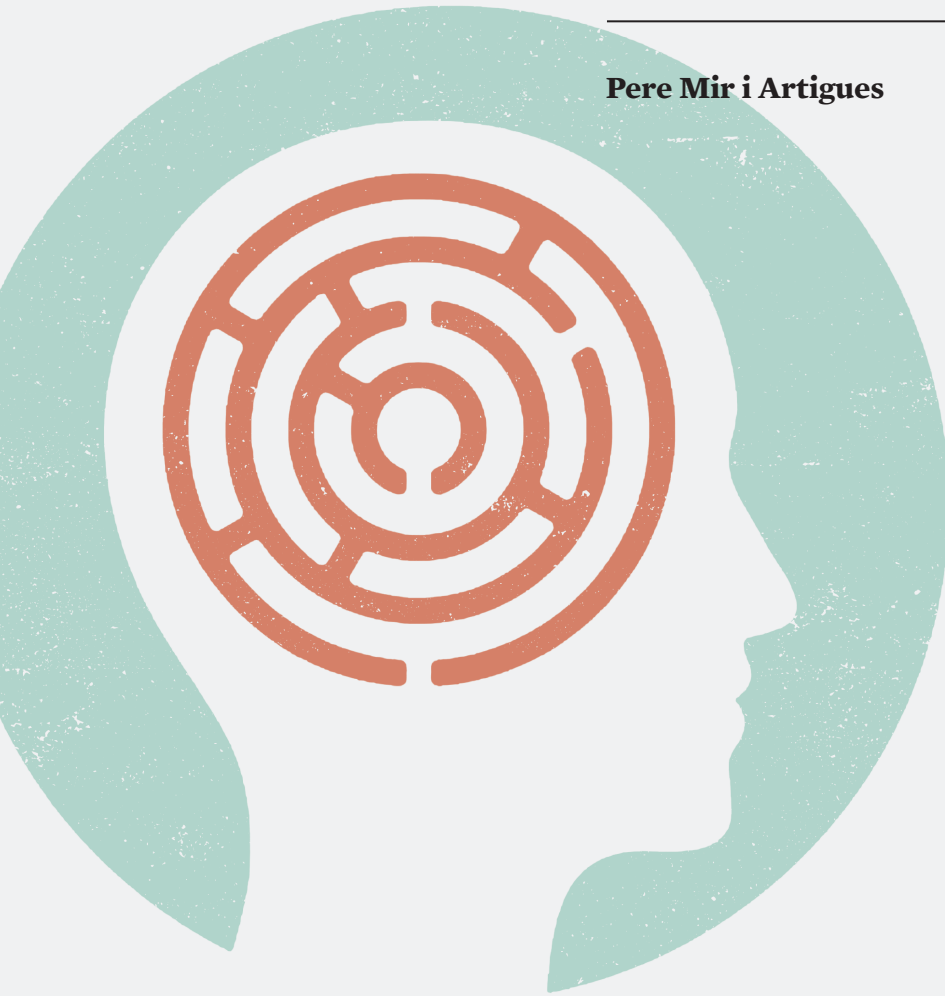

Decisions, preferències i heurístiques

Una introducció a la
psicologia econòmica

Pere Mir i Artigues



Decisions, preferències i heurístiques

Decisions, preferències i heurístiques

Una introducció a la
psicologia econòmica

Pere Mir i Artigues



UNIVERSITAT^{DE}
BARCELONA

Edicions

Economia
i Empresa

L'economista pot intentar ignorar la psicologia, però és totalment impossible que ignori la naturalesa humana. [...]. Si l'economista manlleva del psicòleg la seva concepció de l'home, el seu treball constructiu pot tenir alguna oportunitat de mantenir un caràcter essencialment econòmic. Però si no ho fa, no evitarà la psicologia. Més aviat es veurà forçat a elaborar la seva, i serà una mala psicologia.

JOHN MAURICE CLARK, 1918*

* John Maurice Clark (1884-1963) va ser fill de John Bates Clark (1847-1938). La citació prové de Thaler (2016: 1578).

