

ALGUNHAS CONTRIBUCIÓNS DA PSICOLOXÍA Ó COÑECEMENTO DO COMPORTAMENTO ECONÓMICO

MIKEL GÓMEZ URANGA

Departamento de Economía Aplicada
Universidade do País Vasco

MIGUEL SÁNCHEZ PADRÓN

Departamento de Economía Aplicada
Universidade de La Laguna

Palabras clave: Psicología económica, comportamento racional, comportamento non racional, motivación do consumidor

Key words: Economic psychology, rational behaviour, irrational behaviour, consumer motivation

Resumo

O artigo contén dúas partes. Na primeira trátanse de analizar diversas representacións do comportamento económico, que non corresponden ó concepto tradicional que convencionalmente se vén utilizando na ciencia económica. Na segunda parte avalíanse algunhas teorías da motivación (referidas ás preferencias do consumo e á teoría das necesidades), que presentan os psicólogos económicos e desenvólvense algúns dos aspectos que constituirían unha teoría da motivación que poida contribuir á mellor comprensión dos comportamentos económicos.

Abstract

This article is divided in two parts. The first one analyses various representations of economic behaviour that deviate from the model traditionally used in economics. The second evaluates a number of theories of motivation employed by economic psychologists in relation

with consumer preferences and the theory of needs, and develops certain aspects of what would constitute a theory of motivation capable of contributing to a better understanding of economic behaviour.

1. DIVERSAS REPRESENTACIÓNS DO COMPORTAMENTO ECONÓMICO HUMANO

Un simple repaso á literatura económica dos últimos anos, pon de manifesto a dificultade por parte da ciencia económica de ofrecer explicacións concluíntes ós problemas que actualmente ten a humanidade; este feito pode ter algunha relación coa ausencia de realismo dunha parte importante dos supostos que fundamentan as teorías económicas convencionais.

Se cadra desde fóra da propia disciplina da economía, poidamos captar con maior nitidez (e incluso obxectividade) e por suposto con menor paixón, a pobreza dos resultados e as dificultades para o progreso da ciencia económica.

Nestas páxinas trátase de cooperar a fin de

atopar unha explicación máis real desde outras ciencias (neste caso desde a psicoloxía), dos comportamentos que adoptan os individuos ou os colectivos, e que os economistas clasifican como da súa competencia; estamos a referirnos ós chamados "comportamentos económicos".

Como observaba A.W. Coats (1976), desde facía algunhas décadas houbo importantes tentativas de aproximación dos avances da psicoloxía á ciencia económica. Pero como sinalaba H. Simon (1975), eses intentos constituíron parcialmente un fracaso. Sen embargo, a vontade de introducir maiores doses de realismo na nosa disciplina debe conducir á existencia dunha maior interrelación entre ámbalas dúas ciencias.

1.1. A NATUREZA MOTIVACIONAL DA CONDUCTA HUMANA

A teoría neoclásica é en boa medida unha teoría do comportamento económico, que ten a súa orixe na consideración dun individuo que responde a un interese egoísta, perfectamente informado e que maximiza a unha función de utilidade.

Para o economista neoclásico "é irrelevante que o suxeito-elector, sexa un ser humano, un ordenador ou calquera máquina" (Hodgson, 1988, p. 99). A análise económica convencional atópase chea de estímulos, sinais, incentivos, etc., que gardan unha estreita analogía cos estímulos, reforzadores, que actúan no campo da psicoloxía. Non é polo tanto sorprendente que se establezan equivalencias entre o comportamento económico sobre o que se interesa en exclusiva a teoría económica e a conducta humana. E como sinalan os psicólogos económicos "o concepto de conducción adáptase ó que nós coñecemos sobre o comportamento económico" (Lea, Tarpy, Webley, p. 482).

A teoría neoclásica, entende tan só sobre a "conducta reactiva", o individuo dotado duns fins simplemente egoístas é un ser capacitado para reaccionar ós estímulos. Scitovsky (1986), sinala que o punto no que o individuo xa non solicite incrementar ou reduci-lo nivel de estímulos, será o óptimo. Esta perspectiva "conduc-tista-reactiva" descansa sobre a concepción de racionalidade simplista de baixo nivel. Esta representación unidimensional da persoa é

considerada por parte dos psicólogos e por outros científicos, inadecuada e incluso falsa. (Lea, Tarpy, Webley, 1987, pp. 103-104).

