

18/05/2016

Dime dónde andas

TXT ANABEL BELAUS IMG NINÍ MALAMUD

¿Cómo afecta el entorno nuestras decisiones? ¿Si te digo con quién ando, me dirás quién soy?

If they say – Why? Why?
Tell them that is human nature
Michael Jackson

Si hay un lugar que nuclea a gente de todo tipo es la heladería en enero. Salvo algunos especímenes extraños e incomprendidos que no gozan del refrescante sabor de la crema congelada, el calor genera en todos el deseo irrefrenable del cucurucho rebosante de calorías y salsas que rara vez tienen el sabor que prometen, pero encantan igual.

En eso estaba yo, ya con el ticket en la mano, esperando que el flaco del otro lado del mostrador me preguntara por los sabores que quería en mi 1/4 kg de elixir, cuando escuché (un poco sin querer, un poco de chusma incurable) la conversación entre dos tipos que esperaban detrás de mí. Como pasa siempre que se escucha una conversación sin tarjeta de invitación, se hizo incomprensible en términos globales, pero una frase fue clara: '***Está en los genes, loco***. *Somos así y vamos a ser así acá, en la Quiaca y en la China...'.*

No es que fuera la primera vez que escucho ese tipo de argumentos, pero por alguna razón me dejó pensando. Tampoco es que niegue que hay aspectos comunes a todos los seres humanos, ni que existen genes que influyen fuertemente en lo que somos. **Pero determinar qué constituye la 'naturaleza humana' es una tarea por demás compleja, que requiere múltiples abordajes y estudios que, de todos modos, pueden no ser concluyentes.** Que se nos ocurran muchos ejemplos de algo no significa que realmente sea para todos así. Además, y más importante aún, reducir la explicación del comportamiento a la naturaleza humana, **parece negar el fundamental rol que el contexto** tiene en todo lo que hacemos.

Entre tu casa y mi casa hay una **interminable lista de cosas que difieren**, como el color de tus paredes, el paisaje que ves por la ventana, los muebles y los pósters que decoran tu cuarto. Ni hablar de las diferencias sociales, culturales, económicas y hasta idiomáticas incluso entre personas con intereses similares, como nosotros que se nos dio por encontrarnos acá, en esta nota.

Si bien la idea data de antes, un aporte súper claro para entender esta cuestión vino de la mano de **dos psicólogos** (que justamente por éste y otros aportes ganaron el Premio Nobel de economía en 2003). **Para entender lo que hicieron, imaginemos la siguiente situación**:

Acaban de nombrarte parte de la importantísima comisión que **decide sobre programas de salud a nivel mundial**. Estás feliz y con ganas de brindar hasta el cansancio, hasta que se te presenta la primera tarea. Resulta que **se prevé el brote de una enfermedad nueva que matará a unas 600 personas**. Los otros miembros de la comisión están empatados, así que vos tenés que elegir entre dos

potenciales planes para encarar el problema (no, no hay tercera opción, no insistas). Si elegís el **plan A**, se salvarán 200 personas. Si elegís el **plan B**, hay 1/3 de probabilidades de que se salven 600 personas y 2/3 de que no se salve ninguna.

Para que esto tenga sentido, es importante que elijas uno de los dos planes antes de seguir leyendo. ¿Listo?

Pero como en todo comité de decisión, **cuando parece que está todo listo alguien cae con algo nuevo**, se arma la bronca, cambia la bocha y te dicen que tenés que volver a elegir. Ahora la cuestión es así: si elegís el **plan A** morirán 400 personas; si elegís el **plan B**, hay 1/3 de probabilidades de que no muera nadie, y 2/3 de probabilidades de que mueran 600 personas. **¿Elegiste?**

Este estudio fue replicado muchas veces, y los resultados van siempre para el mismo lado. **Cuando se plantea el primer escenario de decisión, la mayoría de los participantes está en favor del plan A** (algo del 72%), mientras que **cuando se muestra el segundo, la mayoría elige el plan B** (y sólo 22% el A) ¿Coincide con lo que elegiste vos? Si los volvés a leer, vas a notar que en realidad **los planes son iguales en ambos casos**, sólo que fueron descriptos de manera diferente. Mientras que en el primer escenario te dicen cuánta gente se salvará (200 de 600 personas), en el segundo te dicen cuánta morirá (400 de 600). **El énfasis en las muertes del segundo escenario hace que sea más atractivo el riesgo** (preferís apostar al plan B, aunque exista una alta probabilidad de que todos mueran). Por el contrario, **en el primer escenario se hace hincapié en las vidas que se salvarán, lo cual te lleva a preferir el plan A**, es decir, **la ganancia segura**. Este fenómeno se llama **'efecto de marco'**, y básicamente implica que situaciones lógicamente equivalentes pero con distintas descripciones dan lugar a decisiones diferentes.

