



UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

La felicidad como objetivo superior y función del desarrollo en la economía del bienestar

Jorge A. Ortega Cerón

Universidad Nacional de Colombia
Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de Economía
Bogotá, D.C., Colombia
2011

La felicidad como objetivo superior y función del desarrollo en la economía del bienestar

Jorge A. Ortega Cerón

Tesis presentada como requisito parcial para optar al título de Magíster en Ciencias
Económicas

Director:
Ph.D. Manuel J. Antonio Muñoz Conde

Línea de Investigación:
Economía del desarrollo

Universidad Nacional de Colombia
Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de Economía
Bogotá, D.C., Colombia
2011

Resumen

Tanto en la teoría como en la práctica, el desarrollo se ha tratado predominantemente como un proceso para generar bienestar a las personas, en términos de comodidad, mediante la provisión de satisfacciones económicas que se obtienen del consumo racional de bienes y servicios mercadeables. Sin embargo, la crisis del desarrollo en los años sesenta, dio paso para que en la economía se reiniciara la búsqueda de una perspectiva alternativa, en la que se reconoce que el propósito del desarrollo es la generación de la mayor felicidad general, sencillamente porque la felicidad es el fin último del ser humano, al que todas las otras cosas se orientan, por lo tanto, es un fin que no se agota en ni con el crecimiento económico per se, porque además de la comodidad se necesita del placer para ser feliz, placer cuyas principales fuentes generadoras son satisfacciones no económicas que se encuentran por fuera del mercado y que se relacionan con cosas como las relaciones interpersonales, la satisfacción del trabajo, la creencia en Dios, etc. Es justamente en esta perspectiva, que reconoce la racionalidad limitada del individuo, en la que se inscribe este trabajo, con el que se pretende aportara la búsqueda de respuestas a la pregunta si la felicidad puede ser el objetivo superior y una función viable del desarrollo en la economía del bienestar.

Palabras clave: Economía del bienestar, desarrollo, satisfacciones económicas/satisfacciones no económicas, comodidad, placer, racionalidad limitada, felicidad.

Abstract

Both in theory and in practice, the development has been treated predominantly as a process to generate well-being for the people, in terms of comfort, by providing economic satisfactions obtained from the rational consumption of marketable goods and services. However, the crisis of development in the sixties, gave way to the economy restarted the search of an alternative perspective, which recognizes that the purpose of development is the generation of greater overall happiness, simply because happiness is the ultimate goal of human being, all other things are directed, therefore, is an end that does not end in or with the economic growth per se, because in addition to the comfort needs of pleasure to be happy, pleasure whose main sources are non-economic satisfactions that are outside the market and that relate to things like interpersonal relationships, job satisfaction, belief in God, etc. It is precisely in this perspective that recognizes the individual's bounded rationality, which is part of this work, which is intended to contribute to the search for answers to the question if happiness can be the goal and a viable function of the development in the welfare economics.

Keywords: Welfare economics, development, economic satisfaction / non-economic satisfaction, comfort, pleasure, bounded rationality, happiness.

CONTENIDO

Resumen	3
Abstract	4
1. Introducción	7
2. Antecedentes.....	11
3. La felicidad como fin último del desarrollo.....	15
4. Críticas al enfoque tradicional de la economía del bienestar.....	19
5. Un enfoque alternativo al enfoque tradicional de la economía del bienestar	27
5.1. La teoría psicológica de la motivación del comportamiento del consumidor: En búsqueda de la comodidad y el placer	27
5.1.1. En búsqueda de la comodidad: La satisfacción de las necesidades humanas y la lucha contra el aburrimiento	29
5.1.2. El placer de la satisfacción de necesidades y el placer de la estimulación	31
5.2. La libertad como condición necesaria de la capacidad para ser feliz.....	36
5.3. La educación como factor clave de la felicidad	37
6. Los indicadores tradicionales del desarrollo como indicadores parciales de felicidad ..	41
7. La función de felicidad	43
8. La medición de la función de felicidad.....	59
9. Conclusiones	67
10. Perspectivas de investigación para el futuro	73
Referencias bibliográficas	75
Páginas web	82

1. Introducción

A través de la historia el desarrollo ha sido entendido y promovido desde diversos enfoques, de acuerdo con los intereses y la correlación social de fuerzas imperantes en cada época.

Particularmente en el mundo de la economía, el tema del desarrollo, desde que surgiera explícitamente al finalizar la Segunda Guerra Mundial, ha experimentado muchos cambios tanto en la práctica como en la teoría, obedeciendo a la propia dinámica interna de esta última o en respuesta directa a observaciones empíricas (Sen, 1998, pp. 75 – 76), oscilando pendularmente entre unos enfoques en los que el hombre se asume (directa o indirectamente) como el principal medio para la generación de riqueza material (son los casos, por ejemplo, de los enfoques de desarrollo que lo igualan a crecimiento económico o a crecimiento económico más sostenibilidad del medio ambiente, etc.) y otros en los que el ser humano se propone como el fin del desarrollo (como por ejemplo, los enfoques del desarrollo sustentable, de las necesidades básicas¹, del desarrollo a escala humana, del desarrollo como libertad, del desarrollo para generar la mayor felicidad general, etc.).

En términos generales, todos estos enfoques se pueden clasificar en dos grandes grupos. En uno encontramos en común una concepción del desarrollo como un proceso inherentemente cruel, basado en unos principios morales que podrían resumirse en “sangre, sudor y lágrimas” (son los enfoques tradicionales del desarrollo que lo equiparan a progreso, modernización, industrialización o crecimiento económico, asumiéndose estos conceptos como sinónimos y en los que el hombre normalmente aparece como el medio para generar desarrollo). Para estos enfoques el desarrollo exige aceptar ciertos sacrificios en el corto plazo, como por ejemplo, unas prestaciones sociales reducidas, gran desigualdad social, autoritarismo, etc., con el fin de lograr aceleradamente altos niveles de acumulación de capital y, por lo tanto, altos niveles de crecimiento económico, que en el largo plazo, a través de un efecto natural de filtración, se supone que terminan siempre por beneficiar a todo el mundo. Esta concepción fue una característica permanente del pensamiento económico de posguerra, en manos, por ejemplo, de Nurkse (1953), Lewis (1955) y Baran (1957), herederos de las contribuciones sobre el “óptimo de acumulación” de Ramsey (1928), de Tinbergen (1956)², entre otros. En el otro grupo (que incluye los enfoques de desarrollo más centrados en el ser humano como fin último, como por ejemplo, el desarrollo como libertad y el desarrollo como felicidad), predomina una concepción que considera el desarrollo como un proceso esencialmente amigable, donde se destaca la cooperación entre los individuos, tanto a través del mercado como de la acción estatal. Estos enfoques distan mucho de parecerse a los primeros modelos de la teoría del crecimiento de posguerra o incluso de los primeros análisis neoclásicos y traen consigo el restablecimiento de una corriente de pensamiento antigua y a la vez marginada, como por ejemplo, la de Smith en *La riqueza de las naciones* y, por supuesto, la de Bentham, de fundamentación claramente aristotélica. Producto de esta evolución de ideas y de experiencias, nuestra comprensión de los procesos de desarrollo es mucho más completa hoy que hace cincuenta años (Sen, 1998, pp. 76 y 78 – 89).

¹ Iniciado en los años setenta y ochenta por Paul Streeten, Frances Stewart y Mahbub ul Haq, entre otros.

² Las referencias bibliográficas de estos autores son de Sen (1998, p. 80).

Sin embargo, durante este tiempo el desarrollo se ha propuesto o se ha impuesto, en general, como concepto maestro, evidente, empírico y rico, sin tenerse en cuenta que también ha resultado no en pocas ocasiones oscuro, incierto, mitológico y pobre. En este sentido, el problema preliminar del desarrollo es un problema de conceptos (Morin, 1996). Si hay crisis de desarrollo, uno de sus primeros efectos es el de convertir en dudoso y turbio aquello que se creía era cierto y claro y el de plantear contradicciones al interior de un concepto que parecía coherente, incluso mucho más que el concepto de desarrollo biológico, de donde había surgido en gran parte (olvidándose que aún en el nivel biológico el proceso de desarrollo tiene lugar con limitaciones, con constricciones y regresiones, que por supuesto, se presentan multiplicadas por miles en el mundo del desarrollo económico).

No obstante, el gran paradigma del humanismo occidental, según el cual este desarrollo económico, mantenido por la interasociación de la razón, la ciencia, la técnica y la industria, garantiza por sí mismo la expansión y el progreso de las virtudes, de las libertades y de los poderes humanos, fue moldeando y extendiendo este concepto, con mayor fuerza desde la década de los sesenta, principalmente sobre la base del mito de la sociedad industrial y el mito concomitante del crecimiento industrial, con lo que la industrialización (como medio) para el desarrollo humano fue convertida en crecimiento para el crecimiento. La consecuencia lógica de esta perspectiva del desarrollo ha sido que la economía comúnmente equipare los cambios en la felicidad de una sociedad con los cambios en su poder adquisitivo (Layard, 2005, p. 11).

En este orden de ideas, es evidente que en la raíz misma del concepto de desarrollo, lo que resulta pobre es precisamente aquello que parece a primera vista rico: la idea de hombre y la idea de sociedad. En otros términos, desde este punto de partida se fue construyendo una concepción de desarrollo sobre la base de un mito humanístico/racionalista, unidimensional y pobre del hombre y sobre la base de una idea mecanicista/economicista sorprendentemente limitada de la sociedad y fueron estas falencias las que precisamente llevaron en los años sesenta a la crisis del desarrollo (como concepto y como proceso), toda vez que el crecimiento económico, el equilibrio, la expansión de las capacidades humanas, la libertad, el bienestar y la felicidad que pretendía integrar armónica y simbióticamente, entraron en antagonismos más que evidentes y entonces lo que se aceptaba con certeza se vio inseguro, generando un gran malestar, por lo que esta misma crisis fue para muchos el aliciente para iniciar o reiniciar la búsqueda de los fundamentos perdidos y de ahí la devaluación de la modernidad en favor o bien de un postmodernismo o bien de un neotradicionalismo.

Para el caso de la economía, este cambio de dirección en la mirada se dio en varios sentidos, uno de los cuales, que cada día adquiere mayor fuerza, reconoce explícitamente que el propósito del desarrollo es la generación de la mayor felicidad general y que este objetivo no se agota completamente en ni con el crecimiento económico per se. Aunque se acepta que el nivel de ingresos resulta importante para este fin, no es el único factor determinante, existiendo otros que también deben ser estudiados y tenidos en cuenta en todo esfuerzo de generar desarrollo en cualquier sociedad. La historia de los últimos cincuenta años apoya esta nueva perspectiva, en la que los sentimientos readquieren protagonismo (Layard, 2005, p. 11).

A este estudio precisamente muchos economistas y otros científicos sociales se han dedicado en las últimas décadas y es dentro del cual se inscribe el presente trabajo, con el que se pretende aportar, principalmente desde la economía, la psicología y la filosofía y desde un enfoque más teórico que empírico, más analítico y propositivo que descriptivo, más cualitativo que cuantitativo, inductivo y deductivo a la vez, a la búsqueda de respuestas a la pregunta si *la felicidad puede ser el objetivo superior y una función viable del desarrollo en la economía del bienestar*, a partir de una revisión de las principales críticas realizadas al enfoque tradicional de esta economía desde las propuestas neoutilitaristas del bienestar, proponiendo una función de la felicidad para valorar el desarrollo, evaluando de paso la utilidad de indicadores como la renta per cápita para realizar esta valoración en términos de felicidad y derivando conclusiones generalizables para el diseño e implementación de políticas públicas orientadas hacia este fin último.

2. Antecedentes

Con relación al concepto de bienestar, normalmente la economía ha mantenido una posición ambigua, derivada en gran parte de la persistente preocupación por la posibilidad efectiva de poderlo medir.

En general, se puede decir que el bienestar es una evaluación que hace el individuo de su situación en términos de clasificaciones verbales relacionadas con sentirse bien o mal, lo que para muchos economistas no ha sido un buen punto de partida para la formación de una teoría cuantitativa. Sin embargo, se ha demostrado que muchas cosas se pueden evaluar mediante categorías textuales traducibles a una escala numérica. Por ejemplo, la evaluación de resultados escolares se hace frecuentemente en términos de una escala de 0 a 10, donde 10 significa “excelente”, 9 “muy bueno”, 8 “bueno”, etc. Aunque al comienzo nos parezcan extrañas, después de usarlas regularmente, estas evaluaciones numéricas se vuelven inherentes a nuestro patrón de valor y empezamos a pensar en esos términos valorativos. Esto puede aplicarse también al concepto de bienestar, como se puede leer en economistas clásicos como Edgeworth (1881) y Cohen Stuart (1889), pero no según Pareto (1904), para quien no era necesario, para explicar el problema del consumidor, suponer comparables las diferencias de utilidad o, más técnicamente, suponer alguna utilidad cardinal, ni mucho menos para Robbins (1932), quien niega la existencia de una función de utilidad cardinal mensurable y proclama, por lo tanto, la imposibilidad de medir un concepto de esta clase, ni para Samuelson (1947), para quien la utilidad no parecer ser un concepto operacional. Desde entonces, la corriente principal de la economía ha aceptado esta última conclusión, con lo que todas las comparaciones de bienestar han quedado prácticamente prohibidas, excepto para la suposición de que si un individuo A no tiene menos de cualquier cosa que un individuo B, no puede estar peor que B, de lo que se deriva que una asignación de bienes sociales para los individuos puede mejorarse si nadie obtiene menos y por lo menos alguien obtiene más en la asignación nueva (Van Praag, 2000, pp. 466 – 469³).

Pero esta historia no siempre fue así. A finales del siglo XIX, para la mayoría de los economistas ingleses, la economía tenía que ver con la felicidad, variable que asumían tan mensurable como la temperatura, comparable interpersonalmente, cardinal e inversamente proporcional en el margen al crecimiento de la renta. Este enfoque estaba en consonancia con la psicología (de los sentimientos humanos) de esos tiempos, como la de William James, razón por la cual el concepto de bienestar se relacionaba en esa época, en forma considerable, con los placeres del consumo, prevaleciendo la noción de utilidad experimentada, en contraste con la noción de utilidad de la decisión de la economía actual, en auge desde principios del siglo XX (Kahneman & Thaler, 1991, p. 341, 2006, p. 222). El mismo Adam Smith (2000) y Mill (1978, 2002) reconocían la importancia de la felicidad en la economía y el papel instrumental de las riquezas materiales para alcanzar este fin. Pero entonces, la psicología tuvo un cambio para volverse conductista, principalmente con Watson, Pavlov y Skinner, quienes defendían la imposibilidad de conocer los sentimientos de la gente, concluyendo que todo lo que podemos hacer es estudiar su comportamiento. El conductismo fue desde entonces la idea predominante y, desde los años 30, también en la economía, permitiendo solamente

³ A este autor también corresponden las referencias bibliográficas incluidas en este párrafo.

un concepto de bienestar ordinal, al suponer que el comportamiento de una persona depende simplemente de las opciones disponibles y de cuál le gusta más y no de cuán intensamente prefiere una situación a otra. Desde esta nueva perspectiva, puesto que la persona siempre va a elegir la situación preferida entre las que tiene disponibles, es posible deducir sus preferencias a partir de su comportamiento, pero no podemos decir nada sobre la intensidad de estas preferencias ni sobre la felicidad conseguida con la situación elegida. A este enfoque se sumaron dos supuestos adicionales. Con el primero los economistas asumieron (y todavía muchos lo hacen) que las preferencias del individuo no cambian en el corto ni en el mediano plazo, con lo que si ahora puede consumir más que antes, deber ser necesariamente porque ahora se encuentra mejor. El segundo supuesto tiene que ver con la compensación hipotética, según la cual las personas que salen ganando en una determinada situación pueden compensar a las que salen perdiendo y todavía quedarse con algo de la ganancia obtenida, con lo que en últimas el bienestar nacional ha aumentado. Finalmente, fueron este enfoque y estos dos supuestos los responsables de que la renta per cápita se convirtiera en la medida del bienestar nacional (Layard, 2005, pp. 138 – 139).

Esta suposición, aceptada en términos del tener y consumir bienes y servicios como un buen indicador para cuantificar el bienestar, ha sido en gran parte la responsable de la confusión del medio (utilizado simplemente como una forma de aproximarse a la mensurabilidad del concepto) con el fin (la generación de felicidad). Y es desde esta suposición que la economía normalmente ha identificado los cambios en la felicidad de las personas con los cambios en su poder adquisitivo, correlación que la misma historia se ha encargado de refutar, como lo demuestran los estudios de Easterlin (1974, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006), Layard (2005) y otros.

Obviamente, esta identificación de una cosa con la otra resultaba normal aceptarla en una época en que no se podía conocer científicamente cómo se siente la gente, razón por la cual la economía fue limitándose solamente a analizar cómo se comporta, suponiendo que lo hace siempre en forma racional. No obstante, los avances logrados en los últimos años en la misma economía y en otras ciencias como la psicología, la sociología y la neurofisiología han permitido demostrar que no siempre las personas eligen racionalmente (Elster, 1993, 1996, 1998; Kahneman, 2003a, 2000b; Simon, 1955, 1965, 1978, 1986, 1995, entre otros) y que es posible medir y comparar intertemporal e interpersonalmente y entre países la felicidad. Es decir, ya no existen las principales excusas para continuar con la forma tradicional de medir y comparar el bienestar de las personas a través de variables como el ingreso (Diener & Seligman, 2004, p. 2). Si bien es claro que esta variable se relaciona directamente con la felicidad, no es la única, por lo que se requiere ponderar otros factores, como los que se resaltan en este trabajo.

3. La felicidad como fin último del desarrollo

Actualmente se puede decir que existe un consenso más o menos generalizado sobre la necesidad de continuar los esfuerzos reiniciados desde el siglo pasado por muchos economistas y otros científicos sociales en procura de mejorar la teoría existente sobre el desarrollo, más allá del enfoque tradicional predominante, construido sobre una visión limitada del hombre y de la sociedad. En economía, el sentido general de estos esfuerzos en gran parte se puede ver como una búsqueda de los fundamentos perdidos de esta ciencia (Van Praag, 2000, p. 465), los cuales, desde la perspectiva de este trabajo, tienen que ver con retomar una corriente de pensamiento para la cual la felicidad debe ser el fin último del desarrollo, porque sencillamente, a diferencia de los otros criterios e indicadores normalmente utilizados para valorar este proceso, la felicidad es el fin último del ser humano, al que todas las otras cosas se orientan (incluidos el dinero, la libertad, la salud, etc.) y en función del cual se deben valorar (Aristóteles, 1973, pp. 155 – 169; Bentham, 1965, pp. 3 – 27, 178 – 179 y 257 – 261, 1973, pp. 3 – 4 y 30 – 31, 2000, pp. 14 – 15; Layard, 2005, pp. 117 – 120 y 122; McMahon, 2006, pp. 40 – 74; Ng, 1996, pp. 13 – 14, 1997, pp. 1848 – 1849, 1999, p. 209).

Por esta razón, para Bentham (1965, pp. 170 – 172, 178 – 179, 257 – 261 y 264 – 268, 1973, pp. 3, 30 – 34 y 65 – 70, 2000, pp. 14 – 15, 33, 61, 134, 161, 180 y 195 – 198 y 225 – 227), el principio unificador y la justificación de cualquier gobierno, de las leyes, de la justicia, de las normas morales y del mercado debe ser la generación de la mayor suma total de felicidad en la sociedad, otorgando igual valor a la felicidad de cada una de las personas, de lo que se deduce que la felicidad general es la suma de la felicidad de los individuos⁴. Es este principio, por lo tanto, el que nos debe ayudar a definir y a establecer las reglas de juego en la sociedad y, en el caso de que estas reglas platen un conflicto entre sí, nos debe ayudar a revisarlas y a decidir la acción concreta que es mejor, teniendo en cuenta que según este principio lo que realmente debe importar son los sentimientos de las personas, lo que significa que todos los objetivos políticos y económicos deben justificarse en función de estos sentimientos, sino, existe un peligro real de que el Estado (y los individuos) incurran en un malsano paternalismo, al decidir que algo es conveniente para los gobernados (para los otros), aún cuando nunca le haga sentirse mejor a nadie o aún cuando esos otros nunca lo sientan así (Layard, 2005, pp. 119 y 126).

Por supuesto, este mismo principio unificador también se debe aplicar a las acciones individuales del ser humano, las cuales pueden juzgarse como buenas o malas (punibles o no), según resulten beneficiosas para la propia felicidad (sin implicar infelicidad para

⁴ Sin embargo, se debe tener en cuenta que este principio condena siempre la opresión de cualquier grupo o individuo, por lo que debemos preocuparnos más por un desdichado que por el que ya es feliz, es decir, debemos otorgar un peso diferente a los grados de felicidad en función del estado previo de las personas, resultando más importante reducir el sufrimiento que generar felicidad extrema, aunque la suma de la felicidad extrema de unos y el sufrimiento de otros sea mayor que la suma del menor sufrimiento de los segundos y la felicidad intacta de los primeros. Esto también significa, en términos de mediciones, que el bienestar nacional se debe medir por la felicidad media de la población, concediendo un peso adicional a los menos afortunados. De aquí que sea tan importante que en la constitución y en las leyes de un país y en la práctica gubernamental se definan, se protejan y se afiancen los derechos humanos esenciales, puesto que son una forma efectiva de evitar el sufrimiento o de promover la felicidad de las personas (Layard, 2005, pp. 127 – 129 y 137 – 138).

otras personas) y/o para la felicidad de los otros (sin suponer infelicidad para uno mismo) (Bentham, 2000, pp. 105, 161, 180, 195 – 198, 204 y 217; Layard, 2005, pp. 123 – 125).

Según lo anterior, para conseguir la mayor felicidad general requerimos tanto del mercado como del Estado (Sen, 2000b, pp. 159 – 179). Del mercado, más que por la utilidad y la renta que puede generar, por las libertades que supone, como por ejemplo, la libertad para realizar intercambios y transacciones, que constituye en sí misma una libertad básica que los individuos tienen razones para valorar (Sen, 2000b, pp. 23 y 46). Pero se debe tener en cuenta que el mercado presenta fallas (como por ejemplo, las externalidades negativas), que se deben corregir mediante la regulación del Estado y para que sirva más efectivamente a los fines de la felicidad se debe asegurar que no se organice ni funcione sobre la base del supuesto del agente económico racional y de la versión anticuada del conductismo de la economía tradicional, sino consultando la verdadera naturaleza humana, en función de la cual todos somos personas con racionalidad limitada, cargadas de sentimientos, los que utilizamos para decidir, que pueden ser objetivamente valorados (por ejemplo, mediante electroencefalogramas u otros procedimientos que miden la actividad cerebral) y que tienden hacia el logro de nuestra felicidad. Obviamente, el Estado debe actuar en concordancia, no solamente corrigiendo las limitaciones del mercado, sino también creando oportunidades sociales básicas para conseguir la equidad y la justicia social, promoviendo y defendiendo la libertad, la confianza, la solidaridad, la cooperación, la convivencia pacífica, la seguridad y la participación de todas las personas en las decisiones de política pública que las afectan, haciendo siempre un análisis costo beneficio para tomar e implementar estas decisiones, pero en función del deber de generar la mayor felicidad general (Layard, 2005, pp. 133 – 137).

Sin embargo, estas últimas consideraciones no pueden dejar la impresión de que la felicidad de las personas depende fundamentalmente de lo que reciban del mundo exterior, bien sea del mercado o del Estado, puesto que la realidad es que la felicidad de cada quien depende en primer lugar del carácter de la propia persona, que viene predispuesta naturalmente (con la capacidad) para ser feliz (Layard, 2005, p. 220), pero que en el camino de la vida, por el aprendizaje, puede desarrollar más o menos esta capacidad y, por lo tanto, ser más o menos feliz con las circunstancias y las cosas externas que la rodean. Facilitar un estilo de vida favorable al desarrollo de esta capacidad debe ser, entonces, el verdadero papel del Estado y del mercado y, en general, de todas las instituciones creadas por el mismo ser humano.

4. Críticas al enfoque tradicional de la economía del bienestar

Para los defensores de la felicidad como el fin último del desarrollo, considerar al individuo como el árbitro final de lo que más le conviene (la soberanía del consumidor), sus gustos (que se suponen fijos y muy diferentes entre las personas) como el resultado de este arbitraje y su comportamiento de mercado como el reflejo de sus gustos, como efectivamente lo hace la economía tradicional del bienestar, no solamente no es acertado sino que es una idea que ha retrasado por varias generaciones toda investigación científica de la motivación del comportamiento del consumidor, porque descarta, como una imposibilidad lógica, todo conflicto entre lo que la persona escoge y lo que más le satisface⁵, considerando como impropio que el economista pretenda saber mejor que el mismo consumidor lo que más le beneficia, debiendo solamente observar su comportamiento y, por consiguiente, asegurar que la economía produzca justamente lo que quieren los consumidores.

Este enfoque no es acertado sencillamente porque pasa por alto el hecho de que los gustos de las personas son similares (dependiendo del tipo de personalidad que cada quien) y muy variables, siendo influidos con facilidad, por ejemplo, por aspectos vitales relacionados con preocupaciones sociales, el bienestar de las generaciones futuras o cuestiones éticas, por la costumbre, por la sugestión y por el estilo de vida dominante que nos empuja hacia su aceptación y adopción, cambiados continuamente por la acumulación de experiencias y modificados por los cambios de precios y la disponibilidad de algunas satisfacciones pero no de otras, produciéndose un conflicto entre nuestra predisposición a hacer una cosa y estas presiones externas que nos obligan a hacer algo diferente, lo que genera un sentimiento de frustración y de insatisfacción con nuestro comportamiento, el cual no ayuda a la felicidad del individuo, sino todo lo contrario. También se olvida de la posibilidad de que las mismas influencias que modifican nuestros gustos transformen igualmente nuestra capacidad para obtener satisfacción de las cosas que corresponden a esos gustos y no tiene en cuenta que la supuesta correspondencia entre el conjunto de bienes producidos por la economía y los gustos de los consumidores, en el mejor de los casos, resulta incompleta, puesto que el mercado presiona a los compradores y vendedores por igual para que se conformen y la mayor parte de la adaptación corre a cargo de las personas cuyo comportamiento sea más flexible, teniendo los productores el poder y la influencia mayores (que ejercen, por ejemplo, mediante la publicidad), por lo que es muy posible que esta adaptación sea de las preferencias del consumidor a los requerimientos rígidos del modelo de producción, lo que no puede ser un motivo de felicitación, porque limita lo que piensa el individuo acerca de sus opciones y de la utilidad que se puede derivar de cada una de ellas, de lo que resulta que la maximización racional de la utilidad no es siempre la mejor descripción de la forma en que las personas deciden y actúan en la vida real, donde se ven sometidos a muchas influencias. Ciertamente, los economistas saben mucho acerca de las motivaciones de los productores, pero no saben casi nada de las motivaciones de los consumidores, lo que es igualmente importante saber, atinando solamente a registrar las diferencias observadas en el consumo de los individuos como pruebas irrefutables de las diferencias existentes

⁵ Porque se supone que el consumidor siempre sabe lo que quiere y que si no lo alcanza es simplemente por falta de recursos.

en sus preferencias, sin detenerse a identificar ni muchos menos a explicar las causas de esas diferencias (Sen, 2003; Scitovsky, 1986, pp. 22 – 23, 28, 43 – 44 y 217).