Así e todo, a visión que se ofrece nestas páxinas sobre a conducta difire substancialmente daquela que subxace ó longo da economía neoclásica. A escola austríaca¹, aínda que contempla de forma máis realista o comportamento humano, con todo non é capaz de asimilar que a capacidade cognitiva do ser humano ten unha decisiva influencia na modelación da súa conducta.

1.2. CUESTIONAMENTO DA RACIONALIDADE SUBSTANTIVA

A caracterización do individuo como axente maximizador e/ou optimizador, apóiase nun suposto de perfecta información que vai ser refutado: a racionalidade substantiva definida por Gould e Kolb, 1964, p. 1.573 nos estritos límites da teoría neoclásica, é superada pola concepción behaviorista de H.A. Simon, de racionalidade procesal que corresponde a un comportamento que foi o froito dunha deliberación previa (Simon, 1976, p. 135); neste caso xa non se trata de alcanzar "unha solución óptima senón unha boa solución" (Simon, 1976, p. 139), poder elixir da maneira máis satisfactoria, é dicir, elaborar procedementos prácticos de computación para a realización de eleccións razoables (Simon, 1976, p. 154). Esta contribución proporciona un concepto de racionalidade máis apropiado para enfrontarse a situacións de incerteza e de risco que son frecuentes no mundo real. H.A. Simon, diseña un camiño para a construción dunha teoría da acción racional nun contexto incerto, para o que será necesario obter a mellor información e organizala convenientemente para evitar os erros no pronóstico; se a teoría económica se interesa pola racionalidade procesal, "terá que desenvolver unha teoría moito máis complexa dos procesos cognoscitivos humanos" (Simon, 1976, p. 162).

Os compoñentes da escola austríaca, supoñen que o individuo actúa conscientemente máis alá dun comportamento da simple reacción a un entorno dado. De feito Von Mises, supón que a mesma situación pode influír de maneira distinta sobre individuos diferentes (Von Mises,

1960, p. 11). Pero, sen embargo, os máximos representantes austríacos renuncian a que a ciencia social poida ofrecer unha aplicación da acción consciente².

Doutra banda, os economistas austríacos (principalmente a través de Hayek) cuestionan a concepción de racionalidade neoclásica; "O coñecemento non organizado non pode considerarse como puramente irracional e sen interese para a decisión, este tipo de coñecementos e os procesos de aprendizaxe, presupoñen que as decisións cotiás non se organizan sempre sobre a base dun coñecemento científico; existe un coñecemento empírico que se vai acumulando ó longo dunha vida" (Hayek, 1945, pp. 521-522).

Ademais Hayek refuta algunhas das propostas medulares do pensamento neoclásico, ó considerar que "os gustos persoais dos individuos así como os recursos e a tecnoloxía dispoñibles xa non poden considerarse como previamente fixados dunha vez por todas" (...). "Para Hayek non existe un modelo óptimo de asignación dos recursos, independentemente do proceso no que aparecen os diferentes modelos de asignación" (Nadeau, 1989, p. 58); e en consecuencia, "non se trata de elaborar modelos matemáticos simplificadores, senón na explicación de fenómenos irreductiblemente complexos" (Hayek, 1967, pp. 68-69).

Os representantes da escola austríaca, ó igual ca H. Simon, desvincúlanse de xeito visible do concepto de racionalidade substantiva, "para Hayek, o fundamento do comportamento humano, reside na capacidade do home para seguir as regras máis cás prescricións deducidas da razón, ou noutros termos, dun coñecemento sustantivo das consecuencias das accións realizadas polo suxeito decisor" (Fisette, 1989).

Os ilustres economistas citados coinciden, en todo caso, na necesidade de investigar sobre os complexos fenómenos nos que intervén un individuo intelixente como é o ser humano. Do mesmo xeito, sería interesante preguntarse se os desenvolvementos que se abren sobre a economía da información (Stigler, 1961), e a través da liña pragmática en torno á economía do reparto do tempo (Becker, 1965; Katona, 1975), poderían representar unha vía de progreso distinto e máis fértil có da racionalidade neoclásica.

Chegados a este punto, a actitude máis razoable sería rexeitar sen máis unha concepción do individuo que dificilmente pode quedar absoluta si é xulgada desde os feitos reais. Con todo, á luz dos traballos que presentan os economistas para ser publicados nas revistas máis "prestixiosas", non parece que algo semellante ocorra.

