

InDret

**Economía
y
psicología evolutiva**

David D. Friedman

Barcelona, April 2001

www.indret.com

Sumario*

- [La psicología evolutiva: la versión abreviada](#)
- [Lo que aporta la psicología evolutiva](#)
- [Enigmas económicos y precios justos](#)
- [Psicología evolutiva y precio justo](#)
- [Pájaro en mano: psicología evolutiva y preferencias temporales](#)
- [Conclusión](#)

* Traducción de Begoña Arquillo Colet.

La economía se construye sobre un simple supuesto: que el comportamiento individual se puede predecir mejor si se presume que cada persona realizará las acciones que mejor permiten alcanzar sus objetivos. La fundamentación de este supuesto, calificado generalmente y de manera errónea como “racionalidad”, es que, aunque los individuos son en parte irracionales, no tenemos ninguna buena teoría acerca de esos errores ni ninguna manera de predecir qué comportamiento irracional en particular cometerán. Por lo tanto, el elemento racional del comportamiento humano es el que se puede utilizar para hacer predicciones de cara al futuro.¹

La psicología evolutiva ofrece un desafío al supuesto de racionalidad, ya que nos proporciona una teoría de los errores. En este trabajo, analizo la naturaleza de esa teoría, describo algunos problemas que la economía difícilmente puede explicar e intento demostrar como la economía, con la ayuda de la psicología evolutiva, puede ayudarnos a resolverlos.

- ***La psicología evolutiva: la versión abreviada***

La psicología evolutiva² parte de dos simples supuestos:

1. La mente humana no se entiende como un ordenador con fines generales sino como un conjunto de módulos especializados del software, cada uno diseñado para ocuparse de un subconjunto determinado de problemas.
2. Esos programas han sido diseñados, según la teoría de la evolución de Darwin, para tener éxito reproductivo en un entorno de cazadores-recolectores, que es aquél que nuestra especie ha conocido a lo largo de la mayor parte de su historia.

Los investigadores en psicología evolutiva, partiendo de estos supuestos, han generado y probado predicciones que ordenan las diferencias entre las capacidades masculinas y femeninas para la medida de la duración de la enfermedad en el futuro.

Deben hacerse tres importantes puntualizaciones sobre el segundo supuesto, para evitar que se entienda mal. La primera es que el supuesto no consiste en que ahora los individuos busquen sin más el éxito reproductivo -si fuera así, la población de los países desarrollados estaría aumentando mucho más rápidamente de lo que lo está haciendo- sino sólo que tenemos las características psicológicas asociadas, en el entorno en el que evolucionó la especie humana, al éxito reproductivo. La segunda puntualización es que el éxito reproductivo es un objetivo para el individuo, no para el grupo o la especie. La mayoría de los estudiosos de la biología evolutiva aceptan el

¹ Este argumento está resumido en D. Friedman, *Hidden Order: The Economics of Everyday Life*, Harper Collins: New York 1996, pp. 3-9. Una versión para Internet, en D. Friedman, *Price Theory*, puede ser consultada en: http://www.davidfriedman.com/Academic/Price_Theory/PThy_Chapter_1/PThy_CHAP_1.html

² Para una buena descripción y defensa de la psicología evolutiva, junto a un buen número de aplicaciones interesantes, véase, *The Adapted Mind. Evolutionary Psychology and the Generation of Culture*, by John Toobey, Leda Cosmides and Jerome H. Barkow, Oxford University Press: New York, 1995.

criterio de que los rasgos que benefician al grupo o a la especie a costa del individuo que los lleva no serán seleccionados.³

La tercera puntualización es que nosotros estamos adaptados, no al mundo en que ahora vivimos, sino al ambiente en que nuestra especie pasó la mayor parte de su historia. La agricultura es, desde una perspectiva evolutiva, un desarrollo bastante reciente. Por lo tanto, pensamos que la mayoría de nuestras características están diseñadas para tener éxito reproductivo en el entorno que precedió a la agricultura -se cree que fue un ambiente de pequeños grupos de cazadores-recolectores-.

