

V Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología
XX Jornadas de Investigación Noveno Encuentro de Investigadores en
Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos
Aires, Buenos Aires, 2013.

Autoengaño humano: un procesamiento cognitivo endémico. Aportes desde la economía del comportamiento y otras disciplinas.

Martínez, Felipe.

Cita:

Martínez, Felipe (2013). *Autoengaño humano: un procesamiento cognitivo endémico. Aportes desde la economía del comportamiento y otras disciplinas. V Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XX Jornadas de Investigación Noveno Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-054/43>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/edbf/vtx>

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>.

AUTOENGAÑO HUMANO: UN PROCESAMIENTO COGNITIVO ENDÉMICO. APORTES DESDE LA ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO Y OTRAS DISCIPLINAS

Martínez, Felipe
Universidad de Buenos Aires

Resumen

Se analiza el fenómeno del autoengaño, a partir de distintas disciplinas y autores, que explícita o implícitamente lo definen con una acepción similar, pero mediante distinta expresión: “distorsiones cognitivas” en la terapia cognitiva de Beck, “autoengaño” en la psicología cognitiva de Goleman, “efecto Dunning-Kruger” en la psicología social experimental, e “irracionalidad” en la economía del comportamiento. Esta última ha descubierto que existe una gran cantidad de sesgos cognitivos, o autoengaños, además de conductas irracionales, utilizadas de manera constante por el humano y, en muchos casos, perjudicial para él; en oposición a lo esbozado por los modelos económicos clásicos sobre los que actualmente se basan políticas públicas e institucionales respecto a decisiones y conductas individuales. Es por eso que se la considera de mayor importancia con relación a las implicancias prácticas, que principalmente buscan eludir el empleo de sesgos y conductas irracionales en los individuos y en la sociedad. Se reflexiona sobre estas implicancias, y, además, sobre el concepto de “conciencia” del autoengaño, desde la economía del comportamiento (conciencia como reconocimiento actual) y desde la psicología cognitiva de Goleman (conciencia como intención de inatención durante la historia personal), complementándolos.

Palabras clave

Autoengaño, Sesgos cognitivos, Economía del comportamiento

Abstract

HUMAN SELF-DECEPTION: AN ENDEMIC COGNITIVE PROCESSING. CONTRIBUTIONS FROM BEHAVIORAL ECONOMICS AND OTHER DISCIPLINES

The self-deception phenomenon is analyzed by different disciplines and authors, who explicitly or implicitly give to it a similar definition, but with different expression: “cognitive distortions” in cognitive therapy of Beck, “self-deception” in cognitive psychology of Goleman, “Dunning-Kruger effect” in experimental social psychology, and “irrationality” in behavioral economics. The last discipline has uncovered a great number of cognitive bias, or self-deceptions, in addition to irrational behaviors, used in a continuous and in some cases harmful manner by the human being; in contrast to the assumptions from classical economics models that are currently used by public politics about individual decisions and behaviors. For this reason, that discipline is given more importance in relation to practical implications, which are principally expected to avoid the use of bias and irrational behaviors by individuals and society. Those implications are analyzed, and in addition the concept of “consciousness” of self-deception is reasoned, taking the definition of behavior economics (consciousness as actual recognition) and of the cognitive psychology of Goleman (consciousness as intention of inattention in the individual history), carrying out an integration of both.

Key words

Self-deception, Cognitive bias, Behavioral economics

Introducción

Como ocurre con la mayoría de los temas de las distintas disciplinas, científicas o no, los orígenes de las afirmaciones y preguntas sobre el autoengaño, en este caso no explícitamente, se pueden hallar en la filosofía histórica. Epicteto (S. IV a.C., en Beck et al, 1979), entre muchos otros, proponía “Los hombres no se perturban por causa de las cosas, sino por la interpretación que de ellas hacen”. El afirmar que no percibimos la realidad tal cual es, y que por ende, ésta es mediada por pensamientos, interpretaciones, supuestos, que de ella tenemos, no se asemeja a decir que siempre éstos son errados y no fiables, como lo que ocurre con el autoengaño. Hay un continuum entre interpretaciones más objetivas, con más soporte en la realidad, que otras. Las que menos objetivamente se presentan, pueden considerarse como siendo parte de un proceso de autoengaño.

