

EDITORIAL SECTION / SECCIÓN EDITORIAL CRITERIO PROPIO

Autoayuda y economía de la conducta. Self-help and behavioral economics.

Javier Otazu Ojer.

Universidad Nacional de Educación a Distancia, Navarra, Spain.

Contact email: javi.otazu.ojer@gmail.com

RESUMEN

El objetivo del artículo es recopilar conceptos de economía de la conducta que sirvan como instrumentos de autoayuda y en consecuencia sirvan para aportarnos bienestar y felicidad personal. Para ello se ha recopilado información sobre la teoría estándar de la economía de la conducta y se han reunido conceptos de ensayos, artículos y referencias en diferentes medios de comunicación que se han considerado de interés. Eso nos ha permitido alcanzar el denominado “mecanismo de anticitera”, que sirve para evaluar nuestro nivel de bienestar personal mediante el afecto de base, nos indica cómo podemos activarnos, cómo decidir lo que queremos, las barreras que tendremos y el paso a la acción. La autoayuda es útil como consuelo y sirve para plantear objetivos. La economía de la conducta nos proporciona los instrumentos para conseguirlos.

ABSTRACT

The objective of the article is to compile behavioral economics concepts that serve as self-help instruments and consequently serve to provide us with personal well-being and happiness. To this end, information has been compiled on the standard theory of behavioral economics and concepts have been gathered from essays, articles and references in different media that have been considered of interest. This has allowed us to achieve the so-called “antikythera mechanism”, which serves to evaluate our level of personal well-being through basic affect, it tells us how we can activate ourselves, how to decide what we want, the barriers we will have and the step to action. Self-help is useful as a consolation and serves to set goals. Behavioral economics provides us with the instruments to achieve them.

PAPER HISTORY

Received: 04-04-2024

Accepted: 20-04-2024

PALABRAS CLAVE

Arte, anticitera, afecto de base, acción.

KEYWORDS

Art, antikythera, basic affection, action.

1. Introducción

Existen tres tipos de libros que siempre tienen mercado. Unos enseñan a perder peso, otros enseñan a ganar dinero en bolsa y los más vendidos: los de autoayuda. Claro que este tipo de mercado no abarca sólo el sector editorial: la red está llena de youtubers, influencers, podcasts o vídeos que nos proporcionan el santo grial. La forma de ser felices para siempre.

¿Cómo se explica? Son heurísticas que buscan soluciones fáciles a problemas complejos. Nos cuesta mucho perder peso: debemos renunciar a hábitos que tenemos integrados en nuestro comportamiento cotidiano. En ese caso, es más fácil comprar un libro que dejar de comer el pastel que todos los días acompaña al café de la mañana. Respecto de la bolsa, deseamos conocer el futuro y aprovechar ese conocimiento para obtener un rédito monetario. Las salas de conferencias se llenan cuando acuden ponentes que han hecho fortuna en bolsa. Todas las preguntas se resumen en una: ¿cómo debo ahorrar para ganar dinero? Respecto de la autoayuda, las frases son conocidas: “eres tan feliz como deseas ser”, “si crees en tus sueños, se harán realidad”, “si te caes, levántate y sé positivo” ó “sé amable, cree en la abundancia y ella acudirá...que nada te impida sonreír”.

Las cosas no son tan fáciles; este tipo de mensajes nos dan un consuelo pasajero de forma que pasado un tiempo volvemos a sentirnos como antes. La conclusión en este caso no puede ser más sencilla: no sirven. El presente artículo hace una recopilación de ideas y conceptos relacionados con la economía de la conducta que, ahora sí, nos enseñan a ser más felices. Eso implica aprender las reglas de la economía de la conducta, saber cómo vivir con arte, conocer la información del mundo que nos rodea para comprender de manera objetiva la realidad, para usar el mecanismo que centra las presentes líneas: el de anticitera. Además de los instrumentos estándar, tenemos una serie “píldoras conductuales” que sirven para tener todo preparado. La conclusión del artículo viene acompañada de tres ideas adicionales originales.

