

DANIEL KAHNEMAN I LA PSICOLOGIA ECONÒMICA
DANIEL KAHNEMAN Y LA PSICOLOGÍA ECONÓMICA
DANIEL KAHNEMAN AND ECONOMIC PSYCHOLOGY

*Ismael Quintanilla Pardo**

DOI: 10.7203/anuari.psicologia.18.2.197

Resum

En les línies que segueixen el lector trobarà alguns arguments que provenen de la rellevància científica i professional de la Psicologia econòmica, al mateix temps que es glossa la figura de Daniel Kahneman, la línia de coneixement en la qual s'integra i que, al seu torn, és resultat d'un passat que s'ha anat construint des de l'aparició de la Psicologia econòmica en 1881, amb la publicació de l'article de Gabriel Tarde en *la Revue Philosophique*, amb el títol de la *Psychologie économique*, en el qual per primera vegada i de manera explícita es tracten les relacions entre Economia i Psicologia.

Des de llavors fins ací les publicacions, compilacions, treballs i recerques s'han succeït en progressió geomètrica, i han obert pas a un camp de recerca i desenvolupament de l'àmbit de la Psicologia social, tal com és la Psicologia econòmica i del consumidor, de gran rellevància en el context social i econòmic pel qual transitem en el moment present.

Paraules clau: Psicologia econòmica, consumidor, decisions personals, condicionaments social.

Resumen

En las líneas que siguen, el lector encontrará algunos argumentos que prueban la relevancia científica y profesional de la Psicología económica, al mismo tiempo que se glossa la figura de Daniel Kahneman, en cuya línea

* Facultat de Psicologia, Universitat de València. Correspondència: <ismael.quintanilla@uv.es>.

Alguns dels textos d'aquest article apareixen amb similar contingut en altres articles, llibres i treballs realitzats per l'autor amb anterioritat. No obstant això, si hi són les referències oportunes.

de conocimiento se integra y que, a su vez, es resultado de un pasado que se ha ido construyendo desde la aparición de la Psicología económica en 1881 con la publicación del artículo de Gabriel Tarde en la Revue Philosophique, con el título Psychologie économique, en el cual, por primera vez y de forma explícita, se tratan las relaciones entre Economía y Psicología.

Desde entonces hasta ahora, las publicaciones, compilaciones, trabajos y búsquedas se han sucedido en progresión geométrica, y han abierto paso a un campo de investigación y desarrollo del ámbito de la Psicología social, tal como lo es la Psicología económica y del consumidor, de gran relevancia en el contexto social y económico por el cual transitamos en el momento presente.

Palabras clave: Psicología económica, consumidor, decisiones personales, condicionamientos sociales.

Abstract

In the following lines, the reader will find several arguments which prove the scientific and professional importance of economic Psychology, at the same time that provide commentaries about leading figure of Daniel Kahneman, whose knowledge line is integrated and, in turn, it means the result of a past built from appearance of economic Psychology at 1881, after the publication of Gabriel Tarde's article in la Revue Philosophique, which was titled as Psychologie Économique. In this article, the relationship between Economy and Psychology are adressed for the first time and explicitly.

Since then, publications, compilations, papers and researches have been followed in geometrical progression. Also, they have opened a way for research and develop for Social Psychology field, such as Economic and consumer Psychology, which has a huge relevance at social and economical context, through which we currently pass.

Key words: Economic Psychology, consumer, personals decisions, social condicionaments.

Psicologia i Economia: una confluència convenient

Ni tota Psicologia és clínica ni tota Psicologia clínica ho és de fenòmens psicopatològics més o menys excepcionals. És a dir, hi ha, per descomptat, una Psicologia de la salut i del benestar des de la qual convé tenir ben presents els esdeveniments econòmics i la seua influència sobre la conducta social. De fet, tal com posa de manifest el text en què s'argumenten els motius pels quals es va lliurar el Premi Nobel de l'any 2002 a Daniel Kahneman, deixen manifesta una idea implícita: l'Economia sense la Psicologia ha estat incapaç d'explicar amb rigor alguns dels processos econòmics de gran importància. Efectivament,

així s'afirma: «Pel fet d'integrar aspectes de la teoria psicològica sobre el comportament econòmic de l'ésser humà en moments d'incertesa i realitzar anàlisis empíriques de laboratori, especialment sobre mecanismes alternatius de mercat». És a dir, per haver incorporat aspectes de la investigació psicològica en la ciència econòmica, especialment pel que fa al judici humà i la presa de decisions sota incertesa. El més cridaner és que Daniel Kahneman és psicòleg de professió i que, en guanyar el Premi Nobel d'Economia, en nombroses fonts, generalment de l'economia, se'l cita com a economista. No obstant això, durant molt temps, tampoc ha estat usual veure'l citat en les fonts acadèmiques i professionals de la Psicologia.

No és freqüent que els psicòlegs en general s'interessin per la Psicologia econòmica o que fins i tot la reconeguen com un camp i una àrea de desenvolupament acadèmic i professional. Entre altres raons perquè la Psicologia ha estat massa temps allunyada del que podria considerar-se la conducta social més freqüent i consuetudinària: la que componen les nostres decisions econòmiques i les nostres conductes com a consumidors. Potser, també, com a conseqüència d'una visió excessivament estreta de les possibilitats explicatives i aplicades de la Psicologia econòmica. Pot ser que fins i tot es dega a un cert desconeixement d'aquesta especialitat o camp de recerca i desenvolupament de la Psicologia social. De fet, amb prou feines existeix com a matèria d'estudi en les facultats de Psicologia espanyoles, quan no és rar trobar-la per algunes europees (Webley i Walker, 1999).

Però, què ocorre amb una Psicologia sense Economia? Doncs que ignorant la influència dels processos econòmics sobre la conducta social es perd l'oportunitat d'estudiar alguns dels mecanismes més comuns i rellevants del comportament humà. Aquest doble objecte d'anàlisi, des de l'Economia cap a la Psicologia i recíprocament, es relaciona, molt estretament, amb nombroses parcel·les del quefer social dels ciutadans i impera en qüestions tals com la salut, la compra, el treball, l'estalvi, l'educació, els processos de socialització, les psicopatologies del treball, la influència de la publicitat, la conducta prosocial i, encara, un llarg etcètera (Quintanilla, 2002).