La conceptualización del fenómeno no deja de ser controversial, ya que tanto la filosofía como distintas disciplinas, dentro o fuera de la psicología, e incluso, como autores, lo definen con algunas diferencias (Fernández Acevedo, 2012), generando que se torne complicada una elaboración tanto de planteamientos teóricos como empíricos.

Sin embargo, creemos que, si bien es esencial la generación de un consenso en cuanto al concepto, es también necesario el recogimiento arbitrario de algunas versiones del mismo, de todas las existentes, provenientes de ciertas disciplinas y autores, para lograr revisiones, clasificaciones, conclusiones, y por supuesto posibles aplicaciones, con mayor dinamismo, y no solamente sostener un debate sobre su significado que, como ocurre en algunos casos, se vuelve de difuso término.

En este trabajo analizaremos al fenómeno del autoengaño desde distintos lugares, disciplinas y autores; no en todos ellos se esboza la misma expresión, pero, según la acepción que asignan, a veces más explícita que otras, podemos afirmar que se refieren al autoengaño. Se pasará por la noción de “distorsiones cognitivas” de la terapia cognitiva de Beck, por el concepto de “autoengaño” del psicólogo cognitivo Goleman (concepto al que llegó, entre otros autores, por aportes del mismo Beck y también de Ulrich Neisser), y finalmente, y al que se dedicará más énfasis, por el supuesto de “irracionalidad” del campo de la economía del comportamiento. Se integrará, además, el fenómeno del “efecto Dunning-Kruger”, propuesto desde la psicología social experimental.

Autoengaño en patologías: distorsiones cognitivas en terapia cognitiva

Beck *et al* (1979), en su obra “Terapia cognitiva de la depresión”,

propuso a la terapia cognitiva como método terapéutico primordial destinado a reducir o suprimir síntomas depresivos, dado el modelo en el que dicho trastorno se hallaba basado. Este modelo contemplaba como principal síntoma, y, también, causante de otros síntomas, emocionales y conductuales, a las distorsiones cognitivas sobre la realidad objetiva del paciente. Las mismas, siguiendo la teoría, están orientadas hacia tres aspectos: el sí mismo, el mundo, y el futuro; las constituyen pensamientos negativos automáticos y específicos hacia rasgos o situaciones, y se rigen por esquemas (y supuestos) rígidos, generales, y originados en la historia personal, muchos de ellos en la infancia; mediante la terapia, las distorsiones se confrontan con evidencias empíricas, utilizando principios de la lógica. Beck llamó a esto “empirismo colaborativo” (Beck et al, 1979).

Podemos suponer que Beck, en otras palabras, está otorgando un valor central al autoengaño humano; en el caso analizado, como soporte de la depresión, y, más adelante, de la ansiedad y de los trastornos de personalidad, entre muchas otras patologías.

Son varios los tipos de distorsiones cognitivas que el autor halla sistemáticamente en sus pacientes depresivos y con otros trastornos. Entre ellos están: inferencia arbitraria (sostener una conclusión de un hecho sin la evidencia suficiente que la apoye, o incluso con evidencia que la contradiga), personalización (afirmar que uno es la causa principal del desencadenamiento de un hecho independiente), pensamiento dicotómico (agrupar a los hechos en categorías muy opuestas, como “todo o nada”), y otras. Todas tienen la capacidad de modificarse, total o parcialmente según la persona. De esta manera, tanto las cogniciones, emociones, decisiones y conductas pueden verse alteradas en pos de bienestar y felicidad.

Autoengaño en la vida no patológica: autoengaño con consecuencias positivas

El autoengaño no sólo se enmarca dentro de condiciones patológicas. El mismo es transversal sobre salud y enfermedad, y puede originar emociones y conductas (hacia uno o hacia otros) tanto positivas como negativas, según la interpretación, también positiva o negativa, de la realidad que se posea.