En este orden de ideas, lo proclamada soberanía del consumidor no puede ser más que una simplificación exagerada, sobre todo en nuestra época de producción masiva, en la que las necesarias economías de escala para maximizar el beneficio desincentivan la producción de prácticamente cualquier bien o servicio que no pueda producirse por millares, dejando solamente a los consumidores la posibilidad de elegir cuando usan su dinero para pagar los bienes y servicios producidos, pero sin poder influir con sus elecciones sobre la naturaleza y la cantidad de esos bienes y servicios, elecciones que ni siquiera pueden calificarse siempre como realmente libres, puesto que alcanzar las anheladas economías de escala exige a los productores lograr entre la multitud un acuerdo sobre las cosas que quieren, para lo que se valen fundamentalmente de la publicidad. En este mundo, un consumidor de gustos excéntricos que desee llevar un estilo de vida divergente, resulta siendo discriminado, a no ser que se trate de un millonario que pueda pagar los altos precios por las cosas diferentes que desea. El alto costo de la excentricidad obliga a los excéntricos no millonarios (que son la mayoría) a renunciar y conformarse, empujándonos hacia la estandarización y la uniformidad, las que inhiben nuestra capacidad para aprovechar mejor las posibilidades que crean los mismos avances tecnológicos de nuestra época (Fromm, 1962, 1970, 1991; Marcuse, 1985, 1994; Marx, 1984; Scitovsky, 1986, pp. 25 – 28).

De igual forma, suponer que el consumidor es siempre racional, es decir, que sus elecciones siempre son las que más le convienen, dados sus gustos, las oportunidades del mercado y las circunstancias que enfrenta, porque de otro modo no habría actuado así, considerar a partir de este supuesto que su comportamiento refleja sus preferencias, las que se pueden inferir, por lo tanto, observando su comportamiento y olvidar el hecho que “la segunda taza de café (...) se disfruta menos que la primera”, significa simplemente desconocer que en la vida real la optimización normalmente tiene poca relevancia para los tomadores de decisiones (Simon, 1978, pp. 494 y 504) y que cuando nos proponemos comportamos racionalmente, buscando la mejor elección posible entre consideraciones mutuamente incompatibles, podemos equivocarnos en alto grado al identificar las elecciones disponibles y las consideraciones pertinentes (Scitovsky, 1986, pp. 13 – 14 y 31), básicamente porque decidimos con racionalidad limitada (Simon, 1955, 1979), haciendo en la mayoría de los casos juicios y elecciones intuitivamente⁶, basados en conceptos acumulados y en perceptos (heurísticas⁷) que nos vienen rápidamente a la

⁶ En general, la intuición es responsable de operaciones rápidas, automáticas, sin esfuerzo, asociativas, cargadas generalmente de emocionalidad, determinadas por la costumbre, por lo tanto, de difícil modificación y control y gobernadas por reglas similares a las de la percepción, aunque no se limitan al procesamiento del estímulo simplemente sino que trabajan con conceptos aprendidos y con perceptos que pueden ser evocados a través del lenguaje. En contraste, las operaciones del razonamiento son más lentas, requieren de un gran esfuerzo, son continuas, controladas y deliberadas, potencialmente flexibles y determinadas por reglas (Kahneman, 2003b, pp. 184 – 185).

⁷ Los juicios y las elecciones se encuentran mediados por heurísticas cuando el individuo valora un atributo objetivo concreto de un objeto de juicio sustituyéndolo por otra propiedad de ese objeto (el atributo heurístico), la cual nos viene más rápidamente a la cabeza. Un caso muy común de esta sustitución de atributos es el que se presenta cuando los evaluadores sustituyen el atributo objetivo de probabilidad, requerido para decidir en una determinada situación, por el más accesible atributo de similitud. Obviamente, esta operación de sustitución de atributos reduce la compleja tarea de valorar probabilidades y predecir valores a operaciones de juicio mucho más sencillas, resultando muy útil, pero a veces puede llevar a errores severos y sistemáticos en

cabeza (porque son muy accesibles), lo que algunas veces puede producir valoraciones precisas⁸ pero otras veces valoraciones erróneas. Algunos de estos conceptos y perceptos, como por ejemplo, la valencia afectiva y la evaluación de los estímulos como buenos o malos, se producen automáticamente y de forma rutinaria, no intencionada y sin esfuerzo por la intuición o por la percepción (por lo que se denominan valoraciones naturales) y pueden influir las actitudes y preferencias que la gente adopta conscientemente y deliberadamente (Kahneman, 2003b, pp. 183 – 184, 186 – 189 y 204), puesto que los estímulos relevantes desde un punto de vista motivacional y llamativos desde una perspectiva emocional atraen la atención de forma espontánea, porque aumentan en gran medida la accesibilidad de pensamientos que se relacionan con las emociones inmediatas y las necesidades actuales y reducen la accesibilidad de otro tipo de pensamientos (Elster, 1998, pp. 49 – 64), razón por la cual la gente es menos sensible a las variaciones de la probabilidad cuando valora la posibilidad de obtener resultados cargados emocionalmente que cuando los resultados son monetarios (Kahneman, 2003b, pp. 189 – 190)⁹.

Específicamente, que la valencia afectiva sea una valoración natural quiere decir que las creencias acerca de los riesgos son a menudo expresiones de las emociones y que las decisiones del consumidor muchas veces expresan evaluaciones afectivas que no se ajustan a la lógica de las preferencias económicas (Elster, 1993, pp. 183 – 187, 1996, pp. 1391 – 1396, 1998, pp. 63 – 73), puesto que no podemos dar por hecho que las preferencias que son controladas por las emociones del momento sean coherentes internamente o razonables según el criterio del razonamiento (Kahneman, 2003b, pp. 200 – 205), lo que explica el hecho, si tenemos en cuenta que el concepto de utilidad que prevalece en la realidad es el de la utilidad experimentada¹⁰ (y no el de la utilidad de la decisión, como lo suponen los economistas de la corriente principal), de que las personas fallen normalmente al intentar maximizar su utilidad, porque al depender esta maximización de que escojan en cada elección lo que más van a disfrutar, sencillamente no se maximiza porque muchas veces cuando eligen no siempre conocen la intensidad de las emociones que van a tener y, por lo tanto, no siempre saben lo que más les va a gustar, cometiendo errores sistemáticos en las predicciones que realizan del placer que van a experimentar con los resultados esperados (una "ilusión de enfoque" que

las valoraciones realizadas por los tomadores de decisiones, incluyendo predicciones no regresivas, olvido de la información del nivel base en la labor predictiva, exceso de confianza y sobrevaloración de la frecuencia de acontecimientos que se recuerdan con facilidad y, por lo tanto, violación de la monotonicidad y olvido de la extensión (Kahneman, 2003b, pp. 200, 202 – 203, 205 – 207).

⁸ La adquisición de destrezas, gracias a la experiencia, incrementa gradualmente la accesibilidad de las respuestas útiles, las que terminan por producirse casi sin esfuerzo (Kahneman, 2003b, p. 189).

⁹ En ausencia de un sistema que genere de una forma fiable representaciones canónicas apropiadas, los agentes no juzgan ni eligen en un contexto inclusivo exhaustivo, que incorpore todos los detalles relevantes de la situación presente, así como las expectativas acerca de todas las oportunidades y riesgos futuros. Normalmente, el problema considerado y las consecuencias inmediatas de la elección van a ser mucho más accesibles que todas las otras consideraciones y, como resultado, los problemas de decisión se van a enmarcar de una forma mucho más limitada de lo que supone el modelo racional (Kahneman, 2003b, p. 199 – 200).

¹⁰ La utilidad experimentada se refiere a la experiencia hedónica relacionada con los resultados y con el proceso de obtención de los mismos, que era justamente el significado de la utilidad que manejaba Bentham y que se mantuvo para la mayoría de los economistas del siglo XIX. En *Mathematical Psychics*, Edgeworth (1871), por ejemplo, fue bastante explícito al respecto, definiendo incluso la felicidad como la integral temporal de la utilidad experimentada momentánea de la persona (Kahneman & Thaler, 2006, p. 222).

normalmente genera “malos deseos” y, por lo tanto, inconsistencia en las preferencias)¹¹ y muchas veces no aprenden de la experiencia¹² (Easterlin, 2003, pp. 11176 y 11182; Harsanyi, 1974, pp. 75 – 81; Kahneman & Krueger, 2006, p. 3; Kahneman & Thaler, 1991, p. 341, 2006, pp. 221 – 222 y 229 – 231; Layard, 2005, p. 147; Tversky & Kahneman, 1981, p. 458). Es decir, la utilidad no se puede separar de las emociones, las que se desencadenan por medio de cambios¹³.

También se debe destacar que las expectativas (conscientes o no) son un determinante poderoso de la accesibilidad de los conceptos y perceptos con los cuales juzga y decide la gente y que tanto en la percepción consciente como en las valoraciones intuitivas se suprimen completamente la ambigüedad y la incertidumbre¹⁴, por eso los tomadores de decisiones experimentados que trabajan bajo presión cuando deciden intuitivamente casi nunca tienen que elegir entre diferentes opciones, debido a que en la mayoría de los casos solamente se les viene una a la mente (Kahneman, 2003b, pp. 190 – 191).

Por las anteriores razones, no se puede decir que el sistema cognitivo del ser humano sea el del agente racional propuesto por la teoría económica, entre otras cosas, porque la percepción y las evaluaciones intuitivas de los resultados, al aumentar la accesibilidad de los cambios y las diferencias, dependen de la referencia. Los atributos que se perciben o se intuyen de un estímulo focal reflejan el contraste entre dicho estímulo y un contexto de estímulos previos y concurrentes, por lo que resulta muy asombroso el hecho de que en el análisis económico estándar se suponga todavía que la utilidad de los resultados de las decisiones se encuentra determinada únicamente por el estado final de la riqueza, con lo que es independiente de la referencia (error de Bernoulli¹⁵) (Kahneman, 2003b, pp. 191 – 192; Kahneman & Tversky, 1979), cuando en realidad la utilidad se vincula a las ganancias y a las pérdidas, es decir, a las variaciones de la riqueza y no a los niveles de la misma (Kahneman, 2003b, pp. 192 – 193; Tversky & Kahneman, 1986, p. S272). Los experimentos mentales de elección entre perder y ganar realizados por Kahneman & Tversky (1979), demuestran que la mayoría de las personas rechaza una apuesta en la que las posibilidades de ganar o perder se encuentren equilibradas, salvo cuando la posible ganancia sea como mínimo el doble de la posible pérdida¹⁶. Sin embargo, frente a

¹¹ Esto se entiende mejor si tenemos en cuenta que a diferencia de la utilidad de la decisión, que puede ser definida como la satisfacción asociada con la elección entre varias alternativas y que, por lo tanto, es obtenida ex ante, la utilidad experimentada se relaciona con la satisfacción obtenida (ex post) con los resultados realmente conseguidos con las decisiones tomadas (Easterlin, 2001, p. 474).

¹² Entre otras cosas, porque el cambio en las aspiraciones materiales va en contra de este aprendizaje (Easterlin, 2003, p. 11182).

¹³ Este es justamente el concepto de la utilidad como la concebía Bentham.

¹⁴ La duda es un fenómeno del razonamiento, una conciencia de la habilidad que uno tiene para plantearse ideas incompatibles acerca de la misma cosa.

¹⁵ El error de Bernoulli también afecta la representación estándar de los mapas de indiferencia, los cuales no incluyen (porque no se considera relevante) una representación de las tenencias actuales, respecto a los diversos bienes, de los que toman las decisiones. Adicionalmente, el análisis de Bernoulli solamente se preocupa por las consecuencias de largo plazo, preocupación estéril desde un punto de vista preceptivo, debido a que al consumidor le preocupan más los resultados de corto plazo, no siendo el largo plazo en el que se vive la vida (Kahneman, 2003b, p. 195).

¹⁶ Esto explica otro incumplimiento de la teoría del consumo, identificado y denominado por Thaler como el “efecto dotación”, según el cual el precio de venta de los bienes de consumo es mucho más elevado que el precio de compra (multiplicándose a menudo por 2 o más), básicamente porque el valor que tiene un bien para un individuo sin mucha experiencia en el intercambio de bienes parece ser más elevado cuando dicho bien se ve como algo que puede ser perdido que cuando el mismo bien se considera como una ganancia

una pérdida segura, la gran mayoría prefiere la búsqueda de riesgos. Evidentemente, este brusco cambio desde la aversión a la búsqueda del riesgo no se puede explicar convincentemente mediante una función de utilidad basada en la riqueza y demuestra que las preferencias se encuentran más determinadas por las actitudes frente a las ganancias y las pérdidas, definidas respecto a un punto de referencia, que por el estado final de la riqueza (Tversky & Kahneman, 1981, pp. 456 – 457, 1986, p. S265).

Este comportamiento más realista del consumidor es igualmente incompatible con el supuesto de que las preferencias no se ven afectadas por las variaciones intrascendentes respecto a la descripción de los resultados (supuesto comúnmente denominado extensionalidad o invariancia y que se considera un aspecto esencial de la racionalidad), puesto que por causa de los efectos del contexto la descripciones equivalentes extensionalmente hablando llevan a elecciones diferentes, al modificar la notabilidad relativa de los diferentes aspectos del problema (por ejemplo, se sabe que a los resultados seguros se les da mayor ponderación que a los resultados de probabilidad elevada o intermedia)¹⁷. La irrealidad de este supuesto significa, por supuesto, la irrealidad descriptiva del modelo del agente racional (Tversky & Kahneman, 1981, pp. 457 – 458, 1986, pp. S252 – S265).

En resumen, los juicios y las elecciones de las personas son normalmente intuitivos, cualificados, no problemáticos y razonablemente satisfactorios y el razonamiento controla las valoraciones realizadas muy ligeramente. Sin embargo, en algunos casos, el seguimiento que realiza el razonamiento puede permitir descubrir un error potencial y, entonces, muy seguramente se realiza un esfuerzo para corregirlo. Pero en el proceso normal de elección si una de las opciones domina claramente sobre las otras, el que toma las decisiones va a elegir la opción dominante sin más evaluación (Tversky & Kahneman, 1986, p. S257). Por supuesto, existen efectivamente elecciones que se rigen por las reglas racionales, pero son elecciones que se presentan en circunstancias (de transparencia) poco corrientes (Tversky & Kahneman, 1986, p. S272). El hecho de que el razonamiento conozca la regla de preponderancia y desee seguirla solamente garantiza que se va a seguir esta regla si la violación potencial se descubre de forma explícita. Es decir, el problema del agente no es que razone mal, sino que actúa a menudo intuitivamente, con una conducta que no se encuentra guiada por lo que es capaz de calcular, sino por lo que por casualidad ve en un momento dado (Kahneman, 2003b, pp. 212 – 213 y 215).

potencial. También contribuye a explicar el llamado sesgo del estatu quo. Debido a que el punto de referencia es generalmente el estatu quo, las propiedades de las otras alternativas se evalúan definiendo si son ventajosas o desventajosas respecto a la situación actual y las desventajas de las alternativas pesan más que sus ventajas (Kahneman, 2003b, pp. 193 – 196; Layard, 2005, pp. 222 – 223).

¹⁷ Un caso concreto de los efectos marco en el que los economistas conductuales han tenido un gran interés es aquel en el que la elección entre dos posibilidades, A y B, depende de que se designe bien a A o bien a B como opción por defecto. La opción designada por defecto tiene una gran ventaja en estas elecciones. El principio básico del efecto marco en este caso es la aceptación pasiva de la formulación dada. Debido a esta pasividad, la gente fracasa a la hora de construir una representación canónica para todas las descripciones extensionalmente equivalentes del estado del asunto considerado. “Lógicamente, nadie es capaz de reconocer que “137 x 24” y “3.288” son “el mismo” número sin realizar algunos cálculos detallados. Una mente finita no puede lograr la invariancia” (Kahneman, 2003b, pp. 198 – 199).

Por otro lado, para los economistas de la corriente principal las necesidades humanas y las acciones orientadas a satisfacerlas se encuentran indisolublemente unidas, mientras que para los psicólogos estas acciones son aprendidas (Scitovsky, 1986, pp. 45 – 46), lo que implica un enfoque diferente para estudiarlas y comprenderlas. Además, para la mayoría de los economistas las necesidades de las personas se consideran dadas, por lo que la renta nacional se convierte en la representante de la felicidad nacional. Sin embargo, nuestras necesidades no son dadas. De hecho, dependen en gran medida de lo que tienen otros individuos, de aquello a lo que nosotros mismos estamos acostumbrados y se ven influidas por la educación, la publicidad, la televisión, etc., puesto que nos movemos normalmente por el deseo de estar a la par con los otros, lo que conduce a una carrera por el estatus que resulta contraproducente, porque si a alguien le va mejor, a otra persona le debe ir peor (Layard, 2005, p. 19).

También los economistas normalmente suponen unas personas motivadas exclusivamente por el deseo de satisfacción de sus necesidades económicas, lo que significa que alcanzado este propósito han logrado el máximo bienestar (comodidad) posible (es decir, la visión del bienestar de la economía tradicional es la de un bienestar como comodidad), lo que sencillamente es un error para los psicólogos, para quienes el bienestar es una combinación de **comodidad** y **placer**, siendo más importante el placer que la comodidad. Lógicamente, al considerar los economistas la satisfacción económica del consumidor como la meta de toda actividad productiva, miden la eficiencia económica por el éxito de la economía en el cumplimiento de esta meta y el desarrollo por el logro de la misma en niveles cada vez más altos, suponiendo fijos los gustos de los consumidores y que en caso de que las mayores realizaciones alcanzadas eleven sus aspiraciones, tal elevación no reduce la satisfacción del individuo por lo que ya ha logrado (Scitovsky, 1986, pp. 47, 94, 121 y 163 – 164). Una de las consecuencias lógicas de este punto de vista es que el énfasis ha terminado por ubicarse en los bienes y servicios en sí mismos, olvidándose que aunque son valiosos para el bienestar, no lo son por sí mismos, sino por lo que la gente es capaz de hacer con ellos (Sen, 1983, pp. 1116 – 1118).

En línea con lo anterior, al interesarse casi exclusivamente por un mundo de escasez y al suponer que la satisfacción de las necesidades solamente produce comodidad, los economistas representan al ser humano como alguien que tiene muchas necesidades y limitados recursos para satisfacerlas todas completamente, por lo que suponen que el problema típico del consumidor racional con restricción presupuestal es lograr el equilibrio de diversas incomodidades, en el sentido de que al no ser suficientemente rico como para satisfacer hasta la saciedad todas sus necesidades, va a dejar de satisfacerlas plenamente a todas ellas, cuidando, además, que cada peso adicional que gaste en una cosa le produzca tanta satisfacción como si lo gastara en cualquier otra, porque si no fuese así, un pequeño reacomodo de su patrón de gasto podría mejorar su posición sin costo adicional. Y sobre este supuesto basan otro muy importante, según el cual las ventas y los precios del mercado reflejan correctamente lo que desean los consumidores y proveen la norma que debe respetar la estructura de la producción. Sin embargo, este no es el comportamiento real observado en los consumidores, quienes al obtener placer en el proceso mismo de satisfacción de sus necesidades (y no solamente comodidad cuando una necesidad ha sido satisfecha), continúan satisfaciéndolas, a menudo hasta la saciedad o aún más, economizando en otras cosas (igual argumento aplica para las actividades orientadas a eliminar el aburrimiento) (Scitovsky, 1986, pp. 80 y 82).

Además, la satisfacción del consumidor, en los términos como es entendida comúnmente por los economistas, no permite diferenciar entre evitar la incomodidad (o reducir el dolor) y la búsqueda del placer y cuando se infieren las preferencias del consumidor a partir de su comportamiento en el mercado, finalmente no es posible conocer si la elección del individuo fue para evitar la incomodidad (o reducir el dolor) o para incrementar el placer, distinción que tanto psicológica como neurofisiológicamente es importante hacerla, puesto que en el cerebro existen centros separados del dolor y del placer que influyen diferencialmente en la felicidad de las personas (Scitovsky, 1986, p. 124).

Complementariamente, con relación a los ingresos de las personas, también los economistas en general incurren en un error de apreciación, puesto que trabajan preferiblemente con los ingresos absolutos y no tienen en cuenta que en últimas a la gente le preocupan más sus ingresos relativos, queriendo estar siempre al mismo nivel o más arriba que su grupo de referencia y que se siente muy mal cuando se encuentra por debajo. Incluso, el cambio de un grupo de referencia a otro más alto puede afectar la felicidad del individuo, existiendo casos en los que la persona pasa a estar objetivamente mejor, pero se siente subjetivamente peor. Estas obvias observaciones psicológicas son completamente desconocidas para la economía, que supone que si los ingresos de alguien suben y los de los otros no bajan, las cosas han mejorado porque nadie ha sufrido, pero si se sufre, además porque los ingresos representan mucho más que un medio para comprar cosas. También los utilizamos, mediante su comparación con los de los otros, como una medida de cómo somos valorados socialmente (y, si no tenemos cuidado, como una medida de valorarnos a nosotros mismos) (Layard, 2005, pp. 53 – 54). Precisamente por esta misma razón, aún cuando el óptimo de Pareto (como un criterio de bienestar) sea alcanzado, ese resultado no es necesariamente el deseable, porque simplemente puede ser el caso en el que unos pocos son muy ricos y el resto se encuentre a punto de morir de hambre y, sin embargo, esta situación no pueda ser mejorada sin empeorar la situación económica de los ricos para mejorar la de los pobres (Sen, 2003).

Por todos estos supuestos, no resulta extraño que el enfoque tradicional de la economía del bienestar se haya quedado corto para explicar la relación positiva pero decreciente que se presenta entre el crecimiento económico y la felicidad de la gente, al no permitirle ver con claridad que la búsqueda ciega del crecimiento económico nos ha llevado muchas veces a buscar la satisfacción de la vida en las “cosas erradas” y en “forma errada”, produciendo gran frustración en una gran mayoría de individuos en el mundo con la vida que supuestamente han escogido libremente vivir (McMahon, 2006, pp. 50 – 52, 54 – 55 y 68 – 73; Scitovsky, 1986, pp. 21 – 22).

5. Un enfoque alternativo al enfoque tradicional de la economía del bienestar

De acuerdo con lo anterior, cualquier propuesta de un enfoque alternativo al enfoque tradicional de la economía del bienestar debe tener en cuenta las motivaciones reales del comportamiento del consumidor, procurando identificar las regularidades, elementos comunes y contradicciones aparentes en este comportamiento y utilizar este conocimiento para ayudar a los consumidores a entender mejor lo que más les conviene para alcanzar su felicidad, así como desde hace algunas décadas vienen haciendo los economistas con relación a los productores, a quienes asesoran para que puedan alcanzar la maximización de sus beneficios. También es importante aceptar que para alcanzar la felicidad se requieren tanto las satisfacciones económicas como las no económicas y que la comodidad y el placer que unas y otras generan son, a partir de cierto punto, mutuamente excluyentes, siendo la misma naturaleza humana, no la economía, la que impide que el individuo muchas veces obtenga todo lo que quiere. Si entendemos la naturaleza de este conflicto entre comodidad y placer y aceptamos que muchas de las mejores cosas de la vida (incluyendo el ocio) requieren de habilidades especiales para su disfrute (y aprendemos estas habilidades¹⁸), es posible que podamos hacer las mejores elecciones para alcanzar nuestra felicidad (Easterlin, 2003, p. 11181; Scitovsky, 1986, pp. 10, 13 – 15 y 24), sencillamente porque se requiere habilidad para ser feliz.

5.1. La teoría psicológica de la motivación del comportamiento del consumidor: En búsqueda de la comodidad y el placer

En este orden de ideas, como propuesta alternativa a la teoría del comportamiento racional del consumidor, se presenta la teoría psicológica de la motivación del comportamiento del ser humano, que es apoyada por pruebas experimentales y que parte de aceptar que la actividad (el nivel del despertamiento) de nuestro cerebro, que se manifiesta en impulsos eléctricos que aparecen en el electroencefalograma como ondas EEG y que podemos medir por la frecuencia, amplitud y sincronía de estas ondas y, por supuesto, sentir, depende del estímulo que el sistema nervioso central reciba del exterior (través de los sentidos, de los músculos y de los órganos internos) y del interior del cerebro mismo y que nunca baja al nivel de cero mientras el organismo permanezca vivo (Scitovsky, 1986, pp. 32 – 34)¹⁹.

En la medida que por naturaleza buscamos el placer y tratamos de evitar el dolor, este concepto del despertamiento resulta clave para la explicación de nuestro comportamiento, puesto que un despertamiento más alto se asocia a la vigilancia y a la respuesta rápida, hace más sensibles los sentidos a los estímulos, aumenta la capacidad del cerebro para procesar información, prepara los músculos para la acción y así abrevia el tiempo total de reacción que transcurre entre la llegada de una sensación y la respuesta mediante la acción. Es algo que nos hace sentir excitados, emocionados, frenéticos, ansiosos, agitados, intranquilos, irritados y/o tensos, así como un estado de bajo despertamiento

¹⁸ Que a menudo nos resistimos a hacerlo, en parte porque nos avergüenza admitir que no las tenemos.

¹⁹ Las partes del cerebro involucradas en esta actividad continua, que proveen y regulan el estado de alerta del organismo, se conocen como el “sistema de despertamiento”.

nos hace sentir lentos, menos vigilantes, laxos y adormilados. En cualquier caso, toda estimulación tiene dos efectos paralelos sobre el sistema nervioso central: Por una parte, activa las vías neuronales directas hacia las áreas asociativas del cerebro, que son las que ejecutan el pensamiento y la toma de decisiones, transmitiendo así una información específica acerca de cada estímulo particular para una acción posible. Al mismo tiempo, provocan una elevación general difusa del nivel de activación del sistema de despertamiento, lo que acentúa el estado de alerta y así provee un marco más apropiado para el funcionamiento eficiente y oportuno del mecanismo de estímulo – respuesta directa del cerebro, por lo que los efectos de diversos estímulos sobre el nivel de despertamiento parecen ser aditivos, de modo que el despertamiento total es la suma del efecto de despertamiento de cada estímulo tomado por separado, lo que significa que el despertamiento total depende de la estimulación total proveniente de todos los sentidos, músculos, secreciones endocrinas y el propio cerebro (Scitovsky, 1986, pp. 34 – 35).