El objetivo del artículo es aportar conceptos de economía de la conducta que sirvan como instrumentos de autoayuda y en consecuencia sirvan para aportarnos bienestar y felicidad personal.

2. Revisión de la literatura

2.1. Recordatorio de los principios de Economía de la Conducta.

Los supuestos asociados a los modelos tradicionales de economía asumen que la gente es omnisciente, interesada tan solo en sí misma, perfectamente racional y centrada en maximizar su riqueza. Sin embargo, el hombre no ha demostrado ser un ejemplo de racionalidad, por un lado, ni de egoísmo absoluto por otro. En este contexto, se pueden extraer algunas evidencias (Calvo, 2019):

1. Los demás importan.
2. Los hábitos son importantes para decidir el comportamiento.
3. Estamos motivados para “hacer lo correcto” (más aún: estamos motivados para “decir lo correcto”).
4. Los individuos somos aversos al riesgo.
5. Las expectativas afectan a nuestra conducta.
6. Somos malos haciendo cálculos, sobre todo cuando los hacemos rápidamente y en cuantías reducidas. No solo eso: incluso los cálculos relacionados con nuestro comportamiento futuro suelen ser equivocados.
7. Necesitamos sentirnos involucrados y creer que nuestra actuación produce efecto para admitir cambios de comportamiento.

La evidencia empírica confirma estos principios. Si los demás no importasen, no existiría tanta solidaridad. Nos cuesta horrores cambiar los hábitos. La cultura nos lleva a realizar las cosas que nos parecen correctas, definiendo los denominados “regímenes emocionales” (Firth-Godbehere, 2022). ¿Quién desea asumir un riesgo incontrolado? Pocas veces se recuerda que la esperanza en el futuro es clave para nuestro humor y comportamiento. Respecto de los cálculos, un ejemplo clásico y triste: la gran cantidad de basura que se desperdicia cada año en el mundo. Por último, sólo hacemos cambios (y nos cuesta horrores) si pensamos que van a servir para algo. Ya sólo comprender estos principios es útil y práctico para nuestra vida cotidiana. Podemos crear hábitos que nos sirvan para ser mejores, podemos incluir expectativas a nuestra vida sabiendo que a partir de las mismas vamos a ser más felices. Ahora bien, para hacer todo ello necesitamos arte. ¿Y qué tiene que ver eso con la economía? Más de lo que parece.

2.2. Arte y economía.

Es difícil tener una vida plena sin conjugar de manera correcta el arte y la economía. Aunque son dos áreas de conocimiento que a primera vista parecen muy diferentes entre sí, podemos observar que tienen una gran complementariedad. Por un lado, el arte aporta instrumentos para conovernos y disfrutar del mundo que nos rodea. Por otro lado, la economía nos enseña a gestionar nuestros recursos de forma correcta y a comprender las posibles consecuencias que pueden tener nuestras decisiones, las cuales pueden ser tomadas en el ámbito personal, público o privado.

Algunos manuales definen el arte como “aquello que hacen los artistas” y la economía como “aquello que hacen los economistas”. No, no es fácil aclararnos. Un intento fascinante que ilustra los dos conceptos sería

llamar al arte “manifestación o expresión de cualquier actividad creativa y estética por parte de los seres humanos donde se plasman sus emociones, sentimientos y percepciones sobre su entorno, sus vivencias o aquello que imagina sobre la realidad con fines estéticos y simbólicos”.

Podemos sustituir “actividad creativa y estética” por “transacción monetaria” y hacer lo mismo con “fines estéticos y simbólicos” dejando en su lugar “intención de satisfacer sus necesidades y deseos”. Eso nos permite obtener una definición de economía.