Daniel Goleman (1997) analiza el fenómeno avocándose a sus consecuencias positivas, o bien, a los trastornos que parecen esconder a otros más profundos, que conllevan menor estabilidad emocional. Tomando aportes de Beck (terapia cognitiva) y de Neisser (psicología cognitiva), entre otros, además de su propia práctica clínica, muestra al mismo como una estrategia, bastante eficaz, destinada a reducir la ansiedad que provoca, o provocaría, un estímulo ansiógeno a alguien, y por lo tanto, a aumentar la sensación de seguridad. El autor propone que, para lograr este fin, el humano realiza un “trueque” entre atención y ansiedad: no atender, total o parcialmente, a lo que en la realidad próxima o pensada provoca ansiedad, permite evitarla. Evidentemente, el resultado de esto, si bien es emocional y conductualmente óptimo para la persona, el alcance colateral adverso es una percepción incompleta y parcial de la realidad objetiva que, también, puede llegar a generar consecuencias negativas en la persona, en su medio, o en ambos; pero, por lo menos en el corto plazo, se mantiene una inalteración en su integridad emocional.

Lo interesante del autor es que propone al autoengaño como proceso tanto individual (analizando incluso su aspecto biológico) como colectivo (en escalas meso -familia, grupo- y macro -sociedad-): como ejemplo del primer caso, se encuentra el vivenciar un hecho negativo durante el día, como un reto o crítica, que a raíz de no atenderse, la persona mantiene un estado de ánimo positivo o activo, a través de autoengaño.

En el segundo caso, proponemos un ejemplo a nivel grupal: con tal de mantener la cohesión y no recibir críticas o rechazos, cada integrante de un grupo no atiende a posibles problemas que le encontraría a aquél si dedicara tiempo a esto; al hacer todos ellos algo similar, produciendo y reproduciendo este autoengaño, el grupo pasa a mantenerse con el costo de ocultar fallas.

Otra discusión que suscita Goleman es sobre el origen del autoengaño: la información que quiere evitarse, y que por eso no se atiende, ¿nunca entró a la conciencia, o bien, entró y, concientemente, en distintos grados, se forzó a quitar de ella-con cambios estratégicos de tema, con justificaciones, con distorsiones, con negaciones, con humor-, y debido a eso ahora no es susceptible de atención?. Él, particularmente, a raíz del análisis del aporte de distintos autores sobre el tema, sostiene ambas premisas: la atención se halla gobernada por fuerzas concientes e inconcientes (Goleman, 1997).

Autoengaño como irracionalidad: el aporte y eje de la economía del comportamiento

La economía del comportamiento presenta un surgimiento más aundado y compacto en cuanto a ideas y trabajos, desde los aportes de Daniel Kahneman y Amos Tversky (1973, 1981), dos psicólogos que se encargaron de producir conocimiento complementario, desde la psicología, a las teorías económicas clásicas, lo que provocó, y sigue provocando, además de controversias y rechazos (menores, luego del Nobel de economía otorgado a Kahneman en 2002), una integración que no tiene límites claros de término y mantención. Los temas que investiga son variados y todos tienen vínculos, en mayor o menor medida, con la irracionalidad en el proceso de toma de decisiones humana, entendida ésta en el sentido de elegir y actuar en forma no siempre idéntica, o incluso opuesta, a lo establecido en los modelos económicos estándar, sobre los que se basan muchas políticas públicas e institucionales actuales. Ahonda en el papel de las emociones, de la expectativa, de la moralidad y del contexto en las decisiones, además de una extensa lista de otros factores, que provocan, a veces más que en otras, sesgos cognitivos (o autoengaños) que se introducen en el proceso haciéndonos cometer errores de decisión y actuación en él, frente a una realidad objetiva con resultados potencialmente más favorables, o menos perjudiciales.

Le asignaremos dos sentidos al concepto de “realidad objetiva con resultados más favorables o menos perjudiciales”, una propia y otra tomando supuestos de la teoría económica estándar, y teniendo en cuenta la incertidumbre, también objetiva, que muchas veces se hace presente en las decisiones.