En los anteriores términos, el nivel de despertamiento resulta importante en dos contextos: En primer lugar, la realización eficiente de cada tarea requiere un nivel apropiado de despertamiento, que asegure la alerta y la atención necesarias para asegurar una respuesta oportuna y apropiada a los estímulos recibidos, su cotejo con la información almacenada en la memoria de la persona y la toma y la ejecución de las decisiones requeridas. La eficiencia aumenta al principio con el nivel del despertamiento, pero declina después de cierto punto. El nivel del despertamiento en el que la eficiencia alcanza el máximo es generalmente diferente para los diversos tipos de actividades, mayor para las tareas simples y para las actividades físicas y menor para las tareas difíciles y para las actividades mentales, razón por la cual el individuo, tratando de alcanzar y conservar el nivel del despertamiento adecuado para la acción eficiente, procura a menudo de elevarlo o reducirlo deliberadamente (Scitovsky, 1986, pp. 36 – 37).

En segundo lugar, el nivel del despertamiento tiene mucho que ver con nuestra sensación general de bienestar o malestar (de felicidad). La estimulación excesiva y los niveles extremos de despertamiento resultantes son desagradables y, por consiguiente, generan el deseo de disminuirlos o terminarlos, así como una estimulación demasiado escasa (o inexistente) resulta igualmente desagradable y genera el deseo de aumentarla, existiendo un nivel óptimo de estimulación total y del despertamiento (que se encuentra entre los dos extremos), que produce un sentimiento de comodidad y placer. Las desviaciones por debajo de este nivel óptimo producen sentimientos de aburrimiento y por encima sentimientos de tensión, fatiga o ansiedad y estos sentimientos desagradables parecen acentuarse más cuanto mayor sea la duración de la divergencia y su extensión, pudiendo las desviaciones extremas incluso generar graves perturbaciones y síntomas patológicos. Es probable que este nivel óptimo no sea estable a través del tiempo, pero en todos los casos son esos sentimientos desagradables que producen las desviaciones de este nivel los que incentivan a las personas para tratar de lograr que el despertamiento retorne a ese punto (que es el estado natural del individuo, lo que significa que nacimos y tenemos lo necesario para ser felices) o a uno cerca del mismo. Por supuesto, este nivel óptimo debe entenderse como un promedio a lo largo de un periodo finito en lugar de una cifra exacta en un momento dado. Es más, la mayoría de nosotros prefiere cierta alternación de despertamiento alto y bajo a un nivel de serenidad completamente uniforme, mientras que tal alternación tenga un promedio óptimo (Scitovsky, 1986, pp. 39 – 40).

El nivel del despertar también tiene que ver con la personalidad de los individuos, permitiendo clasificarlos en al menos dos grupos: los introvertidos (con un nivel medio de despertar alto, que buscan disminuirlo hasta el nivel óptimo) y los extrovertidos (con un nivel medio de despertar bajo, que buscan aumentarlo hasta el nivel óptimo), existiendo diferencias significativas y ciertas características comunes entre unos y otros, que si las conocemos podemos pronosticar algunas otras, lo que resulta muy importante para el diseño y la implementación de políticas públicas orientadas a generar la mayor felicidad general. En este orden de ideas, lo más correcto no es pensar que las personas tienen gustos diferentes, sino que tienen tipos de personalidad diferentes, desde los cuales buscar alcanzar y mantenerse en un nivel óptimo de despertar, muy similar para todas, aunque sus puntos de partida sean diferentes, dependiendo en gran medida los gustos del individuo del nivel medio de despertar característico del tipo de personalidad que tiene (Scitovsky, 1986, pp. 41 – 44 y 57).

Alcanzar este nivel óptimo del despertar, se constituye, entonces, en nuestro dispositivo motivador, moviéndonos a esforzarnos por sentirnos bien y evitar el sufrimiento, no momento a momento, sino en general. Sin esta motivación, los seres humanos hubieran perecido hace mucho tiempo, porque lo que nos hace sentir bien es también positivo generalmente para nuestra supervivencia y lo que nos genera sufrimiento es normalmente malo para esta causa. Las evidencias muestran que este sistema general de motivación realmente existe en las personas, porque a menudo tenemos que elegir entre satisfacer unos impulsos u otros, eligiendo normalmente, después de realizar una cierta evaluación global, los que más contribuyen a nuestra satisfacción general (Diener & Seligman, 2004, p. 2; Layard, 2005, p. 36).

5.1.1. En búsqueda de la comodidad: La satisfacción de las necesidades humanas y la lucha contra el aburrimiento

Desde este enfoque, todas las necesidades humanas insatisfechas (en cuanto privaciones o perturbaciones físicas o mentales, reales o imaginarias, básicas o adquiridas, actuales, futuras o potenciales) elevan el despertar de las personas, motivando la acción orientada hacia la eliminación de la perturbación o privación y la reducción consiguiente del nivel de despertar, al mismo tiempo que prepara al organismo para tal acción (que es aprendida y no instintiva), con el fin de asegurar una eficiencia máxima en su ejecución. Casi todas las actividades económicas, tanto las de consumo como las de producción, son de esta clase.

En este sentido, tanto el comportamiento que satisface necesidades (reduciendo un despertar demasiado elevado en busca del nivel óptimo) como el que lucha contra el aburrimiento (elevando el despertar demasiado bajo igualmente en busca del nivel óptimo) tratan de lograr la **comodidad** (o aliviar o impedir la incomodidad), es decir, tratan de obtener un bien negativo, con lo que se puede concluir que los sentimientos de comodidad e incomodidad se relacionan con el **nivel** del despertar y dependen de que este nivel se encuentre o no en el punto óptimo. El modelo del consumidor racional, al concluir que una persona cuando ha satisfecho todas sus necesidades nada le queda por hacer en cuanto a su bienestar, se aproxima más a la primera parte de esta teoría psicológica (la relacionada con la satisfacción de necesidades), pero le resulta más que extraña la otra parte (la que se ocupa de la elevación de un despertar demasiado

bajo), puesto que desconoce que la comodidad y la falta de estimulación totales producen reposo al principio, pero pronto se vuelven aburridas y luego perturbadoras, por lo que llegadas a ese punto las personas buscan activamente la estimulación (que viene con la novedad²⁰) y, por lo tanto, la elevación de ese nivel de despertamiento demasiado bajo. A diferencia de la incomodidad relacionada con las necesidades insatisfechas, que normalmente es específica y se alivia mediante la satisfacción de la necesidad particular que la provoca, el aburrimiento es general y puede eludirse mediante una gran diversidad de actividades²¹ que proveen estimulación física y/o estimulación mental²² (Scitovsky, 1986, pp. 44 – 49 y 75 – 76).

Lo que no es suficientemente nuevo y sorprendente es aburrido y lo que es demasiado nuevo y sorprendente resulta desconcertante, por lo que un nivel intermedio de novedad es el óptimo y, por lo tanto, el más agradable, siendo el que generalmente las personas prefieren. Este nivel óptimo de novedad es el que ocupa plenamente la capacidad de procesamiento de información del cerebro²³ y representa solamente una amenaza con baja probabilidad de ocurrencia, manejable y con consecuencias no graves, en el caso que se convierta en realidad. Por supuesto, dado que nuestro ambiente contiene y nos provee mucha más información de la que nuestro cerebro puede procesar²⁴, siempre centramos nuestra atención (la mayoría de la veces automática e inconscientemente) en una parte pequeña de tal información (la potencialmente más amenazadora o novedosa), suprimiendo o inhibiendo nuestra percepción sensorial del resto, lo que explica muy bien el hecho de que las necesidades básicas de la vida tienen una mayor prioridad que las otras. Este proceso de reducción de la información que el cerebro debe procesar es más efectivo cuando esa información se relaciona total o parcialmente con algo que la persona ya conoce (a lo que se llama *redundancia*), porque la información redundante (que es fundamentalmente a lo que llamamos *cultura*) no requiere ningún procesamiento. En este orden de ideas, cierta redundancia, al hacer más fácil y agradable el procesamiento de información, resulta esencial para hacer que algo nuevo resulte placenteramente estimulante, así como la originalidad total, la incertidumbre y la redundancia completa (o la trivialidad perfecta) son desagradables, porque la primera y la segunda resultan desconcertantes²⁵ y la tercera aburrida. Por supuesto, el grado de redundancia más

²⁰ La teoría evolutiva y la evidencia empírica nos dicen que todo lo nuevo eleva el despertamiento, resultando siempre estimulante y hasta cierto punto (mientras que el peligro que supone sea limitado, controlable o bajo control, vicario o fingido y se sepa que lo es) también agradable y, por lo tanto, deseado, puesto que más allá de ese punto, se vuelve perturbador, amenazante, desagradable y, por ende consiguiente, repelente. La atracción de la novedad aumenta al principio, luego disminuye al aumentar el grado de lo novedoso, por lo que la relación asume la forma de una *U* invertida, a la que normalmente se le llama la *Curva de Wundt*. Ciertamente el deseo del hombre por la novedad constituye una muy importante fuerza motivadora de todo el comportamiento humano. “La búsqueda de nuevas cosas e ideas es la fuente de todo progreso, de toda civilización. Sin duda cometemos un error cuando dejamos de incluirla entre las fuentes de la satisfacción” (Scitovsky, 1986, pp. 28, 49 – 51 y 57 – 58).

²¹ Por lo que su análisis resulta ser más difícil que el de la incomodidad de las necesidades insatisfechas.

²² Las principales fuentes de estimulación mental provienen de la recreación, los deportes de espectadores, el arte, la filosofía, la satisfacción de la curiosidad científica y ociosa y cualquier otra actividad mental que no se realiza para satisfacer una necesidad sino por su propio valor y por la estimulación que genera.

²³ Esta capacidad que puede llegar a 160 bits en 10 segundos.

²⁴ Por ejemplo, se estima que la capacidad de transmisión de información de los ojos al cerebro va desde 1,6 a 3 millones de bits por segundo.

²⁵ Aunque si sabemos por adelantado que la incertidumbre va a terminar en cuestión de minutos, horas o algunos días, puede resultar agradable.

agradable varía de una persona a otra²⁶ (Scitovsky, 1986, pp. 50 – 51, 59 – 65, 69, 72 – 74 y 241).

Aunque la novedad atrae la atención y eleva el despertamiento, la repetición del acontecimiento novedoso lo vuelve cada vez menos nuevo y, por lo tanto, cada vez atrae menos la atención y eleva menos el despertamiento, hasta el punto de extinguir toda reacción de la persona²⁷, de lo que se derivan dos comportamientos importantes en los individuos: Cada quien trata de exponerse a estímulos diferentes de los que ha venido experimentando en el pasado reciente, cambiando sus gustos hacia una mayor complejidad. En este sentido, se puede decir que el refinamiento creciente de los gustos de las personas se da en función de la experiencia y la acumulación del aprendizaje. Por otro lado, como diversos estímulos son aditivos en sus efectos de elevación del despertamiento, se podría esperar una modificación de la preferencia hacia la menor novedad cuando algún otro estímulo, completamente diferente, eleve ya el despertamiento. Adicionalmente, teniendo en cuenta que el nivel donde no existe efecto de despertamiento, es decir, el punto de origen, es el nivel que normalmente experimenta la persona y al cual se encuentra adaptado (por eso se le llama *nivel de adaptación*), no la ausencia de estímulo, son las divergencias (en cualquier dirección) de este nivel las que tienen efecto de despertamiento, resultando que las divergencias moderadas son agradables y las grandes divergencias son desagradables²⁸. Por supuesto, dependiendo del nivel medio de despertamiento de cada quien, las divergencias (los estímulos) que para una persona son disfrutables para otra (más ansiosa) pueden ser insufribles o insignificanamente estimulantes (si se encuentra acostumbrada a emociones más fuertes), de lo que se puede concluir que los gustos de las personas difieren en función del grado y la naturaleza de la excitación considerada por cada uno como disfrutable (Kahneman & Krueger, 2006, p. 14; Kahneman & Thaler, 1991, pp. 341 – 342; Scitovsky, 1986, pp. 52 – 57).

Por otro lado, la necesidad de combinar la novedad con la redundancia para lograr un disfrute máximo, implica que una persona debe adquirir primero un conocimiento relacionado para disfrutarla. Es decir, el disfrute de la novedad requiere aprendizaje: “el consumo de la novedad es un consumo hábil” (Scitovsky, 1986, p. 74).

5.1.2. El placer de la satisfacción de necesidades y el placer de la estimulación

A diferencia de la comodidad, el **placer** es un bien positivo que se obtiene con los cambios en el nivel de despertamiento, al elevarlo desde un punto demasiado bajo o al reducirlo desde uno demasiado alto en la dirección del nivel óptimo, siendo muy diferente

²⁶ Por ejemplo, los introvertidos, los muy jóvenes y los ancianos disfrutaban más la redundancia que los extrovertidos.

²⁷ En una economía de producción masiva como la del mundo actual, en la que se producen por millones bienes de consumo durables idénticos que son muy importantes en nuestras vidas y que permanecen con la gente mucho tiempo después de que han disfrutado y digerido su novedad, este hecho explica que las posesiones materiales aumenten nuestra felicidad al principio de la posesión, para luego dejarla en el mismo nivel o en uno más bajo que antes.

²⁸ Lo que comúnmente se representa mediante el llamado *Diagrama de la mariposa*, que se traza dibujando dos Curvas de Wundt, una hacia la derecha y otra hacia la izquierda a partir del nivel de adaptación tomado como el punto de origen.

a la ausencia de incomodidad. De hecho, en el cerebro los sistemas de placer o de recompensa primaria y secundaria y el sistema de dolor o de castigo se encuentran separados²⁹, lo que explica que algunas veces una persona pueda sentir placer y dolor al mismo tiempo, aunque la generalidad sea que el dolor excluye al placer y por lo que resulta incorrecta la noción de que estos dos sentimientos son los segmentos positivo y negativo de una misma escala unidimensional, lo que ha quedado demostrado con hallazgos experimentales en los que ha sido posible verificar que la ausencia de dolor no es una condición necesaria para sentir placer y que una gran cantidad de placer es enteramente compatible con una gran cantidad de dolor (Scitovsky, 1986, pp. 75 – 77).

Que el placer dependa de los cambios ocurridos en el nivel del despertamiento explica la naturaleza efímera de este sentimiento y que el proceso de lucha por alcanzar las metas propuestas (relacionado con el placer)³⁰ sea más satisfactorio que el logro de las mismas (relacionado con la comodidad), por lo que la mayoría de las personas, alcanzada una meta (logro que parece, una vez desaparecido el momento del triunfo, casi una derrota), buscan otra, lo que demuestra una mayor preferencia por este proceso de lucha que por el estado pasivo de haberla alcanzado. Esto significa que el placer siempre va a acompañar al alivio de la incomodidad y que para que el despertamiento avance hacia el nivel óptimo debe encontrarse primero en un nivel no óptimo, es decir, que la incomodidad precede siempre al placer, razón por la cual este último puede verse impedido por una comodidad completa o por el mantenimiento continuo de la comodidad, porque si el despertamiento se estaciona permanentemente en el nivel óptimo, el estímulo hacia el cambio de este nivel sencillamente desaparece, lo que puede contribuir a explicar la insatisfacción que muchas veces experimentan las personas con un alto nivel de vida³¹, al que muy fácilmente se habitúan (Easterlin, 2003, pp. 11176 y 11181 – 11183; Kahneman & Krueger, 2006, pp. 14 – 15; Kahneman & Thaler, 1991, pp. 341 – 342, 2006, p. 230; Layard, 2005, pp. 157 – 158; Scitovsky, 1986, pp. 77 – 78 y 86 – 89).

Entonces, si la comodidad consiste en evitar la incomodidad y el placer es el sentimiento relacionado con el alivio de esta última, la satisfacción de una necesidad produce comodidad y placer a la vez. Sin embargo, a partir de cierto punto, una mayor comodidad relacionada con necesidades satisfechas significa un menor placer, debiendo el consumidor escoger entre un mayor placer con algún sacrificio de comodidad y la comodidad más completa con sacrificio de placer, elección de la que muchas personas pueden estar conscientes en forma más o menos vaga y, en este sentido, podría decirse que se trata de una aproximación a una elección racional, además porque se debe hacer entre el aumento de esta clase de comodidad (que es algo obvio y que se experimenta

²⁹ Normalmente, una estimulación moderada activa el sistema de recompensa primaria, eleva el nivel del despertamiento y genera placer, pero cuando el nivel del despertamiento aumenta más, entra en acción el sistema de castigo, inhibiendo la actividad del sistema de recompensa primaria, eliminando el sentimiento de placer y generando uno de dolor, momento en el cual se activa el sistema de recompensa secundaria, que reduce el despertamiento, cierra el sistema de castigo y libera el sistema de placer primario, con lo que el dolor se aleja y el placer retorna. Por lo tanto, es el sistema de recompensa primaria el que directamente se relaciona con el placer, mientras que el sistema de recompensa secundaria solamente en forma indirecta, al producir placer únicamente cuando su activación elimina la represión del sistema de recompensa primaria (Scitovsky, 1986, pp. 75 – 76).

³⁰ Desde la perspectiva de la psicología, una meta se entiende como el logro de un cambio agradable del despertamiento desde un nivel asociado a la incomodidad hasta un nivel asociado con la comodidad.

³¹ Así como el aumento de la riqueza, la edad cambia las preferencias de muchas personas cada vez más a favor de la comodidad que del placer.

instantáneamente) y la pérdida de placer (que es algo que solamente se va a experimentar en el futuro y gradualmente, casi con toda seguridad o que puede llegar aún como una sorpresa), por lo que la mayor preferencia es por aumentar la comodidad, elección que considerada posteriormente en retrospectiva, puede parecer menos racional de lo que se creía en un principio. Dependiendo de la fuerza que haya cobrado ya el nuevo hábito y del margen que deje para la elección racional en ese momento, es posible que el individuo, descubierto el error de apreciación cometido en la primera elección, pueda o no decidir racionalmente en esta ocasión (Kahneman, 2000b, p. 184). Sin embargo, la posibilidad de corrección de ese error inicial es pequeña, debido a que todo comportamiento que vaya seguido inmediatamente por una recompensa (en este caso, el aumento de la comodidad) se refuerza. Cuanto más lenta sea la advertencia de la pérdida de placer, más fuerte se va a volver el hábito y menor va a ser la probabilidad de que la decisión, una vez tomada, sea reconsiderada y dejada sin efecto. Por lo tanto, solamente para las personas que son plenamente conscientes de esta compleja relación entre la comodidad y el placer (que son muy pocas) y que son capaces de arreglar sus vidas en consecuencia, ya sea que sus preferencias se inclinen en un sentido o en otro, se puede decir que se comportan racionalmente (Scitovsky, 1986, pp. 77 – 78 y 86 – 89).

Ahora bien, si tenemos en cuenta que las personas no pueden satisfacer simultáneamente todas las necesidades que tienen, satisfaciéndolas una a la vez (empezando por la necesidad más dominante en cada momento) y suponiendo que la satisfacción de las necesidades solamente reduce o elimina la incomodidad (es decir, que no produce también placer), lo lógico sería que el consumidor racional (con restricción presupuestal), a medida que satisface esa necesidad prioritaria, otra pase a ser la dominante, la que debería empezar a atender antes de preferir satisfacer por completo la primera. Sin embargo, en la realidad ocurre lo contrario, porque el proceso de satisfacción de una necesidad genera placer en sí mismo, reforzando la actividad de satisfacción en curso, frecuentemente hasta el punto de la saciedad total o más todavía, para lo cual el individuo normalmente sacrifica la calidad de lo que consume y/o reduce la frecuencia del consumo y/o restringe las áreas de satisfacción. Igual comportamiento se puede observar con las actividades estimulantes orientadas a elevar un despertamiento demasiado bajo a fin de superar el aburrimiento, toda vez que el placer que acompaña a esas actividades y a la tensión que generan (recompensa primaria) las refuerza y las sostiene, lo que hace que el despertamiento continúe en aumento, alcanzado temporalmente un nivel por encima del óptimo, originándose ese placer posterior, muchas veces mayor aún, que acompaña a la subsecuente reducción del despertamiento y a la liberación de la tensión, recompensa secundaria que refuerza aún más estas actividades. En efecto, sin la existencia de estas dos recompensas, tal vez no estaríamos dispuestos a aceptar la angustia, las frustraciones y las dificultades que parecen acompañar a todas las grandes realizaciones en el terreno de las artes, de las ciencias y de todas las formas del esfuerzo humano, sencillamente porque la necesidad de placer constituye una parte esencial de la naturaleza de las personas (Scitovsky, 1986, pp. 79 – 86).

Complementariamente se debe decir que mientras que para el caso de la satisfacción de necesidades, la presencia inicial de la incomodidad correspondiente es una condición necesaria para el placer, para la estimulación que elimina el aburrimiento, esta condición necesaria no es el aburrimiento que se alivia sino la tensión temporal que la misma estimulación crea, razón por la cual los placeres de la estimulación no se eliminan por

buscarlos muy insistente y continuamente, como ocurre con los que genera la satisfacción de necesidades, siendo más persistentes que estos últimos y ampliando, por lo tanto, significativamente el margen existente para la elección libre y racional entre el aumento de la comodidad y el aumento del placer, porque no existe peligro de un sesgo en nuestra percepción de ambos ni de que el aumento de la riqueza nos lleve a colocar la comodidad por encima de los placeres de la estimulación, como si es muy probable que suceda con los relacionados con la satisfacción de necesidades, lo que resulta mayormente cierto en las sociedades más ricas, donde el margen principal para la elección entre la comodidad y el placer se encuentra en el área de la estimulación, porque la riqueza elimina los placeres de la satisfacción de necesidades en muchas personas pero no hace mucho por los placeres de la estimulación. Esto se entiende mejor si se tiene en cuenta que evitar la incomodidad satisfaciendo necesidades es un deseo que se sacia³², mientras que el deseo del placer de la estimulación parece insaciable. Sin embargo, existen importantes excepciones a esa saciabilidad de las comodidades relacionadas con necesidades satisfechas, las cuales tienen que ver principalmente con la tendencia del hombre a formar hábitos y con el consumo de posición social relacionada con el rango (Scitovsky, 1986, pp. 93 – 94 y 123 – 131).

Con relación a los hábitos, incluyendo los de consumo, lo que se debe resaltar es que mientras se satisfacen rara vez se advierte su vigor³³ y una vez formados, su privación resulta dolorosa y, por lo tanto, genera incomodidad (Kahneman, 2000b, pp. 182, 193 y 195 – 197), lo que explica la persistencia de los mismos y el que prefiramos continuar satisfaciéndolos, aunque cada vez lo disfrutemos menos³⁴, a lo que también contribuye el hecho que muchos sentimientos de dolor y de placer son seguidos de un efecto posterior contrario y a medida que se repite el estímulo que los origina, el sentimiento inicial permanece constante o se debilita mientras que la sensación que le sigue aparece más pronto y se vuelve más intensa y duradera, opacando o hasta eliminando la reacción primaria, con lo que la repetición del estímulo parece ser el mejor procedimiento para eliminar esa sensación secundaria, aunque solamente sea en forma temporal, generándose por esta vía la adicción. También esta es la razón que explica el cambio de la motivación de las personas, de la búsqueda del placer a la evitación del dolor, a medida que se establecen los hábitos (Scitovsky, 1986, pp. 138 – 145). En términos de Layard (2005, pp. 57 – 58), esta norma de comportamiento se asemeja al estar caminando sobre una especie de cinta andadora “hedonista”, en la que es necesario correr sin parar para que nuestra felicidad permanezca en el mismo sitio. En psicología, este proceso se conoce como *adaptación*. Si la adaptación es “completa”, solamente los estímulos continuos y nuevos pueden elevar nuestro bienestar, pero cuando nuestra situación vuelve a ser estable, volvemos a nuestro nivel de felicidad de partida, lo que ocurre si el cambio es tanto para mejorar como para empeorar. Por supuesto, la gente se adapta a

³² Porque el dolor es causado por el estímulo del centro del dolor en el cerebro y termina cuando se extingue el estímulo.

³³ Este hecho permite entender más claramente que los consumidores raras veces admitan o aún sean conscientes de la medida en que su comportamiento de consumo se encuentra gobernado por el hábito, razón por la cual siempre tienden a justificar cualquier gasto de consumo por motivos de salud, nutrición adecuada, higiene, etc. (Scitovsky, 1986, p. 139).

³⁴ Esta explicación es especialmente importante para la economía, debido a que los hábitos más resistentes a la extinción son los que forma el reforzamiento intermitente al azar, siendo la mayoría de los hábitos de consumo de esta clase (Scitovsky, 1986, p. 141).

algunas cosas casi por completo (por ejemplo, a las posesiones materiales³⁵), a otras nunca llega a adaptarse del todo (por ejemplo, al sufrimiento de perder a un ser amado) y existen algunas cosas buenas que no cansan nunca o muy difícilmente cansan (por ejemplo, el tiempo que pasamos con los amigos y con la familia) (Argyle, 1992, p. 215). En este orden de ideas, claramente uno de los secretos de la felicidad consiste en buscar estas últimas cosas (Easterlin, 2003, p. 11182).

En lo que tiene que ver con el rango, se trata de un puesto privilegiado que se busca alcanzar y mantener dentro de un determinado grupo social a partir de la ganancia de un nivel de ingresos suficiente que permita al individuo un consumo conspicuo³⁶, con lo que la demanda de dinero se vuelve insaciable (una adicción), puesto que no existe límite para el gasto en esta clase de consumo y dado que es limitada la oferta de la satisfacción de posición social así obtenida, resulta también insaciable (una adicción) la demanda de tal satisfacción, por lo tanto, su búsqueda se convierte en un juego de suma cero, porque el ascenso de la posición de un individuo genera automáticamente un descenso igual de la posición de quienes se han quedado rezagados. No obstante, el consumo de posición social puede tener para el individuo simplemente el propósito de ser aceptado en la sociedad, propósito que de todas formas resulta muy importante, toda vez que la comodidad de pertenecer a un grupo social es para todas las personas una necesidad real (Sen, 2000a, p. 56), puesto que un individuo no puede sobrevivir en el aislamiento. Obviamente, satisfacer esta necesidad requiere que el individuo adopte el estilo de vida del grupo del cual quiere hacer parte, para lo que necesita un nivel de ingresos mínimo, que naturalmente tiende a elevarse en la medida que se eleva el nivel de vida medio de ese grupo social, con lo también se eleva el costo de continuar siendo parte del mismo y más todavía para cada generación sucesiva, lo que inevitablemente empuja a las personas a esforzarse cada vez más para obtener esa cantidad en asenso de dinero necesaria para mantener ese status³⁷ (Layard, 2005, pp. 53 – 57). Adicionalmente se debe tener en cuenta que tanto la necesidad de ser aceptado en un grupo social como el rango forman hábito en sí mismos, por lo que la pérdida de una y otra posición constituye una gran fuente de sufrimiento y el temor de perderlas una fuente grande de ansiedad (por lo que el esfuerzo de la gente por mantener su posición social se puede explicar mejor por su deseo de evitar el dolor de los síntomas del retiro que por su deseo de alguna satisfacción positiva) (Scitovsky, 1986, pp. 133 – 134 y 145 – 146).