El arte necesita al menos una de las tres características siguientes para ser efectivo. La creatividad vista como “aportación novedosa al quehacer humano”. La innovación definida como “creación o modificación de un producto para introducirlo en el mercado”. El talento valorado como “aptitud o capacidad de desempeño”. Ojo: tendemos a considerar al talento genético cuando este efecto es minúsculo en comparación con la determinación para poder desarrollarlo. El autor Malcolm Gladwell (2011) popularizó la regla de las 10.000 horas: no se puede lograr la maestría en ninguna actividad o rama de conocimientos sin la inversión temporal requerida para ello. Sin hábito no hay talento. Y no se vayan todavía, hay más. Sin capacidades, no podemos. Sin compromiso, no queremos. Sin acción, no hay nada.

Si valoramos la influencia del arte en el PIB (producto interior bruto) mundial observamos el gasto realizado en el año 2023 ha sido de 65.000 millones de dólares. En primer lugar, aparece Estados Unidos, con un 42% de su PIB. Le siguen China con un 19% y Reino Unido con un 17%. España ha gastado el 1% del total, lo cual es consistente con su PIB global. No ocurre eso con las dos principales potencias: gastan una proporción superior a su participación en la economía global. Intuimos que las competencias necesarias para ser un buen artista son útiles para otros escenarios.

El caso más extraño de arte lo ha protagonizado el artista alemán Wolfgang Flatz, que acudió a una subasta para vender su piel tatuada. En la pinacoteca Der Moderne (Munich) se desnudó y cuando iba a comenzar la puja ya había llegado una oferta de un millonario suizo: una cifra de siete ceros. Ahora se trata de esperar a que nuestro protagonista fallezca para poder disfrutar de su “obra”. ¿Cómo se pueden adquirir cosas así? Si dejamos la ética de lado (que es mucho dejar), ¿qué sentido tiene realizar una adquisición de esa magnitud? Es razonable pensar que nuestro anónimo comprador haya querido ser el primero y punto. Es un título vitalicio. Hay otro: el de excampeón.

¿Se debe separar una obra de su contexto histórico? El ministro de Cultura, Ernest Urtasun, piensa que sí. Por eso ha anunciado una “revisión en los museos estatales para revisar el marco colonial”. Tiene también intención de crear una Dirección de Derechos Culturales para apoyar a los autores borrados o censurados.

Para salir de dudas es pertinente acudir a los expertos de verdad: aquellos investigadores que han dedicado su vida a comprender la historia del arte. Pocos tienen la fama de E.H. Gombrich (2024), con una majestuosa obra que ha encandilado a millones de personas en todo el mundo. Tiene un encanto especial usar a la vez dos separadores para seguir un libro: el primero indica la narración, el segundo la lámina asociada. El propósito principal: sentir como propios los desvelos de nuestros predecesores. También merece la pena comprender el carácter universal del arte asociado a la capacidad de crear, inventar e innovar que tenemos los humanos. ¿No es eso también economía? ¿Por qué ciertas obras de arte siguen despertando el interés de todo el mundo? ¿Por qué nos debería importar que siga siendo así?

Mnemosine (la memoria) es hija de Gea (la Tierra) y madre de las musas (de ahí viene museo), deidades a las que los griegos y romanos acudían en busca de inspiración (Sigman, 2022). La musa mayor, Calíope, era la diosa de la poesía épica. Sí, la creatividad nace de la memoria y ésta viene de la Tierra. Por eso el clásico de la Odisea comienza así: “Canta en mí, musa y a través de mí cuenta la historia”. Seguimos con la nuestra.

3. Resultados.

3.1. Información.

Si no percibimos la realidad de manera adecuada no es posible decidir bien. Podemos comenzar por evidencias claras: usar muchas fuentes de medios, contrastar, no fiarnos de las noticias más sorprendentes, pero a efectos de economía de la conducta se trata, en primer lugar, de evitar caer en los sesgos más importantes y en segundo lugar de controlar el ruido. Vamos con ello.