L'obra de Daniel Kahneman se situa en el context teòric que acabe de descriure i es troba estretament lligada a la d'Amos Tversky (1937-1996), amb el qual va col·laborar durant molts anys. El seu punt de partida van ser els treballs de Herbert A. Simon (1955, 1982), que sostenia la influència de les limitacions cognitives en la presa de decisions racionals, i proposava un model en el qual la utilitat esperada se substitueix per la satisfacció obtinguda. Efectivament, en la conferència impartida pel professor Daniel Kahneman a Estocolm, el 8 de desembre de 2002, quan va rebre el Premi Nobel d'Economia, sense deixar de fer una al·lusió constant al professor Amos Tversky, escriu:

La nostra recerca pretén obtenir un mapa de racionalitat limitada, explorant els biaixos sistemàtics que distingeixen les creences que té la gent i les eleccions que realitza respecte a les creences i eleccions òptimes suposades en els models de l'agent racional. El model de l'agent racional va ser el nostre punt de partida i la principal font de la nostra hipòtesi nul·la, però Tversky i jo considerem que la nostra investigació era bàsicament una contribució a la Psicologia que, com un benefici secundari, podia generar una possible contribució a l'economia. Vam ser arrossegats cap a la conversa interdisciplinària per economistes que confiaven que la Psicologia podia ser una font profitosa d'hipòtesi per a la teorització econòmica, i indirectament una font d'hipòtesi per a la investigació econòmica (Kahneman, 2003a: 182).

Més endavant i en el mateix discurs, apuntant, com després es veurà, algunes de les idees que des de la tradició europea se sostenen des de finals del segle XIX, fa referència a les crítiques que la recerca psicològica rep de la que es duu a terme en economia. Argumenta:

Sovint, els economistes critiquen la investigació psicològica per la seua propensió a generar llistes d'errors i biaixos, i pel seu fracàs a l'hora d'oferir una alternativa coherent al model de l'agent racional. Aquesta queixa solament està justificada en part: les teories psicològiques del pensament intuïtiu no poden competir amb l'elegància i la precisió dels models normatius formals de la creença i l'elecció, però això és simplement una altra forma de dir que els models racionals no són realistes des d'una perspectiva psicològica. A més, l'alternativa a models precisos i senzills no és el caos. La Psicologia aporta conceptes integradors i generalitzacions de nivell intermedi, que es guanyen la credibilitat gràcies a la seua capacitat d'explicar aparentment fenòmens diferents en dominis diversos (Kahneman, 2003a: 182).

Les recerques de Daniel Kahneman i Amos Tversky pretenen mostrar resultats que contribuïssquen al desenvolupament de la Psicologia però també, encara que originalment pretenien un benefici secundari, produir una contribució a l'economia. Objectiu ben resolt, més enllà de la seua modesta intenció, tal com s'exposa en el discurs de Kahneman en la cerimònia de lliurament del Premi Nobel d'Economia. Ho havia anunciat Richard H. Thaler (1980, 1985, 1991, 1992, 1999), un teòric de l'Economia conegut pel seu interès interdisciplinari en la confluència entre ambdues disciplines. En bona mesura, aquest interès interdisciplinari va tenir com a resultat programes de recerca realitzats per economistes conductuals. És a dir, un complement –o extensió– de la Psicologia econòmica que es va manifestar en el que es coneix com a *Economic Behavior* o Economia conductual (Thaler, 2000; Camerer i al., 2003; vegeu també Kahneman i Tversky, 2000).

Malgrat aquesta perspectiva interdisciplinària i avançada, la coexistència d'idees psicològiques i antipsicològiques en l'Economia és molt freqüent i requereix alguna explicació. Shira Lewin (1997) denomina aquesta contradicció *la paradoxa de Sen*, i es pot enunciar com la tendència freqüent a l'ús dels economistes de la Psicologia, els seus conceptes, constructes i teories, sense posseir els coneixements apropiats. En els últims anys aquesta paradoxa es fa cada vegada més evident. Amartya Sen, també Premi Nobel d'Economia el 1998, sosté que hi ha una actitud paradoxal dels economistes respecte a la Psicologia. Tendeixen a creure que aquella pot ser utilitzada per observar la realitat i estudiar el valor agregat dels gustos en els preus i les quantitats, tot ignorant els coneixements que la fonamenten. Amb aquesta actitud antipsicològica, en paraules de Sen, es redueix la teoria de la preferència a un conjunt de proposicions conductuals hereves i prolongació de l'*homo economicus* i de la dura abstracció en economia. És a dir, s'atorga una importància excessiva a les preferències –les necessitats en termes psicosocials– en detriment d'altres processos psicològics d'extrema importància; tals com, per exemple, la presa de decisions i els processos de cognició social.

Resulta evident que les assumpcions dels economistes depenen de raonaments psicològics per a ser plausibles. Els economistes, per exemple, estan molt condicionats per la noció d'elecció racional i, com sosté Sen (1997), la racionalitat és un concepte no aprehensible si no té un motiu afí. La racionalitat és, per la seua naturalesa, una interpretació psicològica que es col·loca en la conducta que s'observa. S'assumeix que les conductes són el resultat d'incentius externs, és a dir, extrínsecs. Aquesta és la raó que, en nombroses circumstàncies, les observacions de la conducta siguin bastant pobres, fins i tot errònies. La informació no conductual tal com els estereotips, la comunicació no verbal, els judicis, els estils mentals, o maneres de pensar, i les emocions poden explicar molt millor la motivació individual, especialment quan les consideracions morals dominen l'elecció.

D'altra banda, les decisions econòmiques estan estretament relacionades amb les normes i pautes vigents en el model econòmic dominant en un context social i històric determinat. No depenen, per tant, únicament de la nostra llibertat per a triar, sinó de les regles, normes i heurístics que antecedeixen les nostres decisions. És a dir, per a salvaguardar la llibertat de les persones és imprescindible considerar les circumstàncies històriques i contingències econòmiques diferencials d'un espai social específic –un país, Espanya, una organització de països, la Unió Europea, o una regió específica del planeta, el Gran Sud– i les regles que organitzen les transaccions econòmiques, la propietat, el mercat i el consum a escala regional, territorial o global.