Manter un paradigma científico pode ser necesario para recoñecer-lo traballo desenvolvido por un colectivo ó longo de moitos anos, pero pouco ten que ver co avance no coñecemento. Ó revisármola literatura económica convencional, atopámonos desde as perspectivas conservadoras, con numerosas estratexias protectoras que intentan manter incólume o edificio central das teorías neoclásicas. Desde a psicoloxía económica reconécese a inconsistencia de contrastacións empíricas (análises econométricas, etc.) das predicións da teoría económica, así como o afastamento dos presupostos básicos das teorías da maximización da utilidade, coas explicacións que ofrecen as teorías modernas da psicoloxía. Así e todo, prestixiosos psicólogos como S. Lea, R. Tarcy, P. Webley, tamén cooperan a salvagarda-la validez da teoría económica convencional cando argumentan que "o suposto da racionalidade (na economía), é un marco para a construción dunha teoría e non unha hipótese que faga referencia ó comportamento individual" (Lea, Tarcy, Webley, 1987, áx. 509). Ditó noutros termos, a teoría económica non se fundamenta necesariamente nalgún presuposto real, e calquera concepto de racionalidade será válido sempre que sexamos capaces de especificalos supostos para os que as teorías son consistentes e, ademais, aplicables.

Se se considera que calquera teoría económica deberá descansar sobre algunha presunción de racionalidade, respetemos, dinnos os economistas convencionais, os fundamentos racionais desde os que parten os economistas neoclásicos e busquemos a forma de acomoda-los seus presupostos teóricos á realidade existente.

A existencia dun importante fluxo de doazóns, regalos, etc., nas economías contemporáneas refutaría en principio a teoría do consumo neoclásica; xa que se pode demostrar que os individuos en ocasións gastan non tanto para o seu propio e exclusivo interese, senón

para repartir, distribuír, ou doar a outras persoas. Precisamente a partir desa constatación québrase a verosimilitude do principio do "home económico". Sen embargo, sempre hai alguén disposto a botarlle un cable ó científico neoclásico para que non se somerxa nas frías augas da contrastación empírica. En efecto, a través dun camiño orixinal e algo tortuoso, o marco da teoría da maximización da utilidade, podería comprender eses novos datos que son inconsistentes con algúns dos acontecementos económicos observados, e "a presunción de racionalidade da teoría, só fracasaría se o esforzo de incluír na propia utilidade do individuo o ben que obtivo doutra persoa (como consecuencia da doazón), reproducira o concepto de utilidade (ou de maximización da utilidade), de forma incoherente; doutro xeito, a presunción de racionalidade quedará ilesa" (Lea, Tarpy, Webley, 1987, p. 351).

En definitiva, sempre se poden introducir novas especificacións nos supostos da teoría que contribúan a validar fronte ós novos feitos económicos observados. Polo tanto, mesmo os comportamentos aparentemente irracionais para a concepción de racionalidade que se sustente, poden resultar irrelevantes, despois de realizar certas "adaptacións".

1.3. O COMPORTAMENTO IRRACIONAL

A compoñente non racional ou irracional debe ser integrada nunha cosmovisión que necesariamente deberá ser asumida polo economista se este quere progresar no camiño do realismo metodolóxico. "A tese do homo-economicus, non é unha simplificación, nin lexítima nin xenial, senón que non é máis cá burda hipótese en contra da natureza".

(...) "o rexeitamento da irracionalidade fóra do campo do económico non demostra outra cousa que a nosa ineptitude para explicar certos comportamentos" (Passet, 1979, p. 131).

Desde os presupostos restrictivos de racionalidade ortodoxos que utilizan os economistas, pódese dicir que gran parte dos resultados da elección humana son irracionais. A sensación de que a ciencia económica progresa a pesar "das irracionalidades", leva ós chamados psicólogos económicos actuais a ser máis cautos coas súas propostas, ó observaren a ignorancia de que

fixeron gala os economistas dunha época sobre os traballos de G. Katona. Así e todo, a redución da acción e do comportamento humanos ó comportamento dun suxeito económico extremadamente simple, non supón unha base para o avance do coñecemento, senón que, pola contra, pode ser unha fonte de perdas importantes en recursos e en tempo para a sociedade, que non van ser compensadas, en ningún caso, por unha presentación brillante duns modelos formalmente sofisticados.

Por outra parte, a lóxica do comportamento dos individuos pertencentes a unha sociedade, atópase intrinsecamente relacionada cos valores dominantes (sociais, políticos, relixiosos, etc.), que son os que poden dotar de sentido á acción humana. Polo tanto, o esborrexemento da economía convencional cara unha economía da que se atopa ausente calquera exposición ética ou de valor, conduce necesariamente á consideración dun home insulso e interesado.

