



ARTÍCULO | MARTÍN TETAZ

PSYCHONOMICS; LA ECONOMÍA ESTÁ EN TU MENTE

MARTÍN TETAZ ES ECONOMISTA, EGRESADO DE LA UNIVESIDAD NACIONAL DE LA PLATA (UNLP) DONDE SE DESEMPEÑA COMO INVESTIGADOR EN EL INSTITUTO DE INTEGRACIÓN LATINOAMERICANA (IIL), INVESTIGADOR VISITANTE EN EL CENTRO DE ESTUDIOS DISTRIBUTIVOS LABORALES Y SOCIALES (CEDLAS) Y PROFESOR ADJUNTO DE ECONOMÍA POLÍTICA E INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA. ES ADEMÁS COLUMNISTA REGULAR DE MEDIOS GRÁFICOS RADIALES Y TELEVISIVOS.

Durante muchos años la definición en los libros de textos sostuvo que los mercados eran el lugar donde los compradores y los vendedores se ponían de acuerdo para negociar precios y cantidades.

Con el boom del institucionalismo de Douglas North, apareció una versión mucho más rica donde el aspecto relevante de los mercados pasó a ser el conjunto de reglas de juego que regulan la relación entre los compradores y los vendedores.

A partir del Premio Nobel del 2002 al Psicólogo Daniel Kahneman, el foco pasó de las reglas a las representaciones mentales de los consumidores y vendedores.

Psychonomics es un reflejo de eso, porque el libro comienza explicando que en realidad la economía está en la mente de los agentes que son los que se forman expectativas, derivan utilidad, sufren los gastos, anticipan los escenarios y son los responsables de las fuertes oscilaciones de los mercados, que no pueden ser explicadas por cambios en los fundamentales; en las variables de fondo de la economía.

Pero claro, ello nos obliga a abrir la caja negra de los procesos mentales y descubrir que nos somos esa computadora perfecta que durante mucho tiempo supuso la microeconomía tradicional.

Nuestros procesos cognitivos tienen fallas, empezando por los sistemas de memoria, que no graban como un disco rígido todo lo que pasa sino que recortan brutalmente la realidad y la editan para darle sentido según la subjetividad y la historia de cada sujeto, como lo prueban las investigaciones de Alan Baddeley, Endel Tulving, Daniel Shacter y Elizabeth Loftus .

Sabemos además que el almacenamiento de datos no tiene lugar en un solo “cajón” de nuestro cerebro, sino que básicamente existen tres tipos de memorias distintas; la memoria procedural, la memoria episódica o autobiográfica y la memoria semántica.

La primera de ellas es de tipo implícito y tiene que ver, como lo indica su nombre, con el recuerdo de habilidades procedurales, como por ejemplo cómo andar en bicicleta, cómo manejar, cómo atarse los cordones, etcétera.

“Nuestros procesos cognitivos tienen fallas, empezando por los sistemas de memoria, que no graban como un disco rígido todo lo que pasa sino que recortan brutalmente la realidad y la editan para darle sentido según la subjetividad y la historia de cada sujeto”

La memoria episódica, por su parte, refiere a la asimilación de las experiencias vividas ya sea directamente o a través de una película, un relato o una obra literaria en las que el sujeto puede sentirse parte de algún modo, a veces porque imagina, otras veces porque directamente participa. Esta es la memoria que nos permite acordarnos de lo que hicimos en nuestro último cumpleaños, del día que dimos el primer beso, o nos mandamos una travesura de la infancia.

Finalmente, el tercer tipo de memoria es la involucrada en el recuerdo de hechos concretos, nombres, fechas, formulas. Es el mecanismo de memoria en el que almacenamos las normas sociales, nuestro conocimiento de las leyes, de la geografía o de la historia del siglo XIX.

Ahora bien, no solo la memoria participa como alimento de la melancolía o prolongador temporal de placeres y sinsabores, sino que básicamente resulta un insumo fundamental a la hora de tomar decisiones sobre nuestro futuro, de pensar, de soñar y de proyectar.

Gracias a los avances en neuroanatomía y en particular a las contribuciones de Antonio Rangel se ha descubierto que existe un área de nuestro cerebro denominada Corteza Pre Frontal Ventro Medial que es la encargada de sopesar los valores de distintas alternativas a la hora de tomar una decisión. Lo interesante es que para que este sector del cerebro pueda hacer su tarea necesita asignarle un valor a cada una de las alternativas y para ello debe recurrir necesariamente a la memoria.

En primer lugar indagará en la memoria episódica buscando circunstancias similares experimentadas con anterioridad. Eso es lo que sucede cuando tenemos que decidir entre comer helado de chocolate o ensalada de frutas a la hora de los postres. Sabemos

con bastante precisión qué placer derivaremos de cada una de esas opciones porque nuestra memoria episódica ha almacenado varias experiencias anteriores en las que hemos incurrido en cada uno de esos postres y además como nos enseñara el Dr. Antonio Damasio, lo ha hecho con un marcador somático asociado; un toque emocional que será el responsable de que, en vez de recordar con la mente, lo hagamos con el cuerpo, y que podamos por ende asignarle un valor somático a las alternativas.

Solo en ausencia de experiencias autobiográficas sobre un tema, buscará el cerebro información en la memoria episódica a los efectos de decidir basándonos en los que nos han dicho o hemos escuchado o leído sobre las distintas alternativas, como le sucede a quien debe elegir el destino de su luna de miel entre diversos sitios que jamás ha visto antes, solo que esta vez la emoción no podrá ayudar porque el marcador somático estará por lo general ausente.

