

De la Discusión Escolástica sobre gustos al «Yo-Dividido» de Jon Elster

Una reflexión sobre la información, estabilidad y cambio de las preferencias, en el contexto de la Teoría del Consumo.

Orlando Guédez (UCAB)

La Herencia de la Teoría Clásica del Consumo, uno de cuyos principales recipientes es el genial Nobel Gary Becker, ha mantenido el supuesto de constancia de las preferencias, aún ante la evidencia empírica en contra.

Los aportes de Scitovsky y Hirschmann, introducen nociones como la búsqueda de la novedad en el consumo, el rol de la decepción, la dicotomía placer-comodidad, el efecto repercusión, las metapreferencias y el consumo hábil, para explicar el proceso de formación y cambio de las preferencias.

El trabajo de estos autores enlaza con toda una nueva corriente en la cual se vincula a la Economía con la Psicología, en búsqueda de un estudio más completo de la conducta humana.

Este grupo de economistas y psicólogos incluye, entre otros, a Simón, Sen, Elster, Kahneman, Tversky, Thaler y Loewenstein.

El estudio del cambio en las preferencias ha recibido también atención por sus implicaciones sobre el Equilibrio General y la Economía del Bienestar, siendo Galbraith, Pollak y Marschak referencias fundamentales.

La Nueva Teoría Conductual del Consumo involucra el paso del “Tonto Racional” al “Irracional Racionalizado”, si se aspira alcanzar la meta de Gary Becker de crear un enfoque económico de la conducta humana.

Mientras tanto, el consumidor ideal, maximizador de utilidad, generará contenidos teóricos y normativos de la difícil validación empírica. Uno de los resultados sorprendentes es que la Teoría Convencional del Consumo puede estar maximizando una función de comodidad y no de placer, a excepción del caso de algunos pocos bienes calificados como “No Durables” por Hirschman. Otro resultado de interés es la modificación del axioma fundamental de la Economía del Bienestar, ante la posibilidad teórica del cambio en preferencias.

Se sugiere rescatar el tema para la discusión académica venezolana, con el objeto de profundizar los estudios dirigidos al conocimiento de los fundamentos microeconómicos. El área de aplicación empírica abre interesantes perspectivas para la Economía Experimental. La modelación Econométrica y ciencias donde la teoría económica es un insumo relevante (en específico, todas las ciencias relacionadas con el estudio de la Inteligencia Artificial).

La sección final introduce un terreno de reflexión en torno a las aplicaciones destinadas a construir una sólida “Teoría Económica de la Adicción”. En el estudio de

tal fenómeno es relevante considerar el fenómeno de la *Acrasia*, descrito por Dostoievski como *carencia de voluntad*. A base de los aportes de Elster y Loewenstein, puede entenderse tal término (el cual difiere en significado de su panorámico: *acrasia*). Bastaría considerar el rol del “yo dividido” y al incapacidad de cambio. Se discute además los aportes de Becker.

TÉRMINOS CLAVES: Decepción, Dicotonomía Placer-Comodidad, Búsqueda de la Novedad, Efecto Repercusión, Metapreferencias, “Yo dividido”, Aprendizaje, Hábitos vs Adicción, Interrelación entre Consumo Pasado y Presente, Enfoque Económico de la Conducta Humana.

“La idea se asienta, por así decirlo, como unas gafas ante nuestras narices y lo que miramos lo vemos a través de ellas. Nunca se nos ocurre quitárnoslas. El prejuicio de la pureza cristalina sólo puede apartarse dándole la vuelta a todo nuestro examen”.

Ludwig Wittgenstein. Philosophische Untersuchungen.

“¿No que me doy cuenta, acaso, de que soy un hombre perdido? ¡Pero por qué no voy a poder resucitar! ¡Sí! bastaría con ser una sola vez en la vida calculador y paciente, bastaría con ser perseverante una sola vez, ¡y en una hora podría cambiar mi destino! Lo esencial es el carácter. ¡Mañana, mañana todo habrá terminado!”.

Fiodor Dostoyevski. El Jugador.

“A medida que avancemos nos daremos cuenta de que se pueden considerar desde ese punto de vista la mayoría de las “leyes” de la economía pura. La economía pura tiene un procedimiento muy curioso de sacar conejos de un sombrero - aparentemente proposiciones a priori que parecen tener que ver con la realidad-. Es fascinador intentar descubrir cómo entraron los conejos al sombrero; pues los que no creemos en la magia estamos convencidos de que entraron de alguna manera”.

John R. Hicks. Valor y Capital

1. INTRODUCCIÓN

Nuestra discusión en economía con relación a la Teoría del Consumo tiende a concentrarse en una serie de supuestos esbozados brevemente, entre los cuales se asume un comportamiento racional de los agentes, la existencia de un ordenamiento de preferencias y la satisfacción por cantidades mayores de un bien. Tras asomar estas ideas, la mayoría de los docentes y textos que introducen a la Teoría del Consumidor, procedente de inmediato a construir las célebres curvas de indiferencia (una experiencia que puede incluso resultar excitante para el estudiante o lector de los textos; quien no se imagina la presencia de tales curvas durante toda la discusión ulterior) y la cadena de argumentos que conducen a una curva de demanda de pendiente negativa para el consumidor individual (un proceso de construcción teórica en el cual emerge el mapa de utilidad, la restricción presupuestaria, el óptimo del consumidor, la curva de Engels, entre otros conceptos).

Esta categoría de análisis sigue de manera aproximada el tratamiento genial y pionero de Hicks en *Valor y Capital*⁽¹⁾, con algunos aditamentos. Los elementos de tal aparato teórico son, sin lugar a dudas, fascinantes per se. Cuando se introducen los

axiomas de Von Neumann y Morgenstern para estudiar la elección del consumidor bajo incertidumbre, o bien cuando se analiza el consumo intertemporal, ya se encuentra el lector tan imbuido en los fundamentos teóricos elementales, que pocas veces recuerda exactamente dónde se echaron las bases del análisis.

⁽¹⁾ HICKS, J.R. *Value and Capital*. 1939. La traducción empleada para este ensayo está referida en la bibliografía.

El problema esencial es que, sin un sólido basamento teórico y empírico, el formidable aparato de la Teoría del Consumidor puede derrumbarse fácilmente. Detrás de todo el formalismo matemático y gráfico, pocos perciben el concepto de naturaleza humana manejado en la teoría. Muchos se enorgullecen de la teoría construida e inclusive de cómo la discusión filosófica queda relegada a otro plano. Lo que se deja de lado en realidad, es todo el origen y preocupación inicial de los grandes economistas del siglo XIX y principios del siglo XX, quienes navegaban sin dificultad entre la filosofía, la economía y la psicología. El afán de dotar a la economía de un método propio dirigió la atención hacia un discurso formal dotado de elegancia, dejando atrás reflexiones y aportes esenciales, los cuales se están redescubriendo tardíamente (y muchas veces bajo la falsa creencia de hallazgos, se está repitiendo en un lenguaje contemporáneo lo que Jevons, Gossen, Wairas, Marshall y otros adelantaban en sus tratados).

La Conducta del Consumidor ha de ser cuidadosamente estructurada en la teoría, para dotarla de algún valor empírico y normativo. Es preciso, por ende, discutir en relación a sus principios más generales, sometiendo a cuestionamiento lo que hasta un pasado muy reciente se asumía por dado.

La discusión sobre muchos de tales principios ha sido pasado por alto en la academia venezolana, donde la preocupación por los temas macroeconómicos tiende a ahogar la reflexión sobre los fundamentos microeconómicos, los cuales han sido rescatados en la discusión sobre la macroeconomía, tras un largo y fascinante camino, el cual nos ha llevado a terrenos como el Crecimiento Endógeno, los Modelos Sectoriales, las Expectativas Racionales, la aplicación de Teoría de Juegos al diseño de las políticas públicas, entre otros.

En este ensayo se introduce la discusión sobre uno de los elementos de mayor importancia en la teoría del consumidor: las preferencias. La discusión se concentra en la formación, cambio y constancia de tales preferencias, a la luz de toda una línea de reflexión teórica, cuyos principales exponentes han sido Becker (1971, 1988, 1992); Sen (1974); Scitovsky (1976); Pollak, Pessemier y Marschak (1988); Hirschmann (1982) y Elster et al. (1992).

La discusión conducirá a un caso especial de aplicación: el estudio del fenómeno de adicción, donde el grueso de autores que han tratado el tema, proviene de la lista anterior. En los recuadros y notas al pie se ha incorporado bibliografía adicional y referencias teóricas juzgadas pertinentes para la estructuración cabal del ensayo.

II. De gustibus et coloribus non est disputandum.

“Sobre gustos y colores no hay nada escrito”, es el equivalente más adecuado que el castellano propone para el aforismo latín previo, heredado de la tradición escolástica medieval ⁽²⁾. La discusión en torno a preferencias ha rendido tributo a tal afirmación.

Gary Becker, exponente clave de la tradición de Chicago y Nobel de Economía 1992, realiza las siguientes afirmaciones sobre la teoría del consumidor y la visión económica de la conducta humana:

“Las preferencias, que se supone son estables, no se refieren a los bienes y servicios de mercado, (...) sino a los objetos subyacentes de elección. Dichas preferencias subyacentes se definen para aspectos fundamentales de la vida, tales como la salud, el prestigio, el placer sensual, la benevolencia o la envidia; aspectos que no siempre tienen una relación estable con respecto a los bienes y servicios de mercado. La suposición de la existencia de unas preferencias estables proporciona una base estable para generar predicciones con respecto a las respuestas a diversos cambios, al igual que evita que los análisis sucumban a la tentación de postular sencillamente el cambio requerido de preferencias para “explicar” todas las aparentes contradicciones a las predicciones.

Desde mi punto de vista, las suposiciones combinadas de la maximización de la conducta, el equilibrio de mercado y las preferencias estables, de ser utilizadas continuamente, conforman el centro o corazón del enfoque económico”⁽³⁾.

⁽³⁾La traducción precisa es “De gustos y colores no se debe discutir” (Ver Diccionario Larousse, sección de Locuciones Latinas y Extranjeras).

“La esencia de este modelo de comportamiento racional está contenida en solamente dos supuestos: que cada consumidor tiene un conjunto ordenado de preferencias, y que escoge la opción que satisface el máximo de sus preferencias, dada su capacidad. Dentro del supuesto de ordenamiento se incluye el de transitividad”⁽⁴⁾.

Dos afirmaciones fundamentales. En torno a los supuestos de racionalidad se remite a la disgresión teórica del recuadro I. Lo que concentra la atención es la manera en que Becker considera las preferencias.

Es célebre el artículo de 1977, en que Becker y el también Nobel George Stigler, discuten sobre preferencias⁽⁵⁾. Sus formulaciones básicas no difieren en mucho de las citadas. Becker asume preferencias inmutables en el consumidor. Sus agentes tienen un conjunto de preferencias dado, el cual se asume inmutable. El fundamento de tal “arbitrariedad”, es un argumento metodológico: se desea evitar una estrategia de cambios ad hoc en las preferencias, para explicar determinados aspectos de la conducta humana.

Resulta sencillo, cuando el investigador se encuentra con algún cambio intertemporal en el patrón de comportamiento, o cuando se desea modelar teóricamente alguna conducta particular, asumir que el agente ha modificado sus preferencias. Tal ejercicio permitiría ahorrar tiempo en la búsqueda de explicaciones para la acción del consumidor, abriendo la puerta del “camino fácil”: tildar de “irracional” o “resultado de cambio en las preferencias”, a cualquier conducta que se desvíe de lo predicho por la teoría. Becker aplica un candado teórico a tal posibilidad. El costo de tal logro, es que cierra la puerta a los investigadores que deseen el “camino difícil”: investigar la posibilidad teórica del cambio en las preferencias, la cual puede ser relevante en ciertos contextos.