El sesgo de confirmación ha traspasado el umbral de la economía de la conducta, de manera que en la actualidad es un concepto común. Definición: cuando queremos contrastar una información, tendemos a quedarnos con las pruebas afirmativas y a obviar las pruebas negativas o que al menos pueden poner en duda lo que estamos investigando. Si estamos a favor de un partido político concreto damos mucha importancia a los casos de corrupción de los partidos rivales y quitamos valor a los casos que nos han podido afectar. Importante: la mayor parte de las veces este sesgo actúa de forma inconsciente. Preocupante: es el germen de la polarización existente en asuntos que crean debates sociales. Tranquilizante: no aparece en la investigación científica salvo casos espurios. Recordemos el tiempo que tardaron las compañías tabacaleras en admitir el quebranto que los cigarrillos aportaban a nuestra salud.

El sesgo de disponibilidad hace que sólo nos ocupemos de la información que tenemos más a mano. También influye en casos que generan un amplio ruido social: si antes era la pandemia, ahora es la guerra y mañana

(que debería haber sido ayer) es el cambio climático. Este factor implica que sea más difícil encontrar información más relevante del asunto que nos ocupa. No es necesario entrar en el Internet más profundo, sí lo es profundizar en nuestro estudio. Eso nos lleva a un sesgo menos conocido...

El sesgo Google vicia la información que recibimos de dos formas distintas. En primer lugar, tiene en cuenta nuestras búsquedas pasadas. Si escribimos “ansiedad” no recibimos las mismas respuestas. Es más, esto es así desde el 4 de diciembre del 2009 (Parisier, 2017). Este asunto, que sorprende a muchas personas, requiere una fácil comprobación. El lector (investigador) la puede hacer con cualquier amigo. En segundo lugar, el resultado del buscador depende, una vez más, de dinero. El servicio de palabras de Google permite que las empresas paguen para que su web aparezca en la primera página de resultados. Es más fácil usar el hipertexto que pasar a seguir consultando la siguiente página.

Cuando alguien busca “la mejor tarta de chocolate del mundo” o una “lavadora de calidad, fácil de usar y barata” comprobará que le lleva la empresa que más ha pagado, no a la de más calidad. Además, el algoritmo reconoce las distancias. Es claro que si alguien vive en Madrid no nos van a recomendar una tarta que se pueda comprar en una pastelería de París.

¿Se podrían añadir más sesgos? Claro que sí. Sin embargo, no merece la pena hacerlo. Estos tres son los más comunes, y se torna prioritario evitarlos. Para ello, se debe buscar información completamente independiente. Eso no ocurre si vamos tecleando, tecleando y tecleando hasta ver seguir una pista concreta. Lo que es útil para la investigación de un crimen no lo es ni en el ámbito científico, histórico o de explicación de fenómenos actuales como pueda ser la trata de personas, el tema de las drogas o el porqué de un suceso. En cada uno de estos casos se requiere un análisis profundo y diferente: nada hay más difícil que buscar una causa.

Pasamos a valorar el ruido (Kahneman et al., 2021). Es la variabilidad no deseada en juicios sobre un mismo problema (esta idea no es aplicable a una decisión singular, como por ejemplo comprar un piso). Después de la definición, se pasa a un hecho: “donde quiera que haya juicio, hay ruido”. Como se demuestra que “el ruido de un sistema es cinco veces mayor de lo que pensábamos” es prioritario minimizarlo para, como siempre, tomar mejores decisiones.

Así, un buen juzgador debe ser “experimentado, inteligente, con mente abierta y capacidad para modelar su visión conforme se van adquiriendo nueva información”. Debemos ser cuidadosos con los falsos expertos, que se denominan “expertos de respeto”. Muchos profesores, académicos o consultores tienen el respeto de otros

compañeros, pero no comprenden la esencia de la realidad. Normal: muchas veces no se juegan la piel. Son más fiables mercados de predicciones en las que las personas se juegan su dinero.