- ***Lo que aporta la psicología evolutiva***

La psicología evolutiva introduce dos modificaciones en el supuesto de la racionalidad. La primera es un aumento en su precisión. Los economistas presumen que las personas tienen objetivos, pero la teoría económica no nos dice cuáles son, aunque en el mundo real los economistas tienen al menos cierta idea, basada en la observación y en la introspección, de cuáles probablemente sean. Por otra parte, los biólogos evolucionistas saben que el objetivo de los genes⁴ es el éxito reproductivo, conseguir tanta descendencia de sí mismos como sea posible en las generaciones futuras.

Por lo tanto, aceptar los supuestos de la psicología evolutiva da a los economistas una cierta capacidad para predecir qué funciones de utilidad tendrán las personas. Esta capacidad está limitada por nuestra ignorancia acerca de las oportunidades accesibles para el equipo de genes -qué clase de organismos es posible que construyan-. Dicho más claramente, si hubiera una manera de construir un super hombre, un ser humano mucho más fuerte, más rápido, más sano, más listo que los seres humanos existentes y capaz de sobrevivir a prácticamente cualquier cosa, el gen que llevara a cabo la estrategia sería el gran ganador en la carrera Darwiniana. La ausencia de tales super hombres sugiere que no se pueden hacer o, por lo menos, que es tan difícil que todavía no los ha realizado ningún gen.

Un ejemplo menos obvio de la misma puntualización es el límite observado en cómo son los seres humanos reales. Nosotros estamos diseñados para buscar el éxito reproductivo a través de una variedad de rasgos -deseo por el sexo que nos conduce a reproducirnos, amor a los hijos que nos conduce a cuidar de nuestros descendientes, y muchos otros-. Pero a pesar de esos rasgos, los seres humanos empiezan, en los entornos propios de los últimos siglos, a reproducirse mucho menos que el máximo biológico individual -en parte, porque hemos encontrado medios, desde el control de la natalidad hasta los animales domésticos, para sabotear los objetivos de nuestros genes

³ Esto es lógicamente posible porque los rasgos que benefician al grupo, a expensas del individuo que los lleva, producen un aumento en el éxito para el grupo lo bastante grande como para compensar la disminución del éxito para uno de sus miembros en relación a los otros, pero esto se considera generalmente un caso inusual y especial.

⁴ La expresión "objetivo de los genes" es, por supuesto, metafórica. Los genes no tienen mente, por lo tanto no tienen objetivos. Pero los organismos que observamos son descendientes de esos genes que tuvieron, en el pasado, éxito en la construcción de organismos y que hicieron que esos genes se transmitieran. Por lo tanto, los genes están diseñados, como si fuera por una mano invisible, para construir organismos cuyas características den lugar a un éxito reproductivo para los genes que los construyeron.

con la finalidad de servir mejor a nuestros propios objetivos-.⁵ Un verdadero gen, que hiciera del éxito reproductivo la máxima prioridad de cada individuo, conferiría una enorme ventaja reproductiva a sus portadores y se extendería rápidamente a través de la población.⁶ La ausencia de tal gen es debida, probablemente, a la dificultad de la programación exacta de un organismo tan complicado como el ser humano, además del corto tiempo que ha pasado desde los progresos que hacen de esa táctica para el éxito reproductivo una muy superior a otras alternativas menos directas.

Conocer el objetivo de nuestros genes no es suficiente para revelarnos con seguridad los objetivos de los seres humanos que esos genes construyen. Pero es bastante para sugerir hipótesis -características que conducirían a incrementar el éxito reproductivo y que sería posible que los genes dieran a los organismos que construyen-. Sobre la base de tales hipótesis, entonces nosotros podemos probarlas con la comparación de sus predicciones con nuestras observaciones de la realidad.