La simple reflexión intuitiva parece permitir el cambio en las preferencias.

⁽³⁾ BECKER, Gary. “El Enfoque Económico de la Conducta Humana”. Traducción suministrada en el Seminario “Microeconomía y Conducta Humana”, IUPFAN-FCA.

⁽⁴⁾ BECKER, G. Traducción de 1987 por el FCE.

⁽⁵⁾ BECKER y STIGLER. De Gustibus non est Disputandum. American Economic Review, marzo 1977, Vol. 3, Bo. 67, págs. 76-90. (El volumen correspondiente no está disponible en la Universidad Católica Andrés Bello. Es el único ausente en la colección del año 1977).

RECUADRO I

DISPUTANDUM SOBRE LOS FUNDAMENTOS DE LA TEORÍA DEL CONSUMO

Puede resultar sorprendente la manera en que Becker califica la racionalidad del consumidor individual. Más sorprendente aún resulta la demostración que el autor realiza en su *Teoría Económica*, según la cual, la pendiente negativa de las curvas de demanda, resultado fundamental de la Teoría del Consumo, puede alcanzarse perfectamente asumiendo una conducta irracional de los agentes económicos (Ver Becker, lecciones 3 a la 6, 1987).

La pregunta que se coloca en el tapete, es la necesidad de realizar supuestos restrictivos, los cuales conducen a un resultado que es de cualquier otra manera alcanzable. La misma Teoría de la Utilidad, queda en entredicho. La mayoría de los economistas emplea el término utilidad en excepcionales análisis, sin considerar con suficiente detenimiento lo que el término involucra. De hecho, puede sorprender a muchos la afirmación según la cual, una *Teoría de la Utilidad no es requerida para modelar el Consumo. Basta con un ordenamiento de las preferencias consistente, para cumplir tal objetivo* (ver Russell y Wiikinson, capítulos 2 y 3, 1979).

Becker responde a la cuestión sobre la necesidad de una teoría de la utilidad, en los siguientes términos:

“La razón principal por la que nos preocupamos por examinar la teoría de la utilidad, tiene que ver con una las implicaciones de esta teoría -que recibe insuficiente atención- que los consumidores prefieren más bienes a menos bienes. Esta es una derivación tremendamente poderosa que nos puede explicar por qué los consumidores se van hasta el límite de su conjunto de opciones. (...) Desde luego, la suposición de que los consumidores prefieren más bienes a menos bienes puede agregarse a un modelo de comportamiento irracional. Si bien esto no es inconsistente en términos lógicos, es preferible un modelo que implique tal comportamiento.

(...) ¿Qué quiere decir comportamiento racional? Para contestarla consideremos primero lo que no es. Definitivamente no que los individuos tienen que ser egoístas, ni “seres económicos” que sólo les concierne su propio bienestar, ya que esto soslayaría fenómenos tan humanos como la caridad, el amor a los niños, así como entre esposos, parientes o cualquier otra persona. Un modelo de comportamiento racional no podría ser tan tremendamente inconsistente con el comportamiento humano y todavía ser útil.

Asimismo, la racionalidad no debe implicar que las decisiones individuales sean necesariamente independientes entre sí”. (Becker, 1987, pp. 40-41).

La discusión sobre racionalidad se reduce en Becker a los supuestos de ordenamiento y maximización citados en el ensayo previamente (página 109). Dentro de las posibilidades del consumidor, en cuanto a información disponible y su procesamiento (Aporte de la “Racionalidad Limitada” de Herbert Simón), se intenta maximizar una función de utilidad determinada, la cual involucra un ordenamiento consistente de preferencias. Becker tiene el mérito de “cerrar la función de utilidad”, en el sentido de no permitir la incorporación *ad hoc* de cualquier argumento en la función. Se maximiza en relación a unas preferencias suficientemente generales, en una conducta que se asume consistente en el tiempo.

El concepto de utilidad es una herencia de toda una línea de trabajo de los siglos XVIII a inicios del XX, la cual subyace a todo el trabajo en economía. Resulta “útil” hablar de “utilidad” en la medida que se estructure un discurso consistente sobre las preferencias, susceptibles a formalización.

Siguiendo a von Hayek (1964, traducción de 1991), el concepto de utilidad marginal está presente ya en la obra de Aristóteles (von Hayek remite a Kauder, 1965). El renacer del concepto de utilidad remite a Bentham (1748-1832) y su aplicación a la economía encuentra uno de sus notables antecesores en el francés Jules Dupuit (1804-1866), quien fue el primero en entender la aplicación del concepto. El alemán Hermann H. Gossen (1810-1858) en carrera contra la muerte, logró publicar un texto que permaneció desconocido por más de medio siglo para el grueso de la academia, *Entwicklung der Gesetze des menschlichen Verkehrs*, en el cual se establecían las tres leyes fundamentales que hoy llevan el nombre de leyes de Gossen (saciedad de las necesidades, equidad de las utilidades marginales de la cesta de consumo óptima y utilidad marginal decreciente de un bien).

A principios de la década de 1870, el inglés W. Stanley Jevons (1835-1882), el austríaco Carl Menger (1840-1921) y el francés Léon Walras (1834-1910), redescubrieron las leyes de Gossen, construyendo además los pilares fundamentales del método en teoría económica. En un acto de honestidad intelectual, Jevons fue el primero en reconocer los antecedentes fundamentales del genio Gossen, cuyo drama humano e intelectual aún permanece olvidado (Ver von Hayek, págs. 362-379).

El siguiente salto fundamental en la teoría es aportado por el italiano Vilfredo E. D. Pareto (1848-1923), quien en 1909, en el *Manuel de économie politique*, considera innecesaria la medición cardinal de la utilidad, aportando los cimientos de la revolución ordinalista, suficientemente difundidos y asentados gracias a obras como la de Hicks (*ver Valor y Capital*) y Samuelson (quien incorporó además la *Teoría de Preferencias Reveladas*, la cual ha recibido agudas críticas, en especial de Sen. Es relevante considerar este tópico para aplicaciones empíricas de la Teoría del Consumidor). La mayoría de los textos de microeconomía se detienen en este hallazgo.

La Teoría de Elección bajo incertidumbre, incorporada en la mayoría de los textos introductorios contemporáneos (Frank, Tugores y Castro, entre otros títulos) pasa por alto enfatizar la importancia del renacer de la medición cardinal de la utilidad, el cual tiene antecedentes en Daniel Bernoulli (1738) y Ramsey (1926), consolidándose con la obra de von Neumann y Morgenstern quienes publican en 1944 su *Teoría de Juegos*. (Ver Barcón, 1981). Estos autores construyen un enfoque axiomático de la Teoría de la Utilidad, el cual supone la comparabilidad de consecuencias (cestas de consumo para nuestro análisis), *transitividad, continuidad, sustituibilidad, reducción de loterías compuestas y monotonía* (ver Barcón, 1981, pp. 18-35). Tales supuestos han pasado el test de aplicaciones empíricas en la elección bajo incertidumbre, conociendo además aplicaciones fundamentales en el terreno de la inteligencia artificial. La función de utilidad permite una representación conveniente para asignar un valor numérico a la deseabilidad de los resultados. Tal representación es relevante cuando:

- 1) Hay un gran número de consecuencias posibles, y
- 2) Se trata de problemas con características similares que se presentan frecuentemente, como por ejemplo decisiones de inversión financiera” (Barcón, pp. 36).

Se tiene en tal contexto un argumento más a favor de una Teoría de la Utilidad. Sus postulados han sido de importancia en Teorías como la Selección de Cartera

(Markovitz, 1952; Tobin, 1958) y desarrollos posteriores relacionados con la evaluación del riesgo y la sustitución intertemporal (ver Kreps. 1994).

La construcción de una Teoría del Consumidor debe incorporar como una de sus facetas la conveniencia de una Teoría de la Utilidad. El paso previo es una *Teoría de las Preferencias*, uno de cuyos aspectos es el centro de discusión de este ensayo. Tras contar con este arsenal básico, ha de estructurarse una Teoría de Demanda bajo Certidumbre en un instante t , donde la obra de Hicks es fundamental (parte I, *Valor y Capital*). Para completar la fase preliminar, debe incorporarse la reflexión sobre el Excedente del Consumidor, esencial para la discusión inicial sobre la Economía del Bienestar.

Los refinamientos ulteriores en Teoría de Consumo incluyen el Modelo Trabajo-Ocio de Becker (1965), *la Teoría del Consumo Intertemporal* con antecedentes en Hotelling (1931) y refinamiento ulterior de Arrow y Kurz (1970), demás de Pollak (1968). El punto “concluyente” involucra la discusión en torno a la *Elección bajo Incertidumbre*, con antecedentes en von Neumann y Morgenstern.

Estos son sólo algunos de los tópicos a cubrir para obtener una Teoría del Consumo. Se sugiere, para la estructuración de una bibliografía en el tópico a Russell y Wilkinson (1979, pp.117-119).

El “Estado del Arte” remite a la incorporación de los avances de la psicología en el análisis del Comportamiento del Consumidor. La obra de Scitovsky y Hirschman a tal respecto es pionera, en adición a la Tversky (recientemente fallecido), Kahneman y Thaler. Gran parte de tal bibliografía se discute en el ensayo. Para la introducción a este terreno es fundamental el trabajo desarrollado por Robert Frank (Capítulo 8, 1992) y la compilación de *Choice over Time*, por Elster *et al.*, 1992).

(La literatura referida en el recuadro está referida con datos adicionales, en la Bibliografía del ensayo).

El cambio en las preferencias a lo largo del ciclo vital es un hecho casi universalmente aceptado. Becker es consciente de ello. Su afirmación se refiere a preferencias sobre aspectos generales, salud, placer sensual, nivel de compromiso, entre otras. Con ello evade certeramente los cambios en preferencias sobre los bienes específicos. En efecto, lo relevante para Becker no sería que el sujeto escuchase a los 15 años a Lou Red y Teh Velvet Underground, pasando luego a las Estrellas de Fania a los 25 años y a María Callas a los 35 años. Lo relevante sería que al sujeto le gusta la música. Esa preferencia general no cambia y es estable en el tiempo.

El argumento luce atractivo y tentador. Aún así, no es satisfactoria en contextos de aplicación específicos. Los cambios de las preferencias son claves en el análisis de ciertas conductas (adicción, por ejemplo. Véase la sección dedicada a tal tópico en este ensayo). Más aún: tales cambios pueden involucrar un proceso de *formación de preferencias*, un fenómeno que Becker no somete a estudio

El cambio de una corriente musical a otro puede involucrar un proceso de aprendizaje, una acumulación de capital musical en la terminología beckeriana, tal que el individuo moldee preferencias antes desconocidas. Lo incisivo de las letras del Velvet Underground puede permitirle apreciar con mayor capacidad las hirientes letras de Fania relativas a la realidad del barrio marginal latinoamericano; tal desarrollo en sensibilidad le permitiría el acceso a operas como Cavalleria Rusticana, Andrea Chénier y Rigoletto, donde las pasiones humanas y las diferencias sociales son ilustradas con

esplendor, lo cual introduciría a la genialidad de la soprano Callas. Este tipo de procesos no son relevantes para la Teoría del Consumo Clásica, uno de cuyos descendientes directos es Becker. *La historia del consumidor, del sujeto que elige*, no es relevante. No aporta información para la elección y el economista debe ocuparse de éste último. Aunque Becker no elude frontalmente lo relativo a preferencias, su salida al problema tiende a apoyar una vieja posición sustentada por el genial Milton Friedman, Nobel 1976:

* The Economist has little to say about the formation of wants; this is the province of the psychologist. The Economist's task is to trace the consequences of any given set of wants".

