

Freakonomics: A rogue economist exploring the hidden side of everything.

Steven D. Levitt – Stephen J. Dubner¹

Por: David E. Gelves

“An important step in extending the traditional theory of individual rational choice to analyze social issues beyond those usually considered is to incorporate into the theory a much richer class of attitudes, preferences and calculations.”

Gary S. Becker

Nobel Lecture: The Economic Way of Looking Behavior.

Entender como funciona realmente la sociedad contemporánea no resulta fácil; mas aún, cuando los fenómenos sociales se ven inmiscuidos en contextos complejos que dificultan su comprensión. Sin embargo, gracias a la iniciativa de economistas como Gary Becker, se ha logrado empezar un camino de análisis más formal y flexible de los problemas sociales de diversas áreas mediante el uso de herramientas económicas.

¿Que define entonces el campo de la economía?, para Steven Levitt y Stephen Dubner se trata de todo aquello que permita entender como las personas obtienen lo que quieren. De una forma un poco más provocativa, el análisis económico utilizado de forma inteligente y con los datos indicados permite explicar el lado oculto de las cosas. Es esto lo que define a su obra, *Freakonomics*.

El libro no propone un tema específico o un contenido unificador, sino que muestra “un enfoque de caza-tesoros... [Que permite emplear]...lo mejor de las herramientas analíticas que la economía ofrece, pero nos permite seguir cualquier curiosidad extraña que se nos pueda ocurrir”². Esto deja a los autores abarcar preguntas de diversos intereses: desde las causas de la caída del crimen en Estados Unidos durante los 90’s hasta pensar en que tan importantes son los padres en la educación de los hijos.

En el transcurso de esta reseña-ensayo pretendo mostrar las lecciones fundamentales de la obra de Levitt y Dubner, así como algunas de las aplicaciones que exponen durante el libro como otras que he tomado de nuestro contexto colombiano. Espero que la lectura de este documento no sea una excusa para dejar de leer el texto, pues creo que resulta útil para cualquier persona interesada en la economía, e indispensable para los economistas deseosos de desarrollar la *intuición económica*.

LECCIONES FUNDAMENTALES

Como mencioné el parte introductoria de este escrito, *Freakonomics* se caracteriza por no tener un tema unificador o un marco teórico riguroso; sin embargo, durante la introducción del libro, los autores enuncian algunas de las ideas fundamentales que

¹ William Monrow Publishers – 2005. Página oficial del libro: <http://www.freakonomics.com>

² Pagina 14 del libro.

desarrollan y ponen en práctica en el transcurso del texto. También, hay algunos elementos, que aunque no son nombrados en la parte inicial, se pueden observar durante la construcción de cada una de las secciones y son tan o más importantes que los nombrados al principio.

La obra resulta particularmente valiosa por la cantidad de aplicaciones que esta considera; no obstante, las lecciones de teoría que se exploran se prestan para hacer una descripción ordenada de las ideas del libro. Estas lecciones son:

1. Los incentivos son la piedra angular de la vida moderna.

Los economistas conocemos de una u otra forma que es un incentivo, sin embargo, vale la pena aclarar la definición que los autores proponen. Un incentivo consiste en generar algún elemento dentro del medio social que induzca a las personas a realizar algún comportamiento determinado. No obstante, lo deseable del comportamiento depende del criterio reinante en el medio social más no del incentivo.

La naturaleza de los incentivos es particularmente poderosa pues altera los costos de oportunidad de cualquier acción, en otras palabras cambian las consecuencias de tomar una decisión u otra. Por ende, es indispensable un diseño concienzudo de los mismos intentando anticipar las posibles reacciones de las personas frente al esquema creado, pues es posible que su introducción no genere el efecto deseado.

Los autores usan varios ejemplos para mostrar la importancia del diseño, uno bastante interesante es el de la donación de sangre. Un estudio conducido en los 70 pretendía buscar las razones de la gente para desarrollar esta actividad. Cuando a los donadores se les dio una pequeña cantidad de dinero por su acción, donaron menos sangre que cuando se les felicitaba por su altruismo. Sin embargo, ¿ que hubiese pasado si el incentivo monetario fuese considerable, digamos 50 millones de pesos o alguna cantidad mayor ?. Seguramente el número de donadores aumentaría dramáticamente. Aunque también aparecerían otro tipo de prácticas no deseables: exceder la cantidad posible a donar, donación de sangre enferma o alterada y sin fin de posibles acciones contrarias del objetivo inicial de la medida.

