

Favor de citar este Ensayo como:

Aparicio, Abraham (2020) Divertimento económico, en *Antología de ensayos de economía y catolicismo*, pp. 15-26, Facultad de Economía de la UNAM, México.

<http://www.economia.unam.mx/profesores/aaparicio/ensayos.html>

Divertimento económico

Preludio: non troppo serio

El análisis de las cuestiones económicas no tiene por qué hacerse siempre de una manera aburrida o tediosa. Sin dejar de ser metodológicamente formales, se pueden analizar con deleite, de forma amena y ligera, algunos tópicos curiosos de la economía.

Primer movimiento: allegretto

La felicidad puede medirse, y todo aquello que es cuantificable puede ser objeto de estudio científico. La felicidad puede medirse de manera objetiva a través de algunas sustancias del organismo humano, llamadas biomarcadores, propias de la actividad cerebral, y por medio y de marcadores genéticos.¹ El estudio de los neurotransmisores sugiere

1 Los biomarcadores son indicadores objetivos fisiológicos de trastornos psiquiátricos y de estados psicológicos. En la actividad del sistema nervioso, sobre todo en el cerebro, tienen su base objetiva los estados subjetivos y emocionales. Los marcadores genéticos son indicadores objetivos dentro del ADN, que señalan las diferencias individuales, que también pueden ser de predisposiciones a tendencias emocionales. Véase Yamamoto, J. (2014). "Hacia una medición objetiva del bienestar subjetivo", *Realidad, Datos y Espacio. Revista Internacional de Estadística y Geografía* 5 (3), pp. 34-43. Los marcadores genéticos se han utilizado para verificar la llamada *teoría del punto central (set point)* o del equilibrio dinámico de la felicidad, la cual sostiene que los eventos de la vida provocan fluctuaciones transitorias sobre un determinado nivel de felicidad, pero en el largo plazo la felicidad tiende a ese nivel central. El nivel central de la felicidad depende de las características propias de la personalidad de cada individuo, lo que a su vez viene dado por factores genéticos. En otras palabras, el nivel estructural de felicidad se hereda y no es posible modificarlo de manera permanente. Véase Weiss, A., T. Bates y M. Luciano (2008). Happiness is a personal(ity) thing: the genetics of personality and well-being in a representative sample, *Psychological Science* 19 (3), pp. 205-210, y Headey, B. (2008). "Life goals matter to happiness: a revision of set-point theory", *Social Indicators Research*, 86, pp. 213-231.

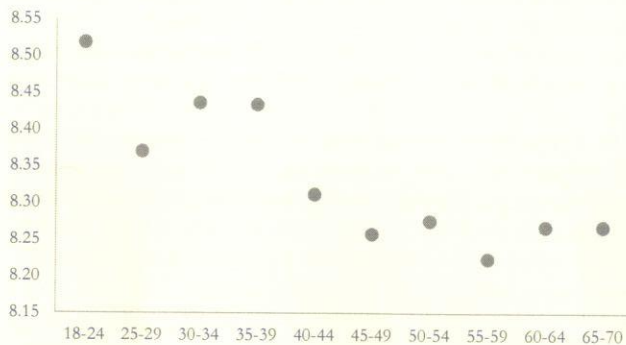
que se pueden distinguir, al menos, tres facetas de la felicidad vinculadas a biomarcadores específicos: los opiáceos con la felicidad hedónica, la dopamina con la felicidad de la motivación por alcanzar una meta, y la oxitocina con la felicidad de las relaciones sociales positivas.²

Medir la felicidad de manera objetiva es algo muy costoso y sólo puede aplicarse a un número reducido de personas al mismo tiempo, motivo por el cual su uso en las ciencias sociales está muy limitado. Por fortuna existe una manera subjetiva de medir la felicidad, la cual consiste en preguntar directamente a las personas qué tan felices se consideran dentro de una escala cuantitativa (de 1 a 10) o de una escala cualitativa (muy feliz, algo feliz, poco feliz, nada feliz).