* El economista tiene poco que decir respecto a la formación de los deseos; ésta es la provincia del psicólogo. La tarea del economista es establecer las consecuencias de cualquier conjunto dado de deseos".⁽⁶⁾

Friedman usa "deseos" en lugar de "preferencias"⁽⁷⁾. Aún así, desentenderse del origen de los deseos es análogo a desentenderse del origen de las preferencias derivadas de tales deseos.

⁽⁶⁾ Cita del Price Theory de Friedman (1962) presente en Pollak (1978). La obra de Friedman sobre el tema se ha concentrado en particular en la función de CONSUMO AGREGADA, la cual no es sometida a análisis dentro de estas líneas. En oposición a la función keynessiana que destina una fracción de la renta corriente al consumo, surge la hipótesis de la renta permanente de Friedman y del ciclo vital de Modigliani et al. Los test han favorecido cada modelo sin resultados contundentes a favor de uno de ellos, aunque la sencilla función keynesiana ha pasado airosa varias pruebas (ver al respecto Dornbusch y Fischer, *Macroeconomía*, Quinta Edición, Mc Graw Hill). La obra de Friedman sobre el tema está traducida por Alianza Editorial (la original en inglés es del año 1956 señalando Friedman que Modigliani y Brumberg están trabajando una hipótesis semejante a la suya). La referencia exacta en castellano es: FRIEDMAN, Milton. Una Teoría de la función de consumo. Segunda Edición en la colección "Alianza Universidad". Alianza Editorial, 1985.

⁽⁷⁾ El concepto de preferencia, si bien resulta relativamente obvio, puede requerir algunas referencias. Pessemier (1978), al considerar las preferencias establece:

* An individual's preferences for objects define each object's relative appeal. An individual's probability of choosing an object on the next choice occasion is strongly associated with these predispositions.

Finally, preferences vary from individual to individual, and from one occasion to another. This latter variability may be due to changing content of the evoked set, changing perceptions of objects in the evoked set, changing affective weights assigned to the attributes of objects, and to changes in the individual's needs and resources". (Pessemier, 1978, pp. 381).

Lo cual puede traducirse al castellano de la siguiente manera:

* Las preferencias de un individuo por los objetos define el atractivo relativo general de cada objeto. La probabilidad que un individuo seleccione un objeto en la próxima ocasión de elección está fuertemente relacionada con esta predisposición.

Finalmente, las preferencias varían de individuo a individuo y de una ocasión a otra. Esta última variabilidad puede tener origen en modificaciones del contenido del conjunto de elección preferido, cambios en la percepción de los objetos pertenecientes a tal conjunto, cambio en las ponderaciones afectivas asignadas a los atributos de los objetos, y cambios en las necesidades de los individuos".

(El conjunto de elección preferido está constituido por aquellas cestas de consumo preferidas a todas las demás, dentro del set de alternativas disponible, representado convencionalmente por todas las alternativas de consumo que se encuentran por debajo y en la restricción presupuestaria.

* The theory of consumer choice begins with the primitive notion of preference. That is, we take the statement the consumer prefer commodity bundle x to commodity bundle X to be self evident and to require no explanation. Put differently, we don't care why the consumer prefers x to X. As we shall see below our only concern is the consumer be able to say whether or not he prefers x to X and to be consistent in this preferences" (Russel y Wilkinson, 1979, PP. 13). En castellano:

"La teoría de elección del consumidor comienza con una noción primitiva de preferencia. Esto es, tomamos la afirmación el consumidor prefiere la cesta de consumo x a la cesta de consumo X como algo evidente y que no requiere explicación. Puesto en otros términos, no nos interesa por qué el consumidor prefiere x a X. Como veremos más adelante, nuestro único interés es que el consumidor sea capaz de decir cuando o no prefiere x a X y la consistencia en sus preferencias".

En tónica similar, afirma Becker.

"(...) puede situar en orden de preferencia las canastas de bienes x, x y L, de tal modo que si prefiere a sobre b y b sobre L, entonces, (por transitividad) necesariamente prefiere b sobre L. Cuando el consumidor no tiene preferencias entre **, *** y *, se dice que es indiferente entre esos bienes; es decir, que estuviera dispuesto a lanzar una moneda al aire para determinar, aleatoriamente, su elección. La indiferencia también es transitiva". (Becker, 1987, pp. 41).

Barcón afirma, por su parte:

“En cierta ocasión le preguntaron a von Neumann sobre si habría algún límite en la capacidad de un computador. Si lo hay, contestó, un computador nunca nos podrá decir si prefiere un dulce de frambuesa a uno de manzanas. Naturalmente que no tiene sentido hacer preguntas sobre preferencias a una autómeta. No tienen respuesta objetiva, pues dependen de los gustos personales del decisor, es decir, que hay un elemento subjetivo en las decisiones que no puede aportar un autómeta” (Barcón, 1981).

“Podría argumentarse que con suficiente conocimiento de la psicología del decisor, sus preferencias podrían inferirse, pues éstas no surgen espontáneamente, sino que son producto del contexto material, y por lo tanto social, en que se ha desenvuelto. Los gustos son impuestos por el medio ambiente...”.

El resultado de esta visión, es limitar la discusión a la elección en sí misma. Cuando surge la perspectiva del cambio en las preferencias, sólo queda la alternativa de admitir el hecho y... Más nada. Hirschman es elocuente al respecto:

“El economista tiene una concepción simple del consumidor, se supone que las compras realizadas por el consumidor en el mercado reflejan un ordenamiento único de las preferencias cuya existencia se infiere de las elecciones observadas. Si cambian estas elecciones, se supone que han cambiado las preferencias subyacentes. ¿A consecuencias de qué? Como señalamos antes, la economía no se interesa mucho por esa cuestión. Las respuestas posibles (...) van desde el mero capricho o impulso hasta la decisión de renunciar a la carne que toma el nuevo converso al vegetarianismo. Las ilustraciones de las situaciones de elección binaria del consumidor que se encuentran en la literatura económica, se presentan a menudo en términos de alternativas claramente frívolas, como las de manzanas contra peras, o manzanas contra frazadas; casi nunca en término de decisiones más graves que involucren cambios de estilo de vida. Una atención mayor a esta última clase de elecciones y decisiones habría sugerido que los seres humanos son capaces de evaluar y criticar todo el conjunto de sus preferencias como algo “revelado” por sus compras y otras acciones en términos de conjuntos alternativos de preferencias; en otras palabras, los seres humanos pueden albergar varios conjuntos de preferencias al mismo tiempo y luego afrontan el problema de decidir cuáles de tales conjuntos normará su conducta”.⁽⁸⁾

(8) HIRSCHMAN, Albert, 1982, pp. 78-79.

Varios elementos de fundamental importancia entran en escena con esta cita.

En primer término, las elecciones *intranscendentes* que forman el corazón de los principales textos introductorios a la Teoría del Consumo. Las decisiones que afectan al individuo con mayor significación, son precisamente aquellas de las cuales tienden a desentenderse la economía (la elección de la carrera profesional, de la pareja o el partido político). La visión económica de la conducta humana tiene a una comparación entre beneficios y costos esperados de tales decisiones, siendo aporte crucial de Becker y toda una línea de autores, la de la conducta maximizadora orientada hacia el futuro (*forward looking behavior*), donde las probabilidades subjetivas permiten la toma de decisiones. Aún así, lo que escapa es el carácter procedimental de la elección. No hay proceso, no se analiza cómo las ponderaciones asignadas cambian en el tiempo; en definitiva, cómo influye en tal dinámica una serie de elementos del entorno (cambios exógenos) y las percepciones propias del individuo (cambios endógenos).

Simón dio un vuelco a lo escrito sobre Racionalidad cuando habló de Racionalidad Procedimental. Se concentró en la racionalidad del proceso de elección, no sólo en la evaluación de la racionalidad en los resultados de las decisiones. Algo análogo a tal revolución es lo que plantea el tema de preferencias; el descontento en relación a considerar exclusivamente un conjunto de preferencias estáticas en cada

decisión del consumidor, invita a un análisis de lo ocurrido en el ínterin de tales decisiones, lo cual arroja una importante luz en torno a la conducta humana.

La evasión de decisiones en las cuales nuestra vida se ve significativamente afectada, evaden tal dinámica de las preferencias, además de una importante faceta del comportamiento humano. El análisis del crimen y la familia de Becker puede enriquecerse con esta nueva perspectiva.

Obviamente Friedman acierta cuando relaciona preferencias y psicología. Hablar de formación de preferencias genera de inmediato un nexo entre economistas y psicólogos, una simbiosis que ha arrojado ya importantes resultados. En el recuadro II se incorpora algunos de estos aspectos.

El mundo del consumidor beckeriano es un mundo donde sólo se admiten “Caminos de Damasco”, para explicar el cambio en las preferencias. El “Camino de Damasco” es un episodio bíblico célebre, donde Saulo, fariseo perseguidor de los cristianos, es víctima de una visión de la Luz Divina. Es tal la conmoción de tal visión (como resultado de la cual pierde la vista), que tras recibir el discípulo cristiano Ananías (ocasión en que recupera la vista), se bautiza dentro de la nueva religión, convirtiéndose en uno de los sujetos claves de la historia cristiana: *San Pablo*. Este es el tipo de proceso de cambio en preferencias de la Economía Clásica. Cambios repentinos, sobre los cuales no se discute mucho. Tal visión es clara en el estudio de la adicción, fenómeno al cual se dedica una sección completa de estas páginas. La historiografía oficial ha identificado muchas veces la aparición del genio en hombres previamente “comunes”, a través de “Caminos de Damasco”. La transformación de Saulo, Francisco de Asís, Juana de Arco en santos; la conversión de paganos al cristianismo, como Constantino El Grande e Ignacio de Loyola; la anécdota de Voltaire de la manzana de Newton; el juramento del disipado joven Bolívar en el Monte Sacro, donde súbitamente decide dedicar sus esfuerzos a la libertad de América en lugar de seguir su vida de derroche en París; el interés definitivo en la filosofía del joven Wittgenstein apenas ve una presentación de teatro; el cambio de vida del abogado Ghandi como resultado de ser arrojado de un tren a causa de su origen hindú...

En fin, el *mal historiador* percibe todo el proceso previo a tales *momentos estelares*. La conmoción interna que antecede tales cambios es una dinámica esencial para entender las transformaciones de estilo de vida tanto de genios como de hombres comunes. Todos experimentamos algún cambio significativo en nuestras vidas en momentos “cumbres”. Una pequeña revisión nos conduce a identificar toda la perturbación que antecede tales transformaciones y conducen a una nueva visión de la realidad. Es como fruto de tales procesos que el niño tiende a convertirse en adolescente y este último en hombre, en cuanto a “edad mental” se refiere. No surge de la nada una percepción del mundo ⁽⁹⁾.

RECUADRO II

LA CONTRIBUCIÓN ENTRE LA ECONOMÍA Y LA PSICOLOGÍA

La excelente compilación ofrecida por Loewenstein y Elster en **Choice Over Time** introduce el nexo existente entre Economía y Psicología para entender el fenómeno de la elección intertemporal.

Las etapas de la evolución histórica del estudio de tal faceta de la Teoría del Consumidor, se corresponde también a todos los procesos de desarrollo de la Economía

y la Psicología como ciencias independientes. Obviamente, el estudio del consumidor fue uno de los más afectados en cada etapa de tal evolución.