Nestas páxinas, quérese demostrar que gran parte dos comportamentos e dos feitos observados na vida real, non poden comprenderse nunha concepción de racionalidade tan "irreal" como a que fundamentan os traballos da economía convencional e, en consecuencia, calquera intento de adecuación ou de reforma pode resultar un fracaso; por exemplo, non se pode mover sen máis, "mover" o ámbito da utilidade para amplialo "do individuo ós demais", xa que iso significaría ignoralo contexto onde se orixina o concepto de utilidade que non é outro que o de *individualismo atomista*.

1.4. OS HÁBITOS

A esencia dun comportamento dinámico é a permanente aprendizaxe do "individuo social". A evidencia de que en certa medida o comportamento humano responde a certos hábitos ou rutinas, libéranos en certa medida de ter que demostralas racionalidade ou non de certas condutas.

Os hábitos son mecanismos que inciden nos procesos de elección, e non responden ó que xeralmente se entende por previsión racional. Entre os economistas contemporáneos, A. Marshall (1890), é un dos máis significativos que contempla a existencia de hábitos; para este autor, eles inflúen nas previsións que realizan os

axentes económicos.

Son numerosos os economistas que se ocupan do tema dos hábitos (Veblen, escola austríaca, modelo de Kaldor, modelo de consumo de Dusunberry, etc.); algúns autores neoclásicos contemporáneos (ademais de Simon), consideran a posibilidade de integra-lo hábito nalgunha concepción da racionalidade e obxecto, polo tanto, do cálculo económico (Hodgson, 1988, p. 125).

Sen embargo, desde a aproximación neoclásica máis extendida hai que considera-lo comportamento económico como "non habitual", non suxeito a rutinas, obxecto de cálculo marxinal e nunha situación de busca permanente dun equilibrio" (Hodgson, p. 130).

A psicoloxía estudia con certa profusión os comportamentos rutinarios (tamén denominados "estúpidos" ou "sen memoria"), que son froito dun proceso de aprendizaxe. O que ten interese para nós é o posible recoñecemento de que incluso o comportamento económico dos diversos axentes se atopa gobernado por rutinas.

Os economistas R. Nelson e S. Winter (1982), aplican o concepto de rutinas ás organizacións empresariais; "utilizamos este termo para designar características das firmas que inclúen rutinas técnicas (ben especificadas), para: producir cousas, dispoñer de novos inventarios, acelera-los procesos productivos como resposta a unha demanda crecente, e aplicar políticas diversas (de investimento, de I+D, de diversificación productiva, e publicitarias)". (...) "A maioría do que é regular e predicible con respecto ó comportamento empresarial podería ser comprendido baixo a denominación de rutinas" (Nelson e Winter, 1982, p. 15). Estes autores establecen unha analogía entre as rutinas e as organizacións, e "a destreza" ou "o oficio" dos individuos, e pódese considerar que "os individuos son tamén organizacións complexas; a aceptación desta metáfora ten a vantaxe de que a discusión pode daquela fundamentarse na información empírica da observación cotiá e a introspección" (Nelson e Winter, 1982, p. 72).

Nesta perspectiva o proceso de elección non é tanto unha acción deliberada; a elección "comprende un certo trade off entre capacidade (vinculada á destreza do individuo) e deliberación, que se impón polo feito de que a racionalidade

é limitada" (Nelson e Winter, 1982, p. 85). De maneira semellante poderíanse entender os procesos de decisión adoptados polo empresario, o que cuestionaría a presunción a priori de que o comportamento empresarial se guía exclusivamente por obxectivos maximizadores.

1.5. O COMPORTAMENTO ALTRUÍSTA

A presunción de racionalidade neoclásica deseña un individuo egoísta e calculador, con todo, os humanos somos seres sociais imbuídos de "principios" que actuamos, en ocasións, por obxectivos solidarios. Xeralmente, "as relacións sociais dos homes engloban a súa economía. O home actúa, non tanto para manter o seu interese individual de posuír bens materiais, senón para garanti-la súa posición social, os seus dereitos sociais, as súas conquistas sociais. Non concede valor ós bens materiais máis que na medida en que serven a este fin" (Polanyi, 1989, p. 87).