Actualmente, disponemos de varias encuestas que preguntan a las personas acerca de su nivel de felicidad y de su nivel de satisfacción con la vida. A nivel mundial, tenemos las encuestas de GALUP, World Values Survey, Latinobarómetro, entre otras. Para el caso de México, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) aplicó en 2012 el Módulo de Bienestar Auto Reportado (BIARE), y la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) aplicó en 2014 la Encuesta de Satisfacción con la Vida y la Sociedad (ENSAVISO).

Por cierto, si correlacionamos el nivel de felicidad con la edad, utilizando los datos del Módulo BIARE del INEGI, podemos observar en la Gráfica 1, sin forzar mucho la imaginación, el mapa de México: ¿curioso resultado, no?

Gráfica 1. México: felicidad promedio por grupos de edad



Fuente: elaboración propia con datos del Módulo BIARE de la ENIGH 2012 del INEGI.

2 Yamamoto, *op. cit.*

Los investigadores sociales se han interesado por conocer si existe algún tipo de relación entre las variables económicas y la felicidad. Respecto a la hipótesis de que “el dinero no da la felicidad”, las pruebas arrojan resultados ambiguos. Por un lado, tenemos que, para los grupos de bajos niveles de ingreso, cualquier incremento en el ingreso o el consumo repercute de manera positiva sobre la felicidad, pero para los grupos de altos ingresos, los incrementos en el ingreso o el consumo no aportan nada a su nivel de felicidad.³

La investigación empírica ha demostrado que tanto el desempleo⁴ como la inflación⁵ reducen la felicidad. Hay evidencia empírica de que las personas, para conservar su nivel de felicidad, están dispuestas a permitir más inflación a cambio de menor desempleo. En un estudio se encontró que el nivel de felicidad permanece constante si, a cambio de una reducción de un punto porcentual en la tasa de desempleo, la tasa de inflación aumenta cinco puntos porcentuales;⁶ y en otro estudio se señala que la tasa de cambio entre inflación y desempleo, que deja constante el nivel de felicidad, es de 1.7 puntos porcentuales de inflación a cambio de un punto porcentual de desempleo.⁷ Estos hallazgos

- 3 Véase Rojas, M. (2009). “Economía de la felicidad: hallazgos relevantes respecto al ingreso y al bienestar”, *El Trimestre Económico*, 76 (3) (303), pp. 537-573; y Aparicio, A. (2011). “Bienestar subjetivo del consumidor y concepto de felicidad”, *Argumentos. Estudios Críticos de la Sociedad, Nueva Época*, 24 (67), pp. 67-91.
- 4 Clark, A. (2003). “Unemployment as a social norm: psychological evidence from panel data”, *Journal of Labor Economics*, 21, pp. 323-351; Clark, A. y A.J. Oswald (1994). “Unhappiness and unemployment”, *Economic Journal*, 104 (424), pp. 648-659; Clark, A., Y. Georgellis y P. Sanfey (2001). “Scarring: the psychological impact of past unemployment”, *Economica* 68 (270), pp. 221-41; y Frey, B. y A. Stutzer (2002). *Happiness and economics: how economy and institutions affect well-being*, Princeton y Oxford: Princeton University Press.
- 5 Blanchflower, D. G. (2007). “Is unemployment more costly than inflation?”, *NBER Working Paper* 13505; y Di Tella, R., R.J. MacCulloch y A.J. Oswald (2003). “The macroeconomics of happiness”, *Review of Economics and Statistics* 85 (4), pp. 793-809.
- 6 Wolfers, J. (2003). “Is business cycle volatility costly? Evidence from surveys of subjective well-being”, *NBER Working Paper* 9619.
- 7 Di Tella, R., R.J. MacCulloch y A.J. Oswald (2001). “Preferences over inflation and unemployment: evidence from surveys of happiness”, *The American Economic Review*, 91 (1), pp. 335-341.

contribuyen a orientar al gestor de política económica ante su eterno *trade-off* entre inflación y desempleo.

En cuanto al gasto público, la investigación no ha podido determinar de manera concluyente su efecto sobre la felicidad: algunos estudios sostienen que el gasto de gobierno tiene un efecto positivo sobre la felicidad,⁸ pero otros estudios señalan que el gasto público da lugar a resultados desfavorables sobre el bienestar subjetivo.⁹

Segundo movimiento: presto con spirito

Se dice que el altruismo es un concepto antieconómico porque contradice el principio egoísta que gobierna la conducta racional del *homo economicus* (u *homo oeconomicus*) sea, la búsqueda del máximo bienestar individual, al mínimo costo, sin preocuparse por mejorar o empeorar el beneficio de los demás.