En primer lugar, el concepto remite a una opción objetivamente óptima, más allá de los gustos y necesidades individuales, que destaca frente a otras y que se basa, más que otras, en hechos objetivos y reales, luego de hacer un más o menos correcto análisis costo-beneficio (por ejemplo, preferir ahorrar para tener una jubilación al momento de no poder producir más dinero, a no hacerlo; o preferir creer que se es más capaz que otros en una habilidad cuando en verdad esto es así).

En segundo lugar, y elaborando una definición a partir de los supuestos económicos estándar, la opción objetivamente óptima depende de cada persona (o grupo de personas), del valor (o utilidad) que ella le asigna según los deseos, gustos y necesidades (por ejemplo, \$100 no tiene el mismo valor para una persona rica que para una pobre; una persona prefiere una televisión a una radio, o una pareja alta a una baja), y de la ubicación que le da dentro de un conjunto de opciones (cada una con una particular utilidad), según la utilidad marginal suya (el menor uso posible, o el uso menos pro-

ductivo, frente a otros usos, que le adjudica). Además, al beneficio del aumento de dinero, la teoría le asigna un papel muy importante y con amplio poder de desplazamiento de otros posibles; y el cálculo costo-beneficio de cada opción se realiza, según ella, de manera prácticamente completa y detallada (esto último refutado previamente a Kahneman, por Simon, 1971). Una consideración relevante de la teoría, frente a lo que la economía del comportamiento se pronuncia con fuerza, es que las emociones no tienen lugar en el análisis costo-beneficio de las opciones, y que a la elección de una opción la rigen principios de independencia y transitividad frente a los cambios en el contexto de la decisión (cambios en el modo de presentación de la información, que no modifican los costos y beneficios de cada opción, sino que éstos siguen iguales pero propuestos de maneras distintas).

Al conservarse los costos y beneficios del conjunto de opciones a elegir, a pesar de haber cambios en el contexto, una persona racional, la esbozada por la teoría económica estándar, debería mantener su misma respuesta (independencia), y no cambiarla de lugar en el conjunto ordenado por sus valores (transitividad). Tampoco debería hacer ingresar al análisis costo-beneficio a sus emociones, y el dinero o valor monetario de los bienes tendría que primar sobre otros beneficios o costos. Pero no ocurre así, y son principalmente estas cuatro objeciones las esgrimidas, por la economía del comportamiento, logradas tras dedicarse a buscar, y también a partir de las que sigue buscando con experimentación, los distintos tipos de sesgos cognitivos que provocan conductas irracionales, o bien conductas irracionales solas, que, como se dijo más arriba, son aquellas que no se eligen por sobre otras, objetivamente más beneficiosas, o menos perjudiciales, en los dos sentidos propuestos (el nuestro y el de la teoría económica estándar); provocando, a veces más que en otras, consecuencias negativas, siendo éstas las que preocupan a la economía del comportamiento.

Uno de los sesgos es el enaltecimiento del ego: la creencia, sin bases objetivas en muchos casos, de que nuestra capacidad de toma de decisiones óptimas, de inteligencia, de habilidades, u otras, es superior a la del resto de los sujetos. Esto representa un autoengaño que, si bien tiene como beneficio a una emoción positiva, puede terminar en una decisión errónea, económica, relacional, vital, o cualquier otra. Respecto a este tipo de sesgo, desde la psicología social aparecen dos autores que lo investigaron, Dunning y Kruger (1999), enmarcándolo en el nombre “efecto Dunning-Kruger”, que no sólo permite creer que las propias habilidades son superiores a las del resto, sino que se agrega un elemento más: las personas menos incompetentes en cierta capacidad son las que más se autoengañan pensando que su rendimiento es mejor que el ajeno, y que el que objetivamente tuvieron. Y algo más asombroso y paradójico: aquellos con mejores capacidades objetivas, se subestiman, autoengañándose en un sentido que, de otra manera, también los perjudica.

En conexión con éste, otro sesgo cognitivo es el que hace creer que lo que nosotros construimos, por lo que nosotros nos esforzamos, tiene mayor valor, objetivo, que otras cosas, de las que no participamos. Nuevamente, si bien el objeto o servicio que hicimos nos brinda como beneficio una emoción positiva, es probable que asomen las consecuencias negativas, por ejemplo, al no querer intercambiarlo por algo de mayor valor objetivo, o al presentarlo para una evaluación.