La propuesta final nos lleva a la denominada “higiene de las decisiones”. Nos recuerda que el objetivo del juicio es la exactitud. Que se debe pensar estadísticamente. Que es útil estructurar los juicios en tareas independientes. Que toca resistirse a las intuiciones prematuras. Que se aumenta la fiabilidad sumando juicios independientes de múltiples juzgadores. Que los juicios y escalas relativos evitan anclas que nos llevan por un camino inadecuado.

La economía de la conducta explica las pautas más profundas de nuestro comportamiento. El arte nos enseña a decidir de una forma más abierta y humana. Para controlar la información que recibimos debemos ser conscientes de los sesgos y el ruido. Ya estamos preparados, pues, para afrontar el mecanismo de anticitera.

3.2. La anticitera.

El mecanismo de anticitera es una computadora de la antigüedad que sirve, entre otras cosas, para predecir posiciones astronómicas. Su origen se estima entre los años 150 y 100 antes de Cristo. Según el periodista Jo Marchant, “girando la manivela puedes moverte hacia adelante y hacia atrás, para ver el estado del Cosmos hoy, mañana, el martes pasado o dentro de cien años. El dueño de ese instrumento se debe haber sentido el maestro de los cielos”. En un momento en el que la salud mental se ha convertido en un problema social vamos a buscar mecanismos semejantes para comprender, trabajar y mejorar nuestro estado personal, no el del Universo.

El afecto de base es un nivel de bienestar personal que se crea a partir de nuestro sistema cerebral, pensamientos y sucesos externos que afectan a nuestra vida cotidiana de forma que moldea nuestra experiencia con la realidad. Puede oscilar según las circunstancias en la que nos encontremos: baja si tenemos un conflicto con alguien, sube si nos ascienden en el trabajo....pero mantiene una línea constante. Si queremos modificarlo, en primer lugar debemos valorar como nos encontramos en la actualidad. Para ello, responderemos a cinco preguntas.

- ¿Hacemos lo que nos gustaría hacer?
- Lo que nos pasa, ¿es lo que nos hubiera gustado que nos pasara?
- ¿Qué hacías en los momentos de la vida en que te sentías más realizado?
- ¿A quién admiras más y por qué? Escribe palabras que describan a esa persona.
- ¿Cómo te gustaría que te recordasen?

Este pequeño experimento mental sirve para recordar que siempre son más importantes las preguntas que las respuestas. Ahora que existe tanto debate sobre la inteligencia artificial, ¿nos proporciona ésta las cuestiones adecuadas?

Pasamos a los instrumentos que podemos usar para encontrarnos mejor.

- La neurociencia afectiva. Incide en que “somos seres sintientes que piensan”, de manera que nos enseña a trabajar y modular nuestras emociones (Ver 5.2). Recordemos las principales: miedo, alegría, tristeza, asco, ira y sorpresa.
- La activación de nuestras cinco inteligencias: mental, espiritual, emocional, física y social. Siempre tenemos alguna de ellas abandonada.
- Creemos un entorno amable. La epigenética nos enseña que el contexto provoca la activación de ciertos genes.
- El inconsciente se encuentra en la parte más profunda de nuestro cerebro. Explica las razones que nuestra razón no entiende. Toca trabajarlo.
- El sueño. Es mejor usar terapias cognitivo-conductuales antes que fármacos.
- El humor. Unos sucesos son para reír. Otros, para llorar. En algunos se puede elegir. Elige una sonrisa.
- La reflexión en el sentido de pensar atenta y detenidamente sobre algo.
- Siempre que nos planteamos objetivos aparecen barreras, obstáculos y dificultades.
- El autoengaño. Cualquier excusa sirve para no esforzarnos. La economía de la conducta proporciona instrumentos para defendernos del mismo, como evitar el sesgo de confirmación o el de disponibilidad.
- Las personas tóxicas de nuestro entorno. A veces terminamos pareciéndonos a ellas.
- La inercia. Es muy incómodo cambiar hábitos. Todos. Sean buenos o malos.
- Las adicciones. En especial las tecnológicas.
- Falsas referencias vitales. Ojo con los “modelos sociales”, los youtubers o los influencers. Muchos de ellos están financiados para generar comportamientos concretos.