Lo que he descrito es la metodología usada rutinariamente en la biología evolutiva - que incluye, pero no se limita a, la psicología evolutiva-. Igual que la metodología de la economía positiva, rescata un procedimiento diferente y más explícito para formar hipótesis.

Una forma en la que la psicología evolutiva modifica el supuesto de racionalidad es prediciendo qué objetivos individuales son probables. Una segunda es la de proporcionar una teoría de los errores.

Comparado con el pensamiento racional, la teoría de la evolución de Darwin es un proceso lento. Por lo tanto, mientras esperamos que el individuo racional presupuesto por los economistas elija las acciones para conseguir sus objetivos en el ambiente que él observa a su alrededor, esperamos que el individuo producido por la evolución será diseñado para alcanzar sus objetivos -más exactamente, los objetivos de sus genes- en el medio en que su especie se desarrolló. De aquí que los individuos serán irracionales -estarán diseñados para actuar de otra manera que para conseguir sus objetivos- cuando las características relevantes del entorno hayan cambiado tan rápidamente como para que la evolución todavía no haya tenido tiempo para alcanzarlas. Así, la teoría no sólo predice que los individuos cometerán errores -como ya sabemos- sino en qué equivocaciones incurrirán. Cometerán los errores que les habrían conducido al éxito reproductivo en el entorno en el que las características psicológicas que conducían a esos errores se desarrollaron.

- ***Enigmas económicos y precios justos***

Hay una variedad de enigmas para la Economía -modelos de comportamiento constante que es difícil, si no imposible, explicar en perspectiva de la aproximación económica habitual. En este apartado, describiré varios de ellos, argumentando que todos pueden ser reducidos a una única característica de la psicología humana, e

⁵ Referencia Dawkins sublevando robots.

⁶ En las sociedades desarrolladas la mayoría de las parejas tienen alrededor de dos niños pero podrían tener fácilmente ocho -si ésta fuera su máxima prioridad-. Un gen que diera lugar a que esto se hiciera así aumentaría la frecuencia en la población en un billón en sólo quince generaciones.

intentaré mostrar que es probable que esa característica, aunque sitúa peor a su poseedor en muchas (pero no en todas) las situaciones que él encuentra en la sociedad moderna, le situaba mejor en el entorno de cazadores-recolectores en el que, según la psicología evolutiva, nuestra psicología se desarrolló.

El primer problema es la existencia de colas predecibles. Considere un restaurante cuyos clientes saben que si van a cenar el viernes o el sábado, tendrán que esperar 45 minutos por una mesa. La cola no aumenta el número de gente que el restaurante puede atender en una noche⁷ pero impone un coste adicional en tiempo de espera a los clientes, aumentando así el coste total de la comida lo bastante para reducir la cantidad de comidas exigidas a la cantidad que el restaurante es capaz de producir.

Suponga que la espera es equivalente, desde el punto de vista de los clientes,⁸ a un aumento de diez dólares en el precio. Si el restaurante simplemente subiera su precio diez dólares en las noches en que estuviera concurrido, la cola tendería a reducirse hasta casi cero, los clientes no estarían peor -ellos estarían pagando el precio adicional en dinero en lugar de en tiempo- y el restaurante saldría beneficiado en diez dólares por cena. A más largo plazo, el aumento de la cantidad que podrían cobrar los restaurantes en noches concurridas aumentaría la oferta, bajando el precio y transfiriendo por lo menos algo del excedente a los consumidores.

Los restaurantes, en cierta medida, varían su precio de esta manera, generalmente anunciando descuentos especiales para noches de baja demanda en lugar de sobrepagos especiales en noches de alta demanda.⁹ No obstante, colas largas y predecibles son moneda común en el sector de los restaurantes -lo que sugiere que hay una restricción significativa que limita el grado en el que pueden variar sus precios-. Un modelo similar se observa en muchos otros contextos -conciertos, noches de estreno de películas de éxito y similares-. Los productores siguen con frecuencia políticas de precios que conducen a un exceso de competencia entre consumidores por productos con precios demasiado bajos. Ello deja en peor situación al productor y, por tanto, parece contrario al supuesto de racionalidad.