1. La etapa en que Economía y Psicología eran prácticamente ciencias indistintas, donde los filósofos se adentraban con igual facilidad en ambos territorios. Sénior, Jevons (señalados por Loewenstein), Bentham, Gossen y toda una tradición decimonónica de pensadores entran en la lista. Las motivaciones esenciales del ser humano y su naturaleza eran el objeto de estudio.
2. En análisis intertemporal, se considera una segunda etapa de los aportes de Böhm-Bawerk y Fisher, quienes analizaron el cambio entre satisfacción presente y futura. Lo que se evidencia en la segunda etapa es el intento de construir un método propio para la Economía. En el recuadro I se señaló el aporte del trío de genios Jevons, Menger y Wairas en tal dirección. Marshall será uno de los continuadores claves, siguiendo el impulso la labor de Pigou y el mismo Keynes. La escuela de Cambridge, la Escuela de Lausana y la escuela Austriaca deben su génesis al arduo trabajo intelectual de estos pensadores y una extensa lista adicional.
3. Cuando pensadores como Freud entran en escena, distinguiendo la mente como un agregado de yo's y conciencias, se produce el distanciamiento definitivo. Los manuales de Hicks y Samuelson marcaron un tránsito definitivo en la nueva ruta, sentando las bases definitivas de la Teoría Clásica del Consumo. Samuelson introduce a su vez las Preferencias Reveladas, como intento alternativo a la Teoría Convencional. Su nueva idea corta de raíz todo intento de explicar orígenes en preferencias.

⁽⁹⁾ La imagen del "Camino de Damasco" la he formado de una lectura anterior de la biografía de Saulo, en la colección Valores Humanos de Arturo Uslar Pietri. Este historiador discute a fondo el erróneo uso de tal símil en los cambios experimentales en la vida de otros personajes.

4. La etapa actual, generada a fines de los 60' y con mayor intensidad a partir de los 70' es el nexo entre Economía y Psicología, tras un divorcio de casi un siglo, Scitovsky, Hirschman, Tversky, Kahneman, Thaler, Elster, Sen... Toda una galería de distinguidos pensadores han engrosado las filas de un área que ofrece interesantes perspectivas. La reconciliación ha involucrado de manera decisiva los desarrollos en la Economía Experimental y toda la labor de institutos de avanzada, como el Instituto de Santa Fe.

Por otra parte, Hirschmann introduce el elemento esencial de "yo dividido", donde el sujeto lidia con conjuntos opuestos de preferencia, cada uno de los cuales ejerce un dominio temporal durante ciertos intervalos. Este fenómeno ha recibido considerable interés, en particular por parte de Jon Elster, profesor de Ciencias Políticas en la Universidad de Chicago. Dentro de sus obras, en particular *Sour Grapes*,⁽¹⁰⁾ Elster ofrece una síntesis interesante de tal tema. Algo de la misma se rescatará en la sección sobre la Adicción de este ensayo.

Todos estos elementos, conducen a la reflexión sobre la *formación, cambio y constancia de preferencias*, evadida en los confines del modelo clásico. Siguiendo a Pollak⁽¹¹⁾ dos vertientes de investigaciones se han establecido, entorno a este asunto de las preferencias, en particular respecto al tópico del cambio:

1. Un grupo que concentra su atención en las implicaciones para la Economía del Bienestar. John Kenneth Galbraith, economista estadounidense nacido en Canadá (1908-), es que sintetiza mejor el tópico en 1958, año en el cual escribió la celebre obra *The Affluent Society*.⁽¹²⁾

2. El grupo de economistas interesados en estudiar las implicaciones de los cambios en las preferencias para el análisis del consumo de los agentes económicos. El estudio empírico de la función de demanda ha requerido en muchos casos la incorporación de la reflexión sobre el tópico. Las raíces teóricas de estas vertientes tiene como precursor fundamental a Tibor Scitovsky.⁽¹³⁾

⁽¹⁰⁾ Elster, Jon. *Sour Grapes; Studies in the subversión of rationality*. Cambridge University Press. 1983.

⁽¹¹⁾ POLLAK, Robert A, 1.978, pág. 374.

⁽¹²⁾ La obra se encuentra en castellano, traducida por Ariel Editorial, bajo el título *La Sociedad Opulenta*. Lamentablemente no he podido conseguir la obra completa. En su defecto, he empleado *El Nuevo Estado Industrial*.

⁽¹³⁾ T. Scitovsky es conocido en particular por la “paradoja de Scitovsky”, donde concentra su artillería en encontrar las paradojas internas del “Principio de Compensación” asociado al óptimo paretiano (la creencia de la posibilidad de compensación a los perdedores por parte de los ganadores, empleada para justificar la aplicación de una política económica). Sobre tal discurso es relevante ver a Bannock et al, 1.990.

En torno a su influencia en el estudio del consumo, Scitovsky es pionero en la literatura sobre cambios en las preferencias con su obra *The Joyless Economics: An Inquiry into Human Satisfaction and Consumer Dissatisfaction*, editada en 1.976 por la Oxford University Press. La traducción del Fondo de Cultura Económica (FCE) empleada en este ensayo es *Frustraciones de la Riqueza: La Satisfacción Humana y del Consumidor*. 1.986. Para entender a cabalidad la función de Scitovsky, bastaría ver todas las dificultades que se le opusieron por parte del mundo académico en la publicación de la obra. Léase al respecto el prefacio (pág. 13-17, fechado en agosto de 1975).

Ambos grupos no marchan al unísono en sus trabajos. El “Boom” de la corriente alcanzó un momento estelar entre 1975 y 1985. Poco es publicado en español a partir de tal fecha. Scitovsky nos llegó con una década de retraso. Probablemente esté por llegarnos nuevas teorías. En los journals que he consultado hay algunas revisiones empíricas, más no una discusión teórica suficientemente detallada. Sorprende la constancia de Becker, quien en absoluto contempla el cambio de preferencias en textos tan recientes como su Discurso Nobel (1992).⁽¹⁴⁾

La vertiente que se considera relevante para estas líneas es la segunda. Se recorrerá brevemente los aportes de Scitovsky, Sen, Hirschman, Pollak, Pessemier y Marshak. Luego se discutirá sobre los problemas relevantes de estudios incorporados por estos pensadores, para concluir luego con un caso de aplicación que me ha llamado la atención hace un año: el fenómeno de adicción.⁽¹⁵⁾

⁽¹⁴⁾ He recibido información sobre la reciente publicación de un texto sobre Teoría de adicción, por Becker. Si mantiene su postura del artículo publicado en 1.988 en compañía de Smith (ver referencias en bibliografía), se puede dar por descontado que no hay discusión detallada por el cambio de preferencias.

⁽¹⁵⁾ En la cátedra de Equilibrio General y Economía de Bienestar, recibí la sugerencia de reflexionar sobre tal tema por parte del profesor Manuel Jacobo Cartea, quien me introdujo a la obra fundamental de Dostoievski *El Jugador*.

III. Decepción, Novedad e Historia. Del “Tonto Racional” al “Irracional Racionalizado”.

Amartya Sen, figura clave de la literatura económica sobre Racionalidad y pobreza, afirma en *Tontos Racionales* (1974):

“(…) el hombre puramente económico es casi un retrasado mental desde el punto de vista social. La teoría económica se ha ocupado mucho de este tonto racional arrellenado en la comodidad de su ordenamiento **único** de preferencias

para todos los propósitos. Necesitamos una estructura más compleja para acomodar los diversos conceptos relacionados con su comportamiento.”⁽¹⁶⁾

El Tonto Racional de Sen ha ocupado el rol estelar en la elaboración de la Teoría del Consumo. Los restantes agentes, diferentes en características, han ocupado la plaza poco satisfactoria de la conducta irracional, o simplemente no cuentan con crédito alguno en la película.

Los aportes de Scitovsky y toda la escuela de pensadores antes mencionados permite que el irracional entre en escena como agente digno de estudio. Este nuevo sujeto, interesado en la novedad, sujeto al error, capaz de sentir la frustración y modificar sus preferencias, es lo que denomino el “Irracional Racionalizado”.

El “Irracional Racionalizado” es un sujeto en cuya construcción Herbert Simón coloca un fundamento esencial: la *Racionalidad Limitada*. La conducta orientada a *satisfacer* y no a *optimizar*, es un aporte en el cual se reconocen las limitaciones para obtener y procesar la información.

⁽¹⁶⁾ Ver Sen, Amartya. La referencia bibliográfica es inexacta. La copia fotostática me fue cedida gentilmente por el señor Richard K. Obuchi.

El agente es racional en cuanto pondera el costo y el beneficio de reunir y procesar información. Racionalmente, en tal sentido, elige una determinada cantidad de información y un tiempo determinado para procesarla.

Los Psicólogos cognoscitivos *Daniel Kahneman* y *Amos Tversky*, otras dos figuras capitales, logran importantes resultados empíricos, en los cuales:

- * Se considera la mente del sujeto como una suma de compartimientos, independientes para la toma de decisiones. Esto es lo que Frank denomina “cuentas mentales separadas”.
- * Se plantea una función asimétrica de valor, donde los acontecimientos se ponderan por separado, confiriendo un mayor valor a las pérdidas que a las ganancias. La función se define con respecto a los cambios en la riqueza, siendo cóncava en las ganancias y convexa en las pérdidas. Ver figura 1, página 23.
- * Se reconoce el rol de las “reglas heurísticas” o “reglas prácticas” en las estrategias de decisión y valoración de los sujetos.

Por su parte, *Richard Thaler*, de la universidad de Cornell, demuestra la importancia de los Costos Hundidos o Irrecuperables (“Sunk Cost”) en la toma de decisiones por parte de los agentes. Descartados por la teoría tradicional, estos costos son realidad importante para los agentes que toma decisiones. El célebre “experimento de la pizza”, reseñado por Frank, es ilustrativo de tal regularidad empírica.⁽¹⁷⁾

Discutir a cabalidad con los aportes de estos autores escapa al objeto central de estas páginas. Se sugiere la introducción, excelente por demás, presente en la obra *Microeconomía y Conducta*, de Robert Frank, en específico los capítulos 8 y 16. (Ver la sección de bibliografía para la referencia completa).⁽¹⁸⁾ En la construcción del “Irracional Racionalizado”, los aportes de T. Scitovsky son claves para avanzar en la Teoría del Consumo.

Figura 1. (Ver Pág. siguiente) La función de valor de Kahneman y Tversky. Señala Robert Frank “a diferencia de la función de utilidad tradicional, la función de valor se define con respecto a los cambios de riqueza total. Es más inclinada en las pérdidas que en las ganancias, cóncava en las ganancias y convexa en las pérdidas”

(Frank, pág. 262). Lo más importante aquí es la presencia de aversión al riesgo en la zona de ganancias y amor por el riesgo en la zona de pérdidas.

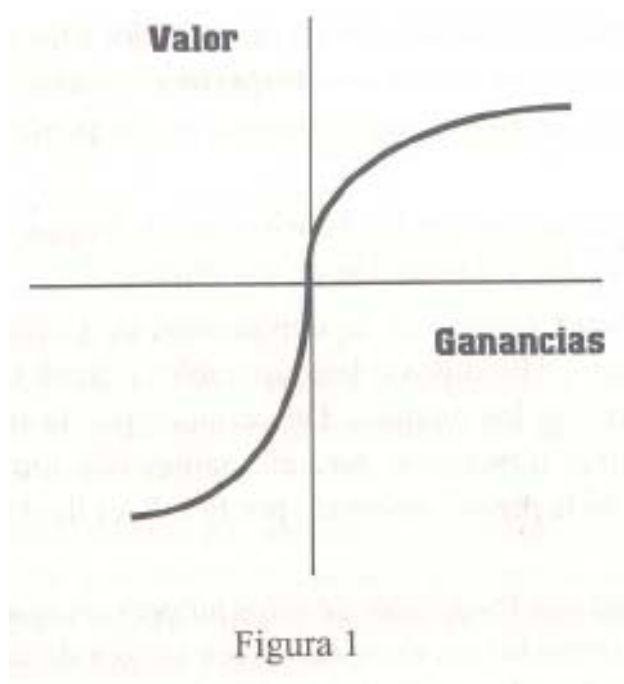
111.1. La Crítica formulada por Scitovsky.