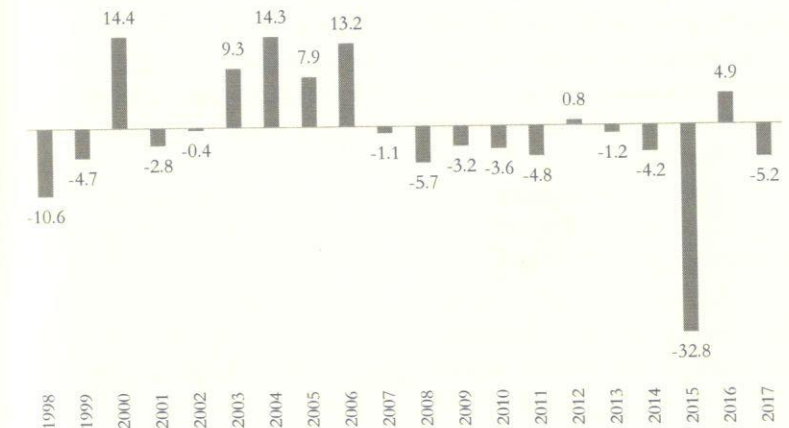
Por fortuna, el *homo economicus* es sólo un constructo teórico, un instrumento analítico y no una persona real. Al menos en México, la población parece muy dispuesta al altruismo:

Los números arrojados por la Encuesta Nacional sobre Filantropía y Sociedad Civil (ENAFI) 2005 nos llevan a una conclusión que parece sorprendente: de alguna u otra forma, todos los mexicanos somos filántropos. O por lo menos, la abrumadora mayoría. Y es que, si sumamos todas las modalidades de donar por las cuales se preguntó en la ENAFI resulta que, a lo largo del año, un 97.3% de los mexicanos dona algo... La filantropía, en realidad, no es un privilegio de las élites o una actividad restringida a unos cuantos altruistas: es algo que ya practicamos en nuestra vida diaria...¹⁰

- 8 Malesevic, L. y S. Golem (2010). "Investigating macroeconomic determinants of happiness in transition countries. How important is government expenditure?", *Eastern European Economics*, 48 (4), pp. 59-75; Ram, R. (2009). "Government spending and happiness of the population: additional evidence from large cross-country samples", *Public Choice*, 138, pp. 483-490; y Kacapyr, E. (2008) "Cross-country determinants of satisfaction with life", *International Journal of social Economics*, 35 (6), pp. 400-416.
- 9 Bjørnskov, Ch., A. Dreher y J. Fischer (2007). "The bigger the better? Evidence of the effect of government size on life satisfaction around the world", *Public Choice*, 130, pp. 267-292.
- 10 Ablanedo, I., M. D. Layton y A. Moreno (2008) "Encuesta Nacional sobre Filantropía y Sociedad Civil (ENAFI): donaciones en México", CEPI Working

Un elemento que los donantes no toman en cuenta, para bien o para mal, es el efecto de la inflación, es decir, la pérdida del poder adquisitivo de esas donaciones. Por ejemplo, si los organizadores del Teletón tomaran en cuenta la inflación, no establecerían como meta por recaudar (M_t) el monto del año anterior (M_{t-1}) más un peso, es decir: $M_t = M_{t-1} + 1$, sino que se fijarían como meta el monto del año anterior más la tasa de inflación esperada (π^e) más un peso, es decir: $M_t = M_{t-1} + \pi^e + 1$. La gráfica 2 muestra que, una vez que tomamos en cuenta el efecto de la inflación (usando el deflactor del PIB base 2013=100), las aportaciones al Teletón se han reducido drásticamente a partir del año 2007.