Es el momento de pasar a la acción. Aquí vienen algunas sugerencias, aunque este apartado es el más subjetivo. Crear hábitos nuevos. Leer a los clásicos, enriquecer el cerebro. Desarrollar todas las inteligencias según nuestras necesidades. Ser un SISI (sí estudias, sí trabajas). Preparar el descanso de forma constructiva. Controlar los pensamientos intrusivos. Sonreír. Usar la música, el humor, la relajación y la meditación. Fusionarse con la naturaleza. Elegir aforismos personales y practicarlos. Suprimir el uso de palabras con carga negativa tipo “estrés”. Reflexionar. Hacer.

Como combustible se proponen algunos aforismos. “El hombre tiene ilusiones como el pájaro alas. Es lo que le sostiene” (Blaise Pascal). “Lo que hay que hacer es lo que necesita hacerse, lo que ves que se debe hacer, lo que nadie más ve que debe hacerse” (Bucky Fuller). “El crecimiento es producto de la actividad, no comprensión intelectual”. “Lo que la mano hace, la mente recuerda” (María Montessori). Como prevención, basta leer a George Orwell. “El pensamiento corrompe el lenguaje, el lenguaje corrompe el pensamiento”, “Quien controla el pasado controla el futuro. Quien controla el presente controla el pasado.”

En resumidas cuentas: “Si deseas transmitirle a la gente una nueva forma de pensar, no te molestes en enseñarle. Dale una herramienta cuya utilización le haga pensar de otra forma (Bucky Fuller)”.

3.3. Experimentos mentales.

1. Test del doble rasero: ¿qué haría yo en su lugar? Aplicación: cuando tenemos envidia de personas muy ricas y/o atractivas.
2. Test del advenedizo: si me despidieran de mi puesto de alta responsabilidad y entra alguien nuevo, ¿qué haría? Aplicación: no caer en la autocomplacencia.
3. Test de conformidad: decir a alguien “esta es la canción que más me gusta” (siendo en realidad lo contrario) para ver si tienden a decirme siempre que sí.
4. Test escéptico selectivo: dar credibilidad a lo que me gusta pensando que cómo sería la situación al revés. ¿Podría gustarme más?
5. Test sesgo situacional: me ofrecen un puesto en Madrid pero me da pereza ir a trabajar allí. Si estaría allí, ¿querría volver?
6. Test cambio de paradigma: estoy trabajando sin parar. Si estaría en esa situación un becario, ¿consideraría que está explotado?

3.4. Consejos para mejorar el manejo de nuestras emociones.

- Estoicismo: James Stockdate (Vietnam). No atarnos a la comodidad y la riqueza; estar preparados para lo peor.
- Poder de cambiar: la revalorización cognitiva.
- Expresión, poder de las palabras: escribir y contar sentimientos usando el etiquetado de afectos; los chicos a los 15-16 años sucumben a los estereotipos y dejan de hacerlo. “Dar palabras al dolor” (Shakespeare).

3.4. Trabajando el inconsciente.

La mente consciente es útil para trabajar los planes de futuro, mientras que la mente inconsciente se dedica a solucionar problemas y a alcanzar nuestras metas. Debemos comenzar con tiempo: así nuestro cerebro se conecta y trabaja para nosotros. No obstante, también tenemos problemas a corto plazo que nos impiden dormir bien, como si fuesen tabarras que revolotean sin parar. El remedio para esa inquietud mental que tanta ansiedad y preocupación nos genera es establecer un plan. Nadie dijo que fuese fácil.