³⁵ Teniendo en cuenta que las cosas a las que más nos acostumbramos y más fácilmente son las posesiones materiales y, por lo tanto, a unos ingresos más altos, los estudios realizados demuestran que un incremento de un dólar en los ingresos reales de un individuo produce un aumento de al menos 40 centavos en los "ingresos requeridos", lo que representa nuestra adicción a los ingresos y se traduce en que si este año una persona gana un dólar más (y este aumento representa igualmente un incremento en sus ingresos relativos), es más feliz, pero el próximo año va a medir sus ingresos a partir de un patrón de referencia 40 centavos más alto. Por lo tanto, al menos el 40% del aumento de este año va a ser eliminado el año que viene (Layard, 2005, p. 58).

³⁶ O conquistando la excelencia en el ejercicio de una profesión, oficio, deporte, afición, etc. En este caso la demanda de comodidad es saciable (Scitovsky, 1986, p. 133).

³⁷ Aunque también una persona puede ser aceptada en un grupo social cuando se vuelve útil para sus integrantes (proveyéndoles comodidad o estímulos). En este caso, la sociedad se beneficia como un todo (es decir, no se trata de un juego de suma cero), independientemente de la satisfacción que obtenga para sí la persona que se ha vuelto útil para los otros (Scitovsky, 1986, p. 135).

Son estas excepciones a la saciabilidad de las comodidades las que perturban la relación que debiera existir entre el gasto monetario y la satisfacción del consumidor, impidiendo o dificultando la elección libre y racional entre comodidad y placer, haciendo que la mayoría de las veces se privilegie la primera por encima del segundo, sesgando nuestras pautas de consumo, a lo que también ayuda el hecho de que la mayoría de las personas tengamos normalmente muy pocas habilidades para el disfrute de los placeres de la estimulación, por lo que preferimos, toda vez que el deseo de estimulación se encuentra tan arraigado en el ser humano como para no abandonarlo simplemente por carecer de las habilidades necesarias para disfrutarlo al máximo, formas de estimulación que requieren pocas o ningunas habilidades para disfrutarlas (por ejemplo, ver la televisión), que proveen insuficiente novedad y, por lo tanto, resultan poco o casi nada satisfactorias, lo que entonces nos predispone contra toda estimulación y a favor de la comodidad, entrando en un círculo vicioso a este respecto, tendencia que ha sido reforzada por la liberación de cada vez más tiempo dedicado al trabajo que nos ha permitido el progreso tecnológico, lo que ha aumentado la demanda de estimulación y frente a lo cual la economía ha respondido aumentando nuestros medios de acceso a muchas fuentes de estimulación, pero no ha podido (o no ha querido) aumentar el contenido de estímulos de estas fuentes, que es justamente lo que esta nueva realidad requiere, por lo que finalmente a menudo resultan inútiles (desde la perspectiva de la felicidad) el progreso técnico y económico de la sociedad y el consiguiente aumento del ocio³⁸. Gran parte de este consumismo proviene también del hecho de que nuestras mercancías en general son producidas en serie y, por lo tanto, sin mayor contenido de novedad, proporcionando mayor comodidad que placer, con lo que la poca estimulación que proveen se agota mucho más rápidamente que su utilidad (y comodidad), razón por la cual las cambiamos, aunque todavía les queden algunos o varios años de vida útil. Finalmente, son todas estas excepciones, situaciones y tendencias las que nos ayudan a entender mucho mejor la paradoja de que nuestro bienestar económico (medido por el ingresos real per cápita) se encuentre en continuo aumento pero las personas no sean más felices a pesar de este avance (Scitovsky, 1986, pp. 147 – 159, 163 – 164, 247 – 250, 263 – 264, 272 – 273 y 295).

5.2. La libertad como condición necesaria de la capacidad para ser feliz

De acuerdo con las anteriores consideraciones, si la felicidad se puede entender como el alcanzar y conservar un nivel de estimulación total y del despertamiento consiguiente que resulten óptimos para cada etapa de la vida de la persona, tal que le permitan experimentar comodidad y placer en el transcurso de esa vida (Scitovsky, 1986, pp. 39 y 75), la capacidad para ser feliz requiere, entonces, de la libertad real para elegir la actitud personal que vamos a adoptar ante las diferentes circunstancias de la vida, actuando por nosotros mismos³⁹ (Layard, 2005, p. 20; Scitovsky, 1986, p. 217). Esto es a lo que Sen llama el papel instrumental de la libertad en el desarrollo⁴⁰. Desde esta perspectiva, el

³⁸ Esta tendencia resulta aún más preocupante si tenemos en cuenta que progresivamente queremos ahorrar más tiempo y más esfuerzo por ahorrarlos, valorando tanto este ahorro en sí mismo que no queremos gastarlo y menos en actividades que no generen una rentabilidad financiera mayor a la que obtendríamos invirtiendo ese tiempo y esfuerzos ahorrados trabajando más, comportamiento ciertamente irracional en términos de la felicidad de la gente (Scitovsky, 1986, pp. 168 – 170 y 251).

³⁹ Esta libertad debe referirse tanto a lo que hacemos como a las alternativas que tenemos.

⁴⁰ En este sentido, la idea es aumentar la libertad para lograr la felicidad y no aumentar la libertad por la libertad en sí misma, como es la propuesta de Sen.

crecimiento económico y la renta que genera se asumen solamente como un importante medio para expandir las libertades y, por consiguiente, la felicidad de las personas y no un fin en sí mismo (Sen, 2000a, pp. 55 – 58, 2000b, pp. 29 – 31). Igual consideración se puede hacer con relación a la democracia, que cuando funciona no solamente como elecciones populares de las autoridades del gobierno sino también como debate público en el que pueden efectivamente participar como agentes todos los interesados, tanto en la escogencia como en la formulación, implementación y control de la ejecución de las decisiones de política pública que los afectan y en los valores sobre los cuales las mismas se basan, constituye causa y efecto de la libertad (Sen, 2000b, pp. 28, 35 y 140 – 141) y, por lo tanto, en un medio considerable para alcanzar la felicidad.

Es en este sentido que la felicidad requiere de la libertad, porque precisamente la libertad permite a los individuos desarrollar las capacidades necesarias para vivir la vida que tienen razones para valorar y para aumentar las opciones reales entre las que pueden elegir y, por lo tanto, para alcanzar las satisfacciones requeridas para ser felices, lo que exige equidad en las oportunidades reales que tiene la gente para alcanzar este fin último, a partir de las dotaciones o titularidades que cada quien posee (Sen, 1983, p. 1117, 2000b, pp. 99 y 353).

Desde este enfoque, la inclusión social, que depende básicamente del desarrollo de las capacidades de las personas, debe ser una de las preocupaciones prioritarias de cualquier sociedad, incluyendo la disponibilidad de un nivel mínimo de ingresos monetarios para todos, que se requiere como un medio para adquirir titularidades (y no como un fin), por lo que se debe promover y defender como un derecho fundamental más. El enfrentar la exclusión social desde esta perspectiva, nos aleja de plano de una propuesta asistencialista (Sen, 1995, p. 153).

5.3. La educación como factor clave de la felicidad

Toda vez que la felicidad depende principalmente de nuestro *carácter* y, por lo tanto, de nuestras actitudes (Bentham, 2000, p. 160), carácter que podemos moldear⁴¹ y actitudes que podemos entrenar para ser felices (McMahon, 2006, p. 52), la educación (como formación recibida en el entorno familiar y escolar de la persona) puede contribuir en gran medida a formar en el individuo, además de la razón y de habilidades prácticas, el carácter y las actitudes más favorables para alcanzar este fin último (Braslavsky, 2006, p. 86; Easterlin, 2003, pp. 11176 y 11182), las cuales se pueden resumir en la *misericordia* (que incluye la compasión, la generosidad y la imparcialidad) y en la *aceptación* (que nos ayuda a evitar que por regla general nos estemos comparando con otras personas y menos con otras más exitosas, aprendiendo mejor a disfrutar las cosas que tenemos o que nos ocurren tal y como son, sin compararlas con otras mejores). Hoy sabemos mejor que nunca como desarrollar estas actitudes y sabemos igualmente que a no ser que se adquirieran a una edad temprana (en los seis primeros años de existencia) y en la familia, cada vez es más difícil aprenderlas. La terapia cognitiva moderna, la psicología positiva, los cursos bien diseñados de inteligencia emocional, el budismo, las tradiciones religiosas centradas en la vida interior, por ejemplo, han encontrado el modo de fomentar el pensamiento positivo y de disipar sistemáticamente los pensamientos negativos que a

⁴¹ Aunque se debe tener en cuenta que una parte de este carácter depende de los genes.

todos nos afectan, técnicas que bien podrían convertirse en la base psicológica de la cultura del siglo XXI, que debe orientarse fundamentalmente a la conquista de los seres humanos de sí mismos⁴² (Layard, 2005, pp. 19 – 21, 65 – 70, 80 – 81, 122, 187 – 200 y 225).

Por otra parte, en la medida que el *amor* es de la mayor importancia para la felicidad del individuo, debemos tener en cuenta que parte esencial del amor es el deseo y que el hombre desea, según lo expresa Sócrates en *El banquete* de Platón (1973), “(...) lo que no le es accesible y lo que todavía no posee”, equivocándose muchas veces al querer buscar la felicidad en lugares donde no se puede encontrar (deseos mal encauzados), “(...) como en la persecución del dinero, el sexo puramente carnal, la fama o en personas que nos hacen daño”, razón por la cual el deseo debe ser cuidadosamente educado, como muy bien lo sabían Sócrates, Platón, Aristóteles, Zenón, Epicuro y otros muchos filósofos más, para “(...) dirigir su poder hacia el verdadero bien y la verdadera belleza, aprendiendo a amar las cosas correctas de la manera correcta”, por lo que la felicidad no puede reducirse a los meros los placeres sensuales ni confundirse, por lo tanto, con el hedonismo (Braslavsky, 2006, pp. 87 – 89; McMahon, 2006, pp. 49 – 52, 54 – 55 y 67 – 73).

En este sentido, una buena educación, al ayudarnos a conocernos mejor a nosotros mismos, resulta fundamental para la felicidad, porque nos puede ayudar a identificar y a buscar cada vez más acertadamente aquellas cosas buenas a las que nunca nos podemos adaptar del todo y a no permitir esta adaptación con relación a las otras cosas que puedan correr este riesgo. Espaciar en el tiempo y en el espacio (en los casos en los que esta última dimensión sea relevante) y aumentar el contraste de las experiencias relacionadas con estas últimas cosas, que son justamente logros que facilita la educación, puede ayudarnos en este propósito, puesto que son mecanismos efectivos para aumentar la incidencia o la intensidad de una sensación particular (Kahneman & Krueger, 2006, p. 15; Kahneman & Thaler, 1991, p. 342, 2006, p. 230; Layard, 2005, pp. 57 y 62).

Pero para que la educación pueda cumplir mejor con este objetivo, se requiere que sea más liberal y humanista (más cultural) y no exclusivamente a favor de los requerimientos de la ciencia y la tecnología y al servicio de la industria y los negocios, lo que hoy resulta muy viable, si se tiene en cuenta que actualmente existe un exceso de oferta de personal calificado para la economía, encontrándose mucha gente adiestrada en exceso para el empleo que desempeña, pero con escasa formación para el disfrute de la estimulación, pudiendo perfectamente dedicar esos años de exceso de educación para la economía, que de todas formas no usa en su trabajo, a lograr una mayor educación para el placer, lo que sería mucho más beneficioso para la felicidad de las personas, puesto que la eficiencia en la obtención de estimulación en el consumo exige ser generalista (que es justamente lo que no somos tanto), en cambio la eficiencia en la producción deriva, en gran parte, de la especialización. Esto todavía es más importante en los actuales

⁴² Para las personas psíquicamente enfermas (por ejemplo, de esquizofrenia, trastorno bipolar, depresión aguda, ansiedad extrema, etc., enfermedades que producen gran infelicidad y que son, en general, una mezcla particular de genes inoportunos y de una educación y experiencias destructivas), estas técnicas pueden resultar insuficientes o inefectivas, por lo que los fármacos psiquiátricos aparecen como una segunda posibilidad (Argyle, 1992, p. 286). Obviamente, el creciente progreso científico debería aprovecharse para la producción y el suministro de los mejores medicamentos de esta clase, incrementando su efectividad y minimizando al máximo los efectos secundarios que normalmente producen (Layard, 2005, pp. 208 y 216).

momentos, cuando los avances tecnológicos han incrementado nuestro tiempo libre y no sabemos exactamente qué hacer con este mayor tiempo de ocio. Igualmente, este requerimiento se hace cada vez más necesario a medida que aumenta el nivel de vida, puesto que la mayor riqueza significa más formas de consumo, para cuyo disfrute se requieren mayores habilidades de consumo. Desafortunadamente, hoy la economía hace que nos interesen mucho más las habilidades para la producción que las habilidades para el consumo, porque nos han formado para ponderar mucho más el retorno monetario de la educación. Esta preferencia parece ser muy racional en una sociedad moderna, calculadora y cuantificadora, pero no lo es para una sociedad que busca la mayor felicidad general (Scitovsky, 1986, pp. 244 – 247 y 278).

Lógicamente, al aumentar las habilidades para el consumo, la educación cultural nos da acceso no solamente a las novedades del presente sino también al acervo de novedades acumuladas por la humanidad en el pasado (por ejemplo, en la música, la pintura, la literatura, la historia, etc.), lo que nos permitiría complementar a voluntad y casi sin límites el flujo de novedades actuales como una fuente de estimulación muy valiosa. Si la humanidad tiene una gran dispensa de novedad acopiada durante miles de años y cada vez es más grande, no tiene sentido ni parece racional que la desaprovechemos, fundamentalmente por la falta de la cultura necesaria para disfrutarla. Adicionalmente, esta educación nos facilita la conversación placentera (una de las fuentes más importantes de la satisfacción humana) con un gran número de otras personas, mucho más que la educación para la producción, que solamente nos permite hablar de nuestra profesión o trabajo con los pares que se encuentran en el mismo campo (Scitovsky, 1986, pp. 250, 253 y 262).

Por supuesto, la educación que denominamos comúnmente formal, también tiene un efecto indirecto en la felicidad, cuando eleva el nivel de ingresos de las personas (Easterlin, 2003, p. 11180).

6. Los indicadores tradicionales del desarrollo como indicadores parciales de felicidad

En concordancia con la línea de argumentación anteriormente expuesta, lo que en términos generales se puede decir con relación a los indicadores tradicionalmente utilizados por los economistas para la medición del desarrollo, como por ejemplo, la renta per cápita o el PIB, el Índice de Desarrollo Humano o el de Calidad de Vida o el de NBI o la línea de pobreza o de indigencia, etc., es que son más indicadores de comodidad que de felicidad (Scitovsky, 1986, pp. 153, 159 y 166, principalmente).

Adicionalmente, la renta per cápita o el PIB no son apropiados para la medición del desarrollo en términos de felicidad, porque erróneamente consideran que todos los pesos o cualquier unidad monetaria de la que estemos hablando tienen el mismo valor para la felicidad de las diferentes personas. Tampoco tienen en cuenta que algunos países tienen una jornada laboral más larga que otros, ni consideran en forma apropiada ni completamente las externalidades (positivas y negativas), ni la calidad medioambiental (como una muy particular de estas externalidades), ni el ocio (Layard, 2005, pp. 138 – 140), ni, en general, las satisfacciones no económicas (Diener & Seligman, 2004, p. 21), que al final de cuentas resultan ser más importantes para la felicidad de la gente que las económicas.

Con relación a las externalidades, por ejemplo, estos indicadores tradicionales olvidan que prácticamente toda transacción importante que efectuamos afecta a terceros que no han tomado parte en la misma, en alguno o más de los múltiples determinantes de su felicidad. Así por ejemplo, si otras personas aumentan sus ingresos, los individuos que los mantienen iguales se sienten menos satisfechos con los suyos, si el divorcio se vuelve más frecuente, muchas personas se sienten menos seguras, si aumenta la movilidad geográfica de los trabajadores en busca de mayores ingresos (lo que ha sido, por ejemplo, una recomendación de la OCDE), aunque efectivamente aumente la renta per cápita, la vida en comunidad y la familia tienden a desestabilizarse, puede bajar la confianza en las otras personas, puede disminuir la seguridad en las calles, pueden cambiar nuestros valores girando más hacia la individualidad exagerada y la desconfianza, etc. (Layard, 2005, pp. 142 – 143).

Estos indicadores dejan igualmente por fuera el hecho de que nuestras normas y valores cambian en respuesta a las influencias externas (por lo que justamente necesitamos, entre otras razones, como único principio rector el principio de la mayor felicidad general), de que odiamos la pérdida más de lo que valoramos el beneficio equivalente⁴³ y de que nuestro comportamiento es imprevisible (incoherente) en gran medida, porque somos agentes con racionalidad limitada (Layard, 2005, p. 140; Kahneman, 2003a, pp. 162 – 166, 2003b, pp. 183 – 211; Simon, 1955, pp. 99 – 100 y 113 – 114, 1965, pp. 173 – 175 y 179 – 186, 1978, pp. 504 – 506, 1986, pp. S210 – S212, 1995, pp. 47 – 50 y 60 – 61).

⁴³ Por regla general, si alguien pierde una determinada cantidad de dinero su humor empeora dos veces más de lo que mejoraría si ganara esa misma cantidad (Layard, 2005, p. 146).

7. La función de felicidad

Si la felicidad no puede medirse adecuadamente con indicadores como los descritos anteriormente, resulta necesario proponer una *función de felicidad* (que podemos denotar con la letra F) que incluya los principales factores generadores de este bien superior (al menos aquellos sobre los que no hay mayor discusión)⁴⁴, tanto los relacionados con la comodidad, que son fundamentalmente los utilizados para la mayoría de las funciones de felicidad propuestas hasta el momento (como por ejemplo, el empleo, los ingresos, el consumo actual versus el consumo pasado, la inflación, la educación, la edad, el género, etc., que aparecen en las funciones de felicidad propuestas por Blanchflower & Oswald, 2004, citado en Layard, 2005, p. 259; Cruz y Torres, 2006, pp. 136 – 141; Di Tella, MacCulloch & Oswald, 2003, pp. 809 – 815; Frey & Stutzer, 2000a, pp. 919 – 920 y 923 – 925, 2000b, pp. 149 – 152, 2002, pp. 403 – 422, entre otros), como los relacionados con el placer, que aunque conocidos muchos, no han sido hasta la fecha tenidos muy en cuenta explícitamente en esta clase de funciones, en cuanto tales, pero principalmente en la relación que pueden tener, frente a los factores de la comodidad, en la generación de felicidad.

Por supuesto, medir la felicidad desafía la noción de unas preferencias solamente confiable y empíricamente reflejadas por la utilidad (de la decisión) individual, puesto que la felicidad, como se ha argumentado anteriormente, es un concepto mucho más amplio que esta última, entre otras cosas, porque la felicidad incluye otros conceptos como la utilidad experimentada (procesal) y tanto las funciones micro como macroeconómicas de la felicidad nos ofrecen nuevas perspectivas sobre los verdaderos determinantes de la satisfacción con la vida, además porque no puede concluirse que la felicidad deba maximizarse de la forma como se propone para la maximización de la función social de bienestar (Frey & Stutzer, 2000b, p. 145; Kahneman y Thaler, 2006, p. 222). De hecho, para Bentham (1965, pp. 178 – 179, 1973, pp. 30 – 31, 112 y 122 – 123, 2000, pp. 14 – 15 y 33), siendo la felicidad el fin último que buscan todas las personas, la utilidad no es más que la tendencia de cualquier cosa o acto hacia este fin.

La felicidad también es un concepto diferente al de la utilidad individual, porque esta última depende solamente de los bienes y servicios económicos, se deduce de las preferencias de los consumidores, es a su vez utilizada para explicar las elecciones realizadas por estos agentes, rechaza el bienestar subjetivo (declarado mediante encuestas, por ejemplo) como no científico, por no ser objetivamente observable y asume utilidades independientes, aunque las utilidades interdependientes se ajusten mejor al comportamiento real observado de la gente (Frey & Stutzer, 2000b, p. 146; Harsanyi, 1974, pp. 72 – 81). Por supuesto, la felicidad, además de depender (limitadamente) de los bienes y servicios económicos, depende muy especialmente de las emociones de las personas (Elster, 1993, pp. 183 y 187, 1996, pp. 1386, 1390 y 1392, 1998, pp. 47 – 73; James, 1884, pp. 188 – 204) y la base para su valoración es el bienestar subjetivo declarado por los individuos en encuestas realizadas específicamente para este fin, que

⁴⁴ Proponer una función de felicidad es una tarea viable, entre otras razones, porque ya se ha demostrado que la mayoría de las personas basan sus juicios a este respecto prácticamente sobre las mismas consideraciones, lo que además contribuye a explicar por qué las comparaciones de la felicidad entre grupos de personas y entre países son muy significativas (Easterlin, 2004, p. 27; Layard, 2005, pp. 65 – 83).

coincide con los resultados obtenidos al realizar las mediciones correspondientes de la actividad cerebral relacionada con los sentimientos de dolor y placer de los individuos encuestados. Adicionalmente, el uso principal de las medidas de la felicidad no es tanto realizar comparaciones de niveles interpersonales, entre países o a lo largo del tiempo (que efectivamente se pueden hacer), sino más bien procurar identificar sus principales determinantes, que se debieran convertir en las metas por excelencia de la política económica, en particular, y de las políticas públicas, en general, de cualquier país. En este orden de ideas, lo que se busca no es la maximización de la función de felicidad en sí misma, sino los valores óptimos de los factores que la generan (Frey & Stutzer, 2000b, pp. 149 y 152).

Entonces, de acuerdo con todas las observaciones realizadas en los capítulos anteriores, la función de felicidad del individuo i en el momento t (F_{it}) puede tener la siguiente forma:

$$F_{it} = \alpha C_{it}^{\theta} + \beta P_{it}^{\rho} \quad [1]$$

Donde C_{it} representa la *comodidad* relacionada con la satisfacción de necesidades mediante el consumo de *bienes y servicios económicos* que posee el individuo i en el momento t de su vida y P_{it} representa el *placer* que disfruta ese individuo en ese momento, siendo α y β los correspondientes coeficientes, con $\beta > \alpha$ (porque según lo que se dijo en los capítulos 4 y 5, el placer contribuye más a la felicidad que la comodidad), $0 < \beta$, $\alpha < 1$ y $\beta + \alpha = 1$. En lo que tiene que ver con los exponentes θ y ρ , en concordancia con lo dicho en el capítulo 5, se puede decir que $0 \leq \theta < 1$ y $\rho \geq 1$, es decir, que la *comodidad* presenta rendimientos decrecientes con relación a la felicidad mientras que el *placer* presenta rendimientos crecientes (o, al menos, constantes) con relación a esa variable.

Ahora bien, cuando se trata de medir cómo nos sentimos, la mayoría de nosotros adoptamos una visión más bien a la larga, aceptando los altibajos de la vida y centrándonos en nuestra felicidad media durante un periodo relativamente amplio. Pero esta medida se hace en una serie completa de momentos, puesto que en cada instante de la vida que llevamos nos sentimos más o menos felices, porque al ser la felicidad un sentimiento, se sucede ininterrumpidamente (al menos durante nuestras horas de vigilia) y puede cambiar de hora en hora y de día en día y ser influida en un momento particular por los recuerdos de experiencias pasadas y por la anticipación de otras futuras, recuerdos y anticipaciones que son partes muy importantes de la actividad mental de la persona, pero que no representan problemas conceptuales para la medición de la felicidad, ya sea de la felicidad instantánea o la promediada durante un periodo más largo (Layard, 2005, pp. 23 – 24, 26 – 29 y 33). Complementariamente, no es posible ser feliz e infeliz al mismo tiempo (Argyle, 1992, p. 13), porque los sentimientos positivos apagan los sentimientos negativos y viceversa. Por lo tanto, contamos con una única dimensión, que va desde lo extremadamente negativo hasta lo extremadamente positivo, pudiendo ser la felicidad o la infelicidad excitadas (la alegría o la agitación, respectivamente) o no excitadas (la satisfacción o la depresión, respectivamente). Esto también significa, como fuera anunciado por Bradburn en 1969, que la felicidad no es lo contrario a la infelicidad (Argyle, 1992, p. 13). Estas son distinciones importantes que corresponden a diferentes niveles de excitación. En este orden de ideas, se puede decir, entonces, que la felicidad es una función continua.

Por lo tanto, la felicidad experimentada por el individuo i en el transcurso de su vida va a ser igual a la sumatoria de los momentos felices sentidos por este individuo en ese periodo, es decir,

$$F_i = \sum_{t=7}^T \alpha C_{it}^{\theta} + \beta P_{it}^{\rho} \quad [2]$$

$\forall t = 1, 2, 3, \dots, T$, es decir, los diferentes momentos de la vida del individuo i en los que se pueden realizar mediciones de la felicidad que siente, siendo $t = 7$ años en la sumatoria, porque esta es la edad mayoritariamente aceptada por los psicólogos como el momento a partir del cual los niños y las niñas se encuentran en capacidad de dar un autoreporte confiable, verbal o escrito, sobre la felicidad que sienten. Por supuesto, T es el momento donde se hace la medición de la felicidad acumulada del individuo i hasta esa fecha.

Entonces,

$$F_s = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N F_i, \forall i = 1, 2, 3, \dots, N \quad [3]$$

Donde F_s es la felicidad del conjunto de la sociedad s , F_i es la felicidad del individuo i que pertenece a esa sociedad (que para efectos de la sumatoria de esta ecuación puede adquirir valores numéricos según una escala de felicidad previamente definida) y N es el tamaño de la población de la sociedad s , lo que significa que la felicidad de cada uno de los individuos que hacen parte de ese conjunto es igual de importante para la felicidad general (Layard, 2005, pp. 16 y 120 – 122).