“Los economistas consideran la satisfacción del consumidor como la meta de toda actividad económica. Al obrar así, los economistas suponen tácticamente que los deseos de los consumidores permanecen inmutables, de modo que la actuación económica se mide en una escala de aspiraciones constantes, o bien, si el mayor nivel de realización eleva las aspiraciones, que tal elevación no disminuirá la satisfacción del consumidor por lo que ya ha logrado. Sólo recientemente se han expresado algunas dudas acerca de la validez de estos supuestos”.⁽¹⁹⁾

⁽¹⁷⁾ Ver FRANK, Robert. Capítulo 1, ejemplo 1.8, págs. 14-15.

⁽¹⁸⁾ Otro tópico de fundamental importancia es el enfoque de “Melioration”, propuesto por Herstein y Prelec, donde las decisiones se toman mediante la comparación de costos y beneficios, medios, no marginales, algo que desafía toda la visión tradicional. La traducción más aproximada de “melioration” es “mejoramiento”. No conozco traducción del término popularizada en castellano. Se sugiere el Capítulo 10 de Loewenstein y Eister, compiladores.

⁽¹⁹⁾ SCITOVSKY, T. op. cit. pág. 121.



Frustraciones de la Riqueza es una obra donde está implícito cierto carácter moralista. El objetivo de investigación de Scitovsky es la razón por el cual el nivel de felicidad general de la sociedad estadounidense no ha tenido el aumento con mayor acumulación de riqueza. La segunda parte de la obra se concentra en la búsqueda de una explicación económica a tal situación.

La parte uno de la obra, “La Psicología y la Economía de la Motivación”, es la más relevante en el tema que ocupa la atención del ensayo. Scitovsky toma algunos elementos de la teoría psicológica, desde la “Teoría del Impulso” hasta los avances posteriores a las teorías fundamentales en “impulsos secundarios”:

"Dados que los impulsos biológicos no pueden explicar todas las acciones, pronto se amplió la teoría; se añadieron impulsos secundarios o aprendidos a los impulsos primarios o biológicos. Pero ahora se cree que ni siquiera los impulsos primarios y secundarios pueden explicar en conjunto todo el comportamiento, y que se necesita un marco más general para completar o sustituir la teoría del impulso".⁽²⁰⁾

El tratamiento que hace Scitovsky de los conceptos de despertamiento, atención, redundancia e incertidumbre con sencillez y claridad. De hecho es aconsejable darle un vistazo para capturar algunos conceptos esenciales de la psicología cognitiva.

Si se pudiese usar una navaja de Occam, los elementos esenciales que pueden tomarse de la obra de Scitovsky son tres:

1. La importancia de la novedad dentro de la elección.
2. La elección entre Comodidad y Placer.
3. Formación de Hábitos y Adicción.

“La novedad es una fuente importante de la satisfacción, a juzgar por la gran cantidad que consumimos con avidez todos los días y el alto valor que le asignamos.

Otra peculiaridad de la novedad, el hecho que deben combinarse con lo familiar para lograr un disfrute máximo, implica que una persona debe adquirir primero un conocimiento relacionado para disfrutarlo. En otras palabras, el disfrute de la novedad requiere aprendizaje; el consumo de la novedad es un consumo hábil”.⁽²¹⁾

⁽²⁰⁾ *Idem* pág.32.

⁽²¹⁾ *idem* pág. 74.

La novedad escapa al análisis convencional del Consumo. La aversión al riesgo, única idea en los refinamientos teóricos asociados a lo novedoso, es sostenido en la propuesta de Scitovsky. Lo importante aquí es la importancia asignada a las combinaciones de lo conocido y lo novedoso, además del rol del *aprendizaje*.

Aquello conocido por el consumidor está contenido en sus preferencias. Lo novedoso puede chocar contra tales preferencias y reordenarlas. El hecho es que lo totalmente nuevo y totalmente conocido desagradan; son los dos polos, *tensión* y *aburrimiento*, del consumidor propuesto por Scitovsky.⁽²²⁾

Esa es una preferencia estable, en el sentido de Becker. El giro se da al considerar como las demás preferencias pueden afectarse ante un nuevo elemento dentro del conjunto de oportunidades disponibles. Si se admite el “tanteo” entre lo conocido y lo desconocido, el consumidor experimentará un proceso de permanente formación y transformación de las preferencias. Este proceso, al cual se puede clasificar como *aprendizaje* no forma parte de la teoría convencional. La historia del consumidor, como antes se señaló, no está incluida en tal aparato teórico.

El contraste entre *comodidad* y *placer*, es uno de las piedras angulares en Scitovsky (capítulo IV, parte Y). En términos sencillos, lo que plantea es la posibilidad real de disfrutar como resultado del consumo. La visión tradicional considera al consumidor como un sujeto que pasa de un estado de incomodidad, a uno de comodidad, el célebre óptimo del consumidor, donde la curva de indiferencia y la restricción presupuestaria son tangentes. La cesta afortunada ubicada en tal posición, es la que maximiza la utilidad o placer del consumidor, dado el tiempo, dinero y energía de

su dotación inicial. El planteamiento de Scitovsky, es que tal cesta no es en realidad óptima. El placer no se maximiza cuando se alcanza tal combinación del consumo.

La razón de tal afirmación es simple y poderosa: cuando el consumidor logra su máxima comodidad., cesa la capacidad de disfrutar el tránsito de la incomodidad a la comodidad. Pasar de la carencia a una dotación superior extraña la maximización del placer, ahora bien, el placer se desvanece en el punto de partida y el punto de llegada. Es durante el proceso que disfrutamos, no en los estadios finales.

Coloquialmente, un refrán cubano es el que mejor resume la lógica del autor en discusión: “La gente se cansa hasta de comer bien”. La verdad implícita en esta afirmación es que todo sujeto se imagina metas de consumo y trabaja para alcanzarlas. Si es un *self-made man*, partirá de una cuna miserable y terminará en un ataúd de lujo (Mafalda). Este sujeto inicia su vida en precarias condiciones e imagina las dichas derivadas de poder comer tres veces al día, contar con autos, mujeres, empleados, domésticos... Trabaja y los alcanza. La satisfacción está en el ínterin: en la medida que pasa de pobre a millonario obteniendo disfrute, pero una vez alcanzado el ideal, la comodidad, cesa la excitación. Se preguntará ¿Ahora qué?. El caso más patético de esta verdad sencilla está en la vida de Aristóteles Onassis, el armador griego, quien en el esplendor de su imperio, con una fortuna colosal y contar en su séquito de amantes de mujeres tan fabuloso como María Callas y Jacky Kennedy, era pobre en el recurso más importante: tiempo. Tenía un enfermedad terminal, de origen puramente depresivo. En su esplendor de fortuna, este hombre dotado de la mayor comodidad material era un paupérrimo en dotación de tiempo. Dale Carnegie introduce también el caso de Rockefeller, quien en el esplendor de sus inversiones, sólo podía consumir una dieta de leche de soya, como resultado de las preocupaciones. Estas le habían envejecido hasta un punto crónico. Quizás estos casos ilustren de manera patética algo que, mal que bien, todos hemos experimentado: nuestras expectativas sobrepasan la realidad. El auto fenomenal, la pareja perfecta, el best-seller, el nuevo poster para el cuarto... Terminan pasando desapercibidos. No son tan buenos. Surge la resignación (después de todo, no es tan malo...) que yo denomino estrategia de Pigmalión. o el anverso, la actitud de rechazo, a la cual denomino como la estrategia de Carmen.

⁽²²⁾ **La preferencia por combinaciones intermedias, es uno de los puntos fuertes de la Teoría del Consumidor. Si se considera el espacio de elección como un diagrama de dos ejes, donde se señalen combinaciones de “Novedad-Tradición”, las combinaciones intermedias de dos cestas A y B, son preferidas a tales cestas. Formalmente, las combinaciones convexas de dos cestas de consumo son preferidas a tales cestas. Esta es la base fundamental del supuesto de convexidad estricta respecto a los ejes, de las curvas de indiferencia, (ver Russell y Wilkinson: pág. 30-31).**

El error en nuestras expectativas deja de ser tildado de irracional cuando se recuerda la limitación en el sentido de Simón. Las implicaciones formales de validar la dicotomía placer-comodidad, pueden ser materia de estudio interesante para la familiarización. Bajo la óptima de Scitovsky, son las derivadas las que dan placer, no los estados estacionarios (donde se maximiza la comodidad). La utilidad marginal decreciente puede pasar esta “prueba acida”, con la acotación de que en el óptimo ha de ser estrictamente igual a cero; en efecto, la teoría no puede seguir hablando en términos de maximizar la utilidad, porque la utilidad es un número índice de placer. Cuando se maximiza por el Método de Lagrange se está maximizando otra cosa: comodidad. La utilidad se está en realidad *minimizando*.

Se abre la posibilidad de una teoría dinámica de la utilidad. En el ínterin se iría maximizando la utilidad, hasta alcanzar un punto óptimo. Una vez separada esta

combinación, la utilidad empieza a caer, alcanzándose la cesta óptima tradicional. Gráficamente, se podría plantear la situación a la manera de la figura 2.

Hirschman somete a crítica el planteamiento de Scitovsky en *Interés Privado y Acción Pública*.⁽²³⁾

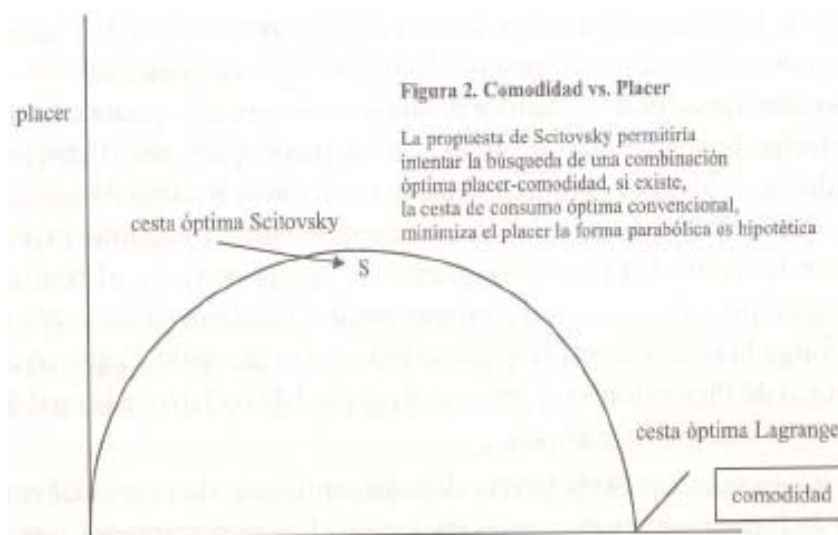
Considera el caso de bienes que simultáneamente suministran placer y comodidad, algo que asoma débilmente Scitovsky con relación a los alimentos. La afirmación válida de Hirschman es que la *decepción*, concepto fundamental en su obra, concebido como pérdida de placer, es inherente a bienes *durables*, aquellos que involucran una fracción mayor de la renta del consumidor y cuyo costo de eliminación es relevantemente alto. Los No durables, son por contraste, bienes que se desvanecen en el acto de consumo mismo. No están allí, parafraseando a Hirschman, cuando aparece la decepción. El ejemplo más sencillo son los alimentos.⁽²⁴⁾

⁽²³⁾ HIRSCHMAN, Albert. Primera edición en Español de 1986. Ver referencia completa en la bibliografía. El título original de la obra discutida en el ensayo es *Shifling Involvements. Private Interest and Public Action*, la crítica a Scitovsky está concentrada en las páginas 93 a 102, edición en castellano.