Gráfica 2. México: Recaudación del Teletón (Var. % Real Anual)

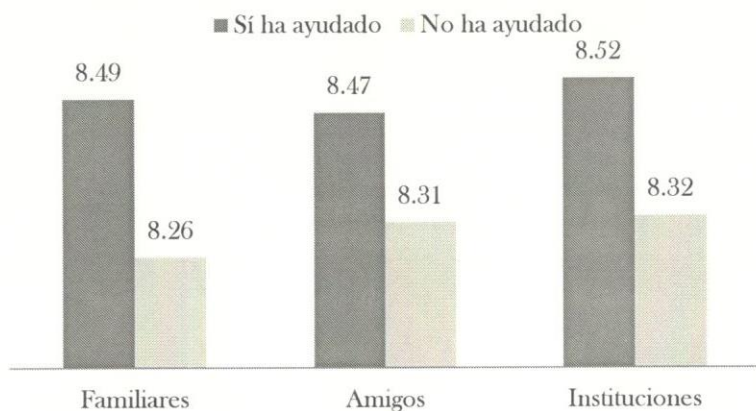


Fuente: elaboración propia con datos de INEGI y Periódico *El Universal*.

El altruismo no resuelve todos los problemas del mundo, pero por lo menos hace felices a lo que reciben y a los que dan. Tomando datos de México, vemos en la gráfica 3 que las personas que han ayudado económicamente a otros son más felices que las personas que no lo hacen. La conclusión es fácil: a donar para ser felices.

Gráfica 3
México: Nivel de felicidad promedio de
los que ayudan económicamente a otros

En los últimos 12 meses ¿ha ayudado económicamente a...?

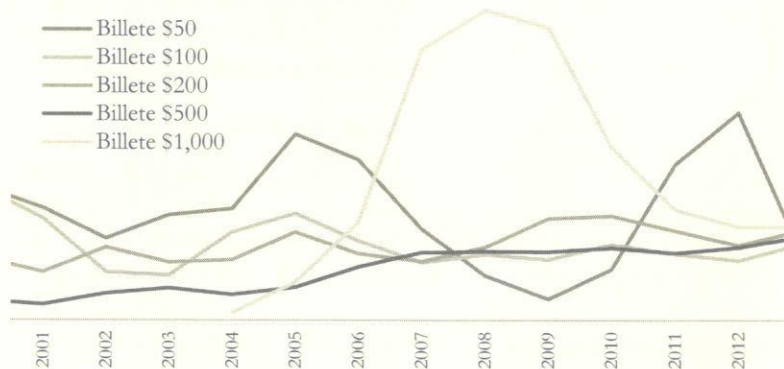


Fuente: Elaboración propia con datos del Módulo BIARE de la ENIGH 2012 del INEGI.

Tercer movimiento: falsetto

Si bien es cierto que se comete el delito de falsificación de billetes en México, aún no se alcanzan niveles preocupantes, pues el nivel de falsificación de moneda nacional se encuentra muy por debajo de países como Estados Unidos y Colombia.¹¹ En 2014, los dos billetes más falsificados fueron los de 1,000 pesos y los de 200 pesos, al captarse 97.2 y 91.8 piezas apócrifas por cada millón de piezas auténticas, respectivamente. El billete más falsificado en los últimos años ha sido el de 1,000 pesos, y tuvo su auge entre 2007 y 2009, al captarse 364.2, 416.8 y 393.3 piezas falsas por cada millón de piezas verdaderas como lo muestra la gráfica 4. Esta información no incluye las piezas falsas aseguradas antes de circular.

Gráfica 4. México: Falsificación de billetes
(Piezas falsas capturadas por millón de billetes en circulación)



Fuente: Banco de México.

El billete menos falsificado es el de 20 pesos (0.1 piezas capturadas por cada millón de piezas auténticas en circulación en 2014). ¿Será que no es rentable su falsificación, o será acaso que los falsificadores son muy avariciosos? Tal vez la explicación sea que la probabilidad

11 Banco de México (www.banxico.org.mx/billetes-y-monedas).

(el riesgo) de ser aprehendido y purgar la pena correspondiente es la misma ya sea que se falsifique un billete de 1,000 pesos o uno de 20 pesos. Si hubiera penas diferentes según la denominación y el monto falsificado, entonces el billete más falsificado sería el de 20 pesos y no el de 1,000 pesos.