Con relación a la comodidad, la función correspondiente se puede asimilar a la *función de utilidad* del consumidor que generalmente manejan los economistas. Es decir,

$$C_{it} = U(x_{it}, edu_{it}, edad_{it}, gen_i, sre_{it}) \quad [4]$$

Donde, x_{it} es la canasta de bienes y servicios económicos que consume el individuo i en el momento t , edu_{it} y $edad_{it}$ es el nivel educativo y la edad, respectivamente, del individuo i en el momento t , gen_i es el género del individuo i y sre_{it} es la situación relativa económica del individuo i en el momento t , que se refiere a la distancia existente entre los logros y las metas de este individuo en cuanto a comodidad o entre los logros y aquello a lo que esta persona cree tener derecho o lo que cree que los otros tienen (Argyle, 1992, pp. 11 y 205; Easterlin, 2001, pp. 472 – 473, 2003, p. 11181)⁴⁵.

Por lo tanto,

⁴⁵ Tanto para la comodidad como para el placer las metas son muy importantes. Si pensamos en cualquier persona feliz, muy seguramente encontraremos que tiene unas metas bien definidas, estimulantes y realistas, no demasiado fáciles ni demasiado difíciles de conseguir o inalcanzables, porque las primeras causan aburrimiento y las segundas frustración y una y otra cosa causan depresión (Argyle, 1992, p. 207; Layard, 2005, pp. 34, 81 – 82 y 119).

$$U(x_{it}, edu_{it}, edad_{it}, gen_i, sre_{it}) = v(x_{it}(p, I), edu_{it}, edad_{it}, gen_i, sre_{it}) \quad [5]$$

Con $v(x_{it}(p, I), edu_{it}, edad_{it}, gen_i, sre_{it})$ no decreciente en I y no creciente en p , es decir, $v(x_{it}(p, I')...) \geq v(x_{it}(p, I)...) si $I' > I$ y $v(x_{it}(p', I)...) \leq v(x_{it}(p, I)...) si $p' \gg p$, lo que significa que$$

$$\frac{\partial v}{\partial I} \geq 0 \quad [6]$$

$$\frac{\partial v}{\partial p} \leq 0 \quad [7]$$

La relación de las variables edu_{it} , $edad_{it}$ y gen_i con v es la que explica normalmente la teoría económica del consumidor y en lo que tiene que ver con sre_{it} esta relación sería no creciente, porque a mayor distancia entre los logros y las metas o a lo que se cree tener derecho o a lo que cree que tienen los otros, más irrealizable es cerrar esa brecha y, por consiguiente, menor es la utilidad, es decir,

$$\frac{\partial v}{\partial sre_{it}} \leq 0 \quad [8]$$

En este orden de ideas, como C_{it} presenta rendimientos decrecientes con relación a la felicidad de las personas y al depender fundamentalmente del consumo de bienes y servicios mercadeables, que se deben comprar, depende del nivel de ingresos monetarios del consumidor, estos ingresos van a presentar igualmente rendimientos decrecientes frente a la felicidad de la gente, relación teórica y empíricamente ya demostrada, entre muchos otros, por Argyle (1992, pp. 132 – 140 y 289 – 290), Cruz y Torres (2006, pp. 136 – 137 y 144), Di Tella, MacCulloch & Oswald (2003, pp. 810 – 821 y 823 – 826), Diener & Seligman (2004, pp. 7 – 10), Easterlin (1974, pp. 90 – 121, 2001, pp. 465 – 481, 2002, pp. 1 – 19 y 28 – 29, 2003, pp. 11176 y 11178 – 11182, 2004, pp. 31 – 32, 2005, pp. 1 – 10 y 14 – 19, 2006, pp. 4 – 5, 14 – 25 y 48), Frey & Stutzer (2000a, pp. 919 y 923 – 926, 2000b, pp. 149 – 152, 2002, pp. 408 – 416), Kahneman & Krueger (2006, p. 15), Kahneman & Thaler (1991, pp. 341 – 342), Layard (2005, pp. 15, 41 – 46, 49 y 51 – 62), Max – Neef (1986), Scitovsky (1986, pp. 148 – 159), Silva y Hernández (1994, pp. 169 – 170), Stutzer & Frey (2004, pp. 198 – 213), Veenhoven (1992, 2001, pp. 11, 13, 24 y 27), etc.

Particularmente, según Layard (2005, pp. 15, 18, 41 – 48 y 53), en las sociedades occidentales del primer mundo, en general, la gente no es más feliz hoy que hace 50 años, a pesar de que los ingresos medios de estas personas se han multiplicado por dos o más, tienen más comida, más ropa, más coches, casas más grandes, más calefacción central, más vacaciones en el extranjero, una semana laboral más corta, un trabajo más agradable y, sobre todo, mejor salud. Esta paradoja es igualmente válida para Estados Unidos⁴⁶, Gran Bretaña y Japón (Diener & Seligman, 2004, p. 3) y nos revela que una vez

⁴⁶ En Estados Unidos, por ejemplo, desde 1950 no se ha producido ningún aumento en el número de personas “muy felices” ni ninguna disminución sustancial de los que se sienten “no muy felices”. Así por

garantizado un salario de supervivencia, hacer a la gente más feliz no es una tarea fácil, porque aunque los individuos deploran la pobreza extrema, una vez que se resuelven las necesidades básicas, hay más en la vida que la prosperidad material y la libertad (Argyle, 1992, p. 290). Si comparamos los países industriales occidentales, los más ricos no son más felices que los menos ricos y según estudios de población de cada país podemos ver que en los países con rentas superiores a 20.000 dólares per cápita, los ingresos adicionales no van asociados con una mayor felicidad⁴⁷, fundamentalmente porque desde la II Guerra Mundial el aumento de la felicidad generado por el aumento de la renta nacional, se ha visto contrarrestado, en el periodo de la posguerra, por el aumento de la infelicidad a causa de unas relaciones sociales menos armoniosas, que contribuyen a explicar significativamente el aumento veloz de las tendencias a la depresión, al alcoholismo, a la delincuencia y, en menor medida, al suicidio.

En general, se puede decir que los grandes avances en la ciencia y en la tecnología logrados en los últimos 50 años pueden explicar la gran mejoría alcanzada en este periodo en algunos factores determinantes de la felicidad como la salud, los ingresos y la calidad del trabajo, pero también son en gran parte responsables (especialmente por la televisión y la publicidad, el aumento del individualismo y el cambio en los roles de género, con la consecuente afectación de la familia) del perjuicio causado a los otros factores de la felicidad relacionados con las satisfacciones no económicas, que son los más importantes para la felicidad de las personas. Los afectados han sido principalmente las relaciones familiares (con el incremento de las rupturas familiares, de las uniones de hecho, de las relaciones sexuales pre y extramatrimoniales, de los niños y niñas de madres solteras, de los abortos, del tiempo que los hijos e hijas pasan sin sus padres, etc.), la fuerza y la seguridad del entorno social (con la disminución creciente de la confianza en las otras personas y de la afiliación a asociaciones comunitarias y el aumento de la delincuencia y del porcentaje de ciudadanos que actúan por su cuenta, etc.) y los valores relacionados con la generosidad (Layard, 2005, pp. 86 – 93).

Particularmente la televisión (que no es simplemente un reflejo de lo que ya somos sino más bien de lo que debiéramos ser), ha revolucionado nuestras vidas, principalmente nuestra forma de invertir el tiempo, porque cada vez le dedicamos más horas al día, con lo que ha disminuido la vida social y la práctica del deporte, ha incrementado la inactividad física y, por lo tanto, la obesidad, ha exacerbado la comparación de los televidentes con personajes que tienen niveles de vida inalcanzables y, por consiguiente, ha aumentado la insatisfacción con los ingresos propios, con nuestras posesiones y, en general, con la vida, ha deteriorado la autoestima y ha empujado a la gente a querer ganar (lícita o ilícitamente) y gastar cada vez más dinero para poder alcanzar esos estilos de vida de ensueño que presenta⁴⁸, ha reducido la creatividad de las personas (porque la TV es muy

ejemplo, el 32% de los norteamericanos se consideraba "muy feliz" en 1975 y el 55% "bastante feliz", frente al 31% y al 58% de 1996, aunque la renta per cápita se había incrementado notablemente desde la primera fecha (Layard, 2005, p. 41).

⁴⁷ A esta conclusión ya había llegado en 1974 Easterlin, al comprobar que tener un mejor nivel de ingresos sí es sinónimo de mayor felicidad, pero esa relación desaparece cuando la gente alcanza entre los 35 y 45 millones de pesos anuales (la Paradoja de Easterlin). La Hipótesis del Umbral de Max – Neef (1986) igualmente apunta en esta dirección.

⁴⁸ Según Layard (2005, p. 96), una hora más de televisión a la semana produce un gasto extra semanal de 4 dólares, para "no ser menos que los demás".

pasiva), prácticamente ha extinguido la cena familiar, ha aumentado la infidelidad y la tasa de divorcios (porque muestra que siempre es posible encontrar una pareja más atractiva o más exitosa o más adinerada), ha reducido el tiempo de lectura, especialmente en niños y jóvenes, ha incrementado la violencia, etc., y todos estos nefastos efectos porque la televisión para ser atractiva debe exagerar lo que muestra, porque si simplemente reflejara la vida tal y como es resultaría aburrida, razón por la cual contiene mucha más violencia, mucho más sexo, muchas más relaciones caóticas, mucha más riqueza, muchas más belleza, etc., de la que verdaderamente se puede encontrar en la vida real, lo que aumenta la desensibilización de las personas hacia esta clase de comportamientos inadecuados, estando cada vez más dispuestas a aceptarlos e imitarlos. La publicidad, por supuesto, genera unos efectos similares, mostrándonos mundos donde la gente vive por encima de la media de los ciudadanos⁴⁹. Por todas estas consecuencias, la televisión hace menos feliz a la gente (Layard, 2005, pp. 93 – 97).

No obstante, en los países más pobres del Tercer Mundo, que en general son menos felices que los países ricos del Primer Mundo, la relación de la felicidad con el aumento de los ingresos es diferente en comparación con estos últimos, porque la gente apenas tiene para vivir, por lo tanto, a medida que estos países van experimentando un crecimiento económico, se observan algunas evidencias de que la felicidad media también ha ido aumentando, puesto que los ingresos adicionales en estos países sirven realmente para ubicar a las personas por encima del umbral de la verdadera pobreza física, con lo que puede deducirse que el aumento de la felicidad derivado de los ingresos adicionales es mayor cuando se es pobre y desciende a ritmo constante a medida que se es más rico⁵⁰, que el efecto de los ingresos en la felicidad es mayor en los países más pobres, en los que la gente se halla más cercana a la miseria, que con el tiempo las sociedades más ricas no son más felices que las más pobres y que actualmente encontramos en el Primer Mundo una sociedad que busca y proporciona mayores ingresos a las personas, pero que su felicidad en el mejor de los casos apenas ha aumentado, mientras que en el Tercer Mundo, donde el incremento de los ingresos sí produce una mayor felicidad, los niveles de renta todavía son muy bajos (Layard, 2005, pp. 44 – 45 y 49).

Además, se debe tener en cuenta que en términos de felicidad sentirse satisfecho con los propios ingresos depende de la comparación que la persona realiza con lo que ganan sus semejantes⁵¹ (Argyle, 1992, pp. 132 – 136, 146, 209 y 289; Cruz y Torres, 2006, p. 137; Easterlin, 1974, pp. 99 – 121, 2003, pp. 11176 y 11181 – 11183; Frey & Stutzer, 2002, pp. 411 – 412; Kahneman & Thaler, 1991, pp. 341 – 342; Layard, 2005, p. 51; Silva y Hernández, 1994, pp. 169 – 170) y con lo que ella misma se encuentra acostumbrada a ganar⁵² (Argyle, 1992, pp. 139 – 140, 146 y 289 – 290; Easterlin, 2001, pp. 467 – 481; Kahneman & Thaler, 1991, pp. 341 – 342; Layard, 2005, p. 51), es decir, depende más de

⁴⁹ Por estos motivos las empresas fabricantes de productos y servicios de consumo masivo gastan miles de millones de dólares en publicidad, principalmente dirigida a los niños y jóvenes, que son los espectadores que más se dejan impresionar (Layard, 2005, p. 96), lo que de paso encarece los precios de estos productos y servicios, introduciendo imperfecciones adicionales al mercado.

⁵⁰ Igualmente se puede decir que el dinero extra les resulta más indiferente a los ricos que a los pobres, siempre y cuando la renta media permanezca constante (Layard, 2005, p. 61).

⁵¹ Dada la cercanía con la que se establecen estas comparaciones, algunas de las rivalidades más intensas se producen dentro de las empresas y dentro de la propia familia (Layard, 2005, p. 54).

⁵² Precisamente por esta razón normalmente las personas más ricas dicen necesitar más ingresos que las pobres.

los ingresos relativos que de la renta absoluta. La gente quiere estar al mismo nivel que el vecino y, si es posible, superarle. Por esta razón, es bastante difícil que el crecimiento económico sea capaz de mejorar nuestra felicidad, pues a medida que aumentan los ingresos reales de todos, la escala con la que se comparan estos ingresos va escalando puestos, con lo que los ingresos relativos de las personas permanecen prácticamente iguales. Sin embargo, existe un hecho cierto acerca de los grupos de referencia. Los ricos se encuentran tan cerca de la cima que su grupo de referencia incluye con frecuencia a personas más pobres que ellos, mientras que los pobres se encuentran tan cerca de la base que su grupo de referencia incluye a personas más ricas que ellos, lo que ayuda a explicar por qué los ricos son, en general, desde el punto de vista de los ingresos relativos y *ceteris paribus*, más felices que los pobres (Layard, 2005, pp. 51 – 52 y 54 – 55).

Es justamente este mecanismo psicológico básico de la comparación social el que también contribuye (junto con el hecho de que nos acostumbramos en forma relativamente fácil a la comodidad, como se dijo en el capítulo 5), a reducir el poder del crecimiento económico para aumentar la felicidad de las personas, produciendo adicionalmente incentivos distorsionados, como por ejemplo, querer trabajar más tiempo para ganar más ingresos, haciendo que otros sean menos felices (esposas o esposos, hijos e hijas, desempleados, etc.), porque cuando es uno el que decide cuánto trabajar, no tenemos en cuenta esta externalidad negativa, por lo que terminamos trabajando mucho más de lo que es socialmente rentable (por supuesto, sacrificando ocio) y lo mismo van a ser las otras personas. Pero si se trabaja menos tiempo y se dispone de más tiempo de ocio que otros, esa externalidad negativa no se produce, fundamentalmente porque la mayoría de la gente no rivaliza por el ocio sino por los ingresos (Layard, 2005, p. 56).

En otros términos,

$$\frac{\partial F_{it}}{\partial I_{it}} > 0 \text{ y } \frac{\partial^2 F_{it}}{\partial I_{it}^2} < 0 \quad [9]$$

Lo que significa que el valor de la función de felicidad del individuo i tiende a aumentar con el nivel de ingresos relativos de este individuo, pero la pendiente de la curva correspondiente tiende a disminuir. Es decir, que la pendiente de la curva de la felicidad en función del nivel de ingresos relativos del individuo i es positiva (y a partir de cierto nivel de ingresos⁵³ puede llegar a ser cero), pero decreciente, lo que se traduce en que el valor de esta función es creciente a una tasa decreciente (o sea, que es cóncava), precisamente porque C_{it} presenta rendimientos decrecientes con relación a la felicidad del individuo i , relación que es reforzada por el hecho de que la mayor habituación a las posesiones materiales nos lleva a trabajar más tiempo para conseguir más ingresos para adquirirlas, disminuyendo el tiempo del ocio que podemos dedicar a actividades a las que no nos habituamos tan fácilmente y que, por consiguiente, generan una mayor felicidad, resultando al final una distorsión de nuestra vida en pro de trabajar más y ganar más dinero y no de otras metas que nos pueden hacer más felices (Easterlin, 2003, p. 11182, 2004, pp. 32 – 33; Layard, 2005, pp. 56 – 59 y 155 – 156).

⁵³ Veinte mil dólares per cápita al año, según Layard (2005, pp. 44 y 46).

En términos de generación de felicidad, lo anterior podría estarnos sugiriendo que aunque $v(x_{it}(p, I) \dots)$ siga siendo cuasiconvexa en p , es posible que existan algunos casos en que no sea homogénea de grado cero en p e I , además porque al tratarse de ingresos relativos, el cambio de un grupo de referencia a otro situado más arriba puede afectar la felicidad, existiendo muchos casos, como se dijo en el capítulo cuatro, en los que la gente pasa a estar objetivamente mejor, pero se siente subjetivamente peor. De hecho, un estudio sugiere que si a todos los otros les aumentan el sueldo un 1%, nuestra felicidad va a disminuir un tercio, que equivale a lo mismo que aumentaría si ese 1% nos lo subieran a nosotros. Así que si los ingresos de todo el mundo se incrementaran a la par, nuestra felicidad ascendería, pero solamente dos tercios de lo que lo haría si únicamente aumentaran los nuestros (Layard, 2005, pp. 54 – 56)⁵⁴. Esto se entiende todavía mejor si se tiene en cuenta que nuestras aspiraciones aumentan con el aumento los ingresos (Easterlin, 2003, pp. 11180 y 11182) y lo hacen en mayor medida y más de prisa que este aumento (Argyle, 1992, p. 207), por lo tanto, evaluamos nuestra utilidad experimentada con las aspiraciones más elevadas del momento en que realizamos esta evaluación, descubriendo que esta utilidad no solamente no ha aumentado (como creíamos ex ante) sino que puede haber disminuido, fundamentalmente por la adaptación que para ese entonces ya hemos experimentado y por la comparación social que hacemos ahora con un grupo de referencia más alto, que hace que entre más ingresos tengamos queramos muchas más cosas (Easterlin, 2001, pp. 473 – 474, 476 – 477 y 480 – 481). De hecho, existe suficiente evidencia empírica que demuestra que el nivel de ingresos que una persona considera suficiente es principalmente determinado por sus ingresos actuales. Es más, se estima que la adaptación desplaza cerca de dos tercios de las ventajas de cualquier aumento del ingreso (Kahneman & Krueger, 2006, p. 15). Desde el punto de vista de los precios, esta relación no homogénea también podría explicarse porque la inflación no solamente afecta el nivel real de ingresos de las personas sino que se encuentra correlacionada directamente en forma negativa con la satisfacción con la vida (Di Tella, MacCulloch & Oswald, 2001, pp. 335 – 339, 2003, pp. 814 – 815 y 818 – 822; Frey & Stutzer, 2000a, pp. 918 – 919, 2000b, pp. 149 – 150, 152 y 159).

La relación positiva pero decreciente entre los ingresos y la felicidad, igualmente querría decir que en la función de utilidad definida anteriormente la demanda marshalliana de bienes y servicios, aunque puede presentar la característica del agotamiento del ingreso, no sucedería igual con la homogeneidad de grado cero con relación a p e I , fundamentalmente por las mismas razones anteriores.

En consecuencia, estaríamos hablando de una función de utilidad que normalmente no se maximiza en relación con la felicidad en los términos clásicos de la economía, puesto que estamos aceptando, como se ha caracterizado en los capítulos cuatro y cinco, un comportamiento con racionalidad limitada del consumidor, que hace que las personas, aunque busquen maximizar su utilidad, fallen en general en el intento, fundamentalmente porque esta búsqueda la realizan eligiendo las opciones que cree que más van a disfrutar, pero al no saber a ciencia cierta lo que efectivamente más les va a gustar, cometen errores sistemáticos en sus predicciones sobre los sentimientos que van a experimentar en el proceso y con los resultados esperados, no siendo capaces generalmente de

⁵⁴ Sobre este particular, Layard (2005, p. 73) reporta que un descenso en los ingresos de un tercio (manteniéndose constante la renta nacional), produce una disminución de la felicidad (medida en una escala de 1 a 10) de dos puntos.

seleccionar el patrón de consumo que les permita la maximización buscada (Easterlin, 2003, pp. 11176 y 11182; Kahneman & Thaler, 1991, p. 345, 2006, pp. 221 – 222 y 229 – 231; Layard, 2005, p. 147; Tversky & Kahneman, 1981, p. 458).

Con relación al placer, la función que se propone incluye algunas características de la persona y los *bienes, servicios y actividades no económicas* que estando por fuera del mercado son las principales fuentes generadoras del placer relacionado con la estimulación o la novedad y, por lo tanto, de la felicidad (Bentham, 1965, pp. 180 – 191, 2000, pp. 27, 34, 45, 47, 49 y 61), aceptando que es factible que algunas veces una misma actividad, aún un mismo producto, pueda generar una satisfacción económica y una no económica al mismo tiempo, como por ejemplo, un empleo remunerado, cuando quien lo ejerce realmente lo disfruta, porque sencillamente es lo que le gusta hacer en la vida (Scitovsky, 1986, p. 96)⁵⁵.

Por lo tanto, hacen parte de esta función las *relaciones interpersonales* (RI_{it}), la *satisfacción del trabajo* (ST_{it}), la *creencia en Dios* (CD_{it}), la *libertad* (Lib_{it}), la *justicia* (Jus_{it}), la *salud* (Sal_{it}), la *educación* (Edu_{it}), la *cultura* (Cul_{it}), las *satisfacciones autosuficientes* (SA_{it}), las *externalidades* (Ext_{it}), la *edad* ($Edad_{it}$) y la *situación relativa* relacionada con el placer (srp_{it}) del individuo i en el momento t (Argyle, 1992, pp. 27 – 40, 51 – 65, 173 – 176, 205 – 206, 219 – 228, 246 – 253 y 301; Diener & Clifton, 2002, pp. 207 – 209; Diener & Seligman, 2004, p. 7; Layard, 2005, pp. 74, 79, 81, 97 – 99 y 192 – 193; Scitovsky, 1986, pp. 97 – 104; Veenhoven, 2001, pp. 12, 16 y 25, entre otros). Es decir,

$$P_{it} = g(RI_{it}, ST_{it}, CD_{it}, Lib_{it}, Jus_{it}, Sal_{it}, Edu_{it}, Cul_{it}, SA_{it}, Ext_{it}, Edad_{it}, srp_{it}) \quad [10]$$

Donde, g es una función positiva y creciente (o al menos constante) en RI_{it} , ST_{it} , CD_{it} , Lib_{it} , Jus_{it} , Sal_{it} , Edu_{it} , Cul_{it} , SA_{it} y Ext_{it} y no creciente en srp_{it} . En lo que tiene que ver con la *edad*, la relación de esta variable con el placer y, por lo tanto, con la felicidad, si diagramamos esta última en un eje vertical y la primera en un eje horizontal, se puede describir muy bien, según las evidencias empíricas que han aportado autores como Argyle (1992, pp. 219 – 231), Cruz y Torres (2006, pp. 143, 145 – 146 y 148), Easterlin (2003, pp. 11176 – 11181, 2006, pp. 1 – 25 y 35 – 42), Frey & Stutzer (2000a, pp. 923 y 926, 2000b, pp. 150 – 151 y 156), Veenhoven (2001, pp. 13 y 27), etc., mediante una curva en forma de U , con los dos extremos de la felicidad alrededor de los 16 y los 76 años y el punto más bajo entre los 45 y los 51 años.

El *ocio* no aparece explícitamente en esta función, puesto que se asume como el tiempo del que dispone la persona para realizar las actividades relacionadas con las variables RI_{it} , CD_{it} , Cul_{it} , SA_{it} y Ext_{it} .

En las *relaciones interpersonales* son especialmente importantes las relaciones de pareja, las relaciones de amistad, las relaciones familiares, las relaciones laborales, las relaciones con los vecinos y las relaciones con la comunidad, siendo la confianza el

⁵⁵ Por esta razón, el trabajo puede aparecer en la función de felicidad tanto en la comodidad (como generador de ingresos) como en el placer y, por lo mismo, el desempleo es tan perjudicial para la felicidad de la gente.

catalizador por excelencia de todas estas relaciones⁵⁶, las cuales son la principal fuente de placer (Argyle, 1992, pp. 28, 31 – 32, 36 – 40, 50, 53 y 200; Veenhoven, 2001, p. 14), tanto así, que de los “siete grandes” factores que según Layard (2005, pp. 72 – 83) afectan la felicidad del individuo (relaciones familiares, comunidad y amigos, trabajo, libertad personal, valores personales, salud y situación financiera), los cinco primeros se relacionan directamente con la calidad de nuestras relaciones sociales. Que la confianza sea clave fundamental para las relaciones interpersonales también significa que la calidad de nuestro entorno social es crucial para que seamos más o menos felices, porque nos va a permitir estar más o menos confiados mutuamente y, por lo tanto, más o menos seguros (Easterlin, 2003, pp. 11176 y 11178 – 11179; Diener & Seligman, 2004, pp. 18 – 20; Layard, 2005, pp. 77 y 221).

Para la función del placer propuesta, de las relaciones de pareja se debe evaluar básicamente si el individuo tiene una relación amorosa de buena calidad y estable, bien sea en noviazgo, matrimonio o unión de hecho, o si es separado o viudo⁵⁷. De las relaciones de amistad se debe evaluar la cantidad de amigos, la cantidad y calidad del tiempo que se pasa con ellos y los servicios gratuitos que les prestamos y nos prestan. De las relaciones familiares se debe evaluar principalmente la funcionalidad de las relaciones con los padres, hermanos e hijos adultos y los servicios que gratuitamente se prestan entre parientes. De las relaciones laborales se debe evaluar la cooperación e interacción social con colegas, jefes y subordinados. De las relaciones con los vecinos se debe evaluar la cantidad de vecinos conocidos y que conocen a la persona, la frecuencia de las conversaciones mutuas, las invitaciones y asistencia a reuniones de unos y otros, los servicios o cosas que se prestan y la participación en tareas de interés común. Finalmente, de las relaciones con la comunidad se debe evaluar, por ejemplo, la pertenencia y participación en organizaciones comunitarias voluntarias y en clubes.

La *satisfacción del trabajo* (remunerado o no), que para muchos es la segunda fuente de placer, depende fundamentalmente de la libertad con la que es escogido (en la medida que podamos trabajar en lo que libremente consideremos valioso hacerlo, según y en desarrollo de nuestras capacidades) (Sen, 2000b, pp. 19 – 20, 27 – 28 y 52 – 53) y de las funciones realizadas, en la medida que permitan al trabajador una mayor o menor autonomía, que sean más o menos importantes para la vida de otros, que requieran más o menos variedad de habilidades, que sean más o menos claras e identificables y que la

⁵⁶ Según Layard (2005, p. 74), cuando el porcentaje de ciudadanos que dicen que sí se puede confiar en la gente es menor al 50%, el coeficiente de esta variable con relación a la felicidad (medida en una escala de 1 a 10) es de – 1,5.