Sumari

Propòsit	11
1. Introducció	13
2. Història succincta de les relacions entre l'economia i la psicologia	25
2.1. Antecedents	26
2.2. L'emergència de la «behavioral economics»	47
3. Els processos de presa de decisions	67
3.1. Decisions i problemes	67
3.2. Conceptes bàsics	71
4. Elements per a l'anàlisi de les decisions econòmiques	81
4.1. Components psicològics i econòmics	81
4.1.1. Preferències.....	83
4.1.2. Creences	93
4.1.3. Emocions.....	103
4.1.4. Memòria	108
4.1.5. La comptabilitat mental	112
4.1.6. Restriccions.....	118
4.2. El risc i la incertesa	120
4.2.1. Models sobre el risc	121
4.2.2. Reflexions sobre la incertesa	126
4.3. Preferències intertemporals	129
4.3.1. Supòsits bàsics	130
4.3.2. Principals resultats empírics.....	136
4.3.3. Models sobre la taxa de descompte	140
4.3.3.1. Descompte exponencial.....	145
4.3.3.2. Descompte hiperbòlic	147
4.3.3.3. Comparacions de similitud.....	153
4.3.4. Seqüències de valors creixents	157
4.4. Costos irrecuperables i efecte dotació	160

5. Patrons, mètodes i algorismes per a la presa de decisions econòmiques	167
5.1. Heurístiques	171
5.1.1. Heurístiques del reconeixement.....	172
5.1.1.1. La impressió instantània.....	173
5.1.1.2. La fluència i la disponibilitat	179
5.1.2. Heurístiques de triar el millor.....	182
5.1.2.1. Inspecció d'atributs	183
5.1.2.2. L'algorisme de la prioritat	191
5.1.3. Heurístiques de ponderar i sumar	195
5.1.3.1. El recompte	200
5.1.3.2. La regla 1/n.....	201
5.1.4. L'heurística de la satisfacció suficient	204
5.1.5. Heurístiques socials	206
5.1.5.1. La reciprocitat	207
5.1.5.2. L'elecció per defecte.....	216
5.1.5.3. Imitant els altres	217
5.1.6. Biaixos en probabilitat i aleatorietat.....	220
5.1.7. Comparant la qualitat de les inferències	229
5.2. Deliberació i càlcul compensatori	235
5.3. La cessió de la capacitat de decidir	241
 6. La presa de decisions en el consum final de béns i serveis	245
6.1. Preferències i heurístiques	245
6.2. Encaminant les eleccions	253
6.2.1. Formes de modificar les preferències	253
6.2.2. La interpellació directa.....	255
6.2.3. La facilitat cognitiva.....	258
6.2.3.1. L'encebament sensorial.....	259
6.2.3.2. El marc.....	262
6.2.3.3. Les àncores	270
 7. Epíleg	277
 8. Bibliografia.....	281

Aquest llibre és una introducció a la psicologia econòmica, disciplina en què destaquen els conceptes de decisió, preferència i heurística. Un àmbit de recerca amb més de mig segle a l'esquena, però encara poc conegut entre economistes, tant els ocupats en tasques professionals com els acadèmics. Aquesta mancança té conseqüències pitjors per a qui segueix cursos d'economia o de gestió d'empreses, un grup al qual cal afegir les persones interessades a saber com es prenen les decisions econòmiques. En cercar informació sobre els resultats de la psicologia econòmica, tots aquests col·lectius han de superar dos esculls: d'una banda, l'escassa difusió del reduït nombre d'obres d'introducció publicades —els primers manuals, per exemple, són de tot just fa una dotzena d'anys—, quasi exclusivament en llengua anglesa, i, de l'altra, l'orientació parcial del grapat de textos de divulgació disponibles, alguns amb més d'un quart de segle al darrere. Aquestes obres, totes elles traduccions, es concentren a denunciar els múltiples errors i pífies mentals que les persones, segons sostenen els autors, cometent sistemàticament. Així, doncs, el gran públic accedeix a uns llibres que projecten, sense manies, l'espectre de la irracionalitat sobre els judicis i les eleccions quotidianes, pertanyin aquestes a l'esfera personal o a la laboral. Tanmateix, per poc que es coneguïn les orientacions dels principals autors, escoles i recerques dutes a terme en psicologia econòmica, es fa palès que aquesta insistència en els biaixos de la ment és una difusió també esbiaixada, valgui la redundància, dels resultats d'aquesta disciplina.

