

LA IRRACIONALIDAD EN LA DINÁMICA ECONÓMICA Y DE LA POLÍTICA

Autor: Narciso Benbenaste¹

Romina Bershadsky; Carolina Ibarra¹

Resumen

El objetivo principal de este trabajo es presentar dos tipos de irracionalidades que, a nuestro juicio, son relevantes para las conductas económicas y políticas y que sin embargo no se hallan consideradas en la literatura especializada.

Una de estas irracionalidades es vital para la dinámica de la racionalidad de la economía, es efecto de lo que nosotros hemos definido como valor mercantil (Democracia Mercantil 1999²) y marca a la política.

La otra irracionalidad a la que nos referiremos es lo que vale llamar “aspectos regresivos” de la población, tales como la necesidad de líderes idealizados y una representación de Estado paternalista. Esta última clase de irracionalidad se halla más presente en países de menor desarrollo relativo y la hemos registrado a través de muchos relevamientos empíricos³.

Palabras clave: racionalidad, economía, política

Abstract:

The main objective of this work is to present two types of irrationalities that, to our judgment, are relevant to the economic and politic behavior, and however are not considered in the specialized literature.

One of this irrationalities is vital for the economy rationality dynamic, it is the effect of what we have defined as mercantile value (Democracia Mercantil, 1999) and marks the politic.

¹ Investigadoras en la Universidad de Buenos Aires (Facultad de Psicología).

² El valor mercantil es la interiorización del papel de mediación social principal alcanzado por el dinero en la sociedad contemporánea.

³ Benbenaste, N. & Delfino, G. I. (2002). Alcance y límites de la madurez política de los ciudadanos argentinos. *Anuario de Investigaciones*, 10: 103-112.

Benbenaste, N. & Delfino, G. I. (2004). Conocimiento y Actitudes sobre la Política en Estudiantes Universitarios y Ciudadanos comunes. *Investigaciones en Psicología*. Año 9, 1: 19-41.

The other irrationality which we have referred to is what can be called “regressive aspects” of population, such as the necessity of idealized leaders and a paternalist representation of the State. In this last class of irrationality is more present in countries with lower relative development and we have registered it through many empiric survey.

Keywords: irrationality, economy, politics

Desarrollo

En primer lugar se presenta el concepto de racionalidad económica tomando como referencia a J. Buchanan y G. Tullock⁴ y su aplicación como modelo para entender las decisiones políticas.

Luego se analiza el concepto de irracionalidad en el comportamiento económico tal como lo han estudiado Kahneman y Tversky⁵ y cómo puede aplicarse para entender las decisiones políticas.

En un tercer punto mostramos que en la sociedad de mercado hay un aspecto irracional, distinto a las estudiadas por los autores que vienen ocupándose de ese tema y, que a diferencia de las analizadas, no menoscaba sino que, al contrario, es factor indispensable del desarrollo de la racionalidad económica contemporánea.

Por último, hacemos notar otra clase de irracionalidad, encontrada en las investigaciones que venimos realizando. Nos referimos a algunos de los rasgos que denominamos regresivos en la población y que sí representan un perjuicio para la racionalidad tanto del sujeto de la economía como de la política.

1. El concepto de Racionalidad Económica

Para buena parte del pensamiento económico, en el que se inscriben Buchanan y Tullock, “la acción racional requiere la aceptación de algún fin y también la capacidad para elegir las alternativas que conducirán hacia el logro del objetivo.” (Tullock – Buchanan, pp. 64).

⁴ Buchanan J.M. y Tullock G. (1993), *El cálculo del consenso*, Planeta-Agostini, Bs. As.

⁵ Kahneman D. And Tversky A (2000). “*Choices, Values, and Frames*” Cambridge University press, USA

Ese fin, cualquiera sea, tiene un sentido, la búsqueda de un beneficio personal y, además se supone, el sujeto lo hace consistentemente:

“...se dice que el comportamiento del individuo es <<racional>> cuando el individuo elige <<más>> en vez de <<menos>> y cuando es consecuente en sus elecciones.” (Ibíd, 1993, p. 60)

Pero lo destacable, acorde a lo ya considerado por Adam Smith, es que “...la <<lección>> fundamental de cualquier relación de intercambio no es tanto qué parte obtuvo mayor ventaja en él, como que cualquier situación de intercambio resulta para todo el colectivo involucrado en el mismo comparativamente más favorable que la situación en que tal intercambio no tiene lugar.” (Ibíd., p. 17)

La teoría de los juegos⁶ constituyó un impulso para utilizar la racionalidad económica no sólo como modelo de comportamiento en las elecciones y decisiones económicas sino públicas en general y en la política en particular.