⁽²⁴⁾ La descripción producida por un alimento es algo que suena válido a primera vista. Decepcionarse de un alimento no es, sin embargo, una decepción por el alimento mismo. El desengaño del consumo de alimentos es una reacción a posteriori, cuando padecemos las consecuencias de una indigestión, por ejemplo. Es una decepción posterior al acto de consumo. El durable, por contraste, se está consumiendo todo el tiempo. Deshacerse de él involucra un costo. El alimento en cambio desaparece apenas se da la primera masticada (se transforma en bolo alimenticio y en el caso más desafortunado, en heces fecales).

Otro ejemplo, para evitar confusión con lo del alimento, sería un caso muy común: la decepción durante una comida. Puede que esté mal sazónada o conocida. El costo de la decepción es reducido, en el sentido que la SALIDA, o simple renuncia al consumo, surge como alternativa inmediata. Apenas se ha probado la comida se descubre el error. En otros casos, la decepción proviene más del status asociado a la comida. Si se va a un restaurant de lujo con la pareja, esperando la comida más deliciosa, el alimento es parte del *charming* de la noche; la decepción puede ir asociada a la pérdida de tal magia por un cocinero irresponsable. Es el consumo del durable *charming* lo que realmente decepciona. Aún así, creo que Hirschman no pondera adecuadamente el consumo de alimentos en relación al ingreso. Un alimento puede ser un durable para alguien de escasos ingresos, o ser considerado, como en efecto es, como la cesta de consumo de calorías, proteínas, status y variedad. La durabilidad puede estar asociada a estas dos últimas categorías. De hecho, tanto Hirschman como Scitovsky integran la importancia de la variedad en el consumo, a la manera implícita en el supuesto de Convexidad Estricta.

El punto a destacar es que la diferenciación entre durable y no durable, puede ser escurridiza, aún fundamentándose en un concepto físico como es el de la desaparición en el acto de consumo. Tal criterio puede hacer de un bien no durable, cuando en realidad lleva asociado la decepción, sea por que involucre una alta proporción de renta, sea porque es en realidad una combinación de otros bienes más básicos, entre otros razones. El ejemplo del alimento ilustra algunas de esta complejidades. Se recomienda Hirschman, pág. 40-54, edición en castellano



Se contaría con una clasificación entres grupos de bienes:

- * No durables, los cuales no producen decepción.

- * Durables, los que pueden dividirse en tres categorías, de acuerdo al grado de decepción que generan.

Citando a Hirschman:

“Desde el punto de vista del balance el placer y la comodidad, conviene distinguir tres subcategorías de bienes durables: 1) los que se encuentran continuamente en uso: la casa o el apartamento, los sistemas de calefacción o de aire acondicionado, los refrigeradores, etc.; 2) los que se usan a intervalos cíclicos regulares o generalmente pronosticables porque su uso está ligado al ritmo natural y la estructura de la vida diaria: el automóvil (cuando se usa en el transporte utilitarista como ocurre cuando vamos la trabajo, a la tienda, etc.), las lavadoras, las secadoras, etc.; 3) los que usan a intervalos irregulares, cuando los dueños sientan deseos de hacerlo: el equipo de alta fidelidad, el piano, la cámara, el automóvil en la medida que sólo se use por placer, etc.

Lo que hemos dicho acerca de las características de generación de decepción de los bienes durables -que contienen más comodidad que placer por comparación con las compras tradicionales- se aplica con gran vigor a la primera categoría de bienes durables, en menor medida a la segunda, y menos aún a la tercera. Los bienes durables que se usan a capricho del propietario se asemejan en muchos sentidos a los bienes no durables, siempre que el propietario decida usarlo, ello ocurre porque deriva placer o estimación de ellos...”⁽²⁵⁾

La veracidad de esta afirmación sobre los durables, justifica por qué las industrias del mass-media se concentran en estrategias publicitarias de autos y artefactos interactivos, donde el placer se deriva de descubrir las novedades y combinaciones que ofrece el artilugio. Más aún, puede explicar nuestra tendencia a organizar el hogar y la oficina “a nuestro gusto”, para darle un “toque personal”, lo que no es otra cosa a la larga que la búsqueda de fuentes continuas de placer en un bien durable que por se no lo ofrece (se hace cotidiano).

- * Por último, Hirschman considera los servicios, tales como educación, salud, etc., donde la decepción está asociada generalmente a la calidad de bien y no a su durabilidad.

Para mantener la secuencia, hagamos un breve resumen. El elemento que se ha discutido en esta sección es el relativo a la dicotomía placer-comodidad, expresadas en términos de Hirschman como el fenómeno de *decepción*. Aquí, la teoría convencional del consumo sólo se mantiene válida para bienes no durables o usados a intervalos regulares, donde queda espacio para el placer como el resultado de un mayor consumo. En los demás casos, la decepción aparece como una tangible “*maldición del ganador*”, donde la búsqueda de comodidad reduce el placer. El corolario es que las personas y sociedades más ricas, tienden a ser las que menos placer experimentan (De hecho, para evidenciar esto, bastaría buscar las fuentes de placer sensual en la odiseas futuristas más célebres del cine: La Guerra de las Galaxias, Viaje a las Estrellas, Alien... Búsquese sexo, comida, etc., y se apreciará el escaso valor de tales placeres en las sociedades hipotéticas de mayor tecnología y adelanto).

La decepción esta inmortalizada en frases como “Muero por la ayuda de demasiados médicos” de Alejandro Magno o “I’d give you everything I’ve got for little peace of mind”⁽²⁶⁾ de Lennon.

El tercer aporte crucial de Scitovsky es referente a la formación de *hábitos y adicción*. De hecho, Scitovsky adelanta algo en torno a una Teoría Racional de Adicción ⁽²⁷⁾, aunque no es suficientemente claro en dilucidar una cuestión implícita en la obra: la diferencia entre Adicción y Hábito. Lo relevante en la discusión, es la posibilidad que el consumo actual sea una función al consumo en períodos previos, algo inusual en los análisis convencionales de la Teoría del Consumidor.

⁽²⁵⁾ HIRSCHMAN, A. pág. 42-43.

⁽²⁶⁾ “*Tg daría todo lo que tengo por un poco de paz mental*”, estribillo de *I’m so tired*, en el volumen 1 del *White Double Álbum*.

⁽²⁷⁾ Ver pág. 113-114.

La decisión de consumo de Hicks es una decisión de “Aquí y Ahora”; incluso, el Consumo Intertemporal tiende a introducirse en los textos como una decisión entre Consumo Presente y Futuro, sin tomar en cuenta Consumo Pasado (se necesitarían tres ejes para graficar, siendo el consumo Pasado un valor dado, sobre el cual es imposible elegir). Si bien modificar el pasado es imposible, el efecto *dotación* del consumo pasado es fundamental para entender muchas de las decisiones del consumo presente ⁽²⁸⁾. Las condiciones de elección en el presente pueden variar ostensiblemente, dependiendo del stock acumulado de consumo en períodos previos.

111.2. Hirschman y Sen: Preferencias y Metapreferencias.

“Harry G Frankfurth (...) estableció una discusión entre los deseos, las necesidades y las voliciones de primer orden, que son las que pueden “leerse” en las acciones y las elecciones cotidianas de una persona, y los deseos de segundo orden, o deseos acerca de los deseos, que no coincidirán necesariamente con los deseos de primer orden (sólo lo harán cuando una persona desee siempre tener exactamente los deseos que está expresando a través de sus acciones). (...) es, de acuerdo con Frankfurth, peculiarmente característica de los humanos, y en su artículo propone, en mi opinión convincentemente, que se defina a una persona humana como alguien que tiene esta capacidad para formar deseos, necesidades y voliciones de segundo orden” ⁽²⁹⁾.

Si Scitovsky tiene el mérito de pionero, la obra de Hirschman tiene el mérito esencial de la ordenación y la accesibilidad. Obviamente aprovecha el terreno ganado por Scitovsky, exponiendo con mayor sistematicidad algunos temas propuestos por el genio de Oxford.

Hirschman se concentra en el cambio de preferencia, realizando una división ya planteada por Frankfurth en la cita al inicio de esta sección, la cual encontró eco en la obra de Amartya Sen. Siguiendo la nomenclatura de este último, podemos hablar de una categoría básica de preferencias, relativamente inmutables, las cuales han sido hasta ahora el centro de discusión en la Teoría del Consumidor. Por encima de éstas, está una categoría especial, las preferencias en relación a las *preferencias*, éstas son las *Metapreferencias*. Es el cambio en estas últimas el que constituye el reto para la economía.

Ciertamente, muestra predilección por el sexo opuesto, la comida abundante o el ejercicio matutino, pueden ser preferencias suficiente generales en el sentido beckeriano para asumir constantes. Ahora bien, nuestras preferencias sobre el deseo sexual, sobre el arte culinario y sobre el bienestar físico, pueden ser mutables. Así, inclusive categorías tan generales como las anteriores pueden moldearse de manera distinta a lo largo del tiempo. Así, la preferencia por el sexo opuesto puede involucrar la búsqueda de la

relaciones sexuales con personas de un nivel intelectual mayor, estimulando así la excitante experiencia de la conversación post-coito; nuestro apetito por la comida puede involucrar preferencias por un mayor componente de status en el almuerzo diario; nuestra concepción del ejercicio puede pasar de un simple bienestar físico derivado de incrementar la circulación sanguínea a la concepción del ejercicio como una experiencia físico-espiritual integral. Tales cambios suelen ocurrir a lo largo del ciclo vital. Luego, las *metapreferencias* son un componente esencial para explicar la evolución de nuestras preferencias, aún en sus categorías más amplias. La ausencia de este componente es un punto débil del enfoque económico de la conducta humana.

⁽²⁸⁾ El término “Efecto Dotación” ha sido extensamente discutido por Bruno Frey.

⁽²⁹⁾ Hirschman, pp. 79. Se refiere al filósofo alemán Frankfuth, cuya reseña biográfica no he logrado obtener (ofrezco disculpas al respecto. Seguramente esté dejando fuera la reseña de un personaje esencial).

La historia del sujeto aparece en escena al hablar de las metapreferencias. De hecho, tal categoría permite capturar un espectro mucho más amplio de la conducta humana. La convierte en algo más tangible y más próximo a la vivencia diaria.⁽³⁰⁾

Otros de los conceptos claves que introduce Hirschman en su obra, es el del Efecto Repercusión. Abriendo espacio al autor para presentar el tópico:

“Esta clase de efecto repercusión puede eliminar muchas de nuestras elecciones sociales. Propicia una exageración de los beneficios y una subestimación de los costos de la acción que provee una contrapartida a la acción que se ha realizado antes y ha resultado desafortunada. La transición estará subsidiada en efecto, y por la propia persona que la realiza”.⁽³¹⁾

El Efecto Repercusión es otra consecuencia inevitable del “Irracional Racionalizado” con historias personales. Relaciona nuevamente presente y pasado. Las experiencias pasadas condicionan la ponderación contemporáneas de beneficios y costos, modificando la utilidad asignada a los resultados y las probabilidades subjetivas asignados a los distintos resultados. Subestimar o Aumentar beneficios y costos en relación al dictamen del sentido común, resulta irracional para cualquier enfoque convencional. En el contexto de la Repercusión es un resultado perfectamente enmarcable dentro de la conducta racional, cuando se consideran los procesos de aprendizaje y acumulación de capital humano (donde parte del capital sería un stock o inventario de vivencias). El ejemplo propuesto por Hirschman es el de la experiencia amorosa, donde se modifica la evaluación de costos y beneficios esperados de una nueva relación, sobre la base de la más reciente relación de pareja.