Així, en les properes pàgines, a fi i efecte de començar amb bon peu l'exploració del territori de la psicologia econòmica un cop superada la introducció, el capítol segon presenta una història breu del concepte de racionalitat entre economistes i, molt especialment, una descripció dels dos programes de recerca —a voltes convergents, sovint divergents— que hi conviuen. A continuació, en el capítol tercer s'exposen els termes més comuns de la teoria de la presa de decisions: preferència, heurística i algorisme. En el capítol quart es proposa, primer, un esquema genèric dels principals elements que influencien els processos de decisió econòmica per, segon, abordar el tractament dispensat als fenòmens del risc i la incertesa, seguit d'una descripció dels resultats empírics i models dissenyats en l'estudi de les preferències intertemporals. Un cop identificats els grans factors que emmarquen les decisions, el capítol cinquè sistematitza els principals patrons, mètodes i, sobretot, algorismes que perfilen les inferències que solen acompanyar les decisions econòmiques; aquest capítol beu directament, encara que no pas exclusivament, dels resultats del programa de recerca de la racionalitat contextual. El sisè presenta un esbós de model sobre la interacció de pre-

ferències, heurístiques i altres elements psicosocials en les decisions de compra de béns i serveis de consum final, així com un llarg apartat sobre les tècniques de modificació de les preferències. Tanquen el llibre un breu epíleg i la bibliografia. Tot plegat constitueix un llarg recorregut que ha procurat incloure tots els punts importants i que no ha dubtat a ser prolix quan s'ha considerat que el tema ho mereixia.

El propòsit d'aquestes pàgines és presentar els conceptes bàsics i endreçar els temes abordats per la psicologia econòmica. Sense negar les virtuts de disposar d'un mapa exhaustiu i ordenat, també és cert que aquesta pretensió implica obviar molts detalls, alhora que no aprofundeix prou en les connexions entre els múltiples aspectes tractats. Per aquesta raó, s'anima el lector interessat a conèixer més a fons les diverses qüestions esmentades en el llibre que s'adreci a la bibliografia. Té la garantia addicional que molts dels textos que hi són inventariats gaudeixen d'accés lliure a internet. I, si es duen a terme més cerques, no hi ha dubte que se'n trobaran molts més, atès que la psicologia econòmica és una de les branques de l'economia amb un creixement més ràpid.

No seria correcte tancar aquestes línies sense agrair els comentaris i suggeriments sobre aquest punt o aquell altre per part d'Alfons Barceló i Josep González Calvet, de la Universitat de Barcelona; Mario Morroni, de la Universitat de Pisa, i Pablo del Río, de l'IPP-CSIC (Madrid), col·legues que tingueren l'amabilitat de llegir el text quan encara estava en procés, això és, quan el lector es topa segur amb un estil per depurar, mancances bibliogràfiques i no poques idees formulades de manera equívoca. A aquestes persones, cal també afegir-hi dos revisors anònims de la Universitat de Barcelona, que aportaren consideracions i referències bibliogràfiques, les quals han estat incorporades al text. Això no obstant, només l'autor és responsable dels possibles errors i omissions que les pàgines següents encara puguin contenir.

Abril de 2022

La psicologia econòmica estudia els processos d'elecció entre opcions de caràcter econòmic, conjuntament amb la gran varietat de judicis que els embolcallen i els factors que els determinen. Sigui en la vida personal o en la professional, les persones sovint han de triar entre alternatives amb connotacions econòmiques més o menys destacades. De vegades, la decisió té una indubtable naturalesa econòmica, com succeeix, per exemple, en la compra quotidiana d'articles de consum, la contractació d'un pla de pensions o l'afany per endegar un negoci o substituir una màquina obsoleta. En altres casos, les decisions deixen un rastre econòmic identificable però indirecte, com sol passar en matricular-se en una activitat formativa, fer-se soci d'un club social o mudar-se a un barri més selecte. Per contra, decidir si he de fer les paus amb algú amb qui estic enfadat, o elegir entre seguir o no una dieta, no sembla que siguin decisions amb efectes econòmics significatius, tant en el moment de fer la tria com més endavant, amb efectes tant puntuals com duradors.