En aquest punt, les reflexions d'Amartya Sen adquireixen un significat especial: hi ha polítiques econòmiques del benestar i d'altres que s'orienten

a la satisfacció de les preferències i demandes dels consumidors, afirma. No són iguals, ni ofereixen resultats similars i depenen, molt estretament, de l'assignació inicial de recursos en un determinat context socioeconòmic. Així, per exemple, en un context social en el qual no tenim televisió ni ràdio, ni costelles ni hamburgueses, ens té igual el que se'ns ofereix: siga una televisió o una ràdio, siguen costelles o hamburgueses. No obstant això, quan se'ns assigna el recurs corresponent a solament una de les alternatives –per exemple, televisió i hamburgueses– la majoria de les persones tendeixen a quedar-se i acomodar-se amb aquesta opció, encara que més tard tinguen la possibilitat i la llibertat de canviar i fer-ho decidint-se per les altres –ràdio i costelles–.

Quan, per exemple, s'implanten polítiques econòmiques de lliure mercat en contextos de pobresa extrema respectant les preferències de les persones i no el seu benestar, es contribueix a perpetuar la misèria, ja que aquestes preferències estan condicionades per les regles legals, socials i econòmiques establertes amb antelació pel mateix model que s'està imposant.

D'altra banda, moltes altres vegades tendeixen a enfortir els judicis i les regles predominants en el context de partida. En contextos, rics o pobres, en els quals predomine la marginació de la dona, la discriminació racial o el treball dels xiquets, per exemple, les polítiques de lliure mercat tendiran a reproduir, i no a impedir, allò que en aquest context social sembla natural i convenient. Entre altres raons, perquè les empreses, quasi sempre en perfecta consonància amb el seu medi econòmic i social, prevenint les reaccions dels seus clients –components actius d'aquest mitjà social– no contractaran dones, ni persones de les ètnies discriminades i sí ho faran recorrent als xiquets i xiquetes. Una cosa i l'altra pot ser inacceptable, fins i tot il·legal, en altres contextos socials i no ho serà en aquell en què s'opera (Quintanilla, 2014).

No recorde el títol del documental, però transcorria per les muntanyes del nord de l'Índia. Descrivia la vida d'una família descendent dels primers pobladors del lloc. El patriarca de la família explicava la vida que portava i la duresa del treball que havia de fer per a sobreviure amb una esperança de vida de 40 anys. De tant en tant treballava per als grans terratinents conreant una terra que va ser dels seus avantpassats. Recorde bé el moment en el qual somreia forçat davant la càmera afirmant: quan van arribar els colonitzadors anglesos ens van demanar les escriptures de propietat dels terrenys i no vam poder respondre, no sabíem què eren i tampoc les teníem, així és que ens vam quedar sense res.

Psicologia econòmica i Economia conductual

Sovint, els abordatges interdisciplinaris solen produir efectes adversos entre els interessats a preservar «l'essència», delimitació exclusiva i indepen-

dència, de les seues disciplines, i s'oposen obertament a la incursió d'altres investigadors de matèries aparentment alienes. L'exemple més il·lustratiu que he trobat a aquest respecte s'exposa amb claredat meridiana en el text següent de Herbert Simon, un altre agraciat amb el Premi Nobel d'Economia de formació psicològica i punt de partida de les recerques de Tversky i Kahneman. Escriu Simon:

Igual que les nacions, les disciplines són un mal necessari que permeten als éssers humans de racionalitat delimitada simplificar l'estructura de les seues metes i reduir les seues decisions a límits calculables. Però el provincialisme aguaita pertot arreu, i el món necessita desesperadament viatgers internacionals i interdisciplinaris que transmeten els nous coneixements d'un enclavament a un altre.

Com que he dedicat gran part de la meua vida científica a tals viatges, puc oferir un consell als que desitgen portar una existència itinerant. Resulta nefast que els psicòlegs et consideren bon economista i que els científics polítics et consideren un bon psicòleg. Immediatament després d'arribar a terres estranyes cal començar a conèixer la cultura local, no amb la finalitat de renegar dels propis orígens, sinó de guanyar-se el ple respecte dels nadius. Quan es tracta de l'economia, no hi ha cap substitut per al llenguatge de l'anàlisi marginal i de l'anàlisi de regressió, ni tan sols –o especialment– quan la meta que es persegueix consisteix a demostrar les seues limitacions. La tasca no és onerosa; al cap i a la fi aculterem els universitaris en un parell d'anys. A més, pot incitar a escriure articles sobre temes fascinants amb els quals en un altre cas tal vegada no ens haguérem topat mai. Pot ser que siga aquesta la raó per la qual he començat a aprendre xinès i faig recerques psicològiques sobre la memòria per als ideogrames d'aquesta llengua als seixanta-quatre anys d'edat. Un bon sistema per a immunitzar-me contra l'avorriment incipient (Simon, 1991: 419-420).

Cal assumir, d'acord amb la cita d'un autor experimentat com és el cas de Herbert Simon, que la col·laboració interdisciplinària implica dificultats serioses. No obstant això, aquest abordatge és imprescindible per a viatgers internacionals i interdisciplinaris, quan busquen millors explicacions; en aquest cas, relacionades amb el comportament econòmic individual. En aquest sentit, avui sabem –ho he anat argumentant en l'apartat anterior– que algunes de les hipòtesis i assumpcions econòmiques depenen molt estretament de teories i models psicològics (Quintanilla, 1997).

Alguns treballs de la dècada dels noranta així ho recomanen. Especialment mereixen les publicacions dels economistes americans Richard Thaler (1996), Steven Medema i Warren Samuels (1996), Shira Lewin (1996) i Robert Rabin (1998). Amb anterioritat, altres investigadors, en aquest cas psicòlegs europeus, van sostenir que aquesta dependència havia de ser recíproca; destaquen

les publicacions de Fred Van Raaij (1981, 1994), Stephen Lea, Roger Tarpy i Paul Webley (1987). Precisament la confirmació d'aquesta reciprocitat justifica i certifica l'existència d'una Economia amb continguts psicològics i, per descomptat també, una Psicologia Social amb continguts econòmics. És a dir, un espai interdisciplinari en constant desenvolupament en el qual s'interessen disciplines molt diverses (no sols la Psicologia Social, per descomptat, també la sociologia, l'antropologia i altres ciències socials) per investigar processos i comportaments econòmics que d'una altra manera seria ben difícil d'explicar. Aquest és el cas de les disciplines implicades en l'esclariment i valoració de les conseqüències, especialment les psicològiques, de l'actual crisi financera, per exemple (Quintanilla, 2003, 2008, 2009).