1.1. La Racionalidad Económica en las decisiones políticas

Esta extensión del modelo presume un grado importante de similitud en el comportamiento en los intercambios de los bienes privados - tradicionalmente denominado ámbito económico- y el que tiene lugar con los bienes colectivos – habitualmente llamado ámbito de lo público-.

Este contexto “...supone que el individuo, en tanto y en cuanto participa en las decisiones colectivas, está guiado por el deseo de maximizar su propia utilidad y que los distintos individuos tienen distintas funciones de utilidad”. (Ibíd., p.52). “Lo cual, implica que el individuo percibe al proceso político como un juego de suma positiva, al igual que en el mercado”. (Ibíd., p.50).

Los sujetos, sostienen estos autores, actúan de modo similar tanto en el ámbito de los intercambios de bienes privados, como en los intercambios de los bienes colectivos, esto es movidos por la misma motivación y siendo capaces de ordenar “los distintos paquetes de los <<bienes públicos>> o colectivos del mismo modo que ordenan los bienes privados.” (P.61)

⁶ Neumann, van J y Morgenstrn, O (1947) *Theory of Games and Economic Behavior*, segunda edición, Princeton University Press. Princeton-New Jersey.

Para una aplicación a la economía puede, por ejemplo, verse: Friedman, J.W. (1991): *Teoría de juegos con aplicaciones a la economía*. Editorial Alianza Universidad.

Si bien Tullock y Buchanan suponen la similitud entre el sujeto del mercado y el sujeto de la democracia, también destacan la diferencia. La elección en el ámbito político, mencionan, representa para el sujeto un mayor grado de incertidumbre que las realizadas en el ámbito de los intercambios de bienes privados-. Dicen: "...que los individuos sean en cierto modo menos racionales en las elecciones colectivas que en las privadas, radica en la diferencia del grado de responsabilidad en las decisiones finales. (...) El elector-votante reconocerá, desde luego, la existencia tanto del beneficio como del *coste* de cualquier acción pública propuesta, pero ni su propia participación en los *costes* ni en los beneficios puede ser tan fácilmente estimada como en las elecciones de mercado comparables. (...) Junto al factor de incertidumbre, que puede entenderse fácilmente que limita el alcance del cálculo racional, el individuo particular pierde el sentido de la responsabilidad de la toma de decisiones que es inherente a la elección privada." (Ibíd., p. 65)

Asimismo, esta cooperación entre partes en el ámbito colectivo es motivada por una forma de beneficio, que podemos decir indirecta, esto es por la diferencia de *costes* que implicaría una decisión individual. La acción colectiva, su sentido, es "... un medio de reducir los *costes* externos que se imponen al individuo por una acción puramente privada o voluntaria." (pp. 70/71)

2. La Irracionalidad en el comportamiento Económico

Algunos pensadores como los psicólogos Daniel Kahneman y Amos Tverski han criticado el alcance atribuido al concepto de racionalidad como característica de las elecciones del sujeto de la economía. Afirman que se observan ciertos "errores" en el comportamiento de los individuos que sistemáticamente violan la teoría de la decisión racional.