Els processos de decisió econòmica sempre van revestits de nombrosos elements psicosocials i mai són aliens a les circumstàncies de l'entorn. Per això la psicologia econòmica focalitza l'atenció en les capacitats cognitives activades pels individus, alhora que analitza quina correspondència tenen amb els contextos en què es prenen les decisions.¹ Es parteix del supòsit que tothom treballa per ordinar el seu propi destí, d'acord amb les opcions que ofereix el context i les interpretacions que cadascú en fa. D'una banda, les persones trien motivades per uns objectius raonables, és a dir, que no solen ser ni irrisoris ni extravagants, i són prou intel·ligents per a percebre i interpretar amb més o menys encert les opcions de què disposen. De l'altra, la psicologia econòmica constata que moltes de les decisions responen, en darrera instància, a la voluntat de les persones d'adaptar-se a la realitat social que les envolta. Es tracta d'un

1. 'Psicologia econòmica' és la traducció aquí proposada del terme *behavioral economics*. S'ha traduït, però, d'altres maneres. Així, alguns aposten per 'economia del comportament', suggeriment pertinent però aquí descartat perquè el concepte *psicologia econòmica* té un abast més ampli. També hi ha la possibilitat d' 'economia conductual'; malauradament, pot ser confós amb conductista (*behaviorist*), una teoria psicològica abandonada en els anys seixanta que tracta la ment com una caixa negra i, d'aquí, considera que el comportament ve determinat per la interacció estímulo/resposta (Gigerenzer, 2020: 1364-1365). Finalment, hi ha qui s'inclina per 'economia cognitiva' (Innocenti, 2009; Motterlini i Guala, 2015). És la pitjor opció: suposa ignorar que tota decisió rep la influència, i està sotmesa a les condicions objectives, de l'entorn, especialment el social. En aquest punt cal advertir que hi ha una línia d'experimentació en economia que s'autoanomena *cognitive economics*: crea complexos models de simulació de mercats en què agents virtuals (*software agents*), després d'interactuar segons certes regles de comportament i d'aprenentatge, convergeixen en resultats òptims (vegeu Bourguine, 2004). Aquesta línia de treball no té cap relació amb la psicologia econòmica.

procés que, en aquest llibre, s'entén com l'expressió d'una voluntat d'ajustament o cerca de sintonia.² Els individus interactuen constantment entre si, de manera que és inevitable que rebin la influència de les creences i els comportaments dels altres (Aronson, 2000: 25). Ara bé, l'afany d'adaptació no podria expressar-se en tot el seu potencial si els humans no disposessin d'un cervell amb una extraordinària capacitat d'aprenentatge i d'emmagatzematge d'experiències i coneixements, un requisit perquè els individus puguin reajustar el seu comportament als canvis, més o menys anticipats, de l'entorn (Morgado, 2017: 24).

Des del segle XVIII si no abans, l'anàlisi dels processos de decisió (quins judicis els empenyen, com s'avaluen les conseqüències, què suposa el risc, etc.) s'ha barrejat amb l'elucubració sobre la naturalesa de la racionalitat humana. Així, bona part del discurs econòmic considera que només les decisions que aporten la màxima satisfacció als individus mereixen el qualificatiu de «racionals». L'exercici de la racionalitat consistiria, doncs, a identificar i triar l'opció que millor adequa motivacions i conseqüències. Ara bé, l'estudi de les decisions focalitzat en els resultats suposa, d'una banda, menystenir les limitacions i també paradoxalment la flexibilitat de la ment humana, i, de l'altra, defugir bona part dels condicionants que imposa la realitat social.³ Hi ha una concepció alternativa de racionalitat que posa l'accent, però, en els procediments de decisió. La seva prioritat és la idoneïtat del mètode de tria respecte al context en què es pren la decisió, mentre que el resultat passa a ser un afer de segon ordre. Aquest enfocament és més ajustat a les aptituds i plasticitat de la ment humana. Alhora, també permet interactuar amb la visió de la racionalitat que tenen altres disciplines humanes i socials com la psicologia, la sociologia o l'antropologia.