Cuarto movimiento: bel canto

Parece ser que la venta de música es inmune a las crisis económicas que se han vivido en México. En la década de 1980, la economía mexicana atravesó por varios años difíciles. En 1982 la producción nacional se contrajo un 0.6%, en 1983 un 4.2% y en 1986 un 3.6% según datos del Banco de México (a precios de 1980). Pero fue precisamente en esa década cuando se vendieron “como pan caliente” los discos del artista José José. En 1981 sus discos Romántico, Gracias, 20 triunfadoras y Mi vida, logran altas ventas, tan sólo del último señalado se vendieron más de 2,419,000 ejemplares a nivel nacional. En 1983 lanzó su álbum Secretos, el más vendido de su carrera, que alcanzó más de dos millones de ejemplares vendidos en las primeras semanas de su lanzamiento, y hasta la fecha se cuentan más de 11 millones de ejemplares vendidos.¹²

En 1995, luego del famoso “error de diciembre”, la economía mexicana tuvo uno de sus peores desempeños de la historia, al contraerse el PIB real un 5.8%, según datos del INEGI (a precios de 2008, pero a precios de 2003 la caída fue de 6.2%). En ese año, el artista Luis Miguel lanza al mercado su álbum El Concierto, grabado durante las actuaciones de 16 noches consecutivas en el Auditorio Nacional de la Ciudad de México en agosto de 1994, el cual rompe récord de venta en todos los formatos (doble-CD, Cassette, Laser Disc y HomeVideo) con alcanzar los dos millones de ejemplares.¹³

En 2009, la economía mexicana nuevamente tuvo otro mal año, al caer la producción de bienes y servicios un 4.7% según datos del INEGI (a precios de 2008, pero a precios de 2003 la caída fue de 6.0%).

12 <http://www.musica.com/letras.asp?biografia=7847>

13 <http://www.luismigueloficial.com/main.html>

Coincide con esta crisis económica la muerte de Michael Jackson (25 de junio), lo que provocó que tres de sus discos fueran de los más vendidos en México en ese año: Thriller, para finales de 2009, alcanzó la nada despreciable cifra de 1,700,000 unidades; Dangerous, logró alcanzar la cifra de 600,000 unidades vendidas, y Bad, que alcanzó 350,000 ejemplares vendidos.¹⁴

Pero este fenómeno no es privativo de México. La famosa crisis de las “hipotecas basura” (*subprime*) provocó en Estados Unidos la peor crisis financiera desde la Gran Depresión, y empujó la economía a una recesión profunda entre 2007 y 2009:

La aguda incertidumbre, las ingentes pérdidas patrimoniales y el empañamiento de las perspectivas de ingreso redujeron la confianza de los consumidores a mínimos sin precedentes, y como consecuencia de la depresión del consumo, el PIB real retrocedió más del 6% el cuarto trimestre de 2008 y 5.7% el primero de 2009, y la tasa de desempleo subió a 8.5%.¹⁵

En ese contexto, Britney Spears, la llamada “princesa del Pop”, logró vender más de cinco millones de ejemplares de sus discos *Blackout*, *Circus*, *Femme Fatale*, *My Prerogative*, *B In the Mix* (vols. I y II), y *The Singles Collection*.¹⁶ Tal vez las personas buscan refugiarse en la música ante las crisis económicas.

Quinto movimiento: fantasía impromptu

El cuento infantil *El mago de Oz*, escrito por Lyman Frank Baum y publicado en Chicago en 1900, narra la historia de Dorita, una niña que vive en una granja en el estado de Kansas, y un día se la lleva el viento de un tornado a un lugar totalmente ignoto, habitado por extraños personajes y un hada, quienes le indican que, para regresar a su casa, debe seguir el camino amarillo (tapizado de ladrillos de ese color) y encontrar al mago de Oz. En su andar se encuentra con un espantapájaros sin cerebro, un hombre de hojalata sin corazón y un león cobarde, y todos

14 <http://www.lasnoticiasmexico.com/951144.html>

15 Fondo Monetario Internacional (2009). “Informe Anual. La lucha contra la crisis mundial”, Washington: FMI, p. 18.

16 <http://www.webconferencia.net/b-in-the-music/ventas-oficiales-de-discos-y-sencillos-519907.html>

desean acudir con el mago de Oz en busca de solución a sus problemas. El cuento concluye señalando que el tal mago de Oz era un anciano cansado que no pudo ayudar a nadie, y Dorita logra regresar a su casa “chasqueando” sus zapatillas de plata.