2.1. El Problema de Enfoque

Un factor que provoca esas conductas irracionales es lo que denominan "problema de enfoque". Los autores mostraron que, un mismo problema presentado de manera distinta, hace que los sujetos presenten inconsistencias en sus preferencias. Hay una tendencia a desconocer algunos de los elementos que en verdad son compartidos por las distintas presentaciones. Veamos uno de los ejemplos del "problema de enfoque":

“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-Tversky p.16)

Esta reacción es considerada por Kahneman como conducta irracional ya que, de acuerdo a ese autor, el sujeto mejoró en términos absolutos y, sin embargo, se siente afectado. Pero aquí, entendemos nosotros, es válido un análisis distinto al de Kahneman ya que 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). No toma en cuenta lo que representa el efecto del dinero como valor psicosocial en la sociedad contemporánea que es, básicamente, una sociedad de mercado⁷. De manera que, en este caso, la reacción del sujeto en cuestión no puede ser considerada meramente irracional en el sentido de una mala apreciación individual sino que por el contrario es reflejo del valor predominante de una sociedad eminentemente mercantil. Kahneman considera que, además de su pertinencia para explicar las decisiones económicas, estos estudios sobre conductas irracionales también permiten entender parte de la manera con que se hacen las preferencias políticas.

2.2. Aversión al riesgo- Principio de la razón diferencial

En el siguiente ejemplo aportado por Kahneman nos detendremos a mostrar el efecto producido por la manera de presentar las alternativas. En ambos casos se trata de lo mismo pero la forma en porcentajes y, además, el efecto producido por la palabra

⁷“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

“incremento” en un caso y “pérdida” en el otro, alteran significativamente la preferencia:

“Las elecciones políticas siempre implican un número considerable de intercambios: un programa que traiga ciertos beneficios a un segmento de la población puede implicar, al mismo tiempo, un perjuicio a otro estrato de la población. Las políticas diseñadas para incrementar la tasa de empleo suelen tener su lado adverso: la inflación⁸.

Si se implementa el programa J, el 10% de la fuerza de trabajo será desempleada, mientras que la tasa de inflación será del 12%. Si se adopta el programa K, el 5% de la fuerza de trabajo será desempleada, mientras que la inflación será del 17%. La siguiente tabla presenta las políticas alternativas y sus consecuencias más probables:

	Política	Fuerza de trabajo desempleada	Tasa de inflación
Programa J	Progra	10%	12%
Programa K	Progra	5%	17%

Imagine que tiene que optar por una de estas dos políticas económicas, ¿cuál de las dos políticas elegiría?

Las respuestas fueron: Programa J 36%, Programa K 64%

Se le plantea a un segundo grupo el mismo problema en términos objetivos pero con la siguiente descripción de las alternativas políticas:

	Política	Fuerza de trabajo empleada	Tasa de inflación
J	Programa	90%	12%

⁸ Cabe aclarar que este tipo de situaciones en las que las políticas que tienden a incrementar la tasa de empleo están en relación directa con la tasa de inflación, se presentan, en general, en economías de gran desarrollo.

Programa	95%	17%
----------	-----	-----

K

En este caso las respuestas fueron: programa J 54%, programa K 46%”

(Kahneman-Tversky, P. 462)

En este ejemplo vemos como las respuestas se modifican significativamente según el modo de presentar los mismos términos objetivos. Es decir que se pone en juego, una vez más, el sesgo del “problema de enfoque”. En este caso el autor aclara que el problema de enfoque es especificado por otro sesgo que llama “principio de la razón diferencial”: el impacto de cualquier diferencia positiva entre dos sumas se incrementa con su razón. Por caso la diferencia entre 200 y 100 hace una razón de 2, mientras que la diferencia entre 300 y 200 implica una razón de 1.5, aun cuando en términos absolutos ambas diferencias son exactamente la misma. En el ejemplo, la estadística laboral se describe en términos de desempleo o empleo lo que da como resultado la misma diferencia en números absolutos pero con una razón muy desigual. Así al presentarse la tasa de desempleo de 10% a 5%, que conlleva una razón de 2 tendrá más impacto subjetivo, como puede observarse en el cambio significativo de las respuestas, que el cambio objetivamente igual, de la tasa de empleo incrementándose de 90% a 95%. Como consecuencia, el programa K será más elegido en el problema 1 y el programa J se preferirá en el problema 2.

Hay que decir que este cambio se halla reforzado porque la segunda presentación se plantea como incremento mientras que en la primera la significación “pérdida” impacta.

Así la manera de presentar un problema puede hacer cambiar no sólo la elección, sino toda la disposición de las preferencias pasando de *adversos al riesgo* a *buscadores del riesgo*, dado que la forma en que se presenten los datos cambia la percepción del individuo de ganancia a pérdida.