L'accepció comuna de racionalitat apunta en la direcció de saber donar explicacions convincent: una acció pot ser considerada racional si qui l'ha feta pot aportar raons prou creïbles de per què ha actuat com ha actuat. Dit d'una altra manera, la qualitat de racional exigeix tenir una bona justificació del que s'ha decidit i fet (Aronson, 2000: 176). D'entrada, el protagonista intenta convèncer-se a si mateix i, després, persuadir els altres que ha actuat de forma coherent i esperable. Conducta racional connota, per tant, (auto)control. Per contra, elecció insensata i estat mental d'ofuscació són les dues cares d'una mateixa moneda. No sorprèn l'astorament de tercers (o que s'exigeixi una disculpa) quan algú ha actuat envers a si mateix (o cap a algú altre) d'una manera difícil d'entendre, sense que se sàpiga ben bé per què ha fet

2. No s'ha de desdenyar el paper de l'entorn natural. No és el mateix viure a prop del cercle polar àrtic que a la conca mediterrània o a les profunditats de la selva equatorial. Per exemple, l'existència en els climes temperats de diverses setmanes amb temperatures baixes redueix enormement la quantitat de patògens presents en l'ambient, cosa bona per a la proliferació dels humans, però que alhora endureix les condicions d'aixopluc i exigeix emmagatzemar aliments. En aquestes pàgines, la influència del clima i d'altres factors naturals, molt important des del punt de vista de l'evolució humana, es deixa de banda.

3. Sense oblidar els constreyniments fisicoquímics i biològics: ningú no pot decidir d'aturar el temps, preveure el futur amb total precisió o fer plans personals per al segle xxv.

el que ha fet. Que les conseqüències hagin estat innòcues potser resta preocupació a l'afer, però no canvia el parer sobre l'acció duta a terme.

En aquestes pàgines, sense menystenir el significat exposat, una decisió serà considerada racional si la persona manifesta tenir un coneixement adequat de les seves motivacions,⁴ sap que es troba immersa en un procés de tria (no se'n desentén pas) i disposa d'una previsió, no necessàriament encertada, dels possibles resultats. Aquest darrer aspecte és important: la decisió és autònoma respecte de les conseqüències encara que aquestes l'hagin esperonat. D'aquesta manera, l'expectativa d'uns determinats resultats tan sols és un mòbil creïble de la tria (adaptació d'Elster, 2010b: 84). Aquesta concepció no presupposa cap valoració moral.

Les decisions econòmiques poden ser considerades racionals si l'individu escull de forma congruent amb la realitat coneguda (que inclou informació sobre les oportunitats i els mitjans disponibles) i es manté alerta en el decurs del procés (cosa que implica un discerniment mínim dels seus objectius i la capacitat d'avaluar-ne les conseqüències) (Elster, 1997: 44). Una definició que, ara per ara, aparca qualsevol escrutini sobre el volum de recursos cognitius activats i evita de mesurar el grau de satisfacció de l'individu pels resultats aconseguits. En aquesta concepció de la racionalitat humana, cometre errors en prendre una decisió és ben normal. Més d'hora que tard tothom s'equivoca. Tanmateix, els humans no cometten errors sistemàtics, sinó irregulars i escampats al llarg del temps. Un decurs en què tampoc mai no manquen encerts. Espiolar-la s'explica per factors com apreciacions arbitràries, objectius contradictoris, fets inesperats, manca d'atenció i un llarg etcètera. Tot això, però, no reflecteix un presumpte disseny esguerrat de la ment, sinó la mera influència d'inclinacions i circumstàncies. Malauradament, la cura a aplegar proves i processar-les detalladament no garanteix que els judicis associats a una decisió siguin sòlids ni, d'aquí, els més idonis per a identificar la tria amb les millors conseqüències. Una expectativa, per exemple, pot ser del tot infundada. Finalment, cal no oblidar que la voluntat de les persones d'executar una decisió no sempre es manté ferma.

Com ja s'ha apuntat, un tret rellevant de la ment humana és la seva capacitat de racionalització: les persones desitgen mostrar-se raonables, això és, s'esforcen a disposar d'explicacions admissibles sobre el que han decidit i fet, tant davant de tercers com d'elles mateixes. Aquest impuls és present tant abans de prendre una decisió com, ben sovint, també després, especialment si en vista dels resultats cal revisar les explicacions imaginades o adduïdes. Sigui el que sigui, l'afany de racionalització no s'esgota mai, una constatació que obre la porta al següent advertiment: les raons aportades per a justificar les eleccions no cal que siguin les autèntiques. Per exemple, algú pot al·legar estar fent dieta per raons de salut quan, en realitat, ho fa per vanitat, és a dir, per man-

4. Enteses com l'afany per generar un determinat estat de coses, les motivacions no necessàriament brollen d'un pur càlcul (Morgado, 2019: 31), com tampoc no cal que desencadenin accions (Elster, 2010a: 103).