No obstant això, la línia històrica que connecta la Psicologia amb l'Economia té un llarg recorregut. Les aproximacions entre la Psicologia i l'Economia –des de l'una cap a l'altra, i inversament– es produeixen des de final del segle XIX. Problemes relacionats amb la comunicació comercial, la recerca de motivacions, el valor subjectiu dels béns i molts altres aspectes de les conductes econòmiques, han atret l'interès tant d'economistes com de psicòlegs. Les connexions entre aquestes disciplines s'han produït tant en l'àmbit acadèmic com en el professional. Encara que de manera desigual, ja que abunden més els estudis sobre la realitat econòmica que sobre la seua teoria. Bona part d'aquests es refereixen a problemes rellevants de publicitat i màrqueting, en tots dos casos per la seua relació amb la gestió comercial i també com a conseqüència de la necessitat de promoure polítiques públiques i socials orientades al consumidor. D'altres es relacionen amb qüestions de tipus més macroeconòmic. Com per exemple, la capacitat dels individus per a prendre decisions econòmiques afectats per factors motivacionals i actitudinals.

La referència nord-americana més freqüent situa l'aparició de la Psicologia del consumidor en els primers anys del segle vint. No obstant això, la presència de la Psicologia econòmica es fa patent un poc abans, si es considera el context europeu. Tots dos espais acadèmics han seguit evolucions diferents. A l'Amèrica del Nord, per exemple, el focus de desenvolupament ha derivat partint del rètol general de conducta del consumidor: *consumer behavior*. No és la meua intenció generar un fals conflicte amb l'antiguitat de les dates i la major o menor importància dels pensadors europeus davant els nord-americans. El que ocorre és que aquests últims sí n'hi atorguen i algunes precisions sobre aquest tema poden ser dignes d'esment. En tot cas, la qüestió a destacar ací és que en aquells anys ja existia un interès bastant generalitzat per explicar el comportament econòmic fent ús de supòsits, teories i models d'origen psicològic. Que per les raons que es van exposant van seguir senderes diferents a Europa i als Estats Units (Quintanilla, 2002).

A la fi del segle passat es va produir a Europa un acostament en el pla teòric entre la Psicologia i l'Economia. Sabem, per exemple, que el 1871 Carl Menger va publicar els seus *Fonaments de l'Economia nacional* –val la pena indicar que en aquells anys Wundt va fundar el primer laboratori de Psicologia experimental i la Psicologia iniciava la seua marxa, s'independitzava de la filosofia i s'allunyava dels problemes econòmics–. Avui el conjunt de principis sustentats en aquella obra es coneix com una escola: l'Escola Marginalista o, el que és més significatiu, l'Escola Psicològica Austríaca. Amb la introducció en l'anàlisi econòmica de la teoria subjectiva del valor i el desenvolupament del concepte de marginalitat –pel qual el valor d'un bé depèn de la satisfacció que produeix l'última unitat d'aquest bé–, es van modificar, per primera vegada, els axiomes més tradicionals de l'Economia clàssica. Això es va fer recorrent a certes teories protocientífiques i psicològiques que ja havien tingut gran importància per a l'emergència de l'Economia com a ciència independent: la motivació, entesa des de perspectives hedonistes, que va tenir com a màxim valedor Jeremy Bentham.

Des de la filosofia, context teòric en el qual s'enquadrava la Psicologia d'aquella època, Gabriel Tarde va publicar deu anys més tard, el 1881, un article en la *Revue Philosophique*, transformat posteriorment en llibre (1902), amb el títol de la «*Psychologie économique*», en el qual per primera vegada i de manera explícita es tracten les relacions entre Economia i Psicologia (Albou, 1984). En aquests textos s'assenyala l'aspecte subjectiu i simbòlic dels fenòmens econòmics. En referència als economistes d'aquella època, Tarde va afirmar que només havien arribat a concebre una naturalesa humana simplificada, esquemàtica i mutilada, en emprar un mínim psicològic per sostenir la base estadística matemàtica de les seues suposicions.

Si amb Gabriel Tarde la Psicologia econòmica va aparèixer en l'escena universitària, va ser amb George Katona amb qui va aconseguir la seua autonomia disciplinar i metodològica. De fet, no són poques les referències que situen el naixement d'aquesta disciplina, de manera definitiva i rigorosa –més enllà d'anteriors temptatives– en els treballs d'aquest autor, essencialment, a partir de la seua obra «Análisis psicológico del comportamiento económico» (*Psychological Analysis of Economic Behavior*, publicada el 1951; primera edició espanyola de 1965; Madrid: edicions Rialp). L'obra de Katona és extraordinàriament prolixa. S'hauria de destacar, no obstant això, encara que la seua autoria siga bastant desconeguda, l'escala per a mesurar els sentiments del consumidor (*Consumer Sentiment Index*, CSI, 1952-1954). Mitjançant aquesta escala es podien mesurar les actituds, expectatives, el grau d'optimisme i pessimisme en un context social específic; el sentiment de «viure bé» o «viure malament». Aquest índex va estar subjecte a verificacions experimentals per a predir el comportament a curt termini dels consumidors, i va confirmar parcialment la seua validesa. No obstant això, combinat amb un nou índex relatiu al nivell d'ingressos

dels consumidors, es va arribar a explicar fins al 91% de la variància en el cas de crèdits per a la compra d'automòbils durant un període de 14 anys (1952-1966). La qual cosa suposa un magnífic exemple de com les variables psicològiques i econòmiques es poden combinar per explicar amb èxit certs fenòmens.

La Primera Guerra Mundial i la forta influència de l'obra de Durkeim van esbiaixar i van marginar les reflexions de Tarde, no obstant això les relacions entre la Psicologia i l'Economia se van mantenir constants i en franc desenvolupament. Pierre-Louis Reynaud (1964), continuador de l'obra de Gabriel Tarde a França, afirmava que la crisi de 1920-1945 es va traduir en un notable avanç de la Psicologia econòmica, ajudada inicialment pel cos teòric de la Psicologia general i més tard pel de la Psicologia social, i es va convertir, des de llavors fins a l'actualitat, en el referent teòric fonamental d'aquesta disciplina. Alhora l'eix de la producció científica es va traslladar d'Europa als Estats Units amb l'arribada a aquest país d'un considerable nombre de científics i professors universitaris que fugien de la persecució i d'un continent devastat. Entre ells viatjava George Katona. Si amb Gabriel Tarde la Psicologia econòmica va aparèixer en l'escena universitària, va ser amb George Katona amb qui va aconseguir la seua autonomia disciplinària i metodològica. La seua obra *Psychological Analysis of Economic Behavior*, publicada en 1951 i traduïda al castellà en 1960, és un referent ineludible i representa el punt d'inflexió des del qual s'inicia un constant i prolix desenvolupament de la Psicologia econòmica.