Una respuesta coherente al menos con la observación casual, es que un grupo de rock o una sala de cine que cobrara habitualmente un precio suficientemente alto como para ajustar la baja co-demanda a la oferta en eventos de elevada demanda, ofendería a sus clientes y perdería así más a largo plazo que lo que ganaría a corto plazo. Pero esta explicación suscita un segundo interrogante: el comportamiento de los clientes. El cliente medio no estaría peor a corto plazo como resultado de tal política, ya que ésta simplemente convierte el coste en tiempo en coste en dinero. Y, desde luego, está mejor a largo plazo. ¿Entonces por qué deberían molestarse los clientes? Más exactamente, ¿por qué deberían preferir no ser clientes de productores que ponen precio a sus mercancías en la forma en que la teoría económica sugiere que deberían hacerlo?

⁷ Una cola corta aumentaría el número de clientes atendidos, puesto que proporciona un inventario de clientes que permite que el restaurante produzca a máxima capacidad ante una demanda impredecible. Ahora estoy considerando además el efecto de la espera adicional más allá de la necesaria para alcanzar este efecto positivo.

⁸ Los clientes no son, por supuesto, idénticos, pero para mis actuales propósitos no es necesario discutir los efectos diferenciados sobre clientes con valoraciones diferentes del tiempo.

⁹ Este patrón de comportamiento se ajusta a la explicación que propongo abajo.

Un segundo y menos llamativo problema es por qué las empresas que venden el mismo producto con diversos precios en diferente tiempo describen casi invariablemente su política de precios en términos de un precio normal y un descuento en lugar de un precio normal y un sobreprecio. Esto desconcierta menos que la existencia de colas predecibles porque no hay ningún argumento sólido contra esta manera de proceder. Pero tampoco hay ningún motivo sólido a su favor. Dado que conocemos lo que las empresas hacen, es tentador pensar que hacerlo de esta manera les da buena imagen -están dando a sus clientes un trato especial-. Pero alguien podría argumentar fácilmente que la política alternativa también les da buena imagen porque implica un precio ordinario más bajo.

Seguidamente, considere la historia del control de precios. Una ley que fija un precio legal por debajo del precio que surgiría del mercado tiene una variedad de consecuencias. A largo plazo, es probable que haga a todo el mundo de peor condición.¹⁰ A corto plazo, sin embargo, los compradores pueden tener ventajas a expensas de los productores -y para algunos productos, muy especialmente alquiler de viviendas, el corto plazo puede ser suficientemente largo para producir transferencias sustanciales. Además los votantes tienen, por razones claras, ignorancia racional, y a menudo los costes a largo plazo son menos obvios que los beneficios a corto plazo. Por lo tanto, no sorprende que el control de precios sea a veces políticamente provechoso.

Lo que sí sorprende es el patrón que explica cuándo esto es políticamente provechoso. Los costes y los beneficios de poner un precio un diez por ciento por debajo de su nivel de mercado no dependen de si la restricción previene una subida del precio o fuerza una reducción del mismo.¹¹ Pero en la práctica, el primer caso es mucho más común que el segundo. El control de precios se presenta casi siempre en un contexto donde se pretende evitar que los precios suban, es muy raro en un contexto donde un precio esté estable y en que el control se diseñe para bajarlo de su nivel actual.

Todos estos problemas se pueden explicar con un simple supuesto: que los individuos creen que hay un precio apropiado para un producto, que es igual al precio que están utilizando para comprar el producto, y que lo rechazan si les cobran más que ese precio. Este supuesto es coherente con la observación ocasional de reacciones a los aumentos sostenidos de precio y con la historia de ideas tales como la doctrina del precio justo en los filósofos escolásticos.¹²

¹⁰ Para un análisis de las razones por las que esto es verdad, véase *Price Theory. An Intermediate Text*, 2nd. Ed., South Western Publishing Co.: Ohio 1990, pp. 482-485; *Hidden Order: Economics of Everyday Life, op. Cit.*, pp. 245-251.