O axioma da insaciabilidade na teoría da preferencia do consumo, deseñouse nun ámbito individualista, pero a presunción máis realista de que o home se ve impulsado por unha lei de destino común e se ocupa das eventualidades dos demais (altruísmo) caracteriza (ou debe de caracterizar) á condición que adquire desde que nace a persoa como ser social. "En moitos individuos, unha motivación importante consiste en asociar a outros seres humanos co benestar material e espiritual de que eles mesmos gozan. Pode, xa que logo, dicirse en xeral que, coas necesidades de alimento e as tendencias ó benestar material —persoal e social—, tornáanse así insaciáveis no sentido de que o fin a alcanzar amplíase e desprázase progresivamente" (Nuttin, 1982, p. 181).

Así e todo, non queremos caer nunha candidez anxelical, o comportamento altruísta vese contrarrestado por forzas sociais importantes que impoñen as súas posicións de dominio e de control na defensa duns intereses por certo nin tan naturais, nin tan vinculados á condición humana como nos presentan os economistas conservadores³.

Demóstrase que algúns comportamentos altruístas teñen a súa orixe biolóxica (Lea, Tarpy, Webley, 1987, p. 247). O instinto de supervivencia é consubstancial coa maioría das

especies animais, o que pode comportar respostas desprendidas de "uns" cara "outros" compoñentes da especie. Os estudos realizados por diversos antropólogos confirman plenamente esa afirmación (Dalton, 1961; Clamer, 1978). "O interese económico do individuo triunfa raramente, pois a comunidade evita que os seus membros morran de fame" (Polanyi, 1989, p. 88).

Algúns estudos "conductistas" para explicar os comportamentos altruístas, poñen a énfase máis na disposición do individuo cara esa clase de comportamentos cá factores de índole social. por exemplo, J. Darley (1970), establece unha correlación entre as axudas que presta o individuo e o custo daquelas.

Sen embargo, a especie humana distínguese pola súa caracterización social. As necesidades biolóxicas están sometidas á súa existencia social e non ó revés; neste sentido, cobra unha importante dimensión o estudo dos diferentes tipos de comportamento, a análise dos diferentes modelos culturais que as diversas necesidades especifican, xeran e definen. A sociedade humana atópase construída e *amalgamada* sobre a base do feito cultural e non exclusivamente do feito natural. Os desexos e as necesidades non se refiren a un individuo singular como principal suxeito de atención, senón ó grupo social que comparte, que organiza os xeitos e os camiños a través dos que alcanzar aquelas necesidades e desexos manifestados.

O comportamento altruísta é resultado dun proceso de aprendizaxe non estritamente individual⁴, senón esencialmente social (Bandura, 1982), pero sobre todo, cumpre unha función social. A redistribución de bens (xeralmente agrícolas e artesans) en certas comunidades estudadas por B. Malinowski (1974) e M. Mauss (1966), responde a unha función primordialmente de prestixio daquelas persoas, familias ou grupos que efectuaban as doazóns. Os produtos do comercio en certas civilizacións cumpren unha función redistribuidora para a colectividade e aseguran unha determinada especialización, unha entrada para as arcas políticas e unha reserva para tempos de penurias ou de guerras (Polanyi, 1989, pp. 89-98).

Ó longo da historia o ser humano organizouse nun sistemas económicos onde as conduc-

tas non se guiaban exclusivamente polos móbiles que supostamente gobernan as chamadas economías de mercado. "Tódolos sistemas económicos que coñecemos, ata o final do feudalismo en Europa occidental, estaban organizados seguindo os principios da reciprocidade, da redistribución, da administración doméstica ou dunha combinación das tres (...). Neste marco, a produción e a distribución ordenada de bens, estaban aseguradas, gracias á existencia de toda clase de móbiles individuais, disciplinados polos principios xerais do comportamento, e, entre estas motivacións, o beneficio non ocupa o primeiro posto" (Polanyi, 1989, p. 100). Naquelas sociedades a conducta víase influída por factores consuetudinarios, relixiosos, esotéricos, etc.

A pesar disto, o corazón da economía convencional atópase na "economía do cambio monetario"; a ciencia económica é primordialmente, a ciencia dos prezos⁵.