3. Otras dos clases de Irracionalidades

Hay dos tipos de irracionalidad que consideraremos y que no están tematizadas por economistas: la irracionalidad propia de la racionalidad de la economía de mercado y la de aspectos regresivos de la población.

3.1. El mercado como dinámica irracional-racional

Hay una irracionalidad que no es error sino al contrario adaptativa a la sociedad de mercado. Esa irracionalidad es la eficiencia psicosocial de la venta. La venta es la operación que hace a la dinámica misma del concepto “economía de mercado”.

Uno de los mecanismos psicosociales de la venta consiste en promover un sujeto propenso a los placeres inmediatistas. Que el sujeto desee comprar aquello que aparece suscitándole excitaciones intensas y diferenciales pero de corta duración y que, entonces, deberá renovar cada vez con más frecuencia. El sujeto del mercado se ve inducido a sentir que si no compra corre el riesgo de perder valorización social -una de cuyas dimensiones es la de su presentación estética-. Pero este efecto de irracionalidad, la tendencia a la compulsividad de consumir placeres inmediatistas, es lo que motiva a que los sujetos tiendan a incrementar su productividad -y con ello realizar distintas actividades racionales-con vistas a conseguir el dinero que le permita adquirir los excitantes ofertados. Psico-económicamente, y dicho de manera esquemática, el mercado aparece como una dinámica entre lo irracional y lo racional.

Esta forma de esa irracionalidad de la eficiencia de la venta es solidaria o hace a la vigencia de lo que denominamos valor mercantil y que comentamos a propósito del ejemplo de la oficina. El valor mercantil es resultado de la interiorización (sujetivación) del papel alcanzado por el dinero como mediación principal de las relaciones psicosociales⁹.

Una de las formas en que esa irracionalidad, que hace a la motivación y sentido del sujeto del mercado, se expresa en las decisiones políticas como tendencia del sujeto a elegir en función de sus intereses privados inmediatistas.

3.2. Los aspectos regresivos

Hay una segunda irracionalidad y que es relevante en el campo político. En nuestras investigaciones empíricas sobre el perfil psicológico de la población como sujeto político¹⁰ hallamos que un porcentaje importante presenta rasgos que denominamos regresivos¹¹.

Esos rasgos, como la de necesitar de líderes fuertemente idealizados y, solidariamente, que el Estado funcione de manera paternalista, hacen que el sujeto

⁹ Una de cuyas más elocuentes verbalizaciones populares es que “todos tienen su precio” o de un modo menos crudo “Time is money”, etc..

¹⁰ Programa UBACYT P023 “La Madurez Política de los Argentinos”, 2001-2007.

¹¹ Definimos como regresivos a aquellos rasgos infantiles que en la adultez actúan como obstáculos al desarrollo racional del sujeto.

resulte parte de un tipo de intercambio en donde el desarrollo individual y social se halla acotado.

El sujeto, que de una u otra manera, es económicamente dependiente del Estado cumple con dos de los requisitos de la racionalidad económica -búsqueda de su beneficio personal y cierta consistencia en sus preferencias- ya que es capaz de elegir ante sucesivas alternativas siguiendo su criterio, por ejemplo cuando en una segunda vuelta electoral debe optar por alguien por quién no sufragó en la primera.

El punto distintivo entre la racionalidad de este sujeto y la racionalidad del sujeto libre es el alcance del objetivo. El sujeto económicamente dependiente del Estado busca la reproducción sin fin de la satisfacción de sus necesidades pero no puede elegir según un objetivo de crecimiento individual.

El sujeto económicamente dependiente del Estado elige al político que en su discurso satisface más su interés. Pero en esa clase de sujeto su preferencia se halla, psicológicamente, expresada en lo que nosotros hemos denominado “expectativa de un Estado paternalista”¹².

Ambos actores obtienen sus respectivos beneficios, satisfacción de necesidades de un lado, y logro de Poder en el otro. Pero de perpetuarse este tipo de situaciones puede tornarse en un juego de creciente asimetría, con incremento de Poder en el político y pérdida creciente de soberanía en el elector. Por lo cual, el político no tendría mayor interés en que, desde el Estado, se fomentaran aquellas políticas adecuadas para establecer las condiciones objetivas y subjetivas¹³ para que el sujeto pueda insertarse efectivamente en el desarrollo económico.