¹¹ Esto supone una cierta simplificación, ya que hay algunos costes asociados al mecanismo de la fijación de precios, tales como revisar las etiquetas de los precios y los precios en los anuncios, en que se incurre en el control de precios que fuerza su bajada, pero que se evitan si se previene que los precios suban.

¹² Para una discusión de esta doctrina y de la función para la que sirvió, en relación con el argumento de este trabajo, véase la defensa de D. Friedman "In Defense of Thomas Aquinas and the Just Price". Para una cierta evidencia de actitudes similares en consumidores modernos, véase Richard H. Thaler, *Mental Accounting and Consumer Choice*, *Marketing Science*, 1985. Para una discusión más extensa de los modelos de comportamiento frente a la común explicación económica de la racionalidad, junto con gran cantidad de evidencia empírica, véase *Quasi-Rational Economics* by Richard H. Thaler.

Considerado desde el punto de vista de la racionalidad económica, el supuesto tiene poco sentido. La mayoría de la gente no tiene ninguna idea clara de qué es lo que determina los precios de los productos que compra. Por lo tanto, no tienen ninguna manera de saber si el precio de ayer era equivocado, o justo, o si estaba justificado por su coste, o si el precio de hoy no se ajusta a alguno de estos criterios.¹³

Si consideramos el comportamiento asociado a una creencia en los precios justos, también tiene poco sentido. Supongamos que yo realmente sé que un precio determinado es significativamente “demasiado alto” -es más alto que el precio económicamente eficiente-. ¿Por qué esa es una razón para que yo no compre el producto, presumiendo que lo valoro en más de lo que me va a costar? ¿Por qué es una razón para que me enfade con el vendedor y exprese esa cólera evitando las transacciones futuras con él, incluso si me beneficiarían? En un mundo donde los productos y los servicios se venden a una gran cantidad de clientes anónimos, no puedo razonablemente esperar que mi negativa a comprar, aunque justificada, persuada al vendedor a bajar su precio.

- ***Psicología evolutiva y precio justo***

Retrocedamos ahora veinte mil años. Usted es miembro de un grupo de cazadores-recolectores. Realiza una gran variedad de transacciones con los otros miembros del grupo, intercambia productos y, probablemente lo más importante, servicios. Mientras el dinero todavía no se había inventado, los precios -productos que se deben dar a cambio de otros productos, o favores que debe hacer a alguien si quiere que éste le haga un favor- son una parte de la vida diaria. En este mundo, todos los mercados son pequeños -éste es, después de todo, un grupo pequeño-. De aquí que la transacción típica sea un monopolio bilateral.

Imagine un entorno suficientemente estable de modo que, para algunas transacciones, haya “precios usuales”. Esos precios deben estar dentro del margen de acuerdo de comprador y vendedor¹⁴ puesto que las transacciones no existirían de otra manera. El entorno no es, sin embargo, perfectamente estable. A veces las circunstancias de una parte u otra cambian el margen de acuerdo -la serie de contenidos y términos que hacen que la transacción sea de interés mutuo-.

Suponga que yo soy un comprador, y mis circunstancias actuales hacen el producto mucho más valioso para mí de lo habitual, ampliando el margen de acuerdo. Si pudiera confiar de alguna manera en no pagar más del precio usual, eso garantizaría que yo, no el vendedor, recibiré el exceso de ganancia. Una forma de hacerlo es estar programado emocionalmente para rechazar cualquier aumento sobre el precio usual -ofenderse lo suficiente para que la humillación de sentirse “engañado” tenga más peso que la ganancia derivada de realizar la transacción en todo caso-.