⁵⁷ En el matrimonio o en la unión de hecho se cuenta con las ventajas de que los cónyuges se aportan mutuamente ayuda, comodidad y amor, comparten recursos, ganando en economías de escala, disfrutan de una mejor vida sexual que las personas solteras, gozan de mejor salud y viven más años, etc. Al contrario, una separación disminuye la renta familiar a la mitad o más, reduce la aportación y la supervisión parental para los hijos, aumenta el abandono de amistades por la mayor frecuencia en el cambio de domicilio, se genera un sentimiento de traición en los niños afectados, etc., efectos que hacen que aumente la probabilidad (aproximadamente al doble, en comparación con la de los hijos que viven funcionalmente con sus padres) de que estos niños se conviertan en adultos depresivos, que cometan delitos, que abandonen la escuela, que se divorcien, etc. Por estas razones, el coeficiente del divorcio con relación a la felicidad (medida en una escala de 1 a 10) es de – 5, que es más del doble del efecto de perder un tercio de los ingresos, según la nota 54 de pie de página (el de la separación, el de la viudez, el de nunca haberse casado y el de la unión de hecho, cada una en lugar de estar casado, es de –8, –4, –4,5 y –2, respectivamente) (Layard, 2005, pp. 70 – 71 y 74 – 75).

evaluación del desempeño de las mismas genere una retroalimentación más o menos asertiva. En menor grado, esta satisfacción depende igualmente del compañerismo en las relaciones laborales, de las oportunidades de ascenso, de la duración y flexibilidad de la jornada laboral, del salario y de la provisión de un sentimiento de pertenencia, de identidad y de posición social (Argyle, 1992, pp. 54 – 65).

Desafortunadamente para muchos, como bien lo han resaltado autores como Fromm (1962, 1970, 1991), Marcuse (1994) y Marx (1984), entre otros, en la economía industrializada, más que una de las fuentes más grandes del disfrute humano, como debiera ser, el trabajo se ha convertido en una gran fuente insatisfacción, porque la mayor parte del trabajo es ahora monótono, mecánico, no representa mayores desafíos, en fin, es aburrido y, por lo tanto, no muy estimulante, pero adicionalmente le impide al trabajador buscar la estimulación en otras partes. Aunque es igualmente cierto que existen muchos trabajos agradables y disfrutables, como lo demuestran numerosas personas que realizan un trabajo voluntario no remunerado, muchos pensionados que realizan algún trabajo sin pago, muchos artistas, profesores, investigadores, empresarios, etc. Por supuesto, la satisfacción derivada del trabajo no es diferente de la satisfacción que obtenemos de cualquier otra forma de estimulación, lo que significa que cuando el trabajo es desafiante, el efecto reforzador del despertamiento creciente nos lleva normalmente a superar el nivel óptimo, generando tensión y una compulsión interna para continuar hasta que el desafío sea superado, momento en el cual se experimenta la liberación final de esa tensión y la satisfacción adicional a la inicial que esa liberación produce. También significa que el mismo trabajo puede ser agradable para una persona y para otra desagradable o que pueda ser una cosa y otra aún para la misma persona en el transcurso del día o en un plazo mayor (Scitovsky, 1986, pp. 106 – 107 y 117).

La importancia de la satisfacción del trabajo como fuente de placer resulta evidente si tenemos en cuenta que la mayor parte de nuestra vida adulta la pasamos trabajando, siendo esencial que al hacerlo sintamos que estamos contribuyendo al desarrollo de la sociedad, pues este sentimiento le da mayor significado a nuestras vidas y aumenta el respeto por uno mismo, además de que el trabajo es igualmente un escenario de relaciones sociales, razones por las cuales es tan malo el desempleo, que produce adicionalmente daños psicológicos, pérdida de motivación para trabajar, de cualificaciones y de autoconfianza, perturbación de las relaciones familiares y de la vida social, etc. (Diener & Seligman, 2004, pp. 11 – 13; Lucas, R., Clark, A., Georgellis, Y. & Diener, E., 2004, pp. 8 – 11; Sen, 2000b, pp. 122 – 124). Para completar, el sufrimiento que causa el desempleo es persistente en el tiempo, es algo a lo que no nos habituamos, incluso cuando nos reincorporamos al mundo del trabajo no desaparece totalmente (queda la cicatriz psicológica). Además, cuando tenemos empleo tememos al desempleo y tememos más cuando la tasa de desempleo aumenta. De hecho, cuando una persona se queda sin trabajo, su felicidad disminuye mucho menos por la privación de esta fuente de ingresos que por haber perdido el trabajo en sí, realidad que casi siempre ignoran los economistas (Layard, 2005, pp. 77 – 78)⁵⁸.

⁵⁸ Según las mediciones que presenta Layard (2005, p. 74), la situaciones de estar desempleado en lugar de empleado, inseguridad laboral en lugar de seguridad laboral y una tasa de desempleo por encima del 10%, presentan coeficientes con relación a la felicidad (medida en una escala de 1 a 10) de – 6, – 3 y – 3, respectivamente, y un aumento de la inflación del 10% produce solamente una disminución de un punto en la

De la *creencia en Dios* se debe evaluar fundamentalmente la religiosidad (estar religado a Dios y con qué fuerza) y la práctica de los valores morales relacionados con esta creencia, la cual hace a las personas más felices, entre otras cosas, porque hace que se preocupen más por los otros, deseándoles y procurándoles siempre el bien, que se acepten (y aprecien) más a sí mismas y a lo que tienen y, por lo tanto, que se comparen menos con los vecinos, que se preocupen menos por los bienes materiales y más por los espirituales, que son los que finalmente les van a permitir ganarse el cielo, etc., cualidades todas que favorecen grandemente a la felicidad⁵⁹.

La creencia en Dios es tan importante para la felicidad, que el declive de las creencias religiosas (principalmente del cristianismo), debido en gran parte al avance de la ciencia y de sus intentos de explicaciones racionales a las cosas y a las leyes divinas (y el declive posterior de la ética social de ideologías y movimientos laicos, como por ejemplo, la izquierda europea, que con o sin intención pretendieron reemplazar a las creencias religiosas), ha llevado a la liberación de una “falsa” culpa⁶⁰, al libertinaje, al individualismo rampante, al debilitamiento exagerado de la solidaridad (de preocuparme y sentirme responsable de otras personas), al que cada vez más jóvenes traten sin respecto a personas que normalmente serían dignas del mismo (como por ejemplo, sus padres, los profesores, los policías, etc.), a una “cultura juvenil” intermedia, donde los jóvenes se desligan más tiempo y completamente del mundo adulto y que, por lo tanto, solamente es en parte influida por los valores de este mundo, cultura que es producto a su vez de una cada vez mayor riqueza familiar, de una pubertad más temprana y de un periodo de formación más largo⁶¹.

Sin lugar a dudas, este nuevo orden ha sido el más fértil terreno para que finalmente sean el darwinismo social y la mano invisible del mercado las ideas predominantes en nuestras actuales relaciones sociales, ideas que nos han llevado a pensar que si todos somos absolutamente egoístas, las cosas van a mejorar por sí solas, lo cual realmente no es bueno para la felicidad, que depende más de la cooperación y de la preocupación por los otros, lo que explica el hecho de que en general la gente que vive más preocupada por otras personas es más feliz que la que vive más preocupada por sí misma, entre otras razones, porque la ansiedad derivada de beneficiarse a uno mismo es mayor que la de beneficiar al resto de la humanidad, porque dar confiere mayor satisfacción que recibir, porque somos más felices si somos capaces de disfrutar el bienestar ajeno, porque a las personas con un fuerte sentido de la moral, en promedio, les va mejor, incluso económicamente, que a las que no lo tienen o lo tienen a medias (incluidos los tramposos), porque su buen comportamiento en todos los escenarios termina haciéndose evidente y les atrae hacia sí buenas oportunidades en la vida⁶², puesto que son más

felicidad media mientras que un aumento igual en la tasa de desempleo produce una disminución de 3 puntos en esta variable.

⁵⁹ Según Layard (2005, p. 74), cuando Dios no es importante en la vida de la persona, su felicidad (medida en una escala de 1 a 10) es 3,5 puntos menor que cuando sí lo es.

⁶⁰ En la religión no hay virtud que no se quede sin recompensa y no hay falta que no se quede sin castigo.

⁶¹ A diferencia de otrora, los jóvenes ya no pasan directamente del cuidado de sus padres a una relación adulta en el mundo laboral.

⁶² De hecho, el buen comportamiento por sí mismo nos hace sentir bien (como lo demuestra el escáner por resonancia magnética) y en todos los ámbitos de la vida el buen comportamiento de una persona provoca el buen comportamiento de otras (Layard, 2005, pp. 106 – 107 y 110).

dignas de confianza que las otras personas (Layard, 2005, pp. 81, 97 – 99, 107 – 110 y 123).

En cuanto a la *libertad*, nos referimos principalmente a la libertad de elección (en los términos especificados en el capítulo 5.2), en las áreas personal, política y económica, descartando, por lo tanto, la alienación de la persona (Bentham, 1973, p. 114; Frey & Stutzer, 2000a, pp. 919 – 933, 2000b, pp. 154 – 157, 2002, pp. 422 – 426; Layard, 2005, pp. 78 – 79; Sen, 2000b, pp. 29 – 53, 76 – 113, 183 – 198 y 338 – 356; Silva y Hernández, 1994, pp. 172 – 173; Temkin y Del Tronco, 2006, pp. 735 – 757; Veenhoven, 2001, pp. 11, 13 y 24). Obviamente, en la existencia de una mayor o menor libertad tiene mucho que ver la calidad del régimen de gobierno predominante en una sociedad, siendo de lejos más favorable para la felicidad, como se dijo en el capítulo 5.2, la democracia, especialmente la democracia local⁶³. En este orden de ideas, la existencia de una mayor o menor libertad en parte se puede relevar a partir de la percepción de la gente, en parte verificando que existan y se practiquen efectivamente más o menos mecanismos de participación ciudadana y en parte averiguando por la autonomía de las entidades territoriales.

En la variable *justicia* lo que se debe tener en cuenta es la equidad en la elaboración y la aplicación de las normas que rigen las relaciones entre las personas, naturales y jurídicas, de la sociedad, teniendo en cuenta que lo que debiera prevalecer en cualquier país es un equilibrio entre los derechos y los deberes que le corresponden a cada quien, en el marco de la prevalencia del interés general y de tal forma que pueda asegurarse igualdad de oportunidades para todos y que las desigualdades, en caso de presentarse, siempre puedan ser resueltas a favor de los menos privilegiados (Rawls, 1986, p. 321, citado en Silva y Hernández, 1994, p. 174). Al igual que con la libertad, la existencia de una mayor o menor justicia en un determinado momento se puede averiguar indagando la percepción de las personas sobre este particular.

En lo que tiene que ver con la *salud*, se debe decir que aunque un buen estado de salud en general favorece a la felicidad, sin ser uno de sus factores más determinantes, por cuanto las personas generalmente tienen una gran capacidad para adaptarse a las enfermedades que padecen, siempre y cuando no les causen dolores crónicos ni se trate de enfermedades mentales⁶⁴ (Cruz y Torres, 2006, pp. 139, 143, 146 y 148; Easterlin, 2003, p. 11178; Diener & Seligman, 2004, pp. 13 – 18; Kahneman & Krueger, 2006, p. 14; Layard, 2005, p. 78; Veenhoven, 2001, pp. 15 y 27, entre otros), lo contrario también es

⁶³ Es tan favorable, que en un estudio sobre la democracia suiza, Frey & Stutzer pudieron verificar, comparando los cantones donde los mecanismos de participación directa de los ciudadanos (como el referéndum, por ejemplo) son más amplios con aquellos donde lo son menos, que la diferencia en cuanto a felicidad es tan grande como si sus ingresos fueran del doble (Layard, 2005, p. 79). En una medición más general, Layard (2005, p. 74 y 78) muestra que la relación entre la felicidad (medida en una escala de 1 a 10) y la calidad del gobierno (medida por la fortaleza del Estado de derecho, la estabilidad y la ausencia de violencia, la representatividad y la responsabilidad política, la eficacia de los servicios públicos, la ausencia de corrupción y la eficacia del sistema legislativo), disminuye 5 puntos, cuando la medición se hace en un gobierno como el de Bielorrusia de 1995 (todavía comunista) en comparación con el de Hungría del mismo año (postcomunista).

⁶⁴ En estos casos la felicidad de las personas (medida en una escala de 1 a 10) puede disminuir hasta 6 puntos, cuando la salud subjetiva del individuo es menor que uno en una escala de 5 puntos (Layard, 2005, p. 74).

cierto, es decir, que la mayoría de las formas duraderas de felicidad contribuyen a una mejor salud del individuo, entre otras razones, porque la gente feliz tiende a tener unos sistemas inmunológicos más fuertes y menores niveles de cortisol generadores de estrés (Layard, 2005, p. 35). De esta variable se debe evaluar, al menos, el número de visitas al médico que la persona tuvo en el último año, la cantidad de enfermedades que ha sufrido en este periodo, cuántas y cuáles fueron agudas, crónicas o mentales, los principales síntomas y la cantidad de dolor o malestar producido por cada una, la duración de estas enfermedades, las incapacidades causadas y la cantidad de medicamentos consumidos (Argyle, 1992, pp. 246 – 253).

La variable *educación* se asume como en el punto 5.3 de este trabajo, prestando especial atención al nivel y área del saber de la educación formal recibida por el individuo, la confesionalidad de esa educación o si fue laica, el énfasis de la misma (por ejemplo, técnica o general), si se dio en instituciones públicas o privadas, la profesión y el nivel educativo alcanzado por los padres, los reglas y valores familiares que más se recuerdan de la niñez, entre otros aspectos.

En línea con las observaciones del capítulo 5.1, la *cultura* se define como la información preliminar que debemos tener para disfrutar el procesamiento de nueva información, por lo tanto, es la proveedora de la redundancia necesaria para que la novedad que se recibe resulte agradable para las personas. En este sentido, se reitera que el disfrute del placer es consumo hábil (es una actividad cultural), mientras que el disfrute de la comodidad de necesidades satisfechas no requiere ninguna habilidad (Scitovsky, 1986, p. 241). Apegados a esta definición, para la función del placer propuesta es muy importante indagar sobre el grado de conocimientos generales que la persona posee y sobre las tradiciones culturales que conoce y comparte con otros individuos.

Por el lado de las *satisfacciones autosuficientes*, que son satisfacciones humanas que se obtienen, o se obtienen mejor, sin el auxilio de otros o que se derivan de algunos servicios que nos los prestamos habitualmente a nosotros mismos, se deben evaluar actividades como la lectura, escuchar música, ver la televisión, escribir, pintar, contemplar a solas el entorno, dormir en las horas de descanso diferentes al tiempo normal de sueño de la persona, las tareas hogareñas que generan satisfacción a quien las realiza, la reflexión, la relajación⁶⁵, el cuidado personal y, en fin, las otras actividades de esta naturaleza que le guste hacer al individuo.

Las *externalidades* tienen que ver con las satisfacciones relacionadas con el medio ambiente, natural y construido (por ejemplo, el espacio público), así como con las actividades económicas de las personas. Estas externalidades proveen al individuo

⁶⁵ Las satisfacciones de las tareas hogareñas y de los servicios personales prestados entre familiares y entre amigos son tan importantes, que al valorarlas según los precios de actividades similares que se encuentran en el mercado, agregan mucho más al ingreso y al gasto de la familia y del total nacional que lo que hacen las satisfacciones económicas derivadas de los bienes y servicios mercadeables. Esta diferencia de valor es mayor cuando a estas satisfacciones no económicas se suman las otras de esta clase incluidas en la función del placer propuesta, quedando demostrado que son mucho más las cosas que contribuyen a la felicidad del individuo que se quedan por fuera del mercado (y, por lo tanto, del PIB o del PNB) que las que se encuentran por dentro. De hecho, el valor de las satisfacciones no económicas, cuantificado por la valoración del ocio, que es el que se dedica comúnmente para obtenerlas, puede llegar a ser el triple del producto económico nacional (Scitovsky, 1986, pp. 101 – 102 y 117).

(normalmente en forma no excluyente) entretenimiento, diversión, placer estético y otras formas de estimulación sensorial, algunas veces negativas, como puede el caso de la contaminación ambiental.

Finalmente, la *situación relativa* del individuo i en el momento t se define en los mismos términos de esta variable incluida en la función de utilidad, solamente que ahora se relaciona con el placer.

Si agrupamos las variables RI_{it} , ST_{it} , CD_{it} , Lib_{it} , Jus_{it} , Sal_{it} , Edu_{it} , Cul_{it} , SA_{it} y Ext_{it} en una categoría general a la que podríamos llamar *satisfacciones no económicas* del individuo i en el momento t (SNE_{it}), de acuerdo con la especificación de la ecuación [1] para la variable *placer* y teniendo en cuenta que esta clase de satisfacciones se relacionan con cosas o situaciones buenas a las que nunca nos podemos adaptar del todo⁶⁶ (Layard, 2005, p. 58), la relación de cada una con la felicidad de la persona se puede representar por

$$\frac{\partial F_{it}}{\partial SNE_{it}} > 0 \text{ y } \frac{\partial^2 F_{it}}{\partial SNE_{it}^2} \geq 0 \quad [11]$$

Por supuesto, por los términos de las ecuaciones [10] y [11] resulta evidente que algunos placeres, como los proporcionados por la cocaína, no pueden por naturaleza ser muy duraderos, puesto que actúan en contra de la felicidad a largo plazo de la persona, lo que significa que deben evitarse, al igual que algunos placeres malsanos, como los experimentados por un sádico, que menoscaban la felicidad de los otros. Sin embargo, ningún sentimiento agradable es malo en sí mismo, sino que puede serlo solamente debido a sus consecuencias. Afortunadamente, en la elección de los placeres contamos con un sistema de motivación general (la búsqueda de la felicidad), como fue expuesto en el capítulo cinco, que normalmente nos lleva a evaluar la medida en que los diferentes impulsos contribuyen a nuestra satisfacción general, haciendo que tendamos a elegir menos una fuente de satisfacción cuando resulta comparativamente más costosa que otra, lo que sencillamente es otra forma de explicar la llamada ley de la demanda. Los experimentos demuestran que en todo momento estamos evaluando nuestras circunstancias, a menudo de forma inconsciente, con lo que podemos saber lo felices que somos en una situación, impulsándonos a acercarnos a lo que nos satisface y a evitar lo que no, eligiendo, por lo tanto, la combinación de actividades que nos hacen sentir mejor y al hacerlo no actuamos exclusivamente de una forma reactiva, sino que también planificamos el futuro, lo que a veces implica negarnos algo en el momento presente con el fin de obtener una gratificación más adelante. Este modelo psicológico general es similar al que los economistas vienen utilizando desde Adam Smith. Queremos ser felices y actuamos para promover nuestra felicidad presente y futura a partir de las oportunidades que se nos presenten. Por supuesto, podemos cometer errores, entre otras causas, por falta de autocontrol, por equivocarnos a la hora de prever nuestros sentimientos futuros, etc. Algunas de las cosas que hace la gente son negativas para la supervivencia, como por ejemplo, fumar, lo que resulta comprensible si tenemos en cuenta que la selección natural no ha producido cuerpos perfectos, ni tampoco psiques

⁶⁶ Adaptación entendida en los términos de la psicología expuestos en el capítulo 5 de este trabajo.

perfectas, por lo que actualmente el gran desafío consiste en utilizar nuestra capacidad para dominar la naturaleza para dominarnos a nosotros mismos y aumentar esa felicidad que todos buscamos (Layard, 2005, pp. 34 – 39).

8. La medición de la función de felicidad

Por la neurofisiología actualmente conocemos que se produce una mayor actividad eléctrica en la parte anterior izquierda del cerebro cuando las personas experimentan sentimientos positivos y una mayor actividad en la parte anterior derecha cuando experimentan sentimientos negativos, lo que confirma el carácter objetivo de la felicidad, no existiendo diferencia alguna entre lo que la gente cree que siente y lo que realmente siente, independientemente de lo que los otros creen a este respecto. Por lo tanto, pero además porque la felicidad solamente en forma parcial se refleja en el comportamiento de las personas (por lo que no es viable ni recomendable caer en la tentación de utilizar un símil de la preferencia revelada para deducirla), la manera más expedita de averiguar si la gente es feliz en general consiste en preguntar directamente o mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra representativa de personas, utilizando muestreo aleatorio, qué tan feliz se siente, dando como opciones de respuesta, por ejemplo, muy feliz, medianamente feliz o muy poco feliz. Como ya se dijo, la validez de las respuestas a esta pregunta no solamente es verificable mediante mediciones de la actividad cerebral de los encuestados (a través de un EEG, PET o MRI, por ejemplo⁶⁷), sino que en muchos casos se ha pedido a sus amigos o colegas que califiquen el grado de felicidad de estos individuos, obteniéndose puntuaciones independientes que evidencian una alta correlación con la calificación que ellos se han dado a sí mismos. Y lo mismo ocurre con las puntuaciones obtenidas por entrevistadores a los que la persona les era absolutamente desconocida (Argyle, 1992, p. 11; Easterlin, 2003, p. 11179; Layard, 2005, pp. 23 – 26, 29 y 32).

Entonces, existe una conexión directa entre la actividad cerebral y la felicidad y ambas pueden verse alteradas por una experiencia externa, como la de mirar fotografías y cambian de un momento a otro y de una persona a otra, permitiendo contar con mediciones físicas concluyentes de la forma en que los sentimientos varían con el tiempo y útiles para comparar la felicidad de distintas personas, toda vez que los individuos difieren en el modelo de su EEG, incluso cuando se encuentran en reposo. En general, aquellos cuyo lado izquierdo del cerebro anterior es especialmente activo comunican más sentimientos y recuerdos positivos (sonríen más y sus amigos los consideran más felices) que en los que predomina el lado derecho (que transmiten más pensamientos y recuerdos negativos, sonríen menos y sus amigos los juzgan menos felices). En consecuencia, una medida natural de la felicidad es la diferencia de actividad entre los lados izquierdos y derecho de esta parte del cerebro, la que varía en estrecha relación con el estado de ánimo manifestado por el propio sujeto. Esto también explica que cuando se expone a distintas personas a experiencias positivas, las que ya en estado de reposo se sienten felices de forma natural experimentan mayor aumento de felicidad y cuando se les somete a pruebas desagradables experimentan igualmente un menor grado de incomodidad (Layard, 2005, pp. 30 – 31).

Por supuesto, esta forma de medir la felicidad de la gente mediante encuestas o entrevistas normalmente ha sido objeto de muchas críticas, todas las cuales hasta el momento se han resuelto a su favor, bien por el análisis de la evidencia empírica

⁶⁷ PET significa tomografía de emisión de positrones (en la que se introducen isótopos radioactivos en el flujo sanguíneo para su seguimiento) y MRI resonancia magnética por imágenes (Layard, 2005, p. 234).

acumulada sobre este asunto en las últimas décadas o, en última instancia, por las irrefutables mediciones realizadas por los neurofisiólogos, como se dijo anteriormente.

En general, estas críticas tienen que ver con algunas dudas que sobre la validez y la fiabilidad de las respuestas dadas por los encuestados tienen algunos escépticos. En cuanto a la validez, las principales críticas realizadas por estas personas se pueden resumir en los siguientes puntos: i) Las respuestas a las cuestiones sobre la felicidad miden en realidad otro fenómeno y más que indicar cuánto feliz es el encuestado, las respuestas reflejarían sus modelos normativos y deseos, ii) la mayoría de las personas no tiene absolutamente ninguna opinión sobre su felicidad, iii) los encuestados frecuentemente mezclan lo felices que realmente son con cuán felices encuentran los otros que son, dada su situación y iv) las respuestas que dan los encuestados a menudo son falsas, porque las personas que de hecho se encuentran insatisfechas con sus vidas (incluso muchas de las que padecen enfermedades psicosomáticas) suelen responder que son bastante felices (por el ego y la deseabilidad social), lo que hace que en los informes generales de felicidad la mayoría de la gente se proclame feliz y se crean más felices que la media.

Veenhoven (2001, pp. 5 – 6), entre otros, ha resuelto estas críticas, demostrando que aunque las situaciones i) y ii) se pueden presentar incidentalmente, no son la norma. De hecho, para el caso de Estados Unidos, por citar un caso, ocho de cada diez norteamericanos piensan en el tema de la felicidad cada semana, por lo que las respuestas a esta clase de preguntas suelen ser inmediatas y la falta de respuesta o la respuesta “no sé” son escasas, tanto en términos absolutos ($\pm 1\%$) como en términos relativos en comparación con otros asuntos que se suelen preguntar. Igualmente ha refutado las críticas iii) y iv), al encontrar casos de personas consideradas muy acomodadas pero que no se autorreportan muy felices, otras a las que se considera en desventaja pero que se caracterizan a sí mismas como muy felices y otras muchas que se declaran muy felices sin importar la presencia de dolores de cabeza o de algunas preocupaciones, verificando así que la vida puede hacernos pasar a veces por un proceso doloroso, pero aún resultar satisfactoria al hacer el balance. Estos hallazgos coinciden con los obtenidos por estudios clínicos realizados para comparar las respuestas dadas a cuestiones sencillas, únicas y directas sobre estos asuntos con valoraciones basadas en entrevistas en profundidad y tests proyectivos, encontrando resultados similares en los dos casos.

Con relación a las dudas sobre la fiabilidad de las respuestas de los encuestados, los escépticos afirman que aunque las cuestiones únicas sobre la felicidad parecen medir lo que se supone que deben medir, lo hacen de manera bastante imprecisa, porque cuando a lo largo de la encuesta se hace la misma pregunta por segunda vez, no siempre se recibe una respuesta idéntica, obteniéndose frecuentemente unas correlaciones de +70, la que disminuye a +60 si la pregunta se hace nuevamente en un período de una semana. Aunque las respuestas rara vez cambian de “feliz” a “infeliz”, son muy corrientes los cambios de “muy” a “bastante”. Sin embargo, según Veenhoven (2001, pp. 6 – 7), lo que estos cambios demuestran es que la noción del encuestado sobre su felicidad tiende a ser global, de modo que la elección de una categoría de respuesta o de otra a veces es fortuita y que pueden ejercer algún efecto en las respuestas las diferencias de matices existentes en las preguntas, igual que las variaciones en el lugar donde se realiza la encuesta, las características del encuestador, el orden de las preguntas, la redacción

exacta de las opciones de respuesta, el estado de ánimo actual del encuestado, su memoria, el contexto inmediato, etc., sesgos que no son diferentes a los que normalmente se pueden presentar en cualquier clase de encuesta o entrevista, pero que son aleatorios y perfectamente controlables con un buen diseño y aplicación del instrumento a utilizar y con grandes muestreos, como los que efectivamente se hacen en las encuestas sobre la felicidad realizadas en todo el mundo (Argyle, 1992, p. 12; Kahneman & Krueger, 2006, pp. 6 – 7 y 22).