tenir-se físicament atractiu d'acord amb els cànons estètics vigents; una raó que no explicita pel temor de ser titllat de presumptuós, potser fins i tot de ridícul. En rigor, qualsevol motivació adherida a una elecció és també una elecció (Elster, 1991: 46-47): per què aquesta persona diu el que diu sobre la decisió que ha pres? Malgrat que pugui no ser fàcil descobrir les motivacions reals, pot haver-hi declaracions indiscretes prou reveladores (com el conegut parany del micròfon obert) o maneres de comportar-se que ho fan evident *a posteriori*. Els humans són, en qualsevol cas, mestres en l'art de dissimular les autèntiques motivacions darrere de les seves decisions (i accions).

El medi en què es desplega la racionalitat humana conté dos trets que destaquen especialment: la intensa interacció entre els individus i la incertesa que impregna no poques decisions. Atès que no és possible llegir directament la ment dels altres, les persones posen molt d'interès i dediquen molt de temps a observar i entendre les opinions vessades i les accions endegades pels altres; un impuls que transforma els humans en una mena de detectius aficionats: constantment fan inferències sobre la realitat social que s'obre davant seu. Aquesta realitat inclou, d'una banda, el comportament dels altres, que s'interpreta en funció de tres elements d'informació: la coherència de l'acció endegada (tothora es comporta igual en aquesta mena de situacions?), el grau de consens (tothom es comporta així en iguals circumstàncies?) i allò que li dona singularitat (què hi ha d'específic en aquest comportament?) (Aronson, 2000: 122). Per exemple, si es veu algú petonejar algú altre, l'acció s'interpretarà de manera ben diferent segons quines siguin les respostes a aquestes preguntes. Ara bé, no n'hi ha prou amb captar el comportament dels altres, també cal predir-lo (Hogg i Vaughan, 2014: 82-83). D'altra banda, les persones també observen amb atenció els estils de vida⁵ dels altres. En efecte, les persones no escatimen esforços a conèixer-los i, arribat el cas, assimilar-los, alhora que també interioritzen les normes socials vigents. En aquest punt, la psicologia social distingeix entre el grup al qual es pertany segons uns criteris objectius, cosa que crea una designació externa socialment reconeguda, i el grup de referència aspiracional. El primer és una font de conformitat, és a dir, implica un afany per amotllar-se al comportament observat o suposat dels altres (Aronson, 2000: 31-33). El segon és motiu d'enardiment (Hogg i Vaughan, 2014: 237). El resultat de tot plegat és un procés d'imitació i aprenentatge que s'estén al llarg la vida.⁶ Una adequació que la resta de persones valora positivament, tot i que pot dificultar encarar-se a situacions noves i imperioses.

5. Pot ser entès laxament com el patró general en què un individu assigna el seu temps i recursos (cognitius, econòmics) (Solomon, 2015: 477). Inclou els hàbits i les creences. Els primers són la suma dels costums quotidians (incloses manifestacions ritualitzades com l'aparença exterior), les rutines de treball i les preferències (especialment en l'àmbit del consum). Les segones són visions particulars sobre el món (vegeu l'apartat 4.1.2). Tot plegat dona lloc a comportaments relativament estables, això és, formats per actes semblants repetits una vegada i una altra. Els estils de vida i els seus components són apresos.

6. Aquest procés modula la connectivitat neuronal reforçant unes connexions i inhibint-ne d'altres. La ment no és invulnerable: pot ser manipulada de forma severa emprant drogues o medicaments, però també a través de simples sensacions i missatges persuasius (vegeu el capítol sisè).

Genèricament, les influències socials rebudes provenen dels cinc grups següents:

- La família, entesa com a unitat d'habitatge o llar, i el cercle de parents, així com els membres de l'entorn social més proper en què es desenvolupa la vida quotidiana.
- Els diversos col·lectius que van sorgint al llarg de la vida de les persones, com els col·legues de classe, els companys de feina, etc.
- Tota mena de professionals (com mestres, metges, lampistes, advocats, mecànics, clergues i un llarg etcètera) les opinions dels quals poden merèixer un gran respecte i/o credibilitat.
- Imatges i missatges, siguin publicitaris o no, difosos des dels mitjans de comunicació i estesos arreu.
- Les xarxes socials en què persones d'un presumpte perfil personal i/o social proper, tot i que desconegudes, escampen els seus punts de vista.