¹³ “For one thing, the recent tripling of oil prices followed a sharp drop. In real terms, prices are still one-third below their level in 1990, when Iraq invaded Kuwait, and half their level in 1981.” *The Economist*, 9 de septiembre, 2000 p. 17,

¹⁴ En sentido estricto, la distinción es inaplicable aquí, ya que estamos hablando de transacciones de trueque, pero sigue siendo útil para finalidades explicativas.

Como en cualquier juego de monopolio bilateral, el argumento opera en los dos sentidos. Si el vendedor pudiera asegurarse de algún modo no aceptar menos que el precio de reserva del comprador,¹⁵ el primero sería quien se apropiaría de todo el excedente de la operación. Hay, sin embargo, una diferencia importante entre sus situaciones. Usted sabe el precio usual y, suponiendo que las circunstancias especiales le afectan sólo a usted, sabe que probablemente está dentro del margen de acuerdo del vendedor. Por lo tanto, su “commitment strategy” es poco probable que le comprometa a un precio fuera del margen de acuerdo, así que si él confía en una conjetura acerca de cuánto está dispuesto a pagar usted, el vendedor puede elegir un precio en el que la transacción no pueda tener lugar.

Una segunda diferencia es el hecho de que el precio usual es conocido por ambas partes. Por lo tanto, si el vendedor cree que el comprador no se está comprometiendo a pagar más que el precio usual, él sabe cuánto puede pedir. Pero si el comprador cree que el vendedor se ha comprometido a no aceptar menos que el precio de reserva del comprador, el primero todavía tiene que adivinar cuál cree el vendedor que es.

La estrategia trabaja simétricamente cuando el vendedor, por razones especiales, quiere aceptar un precio muy por debajo del precio usual -en un mercado de trueque, éstas son realmente dos descripciones diferentes de la misma situación-. Y volviendo brevemente al presente, observamos que la gente no sólo rechaza precios inusualmente elevados cuando ellos son compradores, sino también precios inusualmente bajos cuando son vendedores -dándonos, entre otras cosas, una explicación de por qué los salarios son difíciles de bajar-.

¿Qué pasa en caso de que los costes del vendedor sean inusualmente altos de manera que esté poco dispuesto a vender a un precio usual? Si el resultado es eliminar el margen de acuerdo, no tendrá o no debería tener lugar la transacción. Pero si el coste del vendedor es más bajo que la valoración del comprador, porque las circunstancias especiales afectan a ambos de una manera similar o porque el coste incrementado todavía está dentro del margen de acuerdo usual, la decisión firme del comprador de no pagar más que el precio usual da lugar a una ineficiente ruptura de la negociación.

Sin embargo, hay una solución a este problema, y que se ha observado, además, en el mundo real. Un vendedor que pone un precio inusualmente elevado puede defenderse frente a la “commitment strategy” del comprador ofreciendo mostrarle que sus costes son en realidad inusualmente elevados, por lo tanto él está realmente, y no sólo por motivos estratégicos, poco dispuesto a vender al precio usual. Así, nos hallamos ante la visión convencional de la fijación de precios que los economistas consideran frustrante y obstinada: el resultado de la negociación entre comprador y vendedor, en que cada uno ha de “justificar” cualquier desviación del precio usual a su favor-.

De esto se deriva que, en el contexto de una sociedad de cazadores-recolectores (más generalmente, en una sociedad donde la mayoría de las transacciones ocurren en mercados estrechos), la creencia en el justo precio -definido como el precio usual- puede ser entendida como una estrategia de acuerdo que beneficie a los que la adopten. La ventaja depende de un ambiente suficientemente estable de modo que el

¹⁵ De una manera más realista, insistir en un precio por debajo de su precio de reserva, para reducir riesgos de error. La distinción no es importante para mi argumento general, así que no haré caso de ella para simplificar la discusión.

conocimiento de los precios pasados proporcione una regla simple para identificar un precio que esté probablemente dentro del margen de acuerdo de la otra parte. Funciona tanto mejor cuanto los negociadores pueden identificar los casos en que la regla no sirve –donde esto da lugar a que una parte exija un precio por encima del margen de acuerdo–.