Així doncs, el que ara es divulga com una nova branca de l'Economia denominada *behavioral economics* no és tan nova i existeix, com a mínim, des de fa cinquanta anys. De fet, va ser Katona dels primers a advertir que els supòsits keynesians en relació a la conducta dels consumidors no sempre es complien o ho feien amb matisos de gran significació. En particular, en relació a la inestabilitat de les despeses de consum a curt termini. Per a Katona, les despeses importants són de tipus discrecional i estan subjectes a judicis i processos de presa de decisions, en contrast amb la idea de Keynes basada en els hàbits i les conductes habituals. En conseqüència, la despesa no és una resposta de caràcter automàtic —és a dir, funcional i/o causal— conseqüència dels índexs econòmics com, per exemple, els ingressos disponibles. Ni sempre ni, tampoc, de la mateixa manera, a un major ingrés correspon una major despesa, i inversament. De vegades, les despeses superen els ingressos i, en d'altres, un major ingrés pot produir un major estalvi i, en conseqüència, una menor despesa.

En conseqüència, des de la tradició europea s'emfatitza la importància de la conducta econòmica. Vegeu, per exemple, la francesa iniciada per Gabriel Tarde (1881) i continuada fins als nostres dies per Pierre-Louis Reynaud (1964) i Paul Albou (1984), i que encara continua (vegeu Dominique Lasarre, 1995; Christine Roland-Lévy i Philippe Adair, 1998). A la qual també podrien afegir-se l'holandesa, l'anglesa, la sueca, la noruega, l'alemanya i, evidentment, també

l'austríaca (Quintanilla, 1997). Efectivament, per als autors més representatius d'aquesta perspectiva, la Psicologia econòmica és l'estudi científic de la conducta econòmica. El 1977 es va constituir l'Associació Internacional per a la Recerca en Psicologiaeconòmica (IAREP: *International Association for Research in Economic Psychology*). Es tracta d'una organització científica de caràcter no lucratiu la principal finalitat de la qual és la recerca i desenvolupament internacional de la Psicologia econòmica, que té quatre-cents membres actius, majoritàriament professors universitaris pertanyents a vint-i-sis països diferents. A més de promoure la publicació d'una revista científica (*Journal of Economic Psychology*) realitza una conferència internacional de periodicitat anual en la qual se sotmeten a debat els resultats de la recerca científica en aquest camp.

George Katona va ser proposat successives vegades al Premi Nobel d'Economia, mai el va obtenir. Potser el context social i econòmic no estava preparat per a atorgar-lo a un psicòleg l'obra del qual tenia i té una forta empremta interdisciplinària. Encara que entre 1952 i 1972 fóra simultàniament titular d'una càtedra de Psicologia i d'una altra de ciències econòmiques de la Universitat de Michigan i s'esforçara per sintetitzar i integrar tots dos coneixements, de manera que Katona va procurar a la Psicologia econòmica una posició privilegiada delimitant-ne el camp d'estudi i dotant-la d'una metodologia rigorosa.

Des de llavors, encara que no del tot coneguda, la Psicologia econòmica ha continuat progressant sota la influència de George Katona. L'any 1972 se li va retre un homenatge en el seu comiat de l'activitat acadèmica que va donar lloc a la publicació de 25 assajos que testimonien la seua influència sobre les ciències socials, especialment de la Psicologia en l'Economia (Strumpel i al., 1972). Pocs anys després es constitueix l'Associació Internacional per a la Recerca en Psicologia econòmica (IAREP, *International Association for Research in Economic Psychology*), l'any 1976. Des de llavors fins ara els congressos s'han vingut succeint ininterrompudament (Quintanilla i Bonavía, 2005), i se'n va celebrar a València el corresponent a 1997. El bagatge de recerques, models i coneixements que s'han anat forjant en aquests quaranta anys és certament formidable. Remet a les actes d'aquests congressos o a consultar la revista més representativa d'aquesta associació científica (*Journal of Economic Psychology*), conformada per psicòlegs, economistes i altres investigadors de les ciències socials, per a la seua verificació. Aquesta representa la tradició europea que s'inicia en Gabriel Tarde, continua amb George Katona i que segueix, ja als Estats Units, amb Herbert Simon.

Avui es pot dir que la tradició nord-americana està representada per l'Economia conductual, que es gesta a l'empara de la Psicologia cognitiva, emergent cap a la dècada dels seixanta, com a prolongació de les recerques d'alguns psicòlegs cognitius i d'acord amb les recerques que s'havien produït a Europa, que

insistien en la necessitat de revisar alguns dels principis del concepte *d'homo-economicus* i els models racionals de la presa de les decisions econòmiques.

Precisament, en el desenvolupament de l'Economia conductual té gran significat la publicació el 1979 de l'article de Daniel Kahneman i Amos Tversky en la revista *Econometrica* amb el títol «*Prospect theory: Decision Making Under Risk*». Aquesta i altres recerques conjuntes condueixen al fet que, mort Amos Tversky el 1996, se li concedira el premi Nobel d'Economia a Daniel Kahneman el 2002. Des de llavors fins ara les publicacions, compilacions, treballs i recerques s'han succeït en progressió geomètrica. Recentment, en l'àmbit de l'Economia conductual, s'han publicat alguns treballs en castellà que destaquen per la seua accessibilitat, el seu rigor i el seu to divulgador. El primer d'aquests és el llibre de Matteo Motterlini (2006), professor d'Economia cognitiva de la Universitat Vita-Salute de Milà, de títol «*Economía emocional. En qué nos gastamos el dinero y por qué*». El segon és el llibre del professor de Psicologia del consumidor en el MIT Donen Ariely (2008): «*Las trampas del deseo. Cómo controlar los impulsos irracionales que nos llevan al error*». I, el tercer, el que han escrit George Akerlof i Robert J. Shiller (2001), tots dos premis nobel d'Economia (2001 i 2013), el primer, professor d'Economia de la Universitat de Califòrnia i el segon, Robert Shiller, professor d'Economia de la Universitat de Yale, el títol del qual és un argument justificatiu a afegir als que s'han anat assenyalant en aquest article: «*Animal spirits. Cómo influye la Psicología humana en la Economía*».