Otros afirman que los errores de fiabilidad provienen fundamentalmente del hecho de que la gente utiliza diversas heurísticas al hacer juicios inmediatos sobre su felicidad, simplificaciones mentales que provocan imprecisiones en las respuestas (Veenhoven, 2001, p. 7), crítica que igualmente ha sido descartada con los estudios clínicos y las mediciones de las ondas cerebrales anteriormente referidos.

Otra duda sobre la fiabilidad tiene que ver con la semántica, pues para algunos una vez que el que responde ha formado un juicio propio sobre su felicidad, al comunicarlo puede interpretar algunas palabras de manera diferente a los otros encuestados y ciertas interpretaciones se pueden ver acentuadas por las preguntas anteriores, distorsionando la respuesta dada. También se afirma que la autovaloración de la felicidad suele ser ligeramente mayor en las entrevistas personales (también por el ego y la deseabilidad social) que en los cuestionarios anónimos. No obstante, se trata solamente de posibles, eventuales y aleatorias fallas que bien se pueden evitar, como se dijo antes, con un buen diseño y aplicación de la encuesta a realizar y con grandes muestreos, como los acostumbrados en esta clase encuestas, puesto que en muestreos numerosos la tasa de error no afecta la precisión de los promedios de felicidad. Aunque puede afectar las correlaciones, el error aleatorio atenúa dichas correlaciones. “El error aleatorio se puede estimar mediante estudios del Método Múltiple de Rasgos Múltiples (MTMM) y las correlaciones se pueden corregir siguiendo sus bases. (...) [Igualmente], el error sistemático se puede estimar y corregir” (Veenhoven, 2001, p. 7).

Por otra parte, con relación a la comparación de la felicidad media entre países, las críticas se concentran en la dificultad de realizar estas comparaciones, teniendo en cuenta las diferencias del lenguaje que impedirían realizarlas satisfactoriamente. Según los defensores de esta crítica, palabras como “felicidad” y “satisfacción” tienen distintas connotaciones según las diferentes lenguas. Las preguntas que utilizan estos términos podrían medir, por lo tanto, asuntos ligeramente diferentes. Sin embargo, esta hipótesis también fue refutada por Veenhoven, comparando los registros obtenidos para tres tipos de preguntas (una sobre la “felicidad”, una sobre la “satisfacción con la vida” y otra que invita a realizar una clasificación entre “lo mejor y lo peor de la vida”), los cuales son casi idénticos. Igualmente hizo la comparación de las respuestas a las preguntas sobre la felicidad y la satisfacción en dos países bilingües, no encontrando tampoco evidencias de distorsiones lingüísticas. Una segunda observación que se ha hecho por otros críticos es que las respuestas dadas por los encuestados se encuentran diferencialmente tergiversadas por distorsiones de deseabilidad, por lo que en aquellos países en los que la felicidad alcanza un valor elevado, la gente se vería más inclinada a exagerar su disfrute de la vida. Pero Veenhoven ha refutado también esta objeción al verificar que la felicidad informada no es realmente más elevada en los países cuyos valores hedónicos se encuentran más arraigados y al descartar que los informes de la felicidad general

provinieran de sentimientos evocados a lo largo de las últimas semanas en esos países. Una tercera dificultad que se argumenta es que los estilos de respuesta distorsionan las respuestas de manera diferente en los distintos países, hipótesis una vez más descartada por Veenhoven mediante la comparación de la felicidad en los países que difieren en la valoración del colectivismo (que se supone deberían presentar diferencias en la valoración de su felicidad media), no encontrando ningún efecto en tal dirección. Una cuarta dificultad que se expone es que la felicidad es un concepto típicamente occidental, por lo que la falta de familiaridad respecto a este concepto en países no occidentales llevaría a una puntuación más baja y podríamos esperar más respuestas de “no sabe” o “no contesta” en estas naciones, pero las mediciones de felicidad realizadas por Veenhoven en 10 países occidentales y no occidentales demuestran que este no es el caso (Veenhoven, 2001, pp. 8 y 23).

En síntesis, la medición de la felicidad mediante entrevistas o el uso de cuestionarios con reactivos sencillos aplicados a grandes muestras aleatorias, constituye una forma empírica y estadísticamente comprobada de hacerlo, la más práctica (Easterlin, 2003, p. 11176; Frey & Stutzer, 2000b, pp. 148 – 149) y, por lo tanto, la más utilizada en diferentes pruebas diseñadas para este fin, entre las que vale la pena mencionar, por ejemplo, el Oxford Happiness Inventory (OHI), el Chinese Happiness Inventory (CHI), el Oxford Happiness Questionnaire, la Satisfaction with Life Scale, la Depresión-Happiness Scale (DHS), la Memorial University of Newfoundland Scale of Happiness, la Escala de Bienestar Subjetivo (Alarcón, 2006, pp. 99 – 105), la Escala de Bienestar Psicológico (Sánchez, 1998), entre otras. Igualmente, es la forma de más uso en los estudios relacionados con la US General Social Survey, la Euro – Barometer Survey Series y el Happy Planet Index, así como en los estudios realizados por Wilson (1967), Easterlin (1974, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006), Argyle (1992), Myers (1993), Veenhoven (1993, 2009), Clark y Oswald (1994), Diener, E., Diener, M. & Diener, C. (1995), Oswald (1997), Winkelmann y Winkelmann (1998), Diener & Oishi (2000), Tabellini (2006), etc., y nivel nacional, por el estudio realizado por el Centro de Estudios Culturales (CENEC), con el Instituto de Estudios Sociales de la Universidad de Michigan, sobre los valores en Colombia, que hace parte de la Encuesta Mundial de Valores y dentro del cual ha sido evaluado el tema de la felicidad de los colombianos.

Con estos precedentes, la propuesta para medir las variables de la función de felicidad presentada en este trabajo, es utilizar una prueba tipo cuestionario, que cuente con las características psicométricas necesarias para garantizar la validez y confiabilidad de la misma. Específicamente, se propone un cuestionario que utilice sencillos formatos de pregunta, que faciliten tanto su aplicación en grandes grupos de personas, como la codificación y el análisis de las respuestas dadas por los encuestados, incluyendo preguntas de diferentes formatos, inclusive aquellos que son de carácter meramente informativo, como la fecha de diligenciamiento, la edad, la confesión religiosa, el nivel de ingresos, el nivel de escolaridad, etc.

En cuanto a la escala a utilizar, la propuesta es una del tipo Likert, muy propicia para medir actitudes o posiciones individuales frente a situaciones concretas. Esta escala se debe construir en función de una serie de ítems o elementos que muestren una posición positiva o negativa respecto de la situación o afirmación planteada, de modo que se mida tanto el grado positivo como negativo de cada enunciado.

Siguiendo el formato típico de un ítem o elemento de esta clase, cada uno de los que se proponen para nuestro caso debe incluir un enunciado o afirmación y 4 opciones de respuesta que oscilan entre los extremos positivo y negativo, así: Totalmente de acuerdo (TA), De acuerdo (DA), En desacuerdo (ED), Totalmente en desacuerdo (TD), esto con el fin de obligar a elegir al encuestado un lado de la escala, ya que no existe la posibilidad de neutralidad. Por ejemplo,

ENUNCIADO O AFIRMACIÓN	OPCIONES DE RESPUESTA			
Tengo menos amigos de los que me gustaría tener	TA	DA	ED	TD
Me gusta el trabajo que tengo	TA	DA	ED	TD
Creo que el mundo es justo	TA	DA	ED	TD
Mi estado de salud podría ser mejor	TA	DA	ED	TD
Existe una brecha entre lo que me gustaría lograr y lo que he logrado hasta ahora	TA	DA	ED	TD

Cada ítem tiene implícita una posición positiva o negativa frente a la afirmación propuesta, de ahí que se clasifiquen en favorables y desfavorables. En cualquier caso, la puntuación se debe asignar de acuerdo a la dirección del mismo, según la siguiente tabla:

ÍTEMS	TA	DA	ED	TD
Favorables (posición positiva frente al enunciado)	4	3	2	1
Desfavorables (posición negativa frente al enunciado)	1	2	3	4

Este tipo de escala va a permitir analizar los ítems o elementos por separado o sumarlos para obtener una puntuación total para un grupo de elementos de un componente, es decir, se pueden obtener puntuaciones para cada uno de los componentes, para cada una de las variables y una puntuación total para la prueba, pudiéndose establecer relaciones entre elementos, entre componentes y entre variables. Obviamente, estamos hablando de las variables incluidas en las funciones de comodidad y de placer propuestas en el capítulo anterior, con los componentes y elementos especificados para cada una, según la definición y operacionalización que en ese capítulo se hizo de las mismas, variables, componentes y elementos que son los que finalmente va a constituir la estructura interna de la prueba a la que nos estamos refiriendo.

Lógicamente, el número de elementos o ítems constitutivos de la escala puede cambiar según el tipo de variable en evaluación y sus respectivos componentes. Sin embargo, es necesario realizar cada una de las etapas del diseño de pruebas (definición y operacionalización de las variables, diseño de ítems positivos y negativos, estudio piloto para depuración, aplicación final, asignación de puntaje a cada ítem y análisis de resultados), para garantizar que la cantidad y calidad de los ítems definitivos sea la adecuada para dar cuenta de las variables medidas. En la etapa del estudio piloto, se puede probar el instrumento mediante la aplicación a una muestra aleatoria no inferior al doble del número de ítems de la prueba, por lo general no menos de 100 personas (que es el número que normalmente en psicometría se utiliza para realizar este trabajo), de ambos sexos, de diferentes estratos socioeconómicos, de diferentes edades, con niveles de educación y formas de trabajo diferentes, de modo que los ítems puedan ser validados y así depurar el instrumento para tener una versión final del mismo.

Como parte del diseño de la estructura interna de la prueba a aplicar, a las variables y a los componentes que finalmente la van a integrar, se les debe asignar, a manera de propuesta o hipótesis del investigador, un orden de importancia y, en consecuencia, un peso porcentual dentro del total de la misma, teniendo como guía los argumentos que en el capítulo anterior se presentaron a favor de la mayor o menor importancia de cada una de estas variables y componentes, orden que en esa parte del trabajo corresponde al orden secuencial del texto. Los resultados obtenidos del estudio piloto, al realizar un análisis factorial de tipo exploratorio, resultan igualmente útiles para estos fines.

Por supuesto, es un elemento fundamental de la prueba propuesta, el ítem relacionado con la felicidad, que es nuestra variable dependiente o constructo, para el que se propone un enunciado del tipo “Soy feliz”, con las correspondientes opciones de respuesta TA, DA, ED y TD.

Una vez se aplica el cuestionario, se suman los valores asignados a cada ítem para obtener una puntuación total de los componentes, de las variables y de la prueba, esto es, se realiza la sumatoria de cada opción de respuesta elegida. Así, por ejemplo, si la prueba constara de 50 ítems, el resultado máximo posible sería 200 y el puntaje mínimo 40. Estas puntuaciones totales se clasifican en rangos o intervalos, teniendo en cuenta la puntuación máxima, la puntuación mínima y el número de opciones de respuesta (cuatro, en nuestro caso). De esta manera, se construyen 4 intervalos, los cuales permiten clasificar la población evaluada según el nivel de importancia que le den a las variables propuestas como determinantes de la felicidad, de la siguiente forma:

INTERVALOS	CLASIFICACIÓN
40 – 80	Las variables tienen muy poca importancia para la felicidad de las personas
81 – 120	Las variables tienen una importancia media para la felicidad de las personas
121 – 160	Las variables son importantes para la felicidad de las personas
161 – 200	Las variables son muy importantes para la felicidad de las personas

Siguiendo el mismo procedimiento anterior, se deben construir intervalos similares para determinar el nivel de importancia relativa de cada uno de los componentes frente a la variable a la que pertenecen y de cada una de las variables frente a la felicidad. En cada caso, estos intervalos van a depender de las puntuaciones totales que resulten del número ítems que hacen parte de cada componente y de cada variable.

Con el fin de estimar la validez de constructo, una vez aplicada la prueba ajustada según los resultados del estudio piloto, se debe realizar un análisis factorial de tipo confirmatorio, para determinar si el número de factores obtenidos y sus cargas se corresponden con las variables propuestas en la función de la felicidad y con los pesos relativos asignados a cada una de estas variables. La hipótesis *a priori* es que existen unos determinados factores (variables de la función) preestablecidos y que cada uno de ellos se encuentra asociado con un subconjunto de componentes. El análisis factorial confirmatorio genera, entonces, un nivel de confianza para poder aceptar o rechazar dicha hipótesis, según las varianzas obtenidas y permite analizar las interrelaciones entre componentes y entre variables en relación con el constructo.

Complementariamente, sería valioso indagar sobre el concepto de felicidad de los encuestados y sobre qué tan importante es para cada uno ser o no ser feliz y si existe algún interés por alcanzar un estado mejor o más placentero que el actual.

9. Conclusiones

La primera conclusión obvia de este trabajo es que definitivamente la felicidad es (o debe ser) el objetivo superior y la función guía del proceso de desarrollo de cualquier país, porque sencillamente es el fin último del ser humano, al que todas las otras actividades, bienes, servicios y riquezas tienden, siendo la utilidad simplemente el principio para juzgar esa tendencia (o esa divergencia) de estas últimas cosas hacia este fin superior.

Por supuesto, aproximarnos a alcanzar este fin último requiere de esfuerzos individuales y de políticas públicas fundamentales, las que en términos de la función de felicidad propuesta anteriormente se deben orientar a asegurar la suma adecuada de comodidad y placer para todas las personas.

Con relación a la comodidad, estas políticas públicas deben garantizar un nivel mínimo de ingresos a todos los ciudadanos, compatible con una capacidad adquisitiva real que les permita el consumo de una canasta de bienes y servicios esenciales para llevar una vida digna. Lograr este objetivo requiere asegurar una tasa de empleo alta y estable, un subsidio de desempleo por no más de un año para los desempleados no voluntarios y en una cuantía igual al nivel mínimo referido antes, la oferta de obligatoria aceptación de un empleo para quienes después de este tiempo no lo hayan podido conseguir por medios propios y una pensión de jubilación o de vejez para todos con este derecho, igualmente al menos en la cuantía del mínimo ya aludido.

Complementariamente, para que este nivel mínimo de ingresos pueda aumentar hasta el nivel de la renta per cápita capaz de generar la máxima felicidad alcanzable desde el punto de vista de la comodidad, según los datos presentados al respecto en este trabajo, el Estado debe garantizar la prestación gratuita y con calidad de los servicios públicos de educación preescolar, básica y media, salud, seguridad y justicia y subsidiada de los servicios públicos domiciliarios y de la educación superior, a todos aquellos segmentos de la población de más bajos recursos económicos. Invertir más en educación, principalmente en educación técnica y profesional, también es un muy buen camino para aumentar las probabilidades de que la gente encuentre y conserve un buen trabajo y mejor remunerado.

Con relación a la salud, se debe considerar que aunque la salud en general no constituye un factor determinante de la felicidad de la gente, particularmente los dolores crónicos y la enfermedad mental sí, por lo que se tiene necesariamente que fortalecer el sistema de salud pública para tratar y aliviar prioritariamente esta clase de sufrimientos (Kahneman & Krueger, 2006, p. 21), que son cada vez más comunes (al menos las enfermedades mentales), en gran parte como consecuencia del estilo de vida que llevamos. El sistema de salud pública también debe incluir como parte del plan obligatorio que se debe ofrecer a todos los usuarios, terapias psicológicas efectivas para desarrollar las actitudes positivas necesarias para alcanzar la felicidad y para extinguir los pensamientos negativos que a todos nos afectan y que no ayudan a este objetivo.

Para el caso colombiano, el dinero necesario para la implementación de las anteriores propuestas puede provenir de un mayor esfuerzo por conseguir más ingresos tributarios (por ejemplo, mediante una lucha más decidida contra la evasión y el desmonte de

exenciones y gabelas tributarias injustificadas), de reducir gastos no prioritarios, de disminuir hacia el futuro las necesidades de endeudamiento adicional, de mejorar la eficiencia y orientación del gasto público y de combatir la corrupción y el malgasto de recursos públicos, buscando evitar en lo posible la reproducción de impactos recesivos y el recorte de erogaciones indispensables que harían aún más grave la situación social del país. Las cifras que presentan Garay (2003, pp. 20 – 30) y Lozano, Rincón, Sarmiento y Ramos (2008, pp. 311 – 314, 317 – 320, 329, 340, 345), por ejemplo, demuestran que solamente la eliminación de las exenciones, deducciones y privilegios tributarios que se encuentran concentrados en un número muy reducido de personas naturales y jurídicas, que no son justificados socialmente, de la evasión y la elusión tributarias y de la corrupción y las fallas administrativas del gobierno (malgasto, ineficiencia, etc.), generaría una suma de recursos equivalente a un 7,5 – 9 % del PIB y una regla fiscal del 1% del PIB de superávit primario estructural para el gobierno central, perfectamente viable de alcanzar, podría generar un ahorro adicional de al menos un 0,7% anual del PIB, cantidad de dinero suficiente para hacer realidad las medidas anteriormente enunciadas.

Un sistema de tributación progresiva contribuiría también significativamente a los anteriores propósitos, con la ventaja adicional de ayudar a aumentar la felicidad media de la sociedad, puesto que se sabe que los ingresos extra generan un beneficio menor en la felicidad cuanto más adinerada es la persona y mayor cuanto más pobre sea, por lo que si una parte del dinero pasara de una persona rica a una pobre, la disminución de la felicidad de la primera sería menor que el aumento de la felicidad de la segunda. Esto también indica que un país puede tener un mayor nivel de felicidad media cuanto más equitativamente se encuentre distribuida la renta, *ceteris paribus* (Layard, 2005, pp. 61, 125 – 126, 140 – 141 y 225). Obviamente, estos son argumentos poderosos a favor de una mayor y mejor redistribución de la riqueza y de los ingresos, tanto a nivel individual como entre países.

Cobrar impuestos proporcionales al aumento de los ingresos de las personas, específicamente un impuesto progresivo sobre los ingresos del trabajo, también ayudaría a frenar la compulsión al trabajo excesivo que patrocina la lucha por el estatus (Layard, 2005, pp. 158 – 159 y 223 – 224), además de constituir una fuente de recaudo extra para ayudar a sostener el gasto público que suponen las medidas propuestas en los anteriores párrafos.

En cuanto al placer, teniendo en cuenta que se trata de la fuente más importante de la felicidad de las personas, es más que recomendable que los bienes, los servicios y las actividades relacionadas con las satisfacciones no económicas que tienen que ver con las relaciones interpersonales, la satisfacción del trabajo, la libertad, la justicia, la salud, la educación, la cultura, las satisfacciones autosuficientes y las externalidades sean tratados como bienes públicos (y algunos como bienes meritorios), correspondiendo al Estado proveerlos directamente y/o garantizar que sean provistos equitativamente para todos los individuos, especialmente en los países en vía de desarrollo, donde el Estado puede (y debería) convertirse en el principal proveedor y/o garante de la felicidad individual y general, haciendo realidad uno de las más grandes principios de la filosofía de la Ilustración del siglo XVIII, tal como fue expresada por Bentham (1965, pp. 170 – 172 y 264 – 268, 1973, pp. 3, 31 – 34 y 65 – 70, 2000, pp. 61, 134 y 225 – 227), al decir que la mejor sociedad es aquella en la que los ciudadanos son más felices, por lo tanto, la mejor política es la que genere la mayor felicidad general.

Para cumplir con este principio, se requiere una educación capaz de potencializar la disposición natural del individuo a ser feliz, lo que implica que sea capaz de alcanzar al menos tres objetivos: Desarrollar la inteligencia cognitiva de las personas, desarrollar su inteligencia emocional y aumentar su cultura y, por lo tanto, sus habilidades para el consumo. Tradicionalmente el primer objetivo es el que ha sido centro de atención de los diferentes gobiernos, razón por la cual algo o mucho hemos avanzado en este camino, siendo ya hora de darle también prioridad política al segundo y al tercero, pero principalmente al segundo, que se debe dirigir fundamentalmente a formar para bien el carácter de las personas, mediante la enseñanza de actitudes positivas ante la vida, enseñanza que debe constituirse en un bien público y que como tal puede lograrse, por ejemplo, incluyendo como obligatorio en todos los planes de estudio de jardines infantiles, escuelas y colegios, públicos y privados, al menos un curso práctico por periodo lectivo orientado a desarrollar la inteligencia emocional de los y las estudiantes, tanto a nivel interpersonal (trabajando en el desarrollo de habilidades sociales, de la capacidad para la integración social y de la inteligencia social) como intrapersonal (para cultivar y profundizar el conocimiento de sí mismos, la autovaloración, la autoestima, el manejo de los sentimientos, el manejo de las emociones, el control de impulsos, la asertividad, la autonomía y la toma de decisiones). Igualmente, debe enfocarse a la apropiación por parte de los alumnos de valores como el amor, la solidaridad y el servicio a los otros, el aprecio por la belleza en el sentido Aristotélico (Platón, 1973, pp. 298 – 314) y por el trabajo bien hecho per se, la participación en la vida política, el ejercicio de la buena ciudadanía y la concesión de menor valor al estatus, a la lucha competitiva y a la optimización omnipresente a favor de la cooperación. También debe incluir temas de religión, filosofía, vida en pareja y crianza de los hijos, defender el matrimonio como una mejor opción que la unión libre y promover la defensa a ultranza de la unidad funcional de la familia, entre otros.

Los medios de comunicación, principalmente los medios masivos de comunicación, tienen actualmente mucho que aportar a esta educación, por lo que el gobierno debe encauzarlos hacia este fin, desestimulando y hasta prohibiendo en los casos necesarios, por ejemplo, con relación a los niños, la publicidad y otras acciones de estos medios que van en dirección contraria a este propósito, pero igualmente realizando directamente campañas a favor del mismo y patrocinando programas de televisión, obras de teatro, películas y otras formas de expresión artística orientadas hacia esta causa.

De lograrse este objetivo, la generación así educada va a ser muy seguramente una generación de padres que desde el entorno familiar van a contribuir a desarrollar estas actitudes y valores positivos en la primera infancia de la próxima generación, aumentando de esta forma exponencialmente la efectividad y la continuidad de este proceso de generación en generación, lo que sencillamente es el ideal a alcanzar. Pero mientras llegamos a ese punto, la formación escolar de niños, niñas y jóvenes en estas áreas se debiera complementar con una mayor y mejor preparación para los hombres y mujeres que van a ser padres de familia, reforzando en contenidos y en tiempo los cursos que al respecto dan las entidades de salud responsables de atender los partos, disminuyendo en al menos una hora diaria la jornada laboral de los padres, mínimo durante seis meses antes y seis después del nacimiento de su hijo o hija, ampliando las licencias de maternidad y paternidad, incluyendo un periodo preparto, entre otras medidas.

Con relación a la cultura, aumentarla puede lograrse sencillamente incluyendo en los pensum de todas las instituciones de educación de los diferentes niveles de formación y en todos los grados muchos más cursos obligatorios de libre elección, por ejemplo, de historia, filosofía, literatura, pintura, música, entre otros.

Adicionalmente, en la medida que cada vez ahorramos más esfuerzo, más tiempo, más atención y más preocupación, simplemente por ahorrarlos, en gran parte por el avance tecnológico de nuestra época, el Estado debería diseñar e implementar más y mejores programas de buen uso del tiempo libre (por ejemplo, fomentar y patrocinar el ejercicio físico, la práctica de deportes, las actividades culturales, etc.).

El mejoramiento del espacio público y del medio ambiente es también un requisito para ampliar los escenarios donde las anteriores actividades se pueden dar y, por consiguiente, para promover las satisfacciones autosuficientes y las externalidades positivas.

Por otro lado, dado que la confianza desempeña el principal papel en la generación y fortalecimiento de las relaciones interpersonales, resulta igualmente prioritario que el Estado promueva e intervenga directamente para generar y consolidar cada vez más capital social a escala local (en primer lugar) y a nivel regional y nacional también y a fortalecerlo donde ya existe, contribuyendo de esta manera a la construcción de una comunidad más unida y con más amigos y, por lo mismo, con mejor convivencia y, por lo tanto, más segura (Diener & Seligman, 2004, pp. 6 – 7). Disminuir la movilidad geográfica de las personas, apoyando la creación de más y mejores empleos en sus lugares de origen y crianza, por ejemplo, constituye una muy buena alternativa para apoyar este fin, puesto que la gente que vive en estos lugares, cerca de sus padres y amigos de toda la vida, cuenta con una red de apoyo social menos disponible en otro sitio y al aumentar el sedentarismo y la homogeneidad de la comunidad la confianza crece (Layard, 2005, pp. 180 – 181). El anhelo de la paz de todos los colombianos pasa necesariamente por esta ruta, clave para nuestra felicidad, porque de todos los males sociales uno de los que puede causar mayor infelicidad es la guerra, por el temor y por todas las pérdidas personales e institucionales que trae consigo (Blattman & Miguel, 2009, pp. 56 – 57; Querubín, 2003, pp. 7 – 17). Para nosotros se trata, al fin y al cabo, de hacer realidad uno de los fines esenciales del Estado, que consiste en asegurar la convivencia pacífica en todo el territorio nacional (Constitución Política de 1991, artículo 2).

Como causa y efecto de la confianza, igualmente necesitamos más cooperación que genere resultados en los que todos ganemos y en los que la felicidad de cada uno sea valorada por igual. Pero no hablamos de la cooperación que se da por el temor al castigo (de las malas conductas) o por un cálculo racional para obtener ayuda o una recompensa de otros o por obtener la aprobación de otros, sino la que se sustenta en nuestro sentido moral que nos impulsa a tratar a los otros como nos gustaría que nos trataran a nosotros. Genéticamente venimos dotados de este sentido moral, el cual se va desarrollando o atrofiando con el aprendizaje, por lo que nuevamente la educación resulta muy importante para la felicidad (Bentham, 2000, pp. 225 – 227 y 234; Layard, 2005, pp. 103 – 106 y 130).