Otro, que también incluye al elemento del esfuerzo, es el que nos hace valorar más un trabajo (por ejemplo, el arreglo de nuestro auto por otra persona) que demoró más tiempo, en comparación con otro que tardó menos, aunque el segundo, objetivamente, haya sido más exacto, con mayor profesionalismo y dedicación absoluta, y a

raíz de esto, y de otras cosas, su menor tiempo de ejecución.

Otro ejemplo es el sesgo que presentamos al calcular la probabilidad de emoción negativa que nos puede ocasionar un hecho negativo (o positiva un hecho positivo), como perder dinero o a una persona querida; antes de que el hecho se consume, la probabilidad que le asignamos de sentirnos emocionalmente abatidos, en el caso de ocurrir, es muy alta, en comparación a la emoción objetiva que sentimos cuando realmente el hecho se da.

En relación con este sesgo, se encuentra el que nos hace calcular erróneamente la probabilidad de que en un futuro, dadas las circunstancias, realicemos cierta conducta (como dejarnos llevar por la emoción de enojo en una discusión, o ayudar a una persona necesitada): pensamos que las haremos, o no, y en muchos casos, no nos comportamos como lo suponíamos. Incluso Ariely (2008) propone el paradójico ejemplo de que aquellos que más confiados afirman sobre el no desempeño futuro de una conducta sexual riesgosa, al ponerlos en esa situación, son los que más la ejercen.

Otro caso bastante común es el que los economistas del comportamiento llaman “miopía del futuro”: preferimos obtener beneficios rápidos en alguna índole, sin pensar, en muchos casos, que esperando un lapso mayor, ellos pueden ser objetivamente más satisfactorios, o bien, incluso, perjudicarnos en el largo plazo.

El sesgo que nos hace ver de modo distorsionado los beneficios y costos objetivos que arrastra una opción por sobre otra, a causa de la expectativa que tenemos sobre aquélla (debido a comentarios de otros, o a vivencias propias), también puede hacernos cometer una decisión errónea.

En cuanto a un sesgo que viola los supuestos de transitividad e independencia (ambos, altamente relacionados), atravesado esto por el rol de las emociones, al igual que en los ejemplos anteriores; está aquel que nos hace elegir una opción por sobre otra (por ejemplo, operarnos y no seguir tomando pastillas frente a una enfermedad) debido a la manera en que la información de las consecuencias de uno de los dos tratamientos es brindada (énfasis en las consecuencias negativas de no operarnos); incluso si previamente, con la misma información, pero con énfasis en las consecuencias positivas de no operarnos, habíamos optado por no hacerlo.

También el que se le sumen, a dos opciones básicas, nuevas opciones que no modifiquen los costos y beneficios de las anteriores, pero que por cansancio mental tras el aglutinamiento se termine eligiendo a otra, representa otro sesgo que cuestiona a la transitividad.

El cambiar de opción sólo por percibir a otras personas haciendo lo mismo (“efecto manada”), o bien, cambiar a causa de la confianza o desconfianza que nos provocó un hecho anterior; o seguir cambiando sólo por haber cambiado una o varias veces anteriores, que busca ajustar la última decisión a las anteriores (y logra una percepción propia de coherencia e integridad), son otros ejemplos de sesgos que ubican a nuestras preferencias como no siempre transitivas.

Elegir (o que no nos importe) que nos cobren una cantidad extra (por ejemplo, \$50) de dinero al comprar algo (cuando la cantidad de éste es grande -\$1000-), y no elegir lo mismo cuando la cantidad de éste es chica (\$100), también es un caso típico de sesgo influenciado por el contexto, ya que el costo (\$50) nunca cambió.

El sentirnos bien con un aumento de sueldo o un elogio a nosotros solos en nuestro trabajo, y no tan bien, o mal, cuando vemos que el aumento y los elogios son para todos, también es considerado un sesgo afectado por el contexto ya que el beneficio nunca cambió, y sin embargo, nuestra decisión de percibir la realidad así, y comportarnos siguiendo esta percepción, se modifica.