Sin embargo, la historia del mago de Oz no es un cuento infantil, sino un relato, muy bien disfrazado, de la problemática económica y política que se vivía en Estados Unidos de América a finales del siglo XIX.¹⁷

Alrededor de 1890, lo que preocupaba a las economías más industrializadas de la época era la deflación, es decir, la caída de los precios internacionales de alimentos y de materias primas, lo cual redujo la rentabilidad de las empresas, pero sobre todo castigó severamente a los productores agrícolas. En 1894, el precio del trigo era poco más de un tercio del precio que tenía en 1867, el precio del hierro cayó un 50% entre 1871 y 1898, y en el Reino Unido (la principal economía de la época) los precios descendieron un 40% entre 1873 y 1896.¹⁸

La causa principal de esta deflación fue la escasez relativa de oro a nivel mundial, por lo que los políticos estadounidenses discutían la conveniencia de sustituir el patrón oro (emisión de billetes respaldada por las reservas de oro del gobierno) por un patrón bimetálico, en el cual la plata también sirviera para respaldar la emisión de billetes. Los campesinos abogaban por el patrón bimetálico y los banqueros por el patrón oro.

El tornado es la crisis económica. Kansas era un estado predominantemente agrícola, cuyos campesinos estaban fuertemente endeudados por la caída de los precios internacionales de los alimentos; la familia de Dorita representa a una de tantas que perdieron su casa y su tierra por no poder hacer frente a sus créditos hipotecarios.

El camino de ladrillos amarillos es la promesa del patrón oro como solución a la crisis económica, y el nombre del mago es la abreviatura de onza (*ounce*, Oz.) de oro. Las brujas malvadas del Este y del Oeste son los banqueros de Nueva York y de California, quienes eran los mayores defensores de que se mantuviera el patrón oro.

17 Rockoff, H. (1990). “The ‘Wizard of Oz’ as a monetary allegory”, *Journal of Political Economy*, 98 (4), pp. 739-761.

18 Hobsbawm, E. (1998). *La era del Imperio (1875-1914)*, Barcelona: Labor Universitaria.

El espantapájaros representa a los granjeros, que no tuvieron “el cerebro” para prevenir y salir de la crisis; el hombre de hojalata simboliza a los trabajadores de la industria, a los que les faltó “el corazón” para apoyar a los granjeros; y el león cobarde personifica a la clase política, desprovista “del coraje” necesario para imponer el patrón bimetálico oro-plata. El león cobarde también ha sido identificado con William Jennings Bryan (del Partido Demócrata), quien en la Cámara de Representantes mostró su fuerte oposición al patrón oro desde 1892, pero perdió en tres ocasiones las elecciones presidenciales (1896, 1900 y 1908) frente a los candidatos del Partido Republicano. El autor del cuento, sin duda alguien que favorecía el patrón bimetálico, considera que la solución de la crisis estuvo todo el tiempo en la plata (las zapatillas de Dorita).

Únicamente el final del cuento no concuerda del todo con los hechos económicos, pues Estados Unidos y las economías europeas industrializadas lograron salir de la deflación y de la depresión económica, alrededor de 1895, gracias al descubrimiento de enormes depósitos de oro en Sudáfrica, y al surgimiento del consumo en masa debido al crecimiento de la población urbana (la clase media), la venta a plazos de productos de alto precio y el desarrollo de nuevas industrias, como el cine, entre otros factores.¹⁹ Entonces sobrevino un periodo de auge en la economía internacional conocido como *belle époque*, que terminaría de manera abrupta por el inicio de la Primera Guerra Mundial (24-VII-1914).

Sexto movimiento: *missa solennis*

Según el economista inglés Alfred Marshall, los dos impulsos principales que ha tenido la humanidad, desde el origen de los tiempos, han sido las cuestiones religiosas y las cuestiones económicas²⁰ (yo pensaba que esos dos impulsos eran la comida y el sexo). Teólogos y economistas tienen algo en común: ambos hablan de milagros económicos.