O sea que la memoria es un espejo un poco fallado en el que proyectamos el futuro para poder decidir, es la



**ZONA FRANCA
LA PLATA**



BUENOS AIRES ZONA FRANCA LA PLATA S.A.
Calle Pte. J. D. Perón e Hipólito Yrigoyen s/n
Edificio de Usos Múltiples Primer Piso
(B1925CKA) - Ensenada - Bs. As. - Argentina
Teléfono: (54+221)468-0000 Fax: 468-0014
Web: www.bazflp.com.ar - Mail: bazflp@bazflp.com.ar

base de nuestro futuro.

Después de todo, como decía Borges; “Somos nuestra memoria, somos ese quimérico museo de formas inconstantes, ese montón de espejos rotos.”

Limitaciones en el procesador y consecuencias para la teoría del consumidor

Pero no solo existen limitaciones y fallas en nuestro sistema de memoria sino que además el procesamiento de la información en la corteza pre frontal ventro medial, dista de ser perfecto.

En particular, lo que hace el procesador es buscar patrones y regularidades, que expliquen el modo en que funciona el mundo y nos permitan construir modelos explicativos de la realidad que nos rodea, a los efectos de adaptarnos exitosamente al entorno.

En cierto sentido, podemos decir que la tarea de nuestra cognición no dista mucho de la que efectúa un programa econométrico (como el STATA o el SPSS), que a partir de un montón de datos busca descubrir el proceso generador de datos subyacente.

El problema es que para que el consumidor elija entre distintas alternativas debe estimar primero la utilidad que derivará de cada opción. Pero dicho cálculo, como cualquier fenómeno neuronal, es de naturaleza estocástica (contiene una cuota de azar); esto quiere decir que el cómputo de la utilidad que a la postre proporcionarán las opciones elegidas, al ser en última instancia un problema de inferencia estadística, tendrá un margen de error resultante (incluso suponiendo que no exista sesgo), que dependerá del tamaño de la muestra a partir de la cual el individuo realiza la inferencia (su experiencia) y sobre todo de la varianza de esas experiencias.

Obviamente cuando se trate de elecciones repetitivas y relativamente triviales, sobre las cuales tenemos mucha experiencia (por ejemplo, elegir la bebida del almuerzo, o la hamburguesa de McDonald's), es plausible pensar que la varianza en el error será lo suficientemente acotada como para que no exista mucha diferencia entre el resultado de nuestras elecciones y lo que podría predecir la teoría neoclásica

El problema de fondo entonces, es que epistemológicamente necesitamos una teoría que [...] pueda explicar el modo en que formulamos o estimamos el proceso generador de esos datos: nuestro modelo del funcionamiento del mundo.

de la preferencia revelada.

Pero a medida que las elecciones se adentren en el terreno de las alternativas no conocidas ni experimentadas, los márgenes de error serán mayores, y cuando entre las variables a considerar se incluyan alternativas o contextos desconocidos, el sistema ya no podrá utilizar información generada por la corteza frontal orbital y el núcleo accumbens (almacenada en la memoria episódica de manera directa), sino que deberá producir estimaciones de la utilidad esperada a partir de la experiencia registrada en situaciones evaluadas como lo más similares posibles a la nueva situación.

Como esas estimaciones tendrán un gran margen de error ya no se podrá sostener que la elección efectuada por una persona en un contexto particular sea reveladora de sus preferencias, puesto que en otra situación similar el cómputo neuronal de utilidad

bien podría arrojar un resultado distinto (dado el margen de error).

El problema de fondo entonces, es que epistemológicamente necesitamos una teoría que, partiendo del análisis de los datos que forman y afectan nuestro medio ambiente o nuestra realidad (en el sentido amplio de la palabra), pueda explicar el modo en que formulamos o estimamos el proceso generador de esos datos: nuestro modelo del funcionamiento del mundo.

Se trata de meterse en la caja negra de la función de utilidad, que hasta el momento ha sido ignorada por la microeconomía tradicional.

Una nueva teoría del consumidor emergerá entonces, con profundas consecuencias para las políticas públicas y el marketing. El paradigma emergente reemplazará al del consumidor representativo neoclásico, por un conjunto heterogéneo de

“consumidores prototípicos” que producirán modelos de funcionamiento del mundo a partir de los cuales estimarán el impacto de sus decisiones en funciones objetivo que cambiarán con el contexto de la elección. Quedará en pie no obstante, la teoría tradicional del consumidor que enseñamos en Microeconomía, como un caso particular de una nueva teoría general, circunscripto al mundo de las elecciones repetitivas en contextos ciertos.

El nuevo modelo se apoyará en la psicología cognitiva de la memoria y de la inteligencia y en la neuroanatomía.

La nueva economía, estará en tu mente. ■

**LLEGAMOS
MÁS LEJOS**
— CON UNA —
NUEVA LÍNEA
— DE —
PRODUCCIÓN

Ctibor

www.ceramicactibor.com.ar

CONSULTE POR
VISITAS GUIADAS
A PROFESIONALES
Y ESTUDIANTES

museo del CERÁMICO
Un recorrido por la historia.
www.museodelceramico.com.ar

FUNDACIÓN
espacio CTIBOR
www.fundacionctibor.com.ar