La construcción del esquema debe ser realizado con sumo cuidado tanto en el diseño de la acción como en la magnitud de la misma pues las personas siempre están dispuestas a aprovechar el lado débil de la situación mediante un acto bastante conocido, la trampa. Levitt y Dubner hacen una mención especial a este concepto afirmando: “Hacer trampa puede o no ser de la naturaleza humana pero ciertamente es una característica importante del comportamiento humano. Hacer trampa es un acto primordialmente económico: obtener mas por menos”³. La economía explica como la gente obtiene lo que quiere, por ende, la trampa es un elemento natural dentro de las posibles acciones de las personas

³ Pagina 25 del libro.

Adicionalmente, es importante mencionar que los autores exponen la existencia de tres tipos de incentivos distintos: los económicos, los sociales y los morales. Cada uno de ellos hace parte de una esfera distinta del comportamiento humano y tienen costos de oportunidad distintos. En algunos casos compiten entre ellos, mientras que en otros son complementarios. Por ejemplo, consideremos el esquema anti-contrabando de la DIAN. Cuando hallan mercancía de contrabando la decomisan y cobran multas importantes, he aquí el incentivo económico. Adicionalmente sellan el establecimiento implicado y por lo general, los capturados se someten a la vergüenza pública en los noticieros más vistos, he aquí el incentivo social. Por último, las propagandas insisten en que cuando se compra contrabando se está creando desempleo y se apoyan delitos como el narcotráfico y el lavado de activos, claros incentivos morales.

Es evidente que el esquema anterior logra conformar sinergias entre los 3 tipos de incentivos para generar un comportamiento deseable; no obstante, también hay situaciones donde los distintos tipos de incentivos se chocan entre sí dentro del proceso de decisión del individuo. Tomemos un caso reciente en Bogotá, la alcaldía creó un sistema de premios para los agentes de tránsito por el número de multas que coloquen en un día. Se supone que la motivación de la medida es incentivar a los policías a realizar de forma más activa su trabajo, mejorar la situación de tráfico y aumentar de forma moderada los recaudos por el rubro. No obstante, en este caso el incentivo económico puede chocar contra los otros incentivos y puede generar conductas negativas por fallas en el diseño: el agente de tránsito debe decidir si adopta un comportamiento de maximización de beneficios por el incentivo monetario y aprovecharse de su autoridad, o respetar el imperio de la ley adoptando un comportamiento consecuente con sus incentivos morales y sociales.

Entender como operan los incentivos en las distintas situaciones es comprender como varían las acciones de las personas de acuerdo al contexto en que se encuentran inmersas. Y mientras la ciencia económica siga fundamentada en la toma de decisiones, los incentivos serán la llave para comprender el funcionamiento e intervenir de forma efectiva en la sociedad contemporánea.

2. Las nociones convencionales son erradas en muchos casos.

El conocimiento que construye y acepta la sociedad está determinado por muchos factores distintos a la veracidad. De acuerdo con el economista John Kenneth Galbraith, citado varias veces en *Freakonomics*, en la mayoría de los casos “...la verdad se asocia con la conveniencia...”⁴. Adicionalmente, siempre se buscan nociones que estén de acuerdo con el interés personal y el bienestar, elementos que no obliguen hacer esfuerzos o cambios radicales en la vida diaria.

⁴ Página 89.

El sesgo también está dado por el auto estima y la simplicidad. Aceptamos lo que nos hace sentir bien con nosotros mismos. Adherimos con facilidad a las explicaciones de un experto sobre un fenómeno complejo ante el esfuerzo que implica buscar nuestra propia versión. Las nociones comunes tienden a ser simples, convenientes y cómodas. Sin embargo, no siempre ciertas.

Levitt y Dubner entre los muchos ejemplos que muestran, hacen énfasis en uno que resulta particularmente útil para exponer esta idea, se preguntan cual es la importancia de los padres en la formación de los hijos. Mediante una base de datos construida por un estudio hecho a gran escala en Estados Unidos para determinar la evolución de resultados académicos de los estudiantes, se tuvo acceso a una muestra considerable de información⁵ para poder examinar que tanto influyen los papas y sus acciones en los resultados de los exámenes de los hijos. La generalidad de los padres confía en que todo lo que haga en pro de su hijo va a hacer la diferencia, sin embargo, los resultados del ejercicio son bastante contraintuitivos.