En cuanto a los sesgos que violan el rol primordial del beneficio

del dinero asignado por las teorías estándar, está aquel que se introduce al elegir un trabajo de mejor remuneración por sobre otro, pensando que ese elemento superará a otros (como las relaciones, gustos, posibilidad de crecimiento) y nos sentiremos más satisfechos y felices; sin embargo, esto no es así, los niveles de felicidad son menores a los esperados, ya que hay menor probabilidad de alcanzar niveles altos de felicidad con aumento de dinero que con otros factores. Por otro lado, se encuentra el sesgo que nos hace sentir (y actuar) de diferente manera al querer cobrarle dinero por un trabajo a cualquier persona sin importar el parentesco, su apariencia, su poder adquisitivo, su necesidad percibida, sus favores hechos hacia nosotros previamente, etc. (por ejemplo, no cobrar cuando alguien nos hizo un favor antes, a modo de justicia), lo que no responde al beneficio del dinero como primordial frente a otros (como el sentido de retribución o justicia, en este caso). Por último, está el caso del sesgo por el que no nos apropiamos del dinero (o de todo él) que otra persona dejó accesible (para robárselo), o no mentimos tanto, a propósito, sobre un logro nuestro, por considerarlo como mejor beneficio al placer de devolver el dinero, o como costo al temor a que nos descubran; asimismo, el sesgo que nos hace donar a gente desconocida también deja en evidencia la a veces debilidad del factor del aumento de dinero propio.

Como vimos, los sesgos cognitivos no siempre conducen a consecuencias negativas. En algunos casos, las consecuencias son positivas (no ser tan deshonestos, donar, no elegir un trabajo por el dinero, no cobrarle a alguien que nos hizo un favor previo), pero, recordemos, son negativas (y no óptimas) para las teorías económicas estándar (ya que nos hacen perder el beneficio del dinero, y los beneficios emocionales que nos pueden dar no están considerados como tales).

Por otro lado, hay otros sesgos que nos provocan consecuencias negativas emocionalmente (no sentirnos bien tras recibir un aumento de sueldo o un elogio dado también al resto de los compañeros), pero que para las teorías estándar representan un beneficio ya que, nuevamente, ubican al dinero como primordial, y a la emoción no como costo, ni beneficio.

Y en otros casos, las consecuencias, si bien emocionalmente pueden satisfacerlos (creernos superiores en una habilidad, preferir un beneficio rápido, creer que nos afectará muy positivamente un hecho, creer que no caeremos en una conducta riesgosa, creer que nos resultará bien algo porque escuchamos que suele ocurrir así, sentirnos bien por elegir igual que el resto o por elegir acorde a nuestras anteriores elecciones), es probable que arrastren otras, emocionales y conductuales, negativas. El énfasis de la economía del comportamiento está puesto, obviamente, en las consecuencias negativas cometidas por los sesgos cognitivos, o por conductas irracionales, a fin de intentar evitarlas o disminuirlas. Las consecuencias positivas ocasionadas por los sesgos incluso se intentan potenciar.

Conciencia del autoengaño

Al usar estos sesgos, no somos conscientes de ello, no los reconocemos (Ariely, 2008); esta es la característica inherente que los hace ser autoengaños. Si a la persona que lo cometió le preguntamos si su creencia sobre su capacidad es sincera (y no es que esté manipulada por él), o su probabilidad de emoción o conducta es verídica (y no es que tiene aportes de exageración), es muy probable que afirme que sí, como, de hecho, lo demuestran los resultados experimentales. Usará distintas maneras de resguardar el autoengaño, como el empleo de evidencia a favor de su creencia y sorteo de aquella en contra, justificaciones, negaciones, cambios de tema con distintos grados de intención, entre otros. Si se le pide recono-

cer que tuvo un pensamiento, decisión o conducta equivocada, seguramente dirá que no, o, en el mejor de los casos, pedirá absorto explicación de esa enunciación.