De tots aquests, i altres treballs ressenyats en pàgines anteriors, es pot col·legir que són molt nombroses les recerques que han posat de manifest la gran importància de les limitacions de la racionalitat humana i de les emocions en els judicis i decisions econòmiques, l'optimisme en l'assumpció de riscos, la influència de la por en les prediccions del dany i el paper del que agrada o desagrada en les prediccions factuais.

Les recerques de Daniel Kahneman i la Teoria Prospectiva

Segons Kahneman (2003a), l'arquitectura de la cognició es fonamenta en dos maneres de pensar que tenen les seues conseqüències sobre la presa de decisions. Efectivament, les nombroses recerques de Kahneman i Tversky diferencien entre els processos que seguim quan realitzem una operació matemàtica, per exemple 17 per 258, i quan utilitzem la intuïció quan, «el meu amic és una persona tímida» (Rozin i Nemeroff, 2002). Pel que fa a la intuïció, el sistema perceptiu i les operacions intuïtives –sistema 1– «generen impressions dels atributs dels objectes de percepció i pensament. Aquestes impressions no són voluntàries i no es necessita que s'expliciten verbalment». Els judicis,

contràriament, són, sempre, intencionals i explícits, més enllà que s'expressen obertament o de forma manifesta. D'aquesta manera, la racionalitat –sistema 2– intervé en tots els processos de presa de decisions, en tots els judicis, indiferents al seu origen. Siguen impressions o intuïcions o siguen raonaments deliberats. És a dir, «l'intuïtiu» es refereix a impressions directes.

Des d'aquesta línia de pensament s'han produït una part de les recerques de Daniel Kahneman referides a la rellevància dels heurístics que empren les persones quan han de realitzar tasques relacionades amb la presa de decisions i els biaixos en contextos d'incertesa (Kahneman i Tversky, 1973; Tversky i Kahneman, 1974; Kahneman i al., 1982). Complementàriament, una altra línia de recerca es caracteritza per l'anàlisi dels efectes marc –*framing effects*– i de les seues implicacions sobre els models de l'agent racional (Tversky i Kahneman, 1981, 1986). Entre la primera i la segona podem situar la proposta d'elecció en entorns de risc i aversió a les pèrdues en les eleccions sense risc, conegut com la Teoria Prospectiva (*prospect theory*), (Kahneman i Tversky, 1979; Tversky i Kahneman, 1992), (Kahneman i al., 1990, 1991; Tversky i Kahneman, 1991). És aquesta perspectiva la que es destaca en aquest article.

El terme heurístic, que prové del grec eureka, que significa descobrir, atribuït a la famosa exclamació d'Arquímedes quan trobava la solució d'un problema. Mitjançant l'ús dels heurístics es poden obtenir respostes relativament correctes en alguns casos, però en altres són l'origen de grans errors. En efecte, com ocorre amb altres processos de simplificació, la utilització d'heurístics pot conduir a biaixos en els resultats, en la mesura en què s'exageren o minimitzen certs aspectes de la informació disponible. De similar manera al que ocorre amb les nostres categories mentals o amb el llenguatge, de vegades paguem un alt preu per utilitzar-los. Així com certes categories ens permeten organitzar el món percebut i el llenguatge per comunicar-nos, és freqüent que també ens impedisquen veure l'evident o contribuir als malentesos. En conseqüència, les mateixes regles heurístiques que contribueixen a adaptar-nos a una gran varietat de circumstàncies dissímils amaguen una espècie de taló d'Aquil·les que pot conduir-nos a biaixos i errors (Kahneman i Tversky, 1979).

Al març de 1979 Daniel Kahneman i Amos Tversky publiquen un treball de referència obligada en l'Economia conductual. En aquest article realitzen una crítica profunda a la teoria de la utilitat esperada com a model descriptiu de la presa de decisions sota risc i presenten un model alternatiu al que denominen Teoria Prospectiva.

Des d'aquesta teoria se sosté que l'efecte de certitud contribueix a l'avversió pel risc quan es tracta de guanys segurs i a l'atracció pel risc en el cas d'eleccions que comporten pèrdues segures. És a dir, l'efecte de certesa és la tendència de les persones a subestimar els resultats que només són probables quan els comparen amb els que són més segurs.

Per exemple, suposem que es regalen 10.000 € i que s'ofereixen dues possibilitats: a) aconseguir 5.000 € més, segurs o b) 10.000 € més, amb una probabilitat del 50%. Segons les recerques de Kahneman, la major part de la gent s'inclina per la primera alternativa. Suposem, ara, que es regalen 10.000 € i que s'ofereixen alternatives similars: a) perdre segur 5.000 € o, b) perdre 10.000 € amb una probabilitat del 50%. En aquest cas, la major part de la gent prefereix arriscar-se triant la segona alternativa. No obstant això, les alternatives ofertes són iguals, el que canvia és el referent psicològic. Es tracta del que Kahneman denomina l'efecte aïllament, pel qual les persones, quan l'elecció es presenta en contextos diferents o amb referents psicològics diferents, tendeixen a ignorar els components que són compartits per totes les alternatives.

Les recerques realitzades des de l'enfocament de la Teoria Prospectiva mostren que, fins i tot quan els problemes són summament senzills, els individus solen violar els axiomes fonamentals de l'elecció racional. Per exemple, les persones tractem els guanys i les pèrdues asimètricament, i concedim un pes major a les segones que a les primeres. Es tracta del que els autors van definir com a funció asimètrica del valor. És a dir, el valor subjectiu és una funció còncava per als guanys i convexa en el domini de les pèrdues, reproduint una funció en S, amb major pendent en les pèrdues. Això significa que una pèrdua d' x € es rebutja més del que atrau un guany dels mateixos x €: aversió al risc.

L'exemple més conegut és la comparació entre perdre l'entrada per al teatre o els diners que costa. Els dos casos són iguals en termes econòmics, no obstant això, la major part de la gent deixaria d'anar al teatre si perdera l'entrada i sí que assistiria si perdera els diners. El que ha ocorregut és que ambdues alternatives tendim a valorar-les per separat en lloc de considerar el seu efecte conjunt.