En suma esta clase de intercambio político con un sujeto que económicamente es, directa o indirectamente, dependiente del Estado tiene tres claras consecuencias:

- a. Pérdida creciente de soberanía del votante,

¹² Por “Expectativa de un Estado paternalista” se entiende que el Estado debe satisfacer las necesidades como una característica permanente en oposición a un Estado que cree las condiciones para el desarrollo individual de la población.

Esta características de los sujetos se ha comprobado empíricamente en encuestas de 2003 y 2005, cuyos resultados se han publicado en: “La madurez política en los argentinos”, 2003, Editorial Eudeba, p. 172 y **“El paternalismo de Estado y su efecto sobre la democracia en los estudiantes universitarios” presentado en las Jornadas de Investigación de la Facultad de Psicología – UBA, 2005.**

¹³ Las objetivas son aquellas condiciones para las inversiones y otros aspectos válidos para el crecimiento económico en un mercado competitivo. Las subjetivas son las mejoras de la calidad educativa y la mayor inclusión posible de la población.

- b. Debilitamiento del carácter republicano de las instituciones dado que se hace factible la indiferenciación entre Gobierno y Estado y, subsecuentemente la de los tres Poderes,
- c. De ampliarse la población de sujetos directa o indirectamente dependientes económicamente del Estado se socava el desarrollo económico dado que la iniciativa individual no tiene motivación.

4. Conclusiones

El modelo económico, sea desde el concepto de racionalidad como incorporando la precisión de componentes irracionales, es una base para entender las decisiones políticas, pero insuficiente según intentamos justificar. Pero esa insuficiencia del modelo económico no se debe sólo a la mayor incertidumbre propia del ámbito político como lo señalan Buchanan y Tullock, sino a que, así lo pensamos, se está manejando un concepto restrictivo con relación a la real vigencia de la economía entendida como economía de mercado.

En efecto el dinero –esto es las relaciones de compra y venta- no es sólo la forma de los intercambios entre objetos sino que, contemporáneamente, deviene en el principal valor en el sentido axiológico del término (valor mercantil).

Hemos dichos que en la dinámica de la economía de mercado el tipo de móvil irracional promovido por la eficiencia de la venta es adaptativo a la vida psicosocial. Al hacer sus preferencias en el ámbito político el individuo también tiende a actuar como sujeto del mercado, o sea de la venta y su expresión axiológica el valor mercantil.

Es desde esa elucidación del concepto de mercado (economía de mercado) que entonces sí puede verse una mayor semejanza en cuanto al sentido que orienta al sujeto cuando hace decisiones en el terreno de los bienes privados como de los bienes públicos y en particular sobre la política.

Pero aun con la incorporación del concepto de valor mercantil el modelo económico es claramente insuficiente para explicar las decisiones políticas en poblaciones económicamente dependiente del Estado.

En el caso de esas condiciones incorporamos otro aporte: los “rasgos regresivos”. Estos rasgos son un tipo de irracionalidad que no es adaptativa al mercado como lo es la descrita a propósito de la venta. Por el contrario es correlato de un régimen político que maneja un concepto de Estado Paternalista. Hay una relación viciosa entre políticos que propician un Estado Paternalista y un sujeto que vota cuya

impronta son los “rasgos regresivos”, lo que impide un componente decisivo de la racionalidad económica a saber el desarrollo económico y asimismo individual.

Bibliografía

- Benbenaste, N. “Democracia Mercantil” (1998) Eudeba
- Buchanan J.M. y Tullock G. (1993), *El cálculo del consenso*, Planeta-Agostini, Bs. As.
- Kahneman D. And Tversky A (2000). “*Choices, Values, and Frames*” Cambridge University press, USA
- Neumann, van J y Morgenstrn, O (1947) *Theory of Games and Economic Behavior*, segunda edición, Princeton University Press. Princeton-New Jersey.
-

ⁱ Investigador en la Universidad de Lomas de Zamora (Facultad Ciencias Sociales) y la Universidad de Buenos Aires (Facultad de Psicología). Narciso@psi.uba.ar