En tal contexto, quizás sea recomendable el consejo del genial cantante cubano Beny Moré (1921-1963):

“Deja de pensar en el Fracaso que tuviste en el ayer”.⁽³²⁾

En definitiva, los argumentos presentados parecen esbozar la debilidad del enfoque convencional de la teoría económica, el cual, a la materia de Violeta en *La Traviata*, se limita a un “Addio del passato” (Adiós al pasado). La formación y cambio de las metapreferencias no pasan la condición de inmutabilidad del mundo beckeniano.⁽³³⁾

⁽³⁰⁾ Lo que no me atrevo a discutir es la tendencia o no de metapreferencias en las especies que están en las ramas inferiores del árbol evolutivo. Puede ser un área interesante para la economía experimental. Las implicaciones para la inteligencia artificial son un terreno aún más tentador.

⁽³¹⁾ HIRSCHMAN, A. pág. 91.

⁽³²⁾ Del tema musical “Te Quedarás”.

⁽³³⁾ Hirschmann plantea en su obra una interesante explicación para el origen de los cambios sociales, donde la decepción mueve las preferencias de los asuntos privados a los asuntos públicos, en un continuo histórico. Es de gran importancia la

crítica que realiza a Olson, autor de *The Logic of Collective Action*, concentrada en la ausencia de historia de los agentes económicos (pág. 90). Es realmente fascinante la discusión sobre la votación, también considerada por Scitovsky, donde el sistema democrático de votación universal acaba limitando la capacidad de expresión de intensidad de las preferencias por temas públicos, dado que limitan la cantidad de votos a uno por persona. Ver los capítulos IV al VII. Un aspecto de interés, la Hostilidad a la Riqueza Nueva, puede considerarse parcialmente cubierto a la disgresión sobre Scitovsky.

IV. La Puerta Abierta por la Simbiosis Psicología-Economía.

Los elementos integrados a la discusión sobre la Teoría del consumo por la línea de pensadores de la cuarta etapa del recuadro II, ha sido fundamentalmente el de incorporar al “Irracional Racionalizado”. La Teoría Económica ha dejado a un lado en su enfoque a toda una serie de atributos inherentes al consumidor individual, lo que puede explicar el rechazo a la teoría por las otras disciplinas y algunas debilidades del enfoque económico de la conducta humana. Es preciso incorporar los elementos de otras disciplinas a la Economía. El mismo genio de Chicago reconoce tal aspecto y da un gigantesco salto al destruir la compartimentalización de la conducta humana⁽³⁴⁾. No resulta pertinente violar todos estos avances, asumiendo aún, ingenuamente, preferencias constantes.

Los conceptos incorporados han sido el de la búsqueda de la novedad, la dicotomía comodidad-placer, la decepción, la vinculación entre consumo presente y pasado, las metapreferencias, el efecto repercusión y el aprendizaje. Tales elementos son la base sobre la cual puede construirse una nueva Teoría del Consumo.

El énfasis de la discusión se ha concentrado en los fundamentos teóricos capaces de explicar el proceso de formación y cambio de las preferencias. Tal como se señaló el inicio, el interés por tal tema no ha sido exclusivamente para reestructurar la Teoría del Consumo. Una escuela de distinguidos pensadores, donde destaca Galbraith, se ha concentrado en las implicaciones de tal fenómeno para el axioma fundamental de la Economía del bienestar. Una referencia introductoria al problema puede encontrarse en Pollak (1977).⁽³⁵⁾

El intento de formalizar algunas de las cuestiones en la sección precedente, puede contar con un antecedente de importancia en Marschak (1977). La preocupación por el bienestar está también presente en su artículo:

“The central question is whether given a proposed policy which initially appears taste altering, one can find a plausible model of a typical individual whose choice and choice function are unaffected by the policy and whose utilities with and without the policy can be compared.

The study of policies which appear to be taste altering, like policies which shift some people toward different uses of their time, can be pushed aside, as illegitimate or unimportant or hopeless if it is not, then the longdeferred full partnership pfeconomist and noneconomist has to begin.⁽³⁶⁾

⁽³⁴⁾ La propuesta de Becker es evitar la reducción de la conducta humana a diversas categorías o compartimientos, susceptibles a la aplicación de ciertos métodos científicos particulares. La compartimentalización implica fracturar al Homo en un Homo Economicus destinado al economista; un Homo Lex, destinado al jurista; un Homo Philosophicus destinado al moralista; en fin, una división que convierte a la conducta humana en categorías exclusivas y a las ciencias en disciplinas cuya intersección es el conjunto vacío. El hombre es un único sujeto de estudio, siendo su conducta también única. El escurridizo concepto de Naturaleza Humana definitivamente entra en escena para el análisis y reflexión ética.

⁽³⁵⁾ Galbraith manifiesta en el grueso de su obra preocupación por la influencia de los poderes establecidos sobre el modelo de preferencia en los agentes. El planteamiento de la economía del Bienestar, según el cual la competencia perfecta garantiza un escenario donde los agentes consiguen lo que desean, puede convertirse en otra cosa totalmente distinta: los agentes terminan deseando lo que consiguen. La traducción de la obra de Galbraith ha sido realizada fundamentalmente por la Editorial Ariel. En cuanto al artículo de Pollak, se recomienda leer la sección introductoria y la sección II (pág. 376-377). El punto de crucial importancia es el rol de interacción entre las preferencias de los consumidores al considerar el bienestar general.

⁽³⁶⁾ MARSCHAK, T. A. pág. 390.

Puesto en castellano castizo:

“La cuestión central es si, cuando una política propuesta inicialmente aparece como modificadora de los gustos, es posible el hallazgo de un modelo plausible correspondiente a un individuo típico, cuya elección y la función de elección permanecen inmutables por la política y cuyas utilidades con y sin la política sean comparables.

El estudio de las políticas que parecen ser modificadoras de los gustos, como aquellas políticas que impulsan a los agentes a usos alternativos del tiempo, puede ser dejado a un lado, como ilegítimo o intrascendentes o infructífero. Si no es así, entonces la largamente pospuesta integración de economistas y no economistas tendría que empezar”.

El terreno empírico es sin duda la meta definitiva de aplicación. La bibliografía consultada ilustra los problemas de incorporar a los modelos convencionales de demanda, variables que ilustren el cambio en las preferencias. Posiblemente se refiere a determinadas técnicas como el Filtro de Kalman para permitir cambios en los parámetros correspondientes a las preferencias. La especulación en este terreno está definitivamente abierta. Es prematuro adelantar conclusiones en este ensayo.^{(37) (38)}

V. A manera de Epílogo: un caso de aplicación. La Adicción.

Uno de los terrenos donde el énfasis sobre preferencias puede resultar más fructíferos es en la formulación de una Teoría Económica de la Adicción, área en la cual Scitovsky, Hirschman, Becker y Murphy, Elster y toda una galería de pensadores ha hecho aportes fundamentales.⁽³⁹⁾

Scitovsky no diferencia con nitidez Hábito de Adicción (pág. 141-145). Introduce la importancia del consumo pasado sobre la actual característica de ambos entornos, adelantando además la posibilidad de un modelo de adicción racional (1976).

⁽³⁷⁾ Para quien está interesado en consideraciones más allá de las econométricas, se abren también vastos territorios. Los experimentos sobre Inteligencia Artificial señalados previamente son, seguramente, una de las áreas en frontera de lo que pudiese ser una nueva filosofía.

⁽³⁸⁾ Otro punto fundamental de reflexión en el territorio de bienestar es el concepto fundamental de Soberanía del Consumidor. Para la discusión sobre tal respecto, resulta relevante el capítulo I de Scitovsky (pág. 21-28) y la extrapolación de los contenidos de los capítulos IV y VII de Hirschman (pág 72-123). En la bibliografía local he encontrado un folleto publicado por el DEDICE, cuyo autores Paúl de Vldar. El documento contiene fundamentalmente contenidos ideológicos, más de la perspectiva de un jurista liberal. Si bien su contenido económico es casi nulo, resulta de interés para algunas conclusiones que sirven de punto de partida a análisis más extensos: Ver en específico la parte 2 (pp. 10-13) y la pp. 15. La referencia completa es: de Vldar, Paúl. La Soberanía del Consumidor. Cuadernos del Cedice, N° 40. Cedice, Caracas, 1991.

⁽³⁹⁾ En crédito a la bibliografía local, resulta preciso referir a una tesis de grado, adelantada en gran medida a la discusión de la UCAB en el tiempo que fue publicada.

La referencia es: CATANESE, Rosangela y Leila Yatim. Consumo Racional de Bienes Adictivos. Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). 1.993. Tutor: prof. Matías Riuford M.

Si bien el marco teórico está sesgado hacia Becker y Murphy (1.988) y la parte empírica por las aplicaciones por Chaloupka (1.991) del Modelo de Adicción Racional, la tesis es una excelente introducción para el interesado en el tema. Sería preciso contemplar el marco teórico incluyendo como mínimo los autores antes señalados.

La Diferencia crucial entre Adicción y Hábito se puede encontrar en un enfoque cercano al de “yo dividido” o “múltiple self,” dentro del ensayo de Himstein y Prelec en **Choice over Time:**

“For a behavior to be called an addiction, rather than a personal bent or appetite, it must be **unwanted**. The person must want to stop but fail to do so...”⁽⁴⁰⁾

En castellano:

“Para que una conducta sea denominada como adicción, en lugar de una inclinación o apetito personal, debe ser **no deseada**. La persona debe desear detenerse y ser incapaz de hacerlo...”

El “yo dividido” puede ser una posibilidad de refinamiento aún más compleja de la Teoría del Consumidor. El consumidor individual sería la solución de un juego cooperativo o no, entre personalidades racionales, cada una con sus propias preferencias. Asomé tal posibilidad en un ensayo previo sobre adicción, el cual presenté en julio de 1995. La complejidad de este asunto remite a los trabajos de Nash, Harsanyi y Barragán sobre Teoría de Juegos. Cada consumidor podría terminar siendo un “Dilema de Prisionero”. En el caso de soluciones inestables, podríamos encontrar una alternativa teórica para explicar el cambio de la preferencias ⁽⁴¹⁾. La agregación de los consumidores sería una labor casi de Ciencia-Ficción: cada consumidor valdría por unas personalidades distintas.

La tradición clásica no podía permanecer indiferente al fenómeno de adicción. Becker y Murphy publicaron en 1988 un artículo, hoy casi clásico, sobre Adicción.

Según el enfoque de ambos autores, la adicción presenta las siguientes características esenciales:

- * Los individuos maximizan la utilidad consistentemente a lo largo del tiempo.
- * El consumo presente del bien adictivo, es función creciente del consumo pasado.
- * Los agentes adictos tienden a presentar elevadas tasas de descuento respecto al futuro y el pasado, en el caso de las llamadas “adicciones perjudiciales”.
- * Las adicciones involucran una relación entre el sujeto y el bien adictivo, pudiendo ser esta adicción “perjudicial”, como en el caso de drogas, alcohol, cigarrillo, etc., o “benéfica”, como en el caso del trote, la música, los libros, etc. Para diferenciar tales adicciones, se recurre a un aparato formal posterior.
- * Se presenta múltiples e inestables estados estacionarios en el Consumo.
- * DETERMINADOS EVENTOS EN LA VIDA DE UN INDIVIDUO, PUEDEN GENERAR CAMBIOS EN LAS PREFERENCIAS, CAPACES DE ORIGINAR UNA CONDUCTA ACTIVA.
- * Dado que el consumo presente y pasado (presente y futuro) son integrados en la función de utilidad, existe una elevada elasticidad precio a largo plazo ante cambios permanentes del precio del bien adictivo (asumiendo un “cambio compensado de precio”. i.e., sólo tomando en cuenta el efecto sustitución).