Ahora tenemos una posible solución al conjunto de enigmas descritos arriba. Los seres humanos tienen un módulo funcional en sus mentes que se ocupa de los intercambios con otros seres humanos. Una característica de ese módulo, fuertemente imbuida por la evolución, es que los seres humanos empiezan a considerar las estipulaciones usuales de intercambio como justas y cualquier desviación de estas estipulaciones que las haga peores es probablemente un acto perverso de la otra parte. Esta característica da lugar a que los seres humanos que la poseyeron consiguieran, en término medio, mejores estipulaciones en negocios de monopolio bilateral en el entorno en el que nos desarrollamos, por lo tanto tenían más recursos y alcanzaban un mayor éxito reproductivo y, por ello, los genes responsables de esta característica se extendieron a través de la población.

Esta característica continúa beneficiando a los que la adquieren bajo algunas circunstancias -mercados con las características que he descrito-. Pero dañan a los que las mantienen en los mercados anónimos en los que suceden la mayor parte de las transacciones económicas modernas. Y el hecho de que los otros tengan esta característica me perjudica a mí, porque esto conduce a políticas ineficientes de las empresas (colas) y de los gobiernos (control de precios) y porque lleva a éstos a conseguir más excedente que yo, cuando nos encontramos en una transacción de monopolio bilateral.

- ***Pájaro en mano: psicología evolutiva y preferencias temporales***

La elección intertemporal proporciona un segundo ejemplo de comportamiento problemático que quizás puede ser explicado por la psicología evolutiva. El modelo económico usual, que procede al menos de Marshall¹⁶ y, en su formulación actual de Samuelson,¹⁷ supone que las preferencias de un individuo entre la utilidad presente y futura se pueden describir mediante una tasa de descuento. La alternativa preferida es entonces la que maximiza el valor actual de la utilidad descontada a esa tasa. Matemáticamente:

$$U=U_1+U_2/(1+r)+U_3/(1+r)^2 + \dots$$

Donde r es la tasa de descuento individual de la utilidad, U es la utilidad que el individuo maximiza, U_1 es la utilidad recibida en el año 1, U_2 en el año 2, y así sucesivamente.

Aunque no está claro que esta formulación particular sea la requerida por la racionalidad, tiene algunas características atractivas. En particular, garantiza que la

¹⁶ Alfred Marshall, *Principles of Economics*, Bk III V §3, 4.

¹⁷ Samuelson, Paul, "A Note on Measurement of Utility," *Review of Economic Studies* 4, (1937): pp. 155-161.

preferencia entre dos alternativas futuras en diversas fechas no cambia cuando nos aproximamos a ellas; la opción individual es, en este sentido, consistente a lo largo del tiempo.

A pesar de que ésta parece una descripción plausible de la opción racional, no parece describir exactamente el comportamiento en el mundo real.¹⁸ Una variedad de experimentos muestra que muchos individuos, ante la opción de obtener mil dólares hoy o mil cien la semana próxima, preferirán la primera. Mas si se encuentran ante la opción entre mil dólares dentro de un año y mil cien dentro de un año y una semana preferirán lo último. El modelo usual parece ser una tasa de descuento muy alta para las opciones en el futuro cercano y una tasa de descuento cada vez más baja cuando las alternativas se convierten en más distantes.¹⁹

La psicología evolutiva sugiere una sencilla explicación para este patrón observado. En el experimento, se dice a los sujetos que elijan entre dos pagos ciertos pero en momentos diferentes. En el mundo en el que vivimos, eso es una historia creíble: las instituciones financieras modernas hacen posibles promesas de cumplimiento diferido, como las que están incorporadas en certificados de depósito o bonos del Estado.