Judicis i consideracions relacionades amb l'estatus, els heurístics de coneixement, els recursos cognitius, el tractament equitatiu, la percepció, el benestar i la reciprocitat influeixen decisivament sobre els raonaments de les persones quan prenen decisions econòmiques. Tot això pot semblar evident a un psicòleg del coneixement o a un psicòleg social cognitiu, però contravé bona part dels principis substancials de l'home econòmic. Efectivament, quan les persones prenen decisions econòmiques solen cometre errors que no són aleatoris sinó sistemàtics. És a dir, segueixen una pauta d'acord amb certes regles pràctiques que usen per estimar els factors de la seua decisió. Aquestes regles mentals són especialment senzilles, estalvien esforços cognitius i ofereixen respostes relativament correctes. Són ràpides i intuïtives i estan constituïdes pels recursos que utilitzen les persones per dirigir la cerca dins de l'espai-problema sense haver d'explorar tot l'espai de manera exhaustiva. És a dir, les persones utilitzem certes dreceres mentals o regles heurístiques.

Les aportacions de Kahneman en el context socioeconòmic present

Ni en la història de l'Economia ni en la de la Psicologia és nova la línia de pensament que ha desafiat el realisme tradicional de la teoria de la utilitat esperada, que és un dels fonaments essencials de l'Economia clàssica. Des d'aquesta perspectiva es defensa que moltes de les prediccions que s'estableixen des de la teoria econòmica depenen de les hipòtesis que es formulen respecte al comportament humà. És a dir, una concepció prèvia i, el que és molt rellevant, no sempre confirmada sobre una possible naturalesa humana específica, inalterable i previsible. Es tracta de l'axioma que sosté que els éssers humans ens condueïm segons la norma, elevada a llei per les primeres teories econòmiques, de la cerca del màxim benefici amb el mínim esforç, i que això és consubstancial a les persones, ja que és una manifestació de la racionalitat humana. Efectivament, l'Economia va sorgir i es va desenvolupar en un context filosòfic dominat pel les teories hedonistes, l'associacionisme i l'empirisme, basant-se en l'observació d'accions reals i en la indiscutible existència d'un *homo economicus* (Quintanilla, 2014), les decisions del qual estan invariablement determinades per l'interès personal i la raó, entesa i justificada a través de l'egoisme, que és, definitivament, providència de Déu.

No obstant això, des de la seua emancipació i consolidació com un saber estructurat, aquests principis axiomàtics han estat reiteradament revisats, discutits, posats en dubte i, en algunes ocasions, fins i tot, rebutjats. Amb la concessió del Premi Nobel d'Economia a un economista i a un psicòleg es van fer molt més evidents, van aconseguir notorietat pública i es va posar de manifest que la Psicologia, més específicament, la Psicologia econòmica, té alguna cosa a aportar, juntament amb l'Economia experimental, al saber i als coneixements de la teoria econòmica (Kahneman, 2003b, 2003c).

Com ja s'ha dit, això no és nou, el que sí és rellevant és la confirmació i el reconeixement científic d'aquesta especialitat de la Psicologia social en el context general de les ciències socials. Però, convé advertir, que no es tracta d'una nova especialitat, encara que així es divulgue en els mitjans de comunicació, sinó que, per contra, els seus orígens es remunten a l'última dècada del segle XIX, i des de llavors fins ara la col·laboració entre psicòlegs i economistes s'ha fet cada vegada més evident i ha arribat a la seua consolidació en el moment actual.

Resumint i sintetitzant. En primer lloc, es posa en entredit, o almenys s'atenua, el supòsit d'un *homo economicus* egoïsta i maximitzador, de manera que les explicacions de les conductes econòmiques reals s'han de fer des de perspectives més complexes, evitant, de vegades, el simplisme amb què han estat abordades des del model dominant. En segon lloc, l'assignació dels recursos inicials influeix i modela els judicis i valors de les persones i, també, les se-

ues preferències i genera els estats referencials específics en/des dels quals es manifesten les actituds i les conductes econòmiques. I, en tercer lloc, aquestes conclusions haurien d'impulsar la reflexió i els debats socials i científics sobre les normes legals i els valors que prevalen en contextos socials determinats.

D'altra banda, també aquesta línia de pensament ens impulsa a reflexionar sobre molts dels aspectes i tasques que configuren la intervenció en Psicologia del treball i de les organitzacions. Molt en particular pel que fa a l'actual tendència cap a la gestió de la complexitat i de la incertesa, les empreses i les persones i el que es coneix amb els rètols de gestió de coneixement. Tot això està en estreta consonància amb el que s'ha descrit en aquestes línies. En realitat, un directiu, fins i tot, la major part dels empleats, ha d'estar preparat per a prendre decisions econòmiques amb recursos, generalment escassos, en situacions d'incertesa. La solució a la potencial dificultat de tals decisions es troba en les persones, més específicament en els coneixements de les persones. El que ocorre és que el coneixement no es descobreix, es construeix. És construcció del passat que es projecta cap al futur, resultat de l'acumulació de sabers que els nostres avantpassats van anar erigint (Quintanilla, 2002).

Les recerques de Smith i Kahneman formen part d'aquest meravellós procés que de manera encadenada i solapada va constituint la història del saber humà universal. Caldrà tenir-les ben presents, prendre'n consciència i anar més allà de la simple anècdota de la concessió del Premi Nobel d'Economia a un psicòleg. Com s'ha pogut comprovar, no és cosa nova; sí ho és quan el que s'assenyalava des de fa ja molt temps, tant per psicòlegs com per economistes, rep un suport públic de gran transcendència. Ara, per a molts, la col·laboració interdisciplinària es converteix en una necessitat científica procliu a l'anàlisi d'un mateix fenomen social des de perspectives diverses i complementàries. I és que, en definitiva, processos complexos –i les accions econòmiques ho són–, defugen la simplicitat i requereixen múltiples i originals abordatges.

Referències

- Albou, P. (1984). *La Psychologie Économique*. París: Presses Universitaires de France.
- Ariely, D. (2008). *Las trampas del deseo. Cómo controlar los impulsos irracionales que nos llevan al error*. Barcelona: Ariel.
- Camerer, C. F.; Loewenstein, G. i Rabin, M. (ed.) (2003). *Advances in behavioral economics*, Princeton University Press, Princeton.
- Kahneman, D. (1986). «Comment», en Cummings, R. G.; Brookshire, D. S. i Schultze, W. D. (ed.), *Valuing environmental goods*, Rowman i Allenheld, Totowa, pp. 185-193.