⁽⁴⁰⁾ HERRNSTEIN, Richard y Drazen Prelec. “A Theory of Addiction”. En: *Choice over Time*. Parte V, capítulo 13, pág. 331-361. La cita proviene de la página 338.

⁽⁴¹⁾ Para una excelente introducción sobre el tema, ver:

BARRAGAN, Julia et. al. *Ética y Política en la Decisión Pública*. Colección SEPARATAS, Ediciones Angria, 1993. Está disponible en la librería “Libre Iniciativa” del CEDICE, Caracas. Es recomendable también el manual de Devid Kreps, publicado en español por FCE, donde se incorpora un bloque de conferencias dictado en Israel (1994).

El artículo de Becker y Murphy requeriría un ensayo dedicado exclusivamente a su discusión ⁽⁴²⁾. Los resultados del modelo planteado son esencialmente dos. En primer término, el colocar la adicción en un marco de una conducta racional; en adición a este logro, estaría el planteamiento de un modelo intertemporal de consumo, donde pasado, presente y futuro están vinculados.

El punto de *formación de preferencias* favorables al bien adictivo, es el asunto que me interesa introducir en este ensayo. Becker y Murphy se concentran en fenómenos como el “cold turkey”, el cual es la suspensión abrupta del consumo adictivo,

catalogándola inclusive como única estrategia racional de cese de la adicción en muchos casos (pág. 692-693 del artículo original). Aparece de nuevo el “Camino de Damasco”.

Dos son la citas del artículo que relacionan con el origen de las preferencias:

“The beginning and resumption of harmful adictions, such as amoking, heavy drinking, gambling, cocaine use, and overeating, and of beneficial addictions, such as religiosity andjogging, are often traceable to the anxiety, tensión and insugurity produced by adolescence, marital breaking, job loss and other events (See the many studies reviewed in Peele [1985]). This suggest that consumption of many harmfully addictive goods is stimulated by divorce, unemployment, death of a loved one and other stressful events. If these events lower utility while raising the marginal utility of addictive goods, then changes in life cycle events have the same effect on consumption as changes in prices (...). The same reasoning used to show that declines in future prices raises present consumption of additive goods shows that anticipated future stress raises the current consumption of addictive goods if it raises future consumption”.⁽⁴³⁾

En castellano:

“El comienzo y reinicio de adicciones perjudiciales, tales como el cigarrillo, el alcoholismo, el juego, el uso de cocaína y la gula, además de adicciones benéficas, tales como la religiosidad y el trote, son frecuentemente atribuibles a la ansiedad, tensión e inseguridad producidos por la adolescencia, ruptura matrimonial, pérdida del empleo y otros eventos (véase la amplia cantidad de estudios revisada en Peele [1985, Cap. 5])⁽⁴⁴⁾. Esto sugiere que el consumo de muchos bienes adictivos dañinos es estimulada por el divorcio, el desempleo, la muerte de un ser amado, y otros eventos estresantes. Si estos eventos reducen la utilidad mientras que se eleva la utilidad marginal de bienes adictivos, entonces cambios en eventos del ciclo de vida tienen el mismo efecto en el consumo que cambio en los precios (...). El mismo razonamiento empleado para mostrar que reducciones del precio futuro elevan el consumo presente de bienes adictivos, muestra que un estrés futuro anticipado incrementa al consumo corriente de bienes adictivos, si incrementa el consumo futuro”.

⁽⁴²⁾ El artículo está disponible en la biblioteca de la UCAB. He realizado un resumen en castellano que puede ser útil para el lector interesado. En cualquier caso, el lector interesado en acceder a material traducido, puede consultar la tesis señalada en el pie de página 39.

⁽⁴³⁾ BECKER Y MURPHY. pág. 690.

⁽⁴⁴⁾ Aquí lo autores se refieren a los estudios de Stanton Peele, en *The Meaning of Addiction: Compulsive experience and its interpretation*. (Lexington, Massachussets: Lexigton, 1985).

En el único párrafo al “yo dividido”, se afirma:

“In many of these other approaches, different preferences or personalities fight for control over behavior (seeYaari, 1977; Elster, 1979...) For example, the nonaddictive personality when it is control. The nonaddictive personality mightjoin Alcoholics Anonymus, enroll in a course to end amoking and so forth (see the many axamples in Schelling [1984]). By contrast in our model, present and future consumption of addictive goods are complements, and a person becomes more addictive at present when he expect events to raise his future consumption. That is, in our model both present and future behavior are part of a consistent maximizing plan”.

En lo que constituye a la última traducción de este ensayo:

“En muchas de otras aproximaciones, preferencias o personalidades distintas luchan por ejercer control sobre la conducta (ver Yaari, 1977; Elster, 1.979...). Por ejemplo, la personalidad no adictiva hace esfuerzos cuando está en control de la conducta, que intentan reducir el poder de la personalidad adictiva cuando ésta se encuentra al mando. La personalidad no adictiva podría unirse a Alcohólicos Anónimos, enrolarse en un curso para dejar de fumar, entre otros (ver la variedad de ejemplos provistas por Schelling [1984]). Por contraste, en nuestro modelo, el consumo presente y futuro de bienes adictivos son complementarios, y una persona se torna más adicta en el presente cuando espera incrementar su consumo futuro. Esto es, en nuestro modelo, ambas, conducta presente y futura, son parte de un plan de mecanización consistente”.

La posición que se asuma en torno a estas dos afirmaciones, determinará el curso de investigación futura. Con base a todos los elementos aquí considerados, me atrevo a afirmar lo que siempre he considerado sobre el trabajo de Becker: GENIAL, más incompleto.

De disputadum est diem.

VI. Bibliografía Empleada y Sugerida.

En la lista siguiente, se especifica la referencia de todo el material incorporado en el texto. En casos donde la referencia es incompleta, se debe a que tuve acceso sólo a copias fotostáticas del material.

BANNOCK, Graham y R. E. Baxter y Ray Rees. **Diccionario de Economía.**

Traducción de: Leticia Borja. Segunda Edición en español. Trillas, Ciudad de México. 1990.

BARCÓN, Jaime. **Teoría de la utilidad.** Universidad Central de Venezuela.

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, División de Publicaciones. Caracas, 1991.

BARRAGAN, Julia y Jaime Barcón Griffin y Jaime Barcón. **Ética y Política en la Decisión Pública.** Colección SEPARATAS, Ediciones Angria, Caracas, 1993.

(Disponible en CEDICE, Edificio de la Cámara de Comercio, Caracas).

BAUM, Wilhelm. **Ludwing Wittgenstein. Vida y Obra.** Traducción de Jordi Ibáñez.

Alianza Editorial, Madrid, 1988.

BECKER, Gary. **Teoría Económica.** Traducción del Fondo de Cultura Económica

(FCE). Segunda Reimpresión. FCE, Ciudad de México, 1987.

BECKER, Gary. **El Enfoque Económico de la Conducta Humana.** Traducción en español realizada para el Seminario Microeconomía y Conducta Humana.

IUPFAN-FCA. Bloque de Lectura N^o 2. Suministrado por el profesor Manuel Jacobo Cartea.

BECKER, Gary. **La Manera Económica de Ver la Vida.** Conferencia Nobel, 1992,

Traducción en español. Suministrado por idéntica fuente que el anterior.

BECKER, G. y Kevin M. Murphy. **A Theory of Rational Addiction.** Journal of Political Economy, Volumen 96, Number4. August 1988, pp. 675-700.

(Disponible en la Biblioteca de la UCAB, segundo piso).

- CATANESE, Rosangela y Leyla Yatim. **Consumo Racional de Bienes Adictivos.** Memoria de Grado. Tutor: profesor Matías Riutort Merino. UCAB, Caracas, 1993.
- De VLANDAR, Paúl. **La Soberanía del Consumidor.** CEDICE, Caracas, 1991.
- DOSTOIEVSKI, Fiodor. **El Jugador.** Traducción de V. Imbert. Ediciones B, S.A. Barcelona 1991.
- FRANK, Robert. **Microeconomía y Conducta.** Traducción de Luis Toharia y Esther Rabasco. Primera edición en español. McGraw Hill, Madrid, 1992.
- FRIEDMAN, Milton. **Una Función de la Teoría de Consumo.** Traducción de Lorenzo Betancor. Colección "Alianza Universidad". Segunda Edición. Alianza Editorial, Madrid, 1985.
- GALBRAITH, J. K. **El Nuevo Estado Industrial.** Traducción de Manuel Sacristán. Primera Edición en la Colección Ariel Economía. Editorial Ariel, Barcelona. 1984.
- GARCIA-PELAYO Y GROSS, Ramón. **Pequeño Larousse Ilustrado,** Intermedio Editores, 1995.
- GUEDEZ C., Orlando C. **En torno a El Jugador de Dostoiévski. Implicaciones de la obra, respecto a modelos de adicción y acción colectiva. Primera Aproximación.** Ensayo presentado en la Cátedra de Equilibrio General y Economía del Bienestar, Escuela de Economía, UCAB, Caracas, 1995.
- HICKS, John R. Valor y Capital. **Investigación sobre algunos principios fundamentales de la teoría económica.** Traducción de Javier Márquez. Quinta Reimpresión en español. FCE, México, 1977.
- HIRSCHMAN, Albert. **Interés privado y acción pública.** Traducción de Eduardo L. Suárez. Primera edición en español. FCE, México, 1986.
- HIRSCHMAN, Albert. O. **Salida, Voz y Lealtad.** Respuestas al deterioro de empresas, organizaciones y Estados. Traducción de Eduardo L. Suárez. Primera Edición en español. FCE, México, 1977.
- LOEWENSTEIN, George y Joh Elster, compiladores. **Choice over time.** Russell Sage Foundation. 1992.
- MARSCHAK, T. A. **On the Study of Taste Changing Policies.** AER Papers and Proceedings. Vol. 68, N° 2. Mayo 1978. pp. 38-391. (Disponible en la Biblioteca UCAB).
- PESSEMIER, Edgar A. **Stochastic Properties of Changing Preferences.**
AER papers and Proceedings. Vol. 68, N° 2. Mayo 1978, pp. 380-385. (Disponible en Biblioteca UCAB).
- POLLA K, Robert A. **Endogenous Tastes in Demand and Welfare Analysis.**
AER Papsr and Proceedings. Vol. 68, N° 2. Mayo 1978, pp. 374-379. (Disponible en la Biblioteca UCAB).
- RUSSELL, Robert y Maurice Wilkinson. **Microeconomics. A synthesis of Modern and neoclasical Theory.** John Wiley & Sons, New York, 1979. (Existe traducción en la Biblioteca del CEDICE, Caracas).

SCITOVSKY, Tibor. **Frustraciones de la Riqueza**. La Satisfacción humana y la satisfacción del consumidor. Traducción de Eduardo L. Suárez. FCE, México, 1986.

SEN. Amartya. **Tontos Racionales**, 1974. (Suministrado por el Señor Richard Obuchi).

TUGORES y CASTRO. **“La Teoría del Consumo”**. Unidad 4 del texto **Fundamentos de Microeconomía**. McGraw Hill (en copia fotostática).

Von HAYEK, Friedrich A. “Frédéric Bastiat (1801-1850), Jules Dupuit (1804-1866), Hermann Heinrich Gossen (1810-1858)”. Cuarta Parte de la Colección de Ensayos: **La Tendencia del Pensamiento Económico. Ensayos sobre Economistas e Historia Económica**. Edición española al cuidado de Jesús Huerta de Soto. Traducción de Eduardo L. Suárez. Unión Editorial, Madrid, 1991.