En el ámbito de los juegos experimentales hay un estudio que es interesantísimo. Pusieron a los participantes a entretenerse con un juego muy utilizado en **economía comportamental**, que básicamente consiste en **decidir si ponés plata para un pozo común que beneficia a todos o te la guardás para vos**. La particularidad de este estudio es que a un grupo le dijeron que el juego se llamaba "Juego de la Comunidad", mientras que a otro grupo le dijeron que se llamaba

"Juego de Wall Street". Con esa simple modificación **los resultados fueron llamativamente diferentes**: en el de la Comunidad los participantes contribuyeron más al pozo común, mientras que en el juego de Wall Street la mayoría prefirió quedarse con la guita. Una explicación que se da a estos resultados (y otros similares de estudios del mismo tipo) es que el nombre del juego activa distintas normas y objetivos, dependientes del contexto. Así, parece que **pensar en términos de comunidad activa normas de cooperación y construcción colectiva**, mientras que **referencias relacionadas al mercado financiero resaltan el objetivo de aumentar las ganancias y el pensamiento individualista.** TRANCU.

Ahora, todo bien, pero esos son **datos generados en el laboratorio**, lo cual implica que, aunque nos aportan datos súper interesantes (y más 'limpios'), la posibilidad de generalizar los resultados es un poco limitada. Justamente por eso, lo ideal es **complementar** los estudios de laboratorio **con estudios *de campo*** que, aunque con menos claridad en cuanto a los factores intervinientes, nos muestran lo que pasa posta, ahí, en el ruido de lo cotidiano.

Por suerte hay investigaciones que ya se propusieron ver si cambios sutiles en el entorno físico afectan el comportamiento de las personas. **En uno de esos estudios**, lo que hicieron fue irse a un estacionamiento de un centro comercial y jugar con los carritos del súper. **Durante una semana se encargaron de que los carritos estuvieran siempre desordenados** (sí, hay trabajos muy divertidos)**, mientras que durante la segunda estuvieron siempre guardados y en orden**. La cuestión es que además de boludear con los changuitos, los investigadores pusieron folletos en los parabrisas de los autos estacionados, y se dedicaron a observar y anotar (sin que los vieran) cuántas personas tiraban los folletos al piso. Los resultados fueron clarísimos: **muchas más personas tiraron el folleto al piso cuando los carritos estaban desordenados que cuando estaban guardados.** Hicieron pruebas similares en un estacionamiento de bicis y obtuvieron resultados similares: cuando hay bardo, más gente tira basura al piso. Como si fuera poco, **en otro estudio parecido encontraron que más gente**

devuelve un sobre con dinero si el lugar donde lo encontró está limpio, pero mucha menos gente lo hace si el lugar está sucio.

¿Implica eso entonces que lo que traemos en los genes no importa? No, no es eso. Si de algo estamos seguros es de que el ser humano es súper complejo. Quizás lo que pasa es que nuestra naturaleza es ser altamente sensibles al contexto, o tal vez más que enredarnos en la disputa entre natural versus social, tengamos que aprender a pensar en términos de su interacción. **Ni puros genes ni sólo contexto**.

Resulta claro que estaría bueno empezar a pensar mejor qué contextos construimos como sociedad (tanto físicos como simbólicos), y en qué *marcos* participamos como individuos. Lo que traemos de fábrica es sólo una parte de lo que somos y podemos ser. Un entorno común más rico y adecuado puede predisponernos a ser más copados entre nosotros y hasta derribar varios mitos y prejuicios (teléfono para la meritocracia). Los resultados pueden ser muy diferentes y, al final, capaz que por fin entendemos que realmente **uno es uno y sus circunstancias.**

elgatoylacaja.com/dime-donde-andas

Sumate en
eglc.ar/bancar