- Kahneman, D. (1994). «New Challenges to the Rationality Assumption», *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 150(1), març, pp. 18-36.
- Kahneman, D. (2000). «Evaluation by Moments: Past and Future», en Kahneman, D. (2003a), «Mapas de racionalidad limitada: psicología para una economía conductual». *Revista Asturiana de Economía. RAE*, 28.
- Kahneman, D. (2003b). «A Psychological Perspective on Economics», *American Economic Review*, 93(2), maig, pp. 162-168.
- Kahneman, D. (2003c). «A Perspective on Judgment and Choice: Mapping Bounded Rationality», *American Psychologist*, 56(9), setembre, pp. 697-720.
- Kahneman, D. i Tversky, A. (1973). «On the Psychology of Prediction», *Psychological Review*, 80(4), juliol, pp. 237-251.
- Kahneman, D. i Tversky, A. (1979). «Prospect Theory: An Analysis of Decisions Under Risk», *Econometrica*, 47(2), març, pp. 263-291.
- Kahneman, D. i Tversky, A. (ed.) (1982). *Choices, values, and frames*, Cambridge University Press, Nova York, pp. 693-708.
- Kahneman, D. i Tversky, A. (ed.) (2000). *Choices, values, and frames*, Cambridge University Press, Nova York, pp. 268-287.
- Kahneman, D.; Fredrickson, B. L.; Schreiber, C. A. i Redelmeier, D. A. (1993). «When More Pain is Preferred to Less: Adding a Better End», *Psychological Science*, 4(6), novembre, pp. 401-405.
- Katona, G. (1960). *Análisis psicológico del comportamiento económico*. Madrid: Rialp.
- Katona, G. (1964). *The Mass Consumption Society*. New York: McGraw-Hill.
- Katona, G. (1975). *Psychological Economics*. New York, Elsevier Scientific Publishing. Co. Inc.
- Katona, G. i Curtin, R. T. (1980). «Problem oriented rather than discipline-oriented research». *Advertising Consumer*, 7, pp. 44-46.
- Lasarre, D. (1995). *Psychologie sociale et économie*. Paris: Armand Colin.
- Lea, S.; Tarpy, R. M. i Webley, P. (1987). *The Individual in the Economy. A Survey of Economic Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lewin, S. B. (1996). «Economics and Psychology: Lessons For Our Own Day From the Early Twentieth Century». *Journal of Economic Literature*, XXXIV, pp. 1293-1323.
- Medema, S. G. i Samuels, W. J. (1996). *Foundations of Research in Economics: How Do Economics the Economist?*. Cheltenham: Edward Elgar, pp. 227-237.
- Motterlini, M. (2006). *Economía emocional. En qué nos gastamos el dinero y por qué*. Barcelona: Paidós.
- Quintanilla, I. (2008). «Percepción psicológica de la crisis». *Tribuna Complutense*, 65, p. 4.

- Quintanilla, I. (2002). *Psicología del consumidor*. Madrid: Prentice-Hall.
- Quintanilla, I. (2003). «Un Premio Nobel para nuevas perspectivas en la investigación económica y psicológica». *Papeles del Psicólogo*, 23(84), pp. 71-82.
- Quintanilla, I. (2009). «Crisis financiera y economía conductual». *Infocop*, 46, gener-febrer, pp. 6-10.
- Quintanilla, I. (2010). «La Psicología económica y del consumidor en la sociedad de la complejidad y la incertidumbre». *Informació Psicològica*, 100, pp. 115-128.
- Quintanilla, I. (2010). Motivación y crisis económicas. *Revista de psicología de la motivación*, 11, pp. 112-165.
- Quintanilla, I. (2014). *¿Valores o valores económicos? ¿Qué necesitamos? Una sociedad de consumidores sin trabajo o con trabajo precario*. Madrid: Pirámide.
- Quintanilla, I. i Bonavía, T. (2005). *Psicología y economía*. València: PUV.
- Rabin, M. (1998). «Psychology and Economics». *Journal of Economic Literature*, XXXVI, pp. 11-46.
- Reynaud, P. L. (1975). *La Psychologie économique*. París: PUF.
- Roland-Lévy, C. (ed.) (1996). «Social and Economic Representations». *XXIst. Colloquium of International Association for Economic Psychology*. Université René Descartes, París, setembre 11-15.
- Roland-Lévy, Ch. i Adair, Ph. (1998). *Psychologie Économique. Théories et Applications*. París: Economica.
- Rozin, P. i Nemeroff, C. (2002). «Sympathetic Magical Thinking: The Contagion and Similarity Heuristics», en Gilovich, T.; Griffin, D. i Kahneman, D. (ed.), *Heuristics and biases: The psychology of intuitive thought*, Cambridge University Press, Nova York, pp. 201-216.
- Sen, A. (1997). *Bienestar, justicia y mercado*. Barcelona: Paidós.
- Simon, H (1982). *Models of Bounded Rationality*, Vols. 1 i 2. MIT Press. His papers on economics.
- Simon, H. (1955). «A Behavioral Model of Rational Choice». *The Quarterly Journal of Economics*, 69(1), (feb., 1955), pp. 99-118.
- Simon, H. (1991). «Vivir en el espacio interdisciplinar». En Szenberg, M. (ed.) *Grandes economistas de hoy* (pp. 407-420). Barcelona: Debate, Círculo de Lectores.
- Strumpel, B.; Morgan, J. N. i Zahn, E. (ed.) (1979). *La conducta humana en las realizaciones económicas*. México: Trillas.
- Tarde, G. (1902). *La Psychologie Économique*. París: Alcan.
- Thaler, R. H. (1980). «Toward a Positive Theory of Consumer Choice», *Journal of Economic Behavior and Organization*, 1(1), pp. 36-90.

- Thaler, R. H. (1985). «Mental Accounting and Consumer Choice», *Marketing Science*, 4(3), pp. 199-214.
- Thaler, R. H. (1991). *Quasi rational economics*, Russell Sage Foundation, Nova York.
- Thaler, R. H. (1992). *The winner's curse: Paradoxes and anomalies of economic life*, Free Press, Nova York.
- Thaler, R. H. (1999). «Mental Accounting Matters», *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(3), juliol, pp. 183-206.
- Van Raaij, F. (1981). «Economic Psychology». *Journal of Economic Psychology*, 1, pp. 1-24.
- Van Raaij, F. (1994). «The Economy is too important to leave it to economists. The contribution of psychologists». *23 International Congress of Applied Psychology*, Madrid, 17-22, juliol.
- Webley, P. i Walker, C. (1999). *Handbook for the Teaching of Economic and Consumer Psychology*. Bath: DFEE.

Data de recepció: 07-01-2017

Data d'acceptació: 07-02-2017