al tenis, a pesar del terrible dolor que experimenta, para evitar perder su dinero...jugar con dolor creemos, hace que el sujeto pueda seguir evaluando la cuota del club como costo. Si el individuo dejase de jugar, se vería forzado a reconocer que perdió el dinero de la cuota, dicha situación le genera más aversión que jugar con dolor" Kahneman D. And Tversky A (2000). Op.Cit Pág.15

[xiii] "Cuando en la oficina todos reciben un aumento en su ingreso, el empleado que ve incrementado su sueldo en menor medida puede experimentar esta mejora objetiva como una pérdida" Kahneman D. And Tversky A (2000). Op.Cit Pág. 16

[xiv]" La universalización del mercado es justamente lo que caracteriza a esta organización social...El aumento de intercambios de mercancías no se ha circunscrito a las cosas. El dinero, mercancía de las mercancías, ha ido incluyendo distintas facetas del hombre...en esa medida el dinero ha adquirido

el carácter no solamente de medida de lo intercambiado sino de los intercambiadores, ha devenido mediatizador de las relaciones...en este derrotero, el mercado contemporáneo ha adquirido la relevancia de máximo regulador psicosocial "...Esa uni-versalización hace que tienda a no existir otra forma social por fuera del mercado; en esa medida, compele a que los sujetos se reconozcan como seres sociales y se valoricen solamente a través de sus posiciones, directa o indirectamente, respecto del dinero. Eso quiere decir que el dinero no sólo mide, sino que se hace mediación principal entre los sujetos." Benbenaste, N. "Democracia Mercantil" (1998) Eudeba Pág.71

BIBLIOGRAFÍA

Benbenaste, N (1998) *Democracia Mercantil* Eudeba

Dobb, M (1938), *Introducción a la Economía, F/C/E*. México

Kahneman, D. And Tversky, A (2000). "*Choices, Values, and Frames*" Cambridge University press, USA

Sen, Amartya (1997) *Sobre Ética y Economía*, Alianza Universidad, Madrid

Smith, Adam (1904) "*An Inquiry Into the Nature and Causes of Wealth of Nations*". London: Methuen and Co., Ltd., ed. Edwin Cannan, 1904. Fifth edition First published: 1776