Los economistas utilizan el término “milagro económico” para referirse a un determinado periodo, en el cual la actividad económica experimenta un elevado y sostenido crecimiento. Por ejemplo, el “milagro económico alemán” se refiere a la sorprendente y rápida recupe-

19 Hobsbawn, *op. cit.*

20 Marshall, A. (1963 [1920]). *Principios de economía*, Madrid: Aguilar.

ración que tuvo su economía después de la Segunda Guerra Mundial, o del “milagro económico mexicano”, que se refiere al periodo que va de 1954 a 1976, también conocido como “desarrollo estabilizador”. Estos son ejemplos de lo que podríamos llamar “milagros macroeconómicos”, milagros hechos por los políticos y los economistas.

Sin embargo, también tenemos testimonios de lo que podríamos denominar “milagros microeconómicos”, que la gente religiosa considera intervenciones directas de Dios (o de la Divina Providencia) en nuestra historia personal, con la finalidad de ayudarnos a afrontar o resolver algún problema económico, ya sea mediante la obtención de dinero o de bienes materiales no esperados.

Estos milagros económicos pueden ocurrir en el ámbito de la empresa. He aquí un testimonio:

Un elemento esencial que ha acompañado constantemente el desarrollo de la “Economía de Comunión” en estos años [es que] en estas empresas se deja espacio a la intervención de Dios, también en el contexto económico concreto. Y se experimenta que [...] contra la corriente que la praxis común de los negocios nos aconsejaría, [Dios] no deja faltar ese céntuplo que Cristo prometió: una entrada no presupuestada, una oportunidad inesperada, el ofrecimiento de una colaboración, la idea de un nuevo producto exitoso.²¹

Y también pueden ocurrir en el ámbito del consumo. He aquí un testimonio:

En 1824, san Juan María Vianney, el santo cura de Ars, levantó un orfanato de niñas abandonadas llamado “La Providencia” [...] Un día faltó el pan, y en la despensa quedaba poquísima harina. La señora Chanay, encargada de la cocina, se presentó desolada al cura para contarle la desgracia. ¡Ruegue —le contestó el padre— y haga su pan! La señora obedeció y de inmediato comenzó a amasar aquel puñado de harina que quedaba. Pero a medida que amasaba, la masa aumentaba, hasta que

21 Lubich, Ch. (2000) *La experiencia “economía de comunión”: una propuesta de gestión económica que nace de la espiritualidad de la unidad*, en Luigino Bruni (comp.) “Humanizar la economía: reflexiones sobre la «Economía de Comunión»”, Ciudad Nueva, Buenos Aires, pp. 9-16, p. 15.

llenó la batea. Alegrementemente, corrió para informar al cura de Ars, quien contestó sencillamente: ¡Dios es muy bueno!²²

Finale: Nel tuo sangue

Actualmente, la construcción del conocimiento científico en todas las disciplinas se caracteriza por ser un proceso internacional asociado a la formación de redes de investigadores académicos de diferentes países. En estos grupos de investigación participan especialistas de diferentes disciplinas que buscan abarcar, de manera simultánea, los distintos aspectos de un tema o problema, lo que aporta un enfoque multidimensional que utiliza (no confronta) la atomización del conocimiento.

En este contexto, en las últimas décadas la ciencia económica se ha involucrado de manera notable con otras disciplinas, tales como la psicología experimental, la neurología y la biología. Algunos hallazgos de esta interdisciplinariedad resultan en un severo cuestionamiento de varios paradigmas y constructos fundamentales de la teoría económica (por ejemplo, la elección racional), y han introducido nuevas e inquietantes afirmaciones, como por ejemplo la siguiente: la deuda en tarjeta de crédito puede predecirse por la estructura genética de la persona.²³ ¿Se imagina?, en el futuro, para solicitar un crédito, ya no va a ser necesario llevar comprobantes de ingreso, sino una toma de sangre. La genoeconomía ya es toda una realidad.

22 Ricciardi, R. (s/f). "Santo Cura de Ars" *Verdad y Vida*, México: Colección Honor de Dios, pp. 34-36.

23 De Neve, J. y J.H. Fowler (2009). "The MAOA gene predicts credit card debt", disponible en: <http://ssrn.com/abstract=1457224>.