También resulta prioritaria la promoción por parte del Estado, de las empresas y de las organizaciones no gubernamentales, de una forma de vida más favorable para la familia y mejor ajustada a los nuevos roles de género que actualmente se viven en la mayoría de las sociedades del mundo, lo que significa unos horarios de trabajo más flexibles, la implementación del teletrabajo en los casos funcional y financieramente recomendables, una mayor presencia de los padres en el hogar, un mejor cuidado de los hijos e hijas, etc.,

Para incrementar la satisfacción del trabajo, el Estado, las instituciones educativas y los empresarios se deben comprometer a reducir progresivamente los incentivos financieros por buen rendimiento, que patrocinan una evaluación del desempeño frente a los pares y, por lo tanto, refuerzan la carrera por el rango presente en otras áreas de la vida del trabajador, aumentando el estrés laboral. En su lugar, deben posicionar la importancia intrínseca del trabajo bien hecho, de dar siempre lo mejor de sí, de la idoneidad profesional, de la ética profesional, del respeto por los colegas, jefes y subordinados y del trabajo en equipo. También es muy importante restringir la libertad de los empleadores para despedir a los empleados (Layard, 2005, pp. 161 – 163 y 176). Igualmente, se deben mejorar la orientación profesional para la selección y el cambio de carrera y los procesos de selección, de formación y de ascenso de los empleados, para que trabajadores y empleos se correspondan más, en función de las competencias de cada quien, Así mismo, se debe aumentar la variedad de las labores a realizar por el trabajador y la responsabilidad relacionada con cada una y mejorar las relaciones sociales en el trabajo, por ejemplo, formando grupos de trabajo naturales y cooperativos, mejorando las habilidades de dirección de los superiores, aumentando la participación del empleado en las decisiones de la empresa, disminuyendo las grandes diferencias de posición y de salarios existentes entre los trabajadores de los diferentes niveles jerárquicos de la organización (Argyle, 1992, pp. 74 – 76), concediendo uno o dos pequeños descansos durante la jornada laboral diaria para que sean aprovechados mejor para compartir con los compañeros de oficina, entre otras medidas.

Teniendo en cuenta que las instituciones de una sociedad constituyen uno de los factores más importantes para jalonar el desarrollo (Acemoglu, 2007, pp. 22 – 23)⁶⁸, la adopción e implementación de las anteriores propuestas requiere de reformas institucionales, que bajo principios rectores como la no corrupción, la progresividad, la solidaridad, la equidad, la eficacia, la eficiencia, la legitimidad y la libertad y en el marco de un Estado Social de Derecho, de una democracia participativa vigorosa⁶⁹ (Bandeira, 2009, p. 370; Bentham, 1973, p. 11; Sen, 2000b, pp. 28 y 156, Frey & Stutzer, 2000b, pp. 153 – 154) y de un régimen de mercado debidamente regulado por el Estado para corregir fallas sustantivas (Arias y Caballero, 2003, p. 135), permitan transformar las relaciones de poder que reproducen el statu quo. Esta transformación institucional debe ser específica para el país, si no se quiere ser uno más de los numerosos fracasos de trasplante institucional (Chang, 2006, pp. 130 – 135) y requiere que sea posible establecer y cumplir compromisos creíbles por todas las partes (González, 1999, p. 147), así como exigir

⁶⁸ Fundamentalmente porque al establecer las restricciones, los incentivos y, por lo tanto, los riesgos percibidos y que enfrentan los individuos cuando toman sus decisiones, determinan significativamente la eficiencia de los mercados y la efectividad y la legitimidad de las organizaciones estatales y de las otras organizaciones sociales.

⁶⁹ Que al menos para Colombia parece más posible con un régimen parlamentario o semiparlamentario que con el actual presidencialismo (Uprimny, 2001, pp. 164 – 165).

efectivamente la responsabilidad de los gobiernos (McKenzie, 1997, p. 29) y asegurar que las instituciones formales resulten coherentes con las informales y con los mecanismos de supervisión y coerción (puesto que el simple cambio de las reglas formales no produce necesariamente los efectos que se buscan) y que unas y otras se puedan adaptar a las contingencias, permitiendo procesos de prueba y error y la eliminación de las soluciones no eficaces (Caballero y Kingston, 2005, p. 333). Igualmente, requiere recurrir menos a la racionalidad individual y más a la racionalidad social, como la fuerza motivadora del cambio de comportamiento que se necesita, puesto que resulta muy racional el establecimiento y la obediencia de reglas generales de conducta, cuya observancia por todos beneficia a todos, más que una libertad de acción completa que se me otorga a mí pero también se le da a todos los otros. Esta racionalidad superior se codifica a veces en las leyes formales, pero la promulgación de reglas y su imposición por la autoridad solamente pueden lograrse cuando puede asegurarse el comportamiento deseado mediante la prohibición. Las leyes, los reglamentos y las regulaciones tienen escasa o ninguna utilidad cuando el comportamiento socialmente óptimo demanda la iniciativa y la acción. De aquí deriva la necesidad de los imperativos morales y de las leyes no escritas, como por ejemplo, las guías de acción contenidas en las máximas religiosas y éticas, las reglas de la buena ciudadanía, etc. (Scitovsky, 1986, p. 189).

Como corolario final, las conclusiones anteriores nos llevan lógicamente a la propuesta de un cambio en el énfasis del actual modelo de desarrollo, desde un capitalismo de mercancías para la comodidad hacia un renovado capitalismo de bienes, servicios y actividades menos para la comodidad y más para el placer (un capitalismo para la felicidad), siendo la principal responsabilidad del Estado gobernar para generar la mayor felicidad general, obedeciendo la ley, evitando la infelicidad de las personas y teniendo en cuenta que el disfrute de este fin superior es en últimas una cuestión de libertad (de elección con racionalidad limitada) y de capacidad (o habilidad) de la gente. Para progresar en este camino es muy importante que empecemos a medir y a evaluar el avance de la felicidad en nuestros países (mediante un índice de bienestar nacional o de felicidad nacional, por ejemplo) tan celosamente como vigilamos la evolución de la renta, utilizando los resultados obtenidos de estas mediciones y evaluaciones para orientar las políticas públicas hacia el mejoramiento de los principales determinantes de la felicidad de las personas (Kahneman & Krueger, 2006, p. 22; Layard, 2005, p. 228), teniendo en cuenta que el hecho de que la gente algunas veces no logre maximizar su felicidad no implica que alguien deba usurparle el derecho a elegir, lo que no significa que en algunos casos el Estado no pueda guiarle e influir en algunas decisiones sin restringir este derecho, por ejemplo, configurando por defecto las opciones más importantes para este objetivo, de tal forma que ayude a las personas a evitar los errores más comunes en la búsqueda del mismo (Easterlin, 2003, p. 11182; Kahneman & Thaler, 2006, pp. 231 – 232).

10. Perspectivas de investigación para el futuro

Como se puede inferir de las anteriores conclusiones y, principalmente, de los capítulos 5.3 y 7, la educación (como ha sido definida en este trabajo) resulta ser, sino el principal, uno de los más poderosos determinantes de la felicidad de las personas, razón por la cual la relación cualitativa y cuantitativa de estas dos variables en la población colombiana se propone como uno de los temas de investigación para el futuro inmediato, que se puede abordar a partir de un estudio muestral de la población que vive en Bogotá, ciudad que resume representativamente el total de la población nacional.

Referencias bibliográficas

- Acemoglu, D. (2007). *Introduction to modern economic growth*. Cambridge: MIT Press.
- Alarcón, R. (2006). Desarrollo de una Escala Factorial para medir la felicidad. *Revista Interamericana de Psicología*, 40 (1), 99 – 106. Consultado el 19 de mayo en <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rip/v40n1/v40n1a10.pdf>
- Argyle, M. (1992). *La psicología de la felicidad*. Traducción de Celia González Serrano. Madrid: Alianza Editorial, S.A.
- Arias, X. y Caballero, G. (2003). Instituciones, costos de transacción y políticas públicas: un panorama. *Revista de Economía Institucional*, 5 (8), 117 – 146.
- Aristóteles (1973). De la Ética a Nicómaco. En *Los clásicos. Aristóteles. Obras filosóficas* (pp. 155 – 234) (5ª. ed.). Selección y estudio preliminar por Francisco Romero. Traducciones de Lilia Segura. New York: W.M. Jackson Inc.
- Bandeira, P. (2009). Instituciones y desarrollo económico. Un marco conceptual. *Revista de Economía Institucional*, 11 (20), 368 – 370.
- Bentham, J. (1965). *Escritos económicos* (1ª. ed.). Selección y prólogo de W. Stark. Traducción de Francisco J. Pimentel. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Bentham, J. (1973). *Fragmento sobre el gobierno* (1ª. ed.). Traducción e introducción de Julián Larios Ramos. Madrid: Aguilar S.A. de ediciones.
- Bentham, J. (2000). *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*. Ontario: Batoche Books. Electronic resource consultado el 23 de octubre de 2010 en <http://site.ebrary.com/lib/utadeo/docDetail.action?docID=2001956>
- Blattman, Ch. & Miguel, E. (2009). Civil war. *National Bureau of Economic Research*. NBER Working Paper No. 14801.
- Braslavsky, C. (2006). Diez factores para una educación de calidad para todos en el siglo XXI. *Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación – REICE*, 4 (2e), 84 – 101. Consultado el 3 de marzo de 2011 en <http://www.rinace.net/arts/vol4num2e/art5.pdf>
- Caballero, G. y Kingston, Ch. (2005). Cambio cultural, dinámica institucional y ciencia cognitiva: hacia una comprensión multidisciplinaria del desarrollo económico. *Revista de Economía Institucional*, 7 (13), 333 – 334.
- Chang, H. (2006). La relación entre las instituciones y el desarrollo económico. Problemas teóricos claves. *Revista de Economía Institucional*, 8 (14), 125 – 135.

Clark, A. & Oswald, A. (1994). Unhappiness and unemployment. *The Economic Journal*, 104 (424), 648 – 659. Consultado el 2 de noviembre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/2234639>

Constitución Política de Colombia de 1991. Consultada el 16 de octubre de 2010 en <http://web.presidencia.gov.co/constitucion/index.pdf>

Di Tella, R., MacCulloch, R. & Oswald, A. (2001). Preferences over inflation and unemployment: Evidence from surveys of happiness. *The American Economic Review*, 91(1), 335 – 341. Consultado el 3 de octubre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/2677914>

Di Tella, R., MacCulloch, R. & Oswald, A. (2003). The macroeconomics of happiness. *The Review of Economics and Statistics*, 85(4), 809 – 827. Consultado el 7 de junio de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/3211807>

Diener, E., Diener, M. & Diener, C. (1995). Factors predicting the subjective well – being of nations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69 (5), 851 – 864. Consultado el 2 de noviembre de 2010 en <http://internal.psychology.illinois.edu/~ediener/publication.html>

Diener, E. & Clifton, D. (2002). Life satisfaction and religiosity in broad probability samples. *Psychological Inquiry*, 13 (3), *Religion and Psychology*, 206 – 209. Consultado el 2 de octubre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/1449331>

Diener, E. & Oishi, S. (2000). Money and happiness: Income and subjective well – being across nations. En Diener, E. & Suh, E. (eds.). *Subjective well – being across cultures* (pp. 185 – 218). Cambridge: MIT Press.

Diener, E. & Seligman, M. (2004). Beyond money: Toward an economy of well – being. *Psychological Science in the Public Interest*, 5 (1), 1 – 31. Consultado el 2 de octubre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/40062297>

Easterlin, R. (1974). Does economic growth improve the human lot? Some empirical evidence. In David, P. & Reder, M. (eds.). *Nations and households in economic growth: Essays in honour of Moses Abramovitz* (89 – 125). New York: Academic Press, Inc.

Easterlin, R. (2001). Income and happiness: Towards a unified theory. *The Economic Journal*, 111 (473), 465 – 484. Consultado el 27 de septiembre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/2667943>

Easterlin, R. (2002). The income – happiness relationship. Consultado el 21 de agosto de 2010 en <http://www-bcf.usc.edu/~easterl/papers/lnchapprelat.pdf>

Easterlin, R. (2003). Explaining happiness. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 100 (19), 11176 – 11183. Consultado el 27 de septiembre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/3147450>

Easterlin, R. (2004). The economics of happiness. *Daedalus*, 133 (2), *On happiness*, 26 – 33. Consultado el 27 de septiembre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/20027910>

- Easterlin, R. (2005). Diminishing marginal utility of income? Caveat emptor. Consultado el 21 de agosto de 2010 en <http://www-bcf.usc.edu/~easterl/papers/DimMargUtil.pdf>
- Easterlin, R. (2006). Building a better theory of well – being. Consultado el 21 de agosto de 2010 en <http://www-bcf.usc.edu/~easterl/papers/BetterTheory.pdf>
- Elster, J. (1993). Some unresolved problems in the theory of rational behavior. *Acta Sociológica*, 36 (3), 179 – 189. Consultado el 3 de octubre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/4200854>
- Elster, J. (1996). Rationality and the emotions. *The Economic Journal*, 106 (438), 1386 – 1397. Consultado el 3 de octubre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/2235530>
- Elster, J. (1998). Emotions and economic theory. *Journal of Economic Literature*, 36 (1), 47 – 74. Consultado el 3 de octubre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/2564951>
- Frey, B. & Stutzer, A. (2000a). Happiness, economy and institutions. *The Economic Journal*, 110 (466), 918 – 938. Consultado el 26 de septiembre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/2667858>
- Frey, B. & Stutzer, A. (2000b). Maximizing Happiness? *German Economic Review*, 1(2), 145 – 167. Consultado el 17 de septiembre de 2010 en http://www.bsfrey.ch/articles/C_335_00.pdf
- Frey, B. & Stutzer, A. (2002). What can economists learn from happiness research? *Journal of Economic Literature*. Vol. XL, 402 – 435. Consultado el 17 de septiembre de 2010 en <http://decon.edu.uy/maestria/materiales%20micro/frey.pdf>
- Fromm, E. (1962). *Marx y su concepto del hombre*. Traducción de Julieta Campos. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Fromm, E. (1970). *La condición humana actual y otros temas de la vida contemporánea*. Traducción de Gerardo Steenks. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Fromm, E. (1991). *Del tener al ser: caminos y extravíos de la conciencia*. Traducción de Eloy Fuente Herrero. Edición a cargo de Rainer Funk. Barcelona: Editorial Paidós.
- Garay, L. (2003). En torno a la economía política de la exclusión social en Colombia. *Revista de Economía Institucional*, 5 (8), 15 – 31.
- González, F. (1999). Instituciones, políticas públicas y desarrollo. *Revista de Economía Institucional*, 1 (1), 143 – 151.
- Harsanyi, J. (1974). El bienestar cardinal, la ética individualista y las comparaciones interpersonales de utilidad. En Arrow, K. y Scitovsky, T. (selección de). *Ensayos sobre economía del bienestar* (Tomo I, pp. 64 – 82). (1ª. ed.). Traducción de Eduardo L. Suárez y Manuel Sánchez Sarto. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.

James, W. (1884). What is an emotion? *Mind*, 9 (34), 188 – 205. Consultado el 3 de octubre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/2246769>

Kahneman, D. (2003a). A psychological perspective on economics. *The American Economic Review*, 93 (2), 162 – 168. Consultado el 16 de febrero de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/3132218>

Kahneman, D. (2003b). Mapas de racionalidad limitada: Psicología para una Economía Conductual. *Revista Australiana de Economía*, 28, 181 – 225. Consultado el 3 de marzo de 2010 en <http://www.nobelprize.org>

Kahneman, D. & Krueger, A. (2006). Developments in the measurement of subjective well – being. *The Journal of Economic Perspectives*, 20 (1), 3 – 24. Consultado el 16 de febrero de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/30033631>

Kahneman, D. & Thaler, R. (1991). Economic analysis and the psychology of utility: Applications to compensation policy. *The American Economic Review*, 81 (2), *Papers and Proceedings of the Hundred and Third Annual Meeting of the American Economic Association*, 341 – 346. Consultado el 16 de febrero de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/2006882>

Kahneman, D. & Thaler, R. (2006). Utility maximization and experienced utility. *The Journal of Economic Perspectives*, 20 (1), 221 – 234. Consultado el 16 de febrero de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/30033642>

Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47 (2), 263 – 291. Consultado el 16 de febrero de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/1914185>

Layard, R. (2005). *La felicidad. Lecciones de una nueva ciencia*. Traducción de Victoria E. Gordo del Rey y Moisés Ramírez. México, D.F.: Editorial Taurus.

Lozano, I., Rincón, H., Sarmiento, M. y Ramos, J. (2008). Regla fiscal cuantitativa para consolidar y blindar las finanzas públicas de Colombia. *Revista de Economía Institucional*, 10 (19), 311 – 352.

Lucas, R., Clark, A., Georgellis, Y. & Diener, E. (2004). Unemployment alters the set point for life satisfaction. *Psychological Science*, 15 (1), 8 – 13. Consultado el 2 de octubre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/40063818>

Marcuse, H. (1985). *Eros y civilización*. Traducción de Juan García Ponce. Bogotá, D.C.: Editorial Planeta Agostini.

Marcuse, H. (1994). *El hombre unidimensional: ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Traducción de Antonio Elorza. Barcelona: Editorial Ariel.

Marx, C. (1984). *El Capital. Crítica de la Economía Política*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.

- Max – Neef, M., Elizalde, A. y Hopenhayn, M. (1986). *Desarrollo a escala humana. Una opción para el futuro*. Santiago de Chile: CEPAAUR – Fundación Dag Hammarskjöld. Consultado el 7 de septiembre de 2010 en http://www.dhf.uu.se/pdfiler/86_especial.pdf
- McKenzie, K. (1997). Diseño institucional y política pública: Una perspectiva microeconómica. *Revista de Economía Institucional*, 1 (1), 49 – 50.
- McMahon, D. (2006). *Una historia de la felicidad*. Traducción de Jesús Cuéllar y Victoria E. Gordo del Rey. Madrid: Editorial Taurus.
- Mill, J. (1978). *Principios de economía política*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Mill, J. (2002). *El utilitarismo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Morin, E. (1996). *El desarrollo de la crisis del desarrollo*. Texto suelto.
- Myers, D. (1993). *The pursuit of happiness: Who is happy and why?* New York: Avon Books.
- Ng, YK. (1996). Happiness surveys: Some comparability issues and an exploratory survey based on just perceivable increments. *Social Indicators Research*, 38 (1), 1 – 27. Consultado el 19 de octubre de 2010 en <http://www.springerlink.com/content/0303-8300/38/1/>
- Ng, YK. (1997). A Case for happiness, cardinalism and interpersonal comparability. *The Economic Journal*, 107 (445), 1848 – 1858. Consultado el 4 de octubre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/2957913>
- Ng, YK. (1999). Utility, informed preference or happiness: Following Harsanyi's argument to its logical conclusion. *Social Choice and Welfare*, 16 (2), 197 – 216. Consultado el 19 de octubre de 2010 en http://econpapers.repec.org/article/sprsochwe/v_3a16_3ay_3a1999_3ai_3a2_3ap_3a197-216.htm
- Oswald, A. (1997). Happiness and economic performance. *The Economic Journal*, 107 (445), 1815 – 1831. Consultado el 2 de noviembre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/2957911>
- Platón (1973). El banquete. En *Los clásicos. Platón. Diálogos socráticos* (pp. 255 – 329) (5ª. ed.). Estudio preliminar por Ángel Vassallo. New York: W.M. Jackson Inc.
- Querubín, P. (2003). *Crecimiento departamental y violencia criminal en Colombia*. Documento CEDE 2003 – 12. Bogotá, D.C.: Universidad de Los Andes.
- Sánchez, J. (1998). *EBP. Escala de Bienestar Psicológico*. Madrid: TEA Ediciones.

Scitovsky, Tibor (1986). *Frustraciones de la riqueza. La satisfacción humana y la insatisfacción del consumidor*. Traducción de Eduardo L. Suárez. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.

Sen, A. (1983). Los bienes y la gente. *Revista Comercio Exterior*, 33 (12), 1115 – 1123.

Sen, A. (1995). ¿Igualdad de qué? En *Ciclo Tanner de conferencias sobre los valores humanos* (pp. 133 – 156). Pronunciada en la Universidad de Stanford el 22 de mayo de 1979.

Sen, A. (1998). Teorías del desarrollo a principios del Siglo XXI. *Revista Cuadernos de Economía*, Vol. XVII, No. 29, 73 – 100.

Sen, A. (2000a). Capacidad y bienestar. En Nussbaum, M. y Sen, A. (compiladores). *La calidad de vida* (pp. 54 – 83) (2ª. reimpresión). Traducción de Roberto Reyes Mazzoni. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.

Sen, A. (2000b). *Desarrollo y libertad* (8ª. ed.). Barcelona: Editorial Planeta.

Sen, A. (2003). *Sobre ética y economía*. Madrid: Alianza Editorial, S.A.

Silva, J. y Hernández, I. (1994). Sea F la función de felicidad. *Revista Cuadernos de Economía*, Vol. XIV, No. 21, 165 – 178.

Simon, H. (1955). A behavioral model of rational choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69 (10), 99 – 118. Consultado el 9 de octubre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/1884852>

Simon, H. (1965). The logic of rational decision. *The British Journal for the Philosophy of Science*, 16 (63), 169 – 186. Consultado el 9 de octubre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/686301>

Simon, H. (1978). On how to decide what to do. *The Bell Journal of Economics*, 9 (2), 494 – 507. Consultado el 9 de octubre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/3003595>

Simon, H. (1979). Information processing models of cognition. *Annual Review of Psychology*, 30, 363 – 396.

Simon, H. (1986). Rationality in Psychology and Economics. *The Journal of Business*, 59 (4), Part 2: *The behavioral foundations of economic theory*, S209 – S224. Consultado el 9 de octubre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/2352757>

Simon, H. (1995). Rationality in political behavior. *Political Psychology*, 16 (1), *Special Issue: Political economy and political psychology*, 45 – 61. Consultado el 9 de octubre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/3791449>

Smith, A. (2000). *The theory of moral sentiments*. New York: Prometheus Books.

Smith, A. (2002). *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.

Stutzer, A. & Frey, B. (2004). Reported subjective well – being: A challenge for economic theory and economic policy. *Schmollers Jahrbuch*, 124 (2), 191 – 231. Consultado el 17 de septiembre de 2010 en http://www.bsfrey.ch/articles/407_04.pdf

Tabellini, G. (2006). *Culture and institutions: economic development in the regions of Europe*. IGIER, Bocconi University. Consultado el 2 de noviembre de 2010 en <http://faculty.arts.ubc.ca/akotwal/541/Tabellini1.pdf>

Temkin, B. y Del Tronco, J. (2006). Desarrollo humano, bienestar subjetivo y democracia: confirmaciones, sorpresas e interrogantes. *Revista Mexicana de Sociología*, 68 (4), 731 – 760. Consultado el 28 de septiembre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/20454263>

Tversky, A. & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science, New Series*, 211 (4481), 453 – 458. Consultado el 16 de febrero de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/1685855>

Tversky, A. & Kahneman, D. (1986). Rational choice and the framing of decisions. *The Journal of Business*, 59 (4), Part 2: *The behavioral foundations of economic theory*, S251 – S278. Consultado el 16 de febrero de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/2352759>

Uprimny, R. (2001). Separación de poderes y forma de gobierno en Colombia: Comentarios al documento de la Misión Alesina. *Revista de Economía Institucional*, 3 (5), 161 – 166.

Van Praag, B.M.S. (2000). La relatividad del concepto de bienestar. En Nussbaum, M. y Sen, A. (compiladores). *La calidad de vida* (pp. 465 – 494) (2ª. reimpresión). Traducción de Roberto Reyes Mazzoni. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.

Veenhoven, R. (1992). Social equality and State Welfare effort: More income – equality, no more equality in quality of life. Paper presented at the International Sociological conference “Towards the good society. Applying the Social Sciences”. June 25 – 26, 1992. Rotterdam, The Netherlands. Consultado el 8 de octubre de 2010 en <http://www2.eur.nl/fsw/research/veenhoven/Pub1990s/92a-full.pdf>

Veenhoven, R. (1993). *Happiness in nations: Subjective appreciation of life in 56 nations, 1946 – 1992*. Rotterdam: Erasmus University of Rotterdam.

Veenhoven, R. (2001). Calidad de vida y felicidad: No es exactamente lo mismo. Traducción de Catalina Aguiló. Segunda corrección por Vanessa González Aerero. Consultado el 8 de junio de 2010 en <http://www2.eur.nl/fsw/research/veenhoven/Pub2000s/2001e-fulls.pdf>

Veenhoven, R. (2009) Medidas de la Felicidad Nacional Bruta. *Intervención Psicosocial*, 18 (3), 279 – 299. Consultado el 19 de mayo de 2011 en <http://scielo.isciii.es/pdf/inter/v18n3/v18n3a08.pdf>

Winkelmann, L. & Winkelmann, R. (1998). Why are the unemployed so unhappy? Evidence from panel data. *Economica, New Series*, 65 (257), 1 – 15. Consultado el 2 de noviembre de 2010 en <http://www.jstor.org/stable/2555127>

Wilson, W. (1967). Correlates of avowed happiness. *Psychological Bulletin*, 67 (4), 294 – 306. Consultado el 2 de noviembre de 2010 en <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/6042458>

Páginas web

Encuesta Mundial de Valores: <http://www.worldvaluessurvey.org/>

Eurobarómetro: www.europa.eu.int/comm/public_opinion/cf/index_en.cfm

<http://cep.lse.ac.uk/pubs/books/happiness/>

Página web de Andrew Clark: <http://blogs.warwick.ac.uk/andrewclark/>

Página web de Ed Diener: <http://internal.psychology.illinois.edu/~ediener/publication.html>

Página web de Rafael Di Tella:

<http://drfd.hbs.edu/fit/public/facultyInfo.do?facInfo=bio&facEmId=rditella>

Página web de Richard Easterlin: <http://www-bcf.usc.edu/~easterl/>

Página web de Bruno S. Frey: <http://www.bsfrey.ch/>

Página web de Daniel Kahneman: <http://www.princeton.edu/~kahneman/>

Página web de Richard Layard: <http://cep.lse.ac.uk/layard/>

Página web de Andrew Oswald:

<http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/economics/staff/academic/oswald>

Página web de Alois Stutzer: <http://www.iew.uzh.ch/home/stutzer/>

Página web de Ruut Veenhoven: <http://www2.eur.nl/fsw/research/veenhoven/>

<http://www.happyplanetindex.org/>

www.bancomundial.org

www.eclac.org

www1.eur.nl/fsw/happiness/

www.fun-humanismo-ciencia.es/felicidad.htm

www.portalplanetasedna.com.ar/poblacion12.htm

www.red-vertice.com/fep

www.worldbank.org