Se asume que al ser conscientes de la existencia de los sesgos, no caeremos en ellos ya que por lógica, en la muchos de ellos, esto es contraproducente: nos hacen pensar, sentir y actuar de manera errónea y perjudicial. Sin embargo, a veces, aún siendo conscientes de su posible intromisión o de su control intencional, seguimos actuando erróneamente. Desde la economía del comportamiento, se dice que estas conductas son irracionales, mas no basadas en sesgos cognitivos o autoengaños. Es decir, para dicha disciplina, todo pensamiento sesgado produce una conducta irracional, pero no toda conducta irracional se rige por un pensamiento sesgado. Como ejemplo de esto, proponemos la conducta irracional de la imposibilidad de retrasar o anular un beneficio, aunque sea objetivamente peor que otro, futuro, que podemos obtener, o aunque arrastre una consecuencia negativa en el largo plazo. El no aguantar un lapso de tiempo, no muy largo, luego del cual se recibirían dos porciones de alimento, y preferir una sola porción decidiendo no esperar (demostrado, entre otros, por Mischel, Shoda & Rodriguez (1989) mediante el popular experimento del "Marshmallow" en niños, y replicado luego en adultos), es una muestra del primer caso. Y el preferir fumar cigarrillos por el placer inmediato que provoca, sin poder anularlo para no contraer una enfermedad en el futuro, es un ejemplo del segundo caso. En ambos, las personas (salvo algunas) son conscientes de su control sobre los sesgos, de su evitación del autoengaño, y reconocen que los beneficios futuros que perderán son objetivos, y aún así, deciden y actúan irracionalmente.

El tema de la conciencia de los sesgos se solapa con la pregunta, ya citada, que se hace Goleman (1997) sobre el autoengaño: la información que permite autoengañarnos, es decir, la que obviamos, ¿nunca fue consciente (no la atendimos de entrada) o lo fue e, intencionalmente, mediante estrategias, fuimos traspasándola desde un estado consciente a uno inconsciente?. Sin embargo, esta pregunta remite al origen e historia del autoengaño personal, y la noción de no conciencia o no reconocimiento de los economistas del comportamiento alude al uso actual de los sesgos cognitivos. A modo de complementar ambas acepciones: el uso actual del sesgo puede ser inconsciente tanto porque la información soslayada siempre se mantuvo inconsciente, como porque ésta en un principio fue consciente y luego se forzó a un lugar de no atención dentro de la cognición; o ambas. Por ejemplo, en el caso del sesgo del esfuerzo, mediante el cual consideramos de mayor valor un trabajo o producto elaborado por nosotros que uno hecho por otros, aunque objetivamente no lo posea, no somos conscientes de que lo usamos, no reconocemos que realmente el valor no es superior al de otro; pero este uso actual del sesgo puede tener una historia que comenzó con conciencia de información más objetiva (y por lo tanto de atención tanto a la información que apoya como a la que contradice a la creencia del mayor valor), y que luego, intencionalmente, parte de ella fue relegándose al inconsciente, o bien, la historia desde el principio incluyó en la conciencia sólo a la información que apoya a la creencia.

Reflexiones sobre el autoengaño

Según la economía del comportamiento, no le tomamos el peso que debería merecer a la información sobre los sesgos cognitivos y conductas irracionales que permanentemente tenemos. El motivo y necesidad que le encuentra al hecho de investigarlos, de integrarlos a los modelos económicos clásicos, y de comunicarlos al público, no es sólo para que cada uno de nosotros, por nuestra cuenta, mejore el nivel de las decisiones cotidianas al disminuir el autoengaño

y aumentar, por ende, la visión más objetiva de la realidad, sino también para implementar los hallazgos en políticas públicas que lo que logren sea evitar que cometamos errores que nos hagan actuar negativamente.

La problemática de la unión entre ciencia básica y aplicada también se ve en la economía del comportamiento, pero al ser el campo cada vez más atractivo para economistas y psicólogos, y al estar explotando sus temas, y también creando nuevos, considerables centros de investigación de varias partes del mundo (Campanario, 2004), la brecha seguramente se irá acortando.