De acuerdo con los autores, el hecho de que se lleve a los niños regularmente a museos, que se les lea en las noches, que vean mucha televisión o que tengan un conocimiento temprano del funcionamiento del computador no tienen impacto significativo sobre los resultados de los exámenes. Por otra parte, algunas de las variables que resultaron íntimamente correlacionadas con los resultados son: la educación de los padres, situación socioeconómica, edad de la madre al momento del nacimiento, si el niño es adoptado, entre otros.

Levitt y Dubner se atreven a extrapolar un poco sus resultados, afirmando que lo que tiende a ser preponderante en la formación de los infantes tiene que ver con lo que los padres son y no con lo que hacen. Por ejemplo, el nivel educativo de los padres está altamente relacionado con su I.Q, atributo que tiene una tendencia a ser hereditario. Relacionado con esto, el hecho de que el niño haya sido adoptado tiende a reflejar una progenitora que no tiene unas condiciones propicias para generar un ambiente adecuado de gestación⁶ lo que repercute en desventajas para el niño.

Aunque los resultados escolares no son todas las dimensiones de la formación de los niños y otros autores han mostrado los papas son muy importantes vida de los hijos⁷, resulta incomodo encontrar que el esfuerzo de ciertas actividades como la inmersión cultural no haga la diferencia. El debate para los economistas y los padres queda abierto.

3. Eventos fundamentales en muchos casos tienen causas distantes y sutiles

⁵Su nombre es Early Childhood Longitudinal Study ECLS. Incluía desde el sexo, edad, raza y resultados de los exámenes, hasta entrevistas personales con los papas de los niños y su comportamiento con ellos.

⁶ Generalmente, el perfil de las mujeres que entregan sus hijos en adopción está caracterizado por la pobreza, posibles vicios, pocos cuidados prenatales, poca educación y otro tipo de conductas que impacta negativamente la formación del niño.

⁷ Por ejemplo Becker afirma que la formación de preferencias racionales y el compromiso de los hijos frente a los padres está determinado por las acciones de los padres en las primeras etapas de formación de el niño.

Los autores hacen caer en cuenta de que hay una tendencia pronunciada a ver los eventos como relaciones de causalidad de corto plazo que se muestran de forma muy evidente. Esto impide en muchos casos encontrar los verdaderos causales de los problemas y por ende las posibilidades de solución del problema o la explicación de la situación.

El postulado, al que también se le dedica un capítulo entero (el cuarto), queda aclarado en el ejemplo de la baja en el crimen durante los años 90 en Estados Unidos. En el transcurso de la primera parte del siglo XX el crimen se mantuvo estable en términos generales, sin embargo a partir de los años 60 el fenómeno empezó a crecer de forma pronunciada, tanto que a finales de los años 80 los escenarios planteados por los expertos eran en el mejor de los casos apocalípticos. Empero, para sorpresa de todos, el crimen en todas sus formas cayó en los años 90 hasta los niveles de los años 50.

El hecho causó que medios y expertos se dieran a la tarea de buscar las causas de este revés a todas las predicciones. Levitt y Dubner clasifican las explicaciones publicadas en 8 clases. Las argumentaciones tienen en su mayoría las características de las nociones comunes con la adición de que todas fueron relativamente recientes al problema y fueron en su mayoría acciones premeditadas de alguien. Entre ellas se encuentran las estrategias novedosas en la policía, el envejecimiento de la población, la economía boyante, entre otros. Sin embargo, a pesar de que no se nombre ni una vez en los medios, los autores prefieren volver a 1973, año en que la Corte Suprema de Justicia declaró legal el aborto en todos los estados de Estados Unidos.

Que tiene que ver el crimen con el aborto, la respuesta yace en *Freakonomics*. “Un estudio ha mostrado que el niño típico que hubiese nacido en los años más próximos después de la legalización del aborto hubiera tenido 50% más de posibilidad que el promedio de vivir por debajo de línea de pobreza. También hubiera tenido 60% más de probabilidad de crecer solo con un padre”⁸. Adicionalmente, el hecho de que el aborto sea una práctica tendiente a concentrarse en mujeres adolescentes y con bajos niveles educativos conduce a que los niños no deseados sean altamente propensos a ser criminales por las condiciones de su entorno.

La legalización del aborto causó que la parte más propensa al crimen de las generaciones subsiguientes no nacieran, causando así gran parte de la disminución vista durante los 90. La evidencia empírica respalda el argumento: controlando variables que pueden distorsionar el resultado se encontró que los estados que aprobaron antes de 1973 el aborto empezaron a experimentar caídas en el crimen antes que el resto de Estados Unidos.