Debemos tener en cuenta que los pensamientos conscientes importan: modifican lo que sentimos y lo que hacemos. También se debe saber que en contra de la sabiduría popular el autocontrol efectivo no es voluntad y esfuerzo: el objetivo es hacer lo correcto inconscientemente, de forma automática y habitual. Para ello nos ayudan las intenciones de implementación (usar el “cuándo”, “dónde”, “cómo”, “si ... entonces”). ¡Al trabajo! Así se generan buenos hábitos que se dedican a dirigir nuestra vida; al fin y al cabo “el cuerpo quiere hacer lo que hizo ayer” (George Sheehan). El autocontrol necesita una gestión vital con antelación.

Nuestra mente consciente evoluciona para responder a nuestros mensajes inconscientes siempre que sepamos comunicar de forma efectiva ese mensaje. Lo repito una vez más: no comprendemos por qué hacemos lo que hacemos. Por lo tanto, el truco es realizar un uso consciente de nuestros poderes inconscientes.

Lo que hemos aprendido en este punto es que en realidad realizamos una cesión del control de la conducta a instigadores ambientales externos y eventos futuros.

3.5. El poder de las palabras.

Las palabras transforman lo que sentimos. Son nuestra más inextinguible fuente de magia. El lenguaje condiciona la forma de pensar. Usando palabras, muchos dominios del pensamiento pueden tener otro significado. Elegir palabras es como elegir vestuario. Se pueden llegar a inducir emociones fuertes. De hecho, una forma de suavizar una discusión de pareja es realizarla en otro idioma. Claro que si sólo se sabe uno hay otra opción: permitir sólo palabras “suaves” en tonos adecuados. Los hábitos tóxicos contaminan la conversación previa.

Es el momento de volver a uno mismo. Supongamos que hemos comenzado un nuevo proyecto y no salen los resultados adecuados. Lo que nos decimos a nosotros mismos es decisivo: “yo no sirvo” o “fue un mal día”. Quien mejor lo expresa es una leyenda del baloncesto, Marc Gasol: “la gran suerte es que la derrota no significa nada si tú no le dejas”.

3.6 Un mundo emocional.

¿Es posible que antes de la creación de un sistema económico se puedan manipular las emociones para así alcanzar el mismo? Para responder a la pregunta necesitamos un marco teórico con unos pocos conceptos.

- Emoción: se puede definir como “un puñado de sentimientos en una caja” o mejor, “forma en la que usamos la suma de nuestras experiencias para comprender cómo nos sentimos en determinadas circunstancias concretas”.
- Regímenes emocionales: comportamientos emocionales esperados que nos impone la sociedad en la que vivimos (William Reddy).
- Trabajo, esfuerzo emocional: inducir o reprimir sentimientos a fin de mantener la compostura externa que suscita el estado mental apropiado en los demás (Arlie Hochschild).
- Refugios emocionales: lugares donde podemos dar rienda suelta a nuestras emociones (Reddy).
- Comunidades emocionales: pautas asociadas a una comunidad de personas, desde una familia hasta un país o cultura (Barbara Rosenwein).
- Emociones intensas: aquellas que generan un gran cambio en nuestro comportamiento y/o en nuestra sensación interior (afecto de base).

Aplicando los conceptos anteriores quizás podamos definir los sistemas económicos de manera que sobrepasen el capitalismo, socialismo o comunismo.

3.7. Inteligencia social.

En todo caso, debemos tener en cuenta que interactuamos con personas de forma constante. Por lo tanto, es conveniente tener habilidades sociales. ¿Cuáles son las mejores? Para ello, acudimos a Dale Carnegie, autor de uno de los libros más importantes del pasado siglo: “cómo hacer amigos e influir en las personas”. Un pero: el título del libro es un despropósito. Debería llamarse inteligencia social.

Propone cosas como mirar las cosas desde el punto de vista de la otra persona, no criticar mucho, respetar la dignidad de los demás, brindar elogios y reconocimientos sinceros, ofrecer buena reputación a la que hacer honor, evitar las discusiones, conservar el equilibrio vital, tener sentido del humor y aprovechar el enorme poder del entusiasmo. Eso fue clave en la expansión del cristianismo: la pasión y energía que transmitía San Pablo resultó decisiva.