Pero en el mundo en que nuestra especie se desarrolló no existían tales instituciones. En ese mundo era racional descontar fuertemente las promesas de cumplimiento diferido. Una piel de ciervo se valoraría más hoy que una piel de ciervo la semana próxima porque la piel de ciervo de hoy ya está allí, la próxima semana no se sabe. Una piel de ciervo dentro de un año, por otro lado, no está valorada mucho más que una piel de ciervo dentro de un año y una semana; ambas son promesas que podrían fracasar y el azar de su fracaso no estaría alterado por una semana adicional.²⁰

¹⁸ Para una extensa discusión de la evidencia experimental y varias tentativas para interpretarla, véase George Loewenstein and Jon Elster, *Choice Over Time*, Russel Sage Foundation, N.Y. 1992.

¹⁹ El modelo observado se describe a veces como "descuento hiperbólico", ya que se representa mejor con una función hiperbólica que con la exponencial implícita en el modelo económico convencional de la elección intertemporal.

²⁰ Esto no sería cierto si tomáramos un modelo de incumplimiento del contrato como resultado de un proceso estocástico donde cada semana hubiera una cierta probabilidad de que la otra parte no cumpliera su obligación. Eso produciría el mismo resultado -valor esperado que cae exponencialmente con el paso del tiempo- que el modelo convencional.

Pero hay por lo menos dos modelos más plausibles:

1. El cumplimiento depende de las relaciones entre las dos partes en el tiempo en que deba realizarse la obligación. Cada semana, las relaciones tienen una cierta probabilidad de cambiar de amigables a no cordiales, y también tienen cierta probabilidad de cambiar de nuevo de no cordiales a amigables. Son amigables cuando se realiza el acuerdo. Con el tiempo, el estado esperado de las relaciones se mueve hacia un nivel de equilibrio.
2. El cumplimiento no depende de los acontecimientos futuros sino de los actuales planes de la otra parte. Cuánto más tiempo pasa hasta que la obligación vence, es más fácil que la otra parte se evada de su promesa -que esté en cualquier otra parte o consiga aliados frente a una venganza por el incumplimiento o que diga que se ha olvidado de la promesa (después de todo, es un mundo sin escritura)-. De aquí se deduce que el hecho de que la promesa sea de cumplimiento futuro es buena señal de que el promitente no tiene intención de cumplirla.

Este comportamiento no sólo era racional hace veinte mil años. En buena medida lo ha sido hasta hace poco. Lo suficiente para llegar a hacer proverbial el “más vale pájaro en mano que ciento volando”.

- **Conclusión**

He ofrecido dos ejemplos de los modelos de comportamiento que parecen ser incoherentes con la explicación habitual de la racionalidad económica y que pueden ser explicados, razonados e incluso predichos por la psicología evolutiva. El comportamiento asociado a la creencia profundamente adquirida de que el justo precio tiene sentido como estrategia de acuerdo está diseñado para dar a quien lo posee una ventaja en los negocios de monopolio bilateral que debían ser habituales en las sociedades de cazadores-recolectores, en las que nuestra especie se desarrolló. Un patrón de elección intertemporal aparentemente inconsistente tiene sentido para reflejar la ausencia de mecanismos fiables para garantizar el cumplimiento de obligaciones diferidas en este tipo de sociedad.

En ambos casos, la psicología evolutiva desempeña la segunda de las dos funciones que describí al principio de este trabajo -ofrece una teoría de los errores-. Esto no sorprende. En cuanto la psicología evolutiva nos dice cuál es nuestra función de utilidad mejora el modelo económico de racionalidad, pero no lo contradice. Sólo cuando nos dice qué acciones tomaremos que no están al servicio de nuestros intereses, contradice la perspectiva económica convencional y así permite encontrar evidencia a favor de una y en contra de la otra.

Este artículo es un primer paso hacia un gran problema. Espero que otros lo encuentren suficientemente interesante como para ampliar el análisis a otros interrogantes económicos y perfeccionar las pruebas que genera para proporcionar más evidencia y menos anécdota para ayudarnos a elegir entre los acercamientos alternativos al comportamiento humano ofrecidos por la economía y la psicología evolutiva.