Deixant de banda les comunitats tancades, totes aquestes influències comparteixen uns mateixos i amplis patrons culturals,⁷ circumstància que no és obstacle perquè determinats sectors reivindiquin certes singularitats (per raons d'origen, religió, llengua, etc.).

Les normes socials tenen un impacte considerable sobre el comportament de les persones. Es tracta de regles compartides, explícites o tàcites, sobre com comportar-se, especialment en públic. Es comencen a assimilar en la infància, i inclouen des de regles relatives a les distàncies que, segons l'ocasió i el grau de confiança, han de mantenir els individus entre si fins a principis (quasi) morals (incondicionals, com la prohibició de l'incest, o condicionals, com felicitar l'aniversari només als que et feliciten). També pot incloure certs valors culturals ancestrals (com la insistència, pròpia de societats patriarcals, que l'acompliment vital de les dones passa per tenir fills i cuidar-se'n), les bones pràctiques cíviques (no llençar papers a terra, demanar tanda en una cua), les regles d'etiqueta (com actuar a taula, com anar vestit segons l'ocasió), les convencions (per quina banda de la carretera circular, quan i quina propina donar), les tradicions locals (quines festes celebrar, com establir els noms i cognoms dels fills), etc. (més informació a Elster, 1991: 102-107, 1997: 92, i 2010a: 387-390; Nolan et al., 2008; Eibl-Eibesfeldt, 2012: 318-320 i 335; Sorokowska et al., 2017).⁸ Tot aquest seguit de convencions i obligacions atorguen identitat al grup i garanteixen que el comportament dels seus membres sigui previsible. Les raons i els moments de

7. La influència del rerefons cultural no ha de ser menystinguda: en regions en què les relacions de parentiu són molt importants, la despesa en actes familiars socials (com bodes, naixements, aniversaris, enterraments, etc.) és comparativament més elevada, tal com passa a l'Extrem Orient respecte de l'Europa occidental.

8. Fins i tot hi ha normes legals que deriven de normes socials. Per exemple, l'obligatorietat de dur casc. Apagar el mòbil sembla que està seguint el mateix camí (Elster, 2010a: 392).

la seva creació sovint són, però, difícils de precisar. Addicionalment, encara que complir-les no té per què satisfer ni aportar benestar a tots i cadascun dels individus en qüestió, no sol exigir-se'n un seguiment perfecte, ni cal que tals normes agradin. Per regla general, n'hi ha ben bé prou d'adaptar-s'hi, atès que sembla que la majoria també les accepta i segueix.⁹ Si l'incompliment és lleuger, la desafecció tot just serà objecte de regany i, com a molt, motiu de burla. Si l'incompliment és greu, la persona pot patir ostracisme i, en certs casos, penalitzacions severes, com l'expulsió del grup. En aquest punt, cal reiterar que les normes són elements clau de la identitat dels col·lectius humans (Eibl-Eibesfeldt, 2012: 315). Per tant, els problemes a propòsit del seu compliment es poden evitar si l'individu s'hi sotmet, ni que sigui a contracor (Aronson, 2000: 40).

Aquesta darrera idea obre la porta a identificar tres tipus de resposta a la influència social (Aronson, 2000: 49-53):

- Sotmetre's per tal d'evitar represàlies, o bé per obtenir una recompensa. Obeir és la resposta davant el poder. Això no obstant, en la mesura que l'acatament pot ser aparent, la disconformitat pot reaparèixer en espais no supervisats.
- Identificar-se amb les creences, les normes i els comportaments plaents al grup: l'admiració pel grup impulsa l'individu a ajustar-hi la conducta sense que això exigeixi, normalment, tenir-hi una fe cega.
- Interioritzar o assimilar plenament els plantejaments i comportaments del grup. La persona acaba convençuda que són idonis i sòlids: passa a considerar que són el que és correcte.

Els individus acostumen a creure, a més a més, que el conformisme és cosa dels altres, alhora que defensen la seva personalitat singular. Solen considerar que als altres els motiva ser ben valorats, mentre que a ells només els estimula la garantia d'haver fet el que és correcte. Això empeny les persones a prestar especial atenció al que diuen i fan les persones (presumptament) enteses o amb experiència sobre els més variats afers. D'aquesta manera, l'afany de certesa queda estretament associat a la consolidació de les pròpies creences, un procés en què la persona confia que la seva intel·ligència, honestat i bondat siguin àmpliament reconegudes.