Los autores no tratan de argumentar a favor del aborto como una herramienta de lucha contra el crimen pues esto conduce a discusiones morales que trascienden del interés del

⁸ Pagina 138

libro. Tampoco pretende asegurar es la legalización de la acción fue el único factor, el fortalecimiento de la justicia y el aumento del número de policías también fueron importantes, como lo podrán leer ustedes en el libro. No obstante, lo clave de este ejemplo es mostrar que las causales de los problemas no siempre son cercanas, evidentes, y cómodas de tratar desde el punto de vista moral, y que en algunos casos son fortuitas.

4. Los expertos – desde criminalistas hasta vendedores de finca raíz – usan su ventaja de información para su propio interés.

Una de las principales fallas del mercado tiene que ver con la información, en particular con la asimetría de información. Esto consiste en que cuando dos agentes económicos interactúan y toman sus decisiones uno de ellos posee mayor información que el otro. Mejor información permite tomar mejores decisiones, luego quien posee mejor información (usualmente un experto o una empresa) esta en ventaja frente al agente que posee menos información (usualmente el consumidor).

El ejemplo clásico radica en el mercado de los carros usados abstraído en el modelo de los limones por Akerloff. Quien vende el carro tiene información sobre el estado del mismo y puede estimar un precio de venta acorde con la calidad del vehículo; mientras, quien lo compra no sabe las condiciones del automotor, por ende no sabe cuanto ofrecer y desconfía de quien le vende. De acuerdo con Akerloff el consumidor reacciona frente a la asimetría tomando decisiones con relación al valor del carro de calidad promedio que el puede estimar. La situación termina generando un equilibrio ineficiente pues hay ganancias potenciales no aprovechadas y la iteración conduce a que se agrave la situación. Sin embargo, Akerloff pasa por alto un incentivo determinante en la asimetría de información, el miedo.

Uno de los incentivos mas poderosos que existen es el miedo en todas sus formas, en este caso, el miedo a hacer una mala compra, un carro defectuoso. Esto lleva a que el consumidor consulte a un experto quien pone en juego su ventaja en información. Este induce a que el consumidor opte por un carro, que será demasiado caro para las funcionalidades y garantías que ofrece. El excedente del precio real con el precio pagado es la prima de información, o mejor dicho, la prima de miedo que el consumidor paga por sentirse seguro, que por supuesto va a los bolsillos del experto.

Por otra parte, se expone en el libro un ejemplo bastante interesante referente a la finca raíz. Cuando una persona decide vender su casa la falta de información que tiene sobre esta actividad se traduce en dos miedos fundamentales: que el precio este demasiado alto y no se venda; o por el contrario, demasiado bajo y pierda dinero. Por ende, contratar un vendedor de finca raíz, que conozca las peripecias del mercado se hace necesario.

Se supone que los incentivos están alineados hacia un mismo lado, tanto el propietario como el vendedor desean obtener el máximo valor del inmueble; sin embargo, por lo menos en el mercado de finca raíz de Estados Unidos , no es así. Comparando como

realiza su trabajo un vendedor con la casa de otros y con su propia casa hay diferencias importantes. Controlando las variables estéticas, de ubicación y de otro tipo que pueda afectar el resultado, los vendedores de finca raíz mantienen sus casas 10 días más en el mercado frente a las casas de los otros y las venden en promedio en un precio 3% más alto. En otras palabras, los vendedores de finca raíz, por lo menos en Chicago (donde se hizo el estudio), no hacen su mejor esfuerzo.

¿Por que sucede esto? la lección 1 nos da la respuesta: los incentivos monetarios para el vendedor no producen el comportamiento deseado. La comisión típica de 6% para el vendedor, se diluye en la transacción por los pagos a las empresas donde trabajan y se convierte en un 1.5% de acuerdo a los cálculos de los autores. Así pues, los vendedores esperan la primera oferta que ellos consideren decente y no se esfuerzan por obtener una mejor, no les resulta atractivo.

¿Como evitar que la información sirva a las agendas de los expertos? , los autores también dan luces sobre el asunto. El Internet es fundamental para vencer la asimetría pues es el medio más eficaz y más barato para poder llevar información a quienes no la tengan. En el caso de la finca raíz, la proliferación de sitios web del tema ha permitido a los propietarios tener acceso a los precios y a la información del mercado. Como consecuencia de esto, la brecha de desempeño de los vendedores se ha reducido en un tercio.