Ariely (2008) también sostiene que la clave del pasaje de decisiones erróneas a con mayor acercamiento a las óptimas, es convertirnos en seres más racionales. Con esto no quiere decir que adoptemos conductas como las supuestas en los modelos económicos estándar (sin emociones, sin estar influenciados por el contexto, por el cansancio, entre otros), ya que es imposible o, siendo más benévolo, muy difícil, lo que ha sido comprobado (y sigue comprobándose) por los numerosos experimentos ubicados sobre el sostén de la economía del comportamiento. Sino que seamos más racionales en el sentido de reconocer cada vez más que estamos regidos por la irracionalidad, en conjunto con posturas más racionales, en muchas de nuestras decisiones y conductas. Haciendo esto, podemos estar más atentos a los errores cognitivos y conductuales comunes y naturales de humanos en los que caemos constantemente, frente a una variedad de hechos y propuestas que con gran velocidad y complejidad atravesamos, y, al saber esto, tener la libertad para elegir prevenirlos, controlarlos, o bien actuar en favor de ellos igualmente.

Pero esto seguramente no basta, y de aquí surge la necesidad de acomodar los descubrimientos de esta disciplina a las políticas públicas de los países, lo que haría necesariamente intervenir, en distintos grados, en las decisiones individuales de la población.

El hecho de aplicar restricciones (prevenciones, sanciones, mejoras en la presentación de la información, etc.) desde políticas públicas a los ciudadanos, guiando de alguna manera sus decisiones personales en temas de salud, jubilación, educación, economía, política, es un tema que por un lado ayuda y por otro se entromete en las libertades, por lo que se enfrenta inevitablemente con la ética (Ariely, 2008). Sin embargo, si el Estado y sus instituciones, así como las privadas, quizás bajo exigencias del Estado, comienzan a adoptar supuestos y medidas en la dirección de considerar bajo su control a ciudadanos humanos muchas veces irracionales y utilizadores de sesgos y autoengaños, y, además, con el fin de no abolir autonomía y libertades esenciales de las personas, dejando márgenes de decisión personal (en la que se involucre subjetividad, gusto, etc.) para la cual haya que incluir a las medidas en nuestro repertorio y entrenamiento, las maneras de funcionamiento de los países, creemos, tienen una considerable probabilidad de aumentar en eficiencia y bienestar.

Algunas de estas medidas ya han sido diseñadas y necesitan de aplicación. Su presentación excede los objetivos de este trabajo. Otras requieren ideación, a partir de los descubrimientos, realizados y venideros, de la economía del comportamiento. Ambas, deben ir en busca de una máxima capacidad crítica, empírica, y de conciencia de vulnerabilidad en el sujeto, como lo que logra, a nivel individual, la terapia cognitiva sobre las distorsiones de los pacientes. Como resultado de esto, muy probablemente habrá aumento de pensamientos, decisiones y conductas acertadas, o, al menos, no tan nocivas, que, al fin y al cabo, otorguen bienestar y saludables interacciones.

BIBLIOGRAFIA

- Ariely, D. (2008) "Predictably irrational", Eeuu: Harper Collins Publishers.
- Beck, A., Rush, J., Shaw, B. & Emery, G. (1979) "Terapia cognitiva de la depresión", España: Desclee de Brouwer.
- Campanario, S. (2005) "La economía de lo insólito", Buenos Aires: Planeta.
- Fernández Acevedo, G. (2012) "El autoengaño: la transición de un problema desde la filosofía a la psicología", Memorias del VI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología, 49-52.
- Goleman, D. (1997) "El punto ciego: psicología del autoengaño", Barcelona: Plaza & Janés Editores.
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1973) "Availability: A heuristic for judging frequency and probability", *Cognitive Psychology*, 4, 207-232.
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1981) "The framing of decisions and the psychology of choice", *Science*, 211, 453-458.
- Kruger, J. & Dunning, D. (1999) "Unskilled and Unaware of It: How Difficulties in Recognizing One's Own Incompetence Lead to Inflated Self-Assessments", *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 1121-1134.
- Mischel, W., Shoda, Y. & Rodriguez, M.L. (1989) "Delay in gratification in children", *Science*, 244, 933-938.
- Simon, H.A. (1971) "Theories of Bounded Rationality", en McGuire B. E & Radner R., *Decision and Organization*: Amsterdam.