L'escaneig permanent dels estils de vida dels altres, sigui directament o indirecta, facilita l'establiment de punts de referència, sovint, com abans s'ha apuntat, sota la forma d'aspiracions.¹⁰ No s'insistirà mai prou en la importància de les comparacions

9. Les societats modernes apleguen enormes volums de població on predomina l'anonimat, cosa que explica que presentin un relaxament més gran en el seguiment de les normes socials. Sembla que això afavoreix la creativitat i l'explotació del talent de les persones (Eibl-Eibesfeldt, 2012: 175 i 618-619).

10. Val la pena puntualitzar que les aspiracions no són somnis o anhels il·lusoris. Per regla general, són una millora modesta respecte de la situació quotidiana, tot just una passa per davant de la realitat que es viu. Les

relatives, siguin transversals o longitudinals. Les primeres solen ser interpersonals: un individu se sent millor cobrant més que els seus companys de feina, malgrat que els sous siguin baixos, que no rebent una retribució alta però en un entorn laboral on els seus col·legues cobren més (Ariely i Kreisler, 2017: 202). Les comparacions socials longitudinals són força més subtils, atès que barregen la trajectòria personal prèvia i les expectatives, tal com recull l'efecte túnel (Hirschman i Rothschild, 1973). Resulta que els individus la renda dels quals va augmentant s'interessen pels béns i serveis consumits habitualment pels membres del nivell d'estatus que han assolit. Òbviament, algunes opcions de consum directament es copien mentre que d'altres són reinterpretades i modificades parcialment. Amb el pas del temps, les persones acaben fins i tot per assimilar les aspiracions del grup social on han arribat. Si malauradament es produeix un retrocés, els individus intenten mantenir el màxim de temps possible l'estil de vida previ, inclòs el nivell de consum. Qualsevol retrocés relatiu es viu amb amargura i es confia a recuperar la posició perduda un cop torni la tendència ascendent, això és, quan es comenci a sortir del túnel. Ara bé, en un embús en què tots els carrils (en un mateix sentit de la marxa) estan atapeïts de cotxes aturats, el fet que el carril veí es comenci a moure no provoca l'enuig dels conductors encara en espera. La seva primera reacció és de satisfacció: que alguns avancin s'interpreta com un senyal que aviat començarà a fer-ho tothom. Els automobilistes només s'enfaden quan va passant el temps i el seu carril es manté immòbil; llavors, amb un cop de volant intentaran passar cap al carril que està en moviment. Com més estona fa que s'esperen, més agressiva serà aquesta reacció. Aquesta peripècia, fàcilment traslladable a l'àmbit socioeconòmic, subratlla la força de les expectatives i les posicions relatives: el malestar en veure que alguns milloren la seva posició respecte a la nostra ve modulats per la rapidesa amb què l'avenç es va estenent; alhora, l'enuig que causa un estancament, o fins i tot un cert retrocés, pot quedar rebaixat si aquest és general (almenys fins on arriba el cercle ampli de coneixences). Les persones, en qualsevol cas, es resisteixen a perdre la posició socialment reconeguda que han assolit. En definitiva, en sentit longitudinal, les comparacions s'estenen al llarg d'una successió de trams en què la cota inferior l'ocupa l'estil de vida ja cristal·litzat i la superior és oberta d'acord amb les expectatives.

Un altre aspecte de les relacions socials, en aquest cas especialment intricat, és el seu possible caràcter estratègic. Una simple historieta ho il·lustra (extreta de Gigerenzer, 1991: 21). En un petit poble hi havia una persona considerada un tòtil perquè, quan se li ofería d'eleger entre una moneda d'un euro i una de deu cèntims, sempre triava aquesta segona, un fet que en ratificava la condició de ximplet. De debò? Més

aspiracions canvien en funció del que s'observa (en familiars, veïns, etc.) i de l'experiència recent d'acompliments (o de fracassos). Si bé assolir-les anima a fixar-ne de més ambicioses, el fracàs no suposa abandonar-les. Mentre sembli que les possibilitats de reeixir superen les de fallar, l'individu persistirà fent esforços extra, si cal. L'abandó només arriba després de frustracions reiterades.