5. Saber que medir y como medirlo hace de un mundo complicado algo mas sencillo.

La economía es una ciencia social que usa intensivamente el análisis cuantitativo por lo que uno de sus grandes problemas es encontrar la forma de identificar que medir y la metodología adecuada de medición. Solucionar esta situación es indispensable pues la utilidad de los resultados obtenidos depende de la calidad de los datos que se usen y de la pertinencia de las herramientas que se le apliquen.

Este punto se hace presente en un debate ampliamente conocido y tratado por los autores, ¿el dinero gana las elecciones?. La noción común no duda en estar de acuerdo en esta afirmación, empero, el espíritu escéptico de los escritores se da a la tarea de medir que tan real es esto. No obstante, ¿como medir el impacto del dinero en los resultados electorales aislando otro tipo de factores que puedan alterar los resultados?. Es necesario medir como cambian los resultados de cualquier campaña ante una modificación del presupuesto manteniendo el candidato “constante”

Para fortuna de los investigadores, muchos políticos aspiran durante varios periodos electorales seguidos a reelegirse o acceder por primera vez al senado. Los resultados de la medición de el impacto del dinero en los votos es sorprendente, no hay cambios importantes en los votos ante cambios representativos en el dinero. Un candidato que tenga un perfil ganador (que es lo que realmente importa) puede recortar su presupuesto a la mitad y perder solo el 1% de sus votos de acuerdo a los cálculos de los autores.

Mientras, un perdedor doblando su dinero de campaña no obtiene mas que una ganancia de 1% en el caudal electoral⁹.

6. Hay que hacer buenas preguntas y tener claros los límites de las herramientas que se tienen.

Hacer preguntas interesantes no implica preguntar lo que nadie ha preguntado sino llevar la discusión a otros estadios que permitan resolver los problemas desde otras perspectivas. Una pregunta mal hecha conduce a respuestas poco productivas y confusiones, mientras que una pregunta ambiciosa frente a las herramientas que se tienen puede llevar a resultados confusos o inclusive erróneos.

Formular las preguntas correctas lleva a buscar las herramientas adecuadas, en el caso del libro, los autores hacen uso de una de las herramientas econométricas mas conocidas, la regresión. Este es un procedimiento estadístico que permite encontrar la correlación de dos o más variables manteniendo constantes, de forma artificial, factores que puedan distorsionar esa relación. La correlación muestra solo el sentido con el que las variables se comportan. Esto divide a la correlación en dos tipos: positiva (relación directa entre las variables) y negativa (relación inversa entre las variables).

El uso de esta instrumento permite a los autores precisar un punto importante: los resultados de una regresión son una correlación mas no una causalidad. El hecho de que dos variables estén correlacionadas no implica que una sea causal de la otra, en muchos casos son resultado de una tercera o un indicador de otra variable. Por ejemplo, el número de libros en el hogar esta correlacionado positivamente con el desempeño escolar de los niños, ¿pero son los libros los que causan los mejores desempeños?. Otro caso más polémico, los nombres que provienen de la cultura negra están relacionados con peores desempeños en el mercado laboral, ¿será culpa del nombre el mal desempeño económico?.

En los dos casos, lo que se está viendo son indicadores de otras variables. De acuerdo con los autores, el numero de libros tiene que ver con el nivel educativo y socio económico de los padres lo que si causa un mejor desempeño escolar. Por otra parte, como se trata en el capitulo 6, los nombres negros indican la pertenencia a hogares de bajos ingresos, con bajos niveles educativos que si son factores que afectan el desempeño en el mercado laboral. No conocer las limitaciones de la herramienta utilizada hubiera llevado a conclusiones erróneas y por ende a soluciones inútiles, mejorar el desempeño en el mercado laboral no es cuestión de cambiarse el nombre.

COMENTARIO FINAL

⁹ Estos cálculos fueron realizados para Estados Unidos. Ante las diferencias entre los sistemas democráticos probablemente los resultados cambien en términos cuantitativos más no en términos conceptuales.

Definitivamente, los principios sentados por estos autores pueden aplicarse prácticamente a todos los campos y res. El espíritu del libro es claro, escudriñar lo oculto de las cosas, tanto las que mencioné esta reseña, así como de muchos otros cuestionamientos que espero lean en el libro con interés y mente abierta.

No me queda mas que decir que con el uso de un lenguaje sencillo y agradable, tanto Steve Levitt, Ph.D en economía de Harvard University y profesor del departamento de economía de Chicago University como Stephen Dubner, M.F.A en escritura de Columbia University y columnista habitual del New York Times, hacen de *Freakonomics* una obra interesante para cualquier persona curiosa y necesaria para cualquier economista que desee tener una intuición aguda.