



# EMOCION Y RAZON

Gentileza de Jorge Sánchez Tello  
México



*El mundo siempre fue complicado. Pero la globalización ha convertido cada decisión en una determinante del destino de un hombre o de la humanidad toda. Y esto es válido no solamente en el campo económico sino en todos los relacionados con el ser humano. Su inteligencia emocional debería consistir en una combinación equilibrada de razón y emoción, con lo que sería más humano y también más inteligente. J.S.*

El comportamiento humano, según Platón, es el resultado de la acción conjunta de dos caballos gemelos: la razón y la emoción. Sin embargo, la mayoría de las teorías económicas minimizan la influencia de las emociones humanas y asumen que el "homo economicus" siempre piensa y decide siguiendo principios estrictamente racionales.

Estos principios de la racionalidad han sido útiles para elaborar las teorías del comportamiento de los consumidores, las empresas y los mercados; y aunque abundan los problemas, se ha intentado con cierto éxito aplicar la lógica económica en otros campos como la política, la cultura, la sociología o el derecho.

Por eso otros investigadores sociales han llegado a hablar del imperialismo de la ciencia económica para calificar las incursiones en campos antes insospechados de economistas laureados con el Premio Nóbel como Gary Becker o John Nash.

Sin embargo, investigaciones recientes realizadas mediante la visualización de imágenes proporcionadas por resonancias magnéticas efectuadas en cerebros de monos y humanos ponen de manifiesto la gran importancia de las influencias emocionales en el proceso de adopción de decisiones económicas; influencias que proceden de la activación de ciertas áreas del cerebro que muchas veces anteceden y prevalecen sobre los razonamientos de tipo mercantil a la hora de las decisiones.

Paul Glimcher, Colin Camerer y otros neurocientíficos han elaborado un modelo de la arquitectura que relaciona el cerebro y la conducta económica, lo que ha permitido la aplicación de sus métodos de laboratorio para incrementar la eficacia de los mensajes publicitarios.

Pero el marketing es solo una pequeña parcela de aplicación en el universo económico de los descubrimientos de estos investigadores, conocidos como

neuroeconomistas: las reacciones observadas de diversas áreas del cerebro están contribuyendo a ampliar los escenarios económicos de la teoría de juegos; a descubrir la naturaleza de la confianza del consumidor; a explicar por qué mucha gente no organiza correctamente sus planes de jubilación; y a medir los impulsos por los que tantos sucumben a tentaciones o adicciones ruinosas; entre otros asuntos.

La teoría económica de la maximización de la utilidad se supone sustentada en un detallado y cuidadoso análisis de los costos y beneficios de las diferentes opciones. Ahora la neuroeconomía asegura que buena parte del cerebro está construido para realizar procesos automáticos de decisión que son mucho más rápidos que las deliberaciones conscientes; y que nuestra conducta está enormemente condicionada por un cúmulo de emociones localizadas en ciertas partes del cerebro que el ser humano comparte básicamente con otros muchos animales.

De lo señalado se desprende que muchas decisiones económicas pueden adoptarse instintivamente, más en función de la química cerebral o de las señales eléctricas que envían mensajes a nuestra mente que a través de un proceso deliberativo; y que los sentimientos y las emociones pueden ser en muchos casos los verdaderos factores que definen un determinado curso de acción.

Estos avances científicos constituyen importantes aportes que revolucionarán la forma en que los economistas explicamos la conducta de los agentes económicos y hacemos predicciones y pronósticos. También son una evidencia concreta de que los seres humanos aún conservamos la esencia de nuestra humanidad.