“Sólo hay una manera de hacer que alguien haga algo. Consiste en hacer que quiera hacerlo” (Dale Carnegie).

4. Discusión

La autoayuda es útil como consuelo y sirve para plantear objetivos. La economía de la conducta nos ayuda a conseguirlos. De hecho, existe un grandísimo enorme campo inexplorado en este sentido. La economía de la conducta se ha centrado mucho en política o empresa y poco en la persona individual. Existe un debate abierto sobre los problemas de salud mental existentes en nuestra sociedad. ¿Por qué no aplicar ideas de economía de la conducta como prevención?

Hemos comenzado argumentando razones por las que la autoayuda habitual es inútil para aumentar la felicidad de las personas. De hecho, conocer la economía de la conducta nos ayuda a ser más felices. En primer lugar, sus reglas básicas sirven para comprender las razones profundas de muchos comportamientos colectivos. Pero hay más. En el punto del “arte” se sugieren enfoques diferentes para que cada lector decida, de forma subjetiva, cuál es el camino que más le interesa. En “información” aprendemos unos mínimos criterios para manejarnos dentro del inmenso ruido que nos rodea. Así en “la anticitera” se proponen las preguntas que debemos hacernos para evaluar nuestra situación personal mientras que el bienestar se valora “afecto de base”. A partir de ahí aparecen siete instrumentos, cinco barreras, 17 sugerencias de acción y siete aforismos. Pero no nos quedamos ahí: las píldoras finales aportan experimentos mentales, consejos para controlar las emociones, ideas para trabajar el inconsciente, conocemos el poder de las palabras, nos adherimos al régimen emocional en el que nos encontramos todo ello aliñado de ideas para establecer un mejor contacto social.

Es el momento de activarse, y para ello...¿cómo no terminar con tres ideas?

Michael Easter ha aprendido que “necesitamos enfrentarnos a cosas incómodas para hallar bienestar” (21). Mauro Guillén nos aconseja ser “perennes”: personas que ni piensan ni actúan en función de su edad (22). En su obra “buena estrategia, mala estrategia” (23) Richard F. Rumelt, experto en percibir el poder oculto de una situación para diseñar la respuesta adecuada, enmarca la diferencia entre estrategia (saber cuáles son las tareas que vamos a hacer) y la gestión (organizar a las personas para realizar esas tareas). Tenemos la mala costumbre de repetir muchas veces un objetivo y no dejar de repetirlo....pero sin ninguna estrategia y por supuesto, ninguna gestión.

Es el momento de aplicar estas ideas a nosotros mismos. Ahora bien, merece la pena aportar conclusiones científicas:

1. La raza y el género son constructos culturales, no reales.

2. No parecen existir emociones universales; vienen moldeadas por la cultura (Catherine Lutz).
3. El tapiz de emociones que enriquece el ser humano se está desintegrando en el mundo digital. El ejemplo más claro: los emoticonos.
4. Las culturas expresan los sentimientos de distintas formas (Margaret Head).
5. Las emociones son complejas.

“Casi todas las emociones que tomamos se basan en nuestros recuerdos de cosas buenas o malas”

(Antonio Damasio).

5. Referencias.

Calvo, J.L. (2019). Apuntes de Economía de la Conducta. Behaviour & Law Ediciones

Firth-Godbehere, R. (2022) Homo Emoticus. La historia de la Humanidad contada a partir de las emociones. Salamandra.

Gladwell, M. (2011). Fuera de serie (outliers). Por qué unas personas tienen éxito y otras no. Debolsillo.

Gombrich, E.H. (2024). La historia del arte. Phaidon.

Kahneman, D., Sibony, O. & Sunstein C.S. (2021). Ruido. Un fallo en el juicio humano. Debate.

Parisier, E. (2017). El filtro burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos. Taurus.

Sigman, M. (2022). El poder de las palabras. Cómo cambiar tu cerebro (y tu vida) conversando. Debate.