Esta perspectiva unicamente reconece o cambio *indirecto* a través da moeda, e a única estrela que ilumina a dirección a seguir é a entelequia dun mercado puro e perfecto. Os diferentes enunciados (os importantes intentos de adecuación) desenvolvidos a partir do concepto dos mercados imperfectos (Chamberlin, 1933; Robinson, 1975), non supoñen o abandono da estrela orientadora do mercado de competencia, significa tomar outro camiño, pero sen cambiar de brúxula. Pola contra, o que se quere poñer de manifesto nestas páxinas, é o feito de que non hai ningunha economía (alomenos como a entende o pensamento económico convencional) "senón varias; a humanidade experimentou no curso da historia, alomenos,: A da enerxía, a dos recursos físicos, a do tempo; cada unha delas podería ser especificada pola natureza propia dos obxectivos esenciais que se imponen (...). Así por exemplo, na sociedade medieval europea, establécense, como mínimo, tres grandes tipos de economía: a) A economía das clases dominantes, alto clero e nobreza, que á súa vez se diferencia da economía fundamentalista no gasto e no consumo dos burgueses; b) A economía do campesiñado de subsistencia, na que se incrustaba a pobreza e a marxinação; c) A economía autónoma e propiamente medieval á marxe do sistema rexional" (Radkowski, 1980,

p. 271).

Nos últimos anos, antropólogos, psicólogos, e economistas, tratan de reflexionar sobre un tipo de economía que denominamos "Economía das doazóns" que foi ignorada pola maioría dos economistas e que, sen embargo, ten unha singular importancia no tratamento do comportamento dos consumidores.

É moi difícil precisa-lo ámbito que pudiera abarcala economía das doazóns. Se nos situamos a un nivel máis abstracto, podemos considerar, en principio, que esta clase de economía se fundamenta no principio altruísta: "Dar sen recibir nada a cambio"⁶. Neste principio poderían integrarse un conxunto pouco conexo e de alcance moi amplo de actividades que se xeran e organizan nunha economía.

Por outra parte, tampouco se fai fácil a distinción entre o que sería "un comportamento altruísta puro" no que non se espera nada a cambio, e un comportamento motivado pola expectativa de que noutro momento haberá unha correspondencia (ou resposta) recíproca. Da mesma maneira que a antropoloxía e a análise económica moderna demostran a funcionalidade das actividades redistributivas. Semella, por outra parte, complicado atopala lóxica funcional que subxace a certas actividades de doazóns. Hai tamén múltiples actividades (productivas e non productivas) onde se establecen vínculos de cooperación entre individuos, grupos, empresas, institucións civís, institucións públicas, etc., e que non teñen un carácter mercantil e polo tanto carecen de valor de cambio (ou de prezo)⁷.

O comportamento altruísta atopa a súa máxima expresión no dominio da "economía do don", na que a se prefiguran dúas áreas de investigación que teñen unha maior relación co ámbito do consumo:

a) Doazóns, regalos e presentes entre os que destacan aqueles de índole material. Os autores S. Lea, R. Tarpy e P. Webley (1987), establecen a seguinte tipoloxía:

- 1º. A doazón asóciase a un pagamento onde xeralmente impónse un criterio de reciprocidade e pode expresarse a través dun acordo tácito ou como un simple servizo.
- 2º. Presentes que responden a certas cerimoniais, rituais, e que foron estudados profundamente por parte dos antropólogos (Mauss,

1966), na actualidade certas cerimoniais habituais responden a eses ritos (aniversarios, vodas, etc.).

- 3º. Regalos que expresan unha relación de dominación (por exemplo, os empresarios ós seus empregados), que obedecen a un marco de diferencias sociais, ou que implican unha relación de prestixio.
- 4º. Regalos de negocios ou presentes comerciais. En ocasións é posible que a intencionalidade dalgúns destas doazóns se relacione co logro dunha renda futura, ou coa consolidación dun acordo ou dun contrato ou dunha relación de carácter mercantil (ou non).

b) Relacións de cooperación e transferencias de carácter altruísta que se establecen no interior das familias (Economías domésticas).

A área da economía doméstica foi ignorada ata hai ben pouco polos economistas, ó tratala como un átomo indivisible onde xa non é posible nin pertinente indagar nada máis sobre ela. Esta tarefa, en todo caso, sería función dos sociólogos ou dos psicólogos. O consumidor atomizado convértese en simple "comprador de bens", pero non obstante, o acto de consumir ("consumatum est"), é en si, un acto de transformación. En efecto, a familia consome e á súa vez ela mesma transforma dalgún xeito eses mesmos bens, pero ademais, no interior dela, amalgámase un conxunto de factores que "preparan" a integración na área laboral e social dalgúns dos seus membros, contribuíndo á mellor elección no capítulo de compras e transaccións que deberán de realizar⁸.

Fronte a tanta evidencia que nos resitúa permanentemente os límites do económico, a ciencia económica convencional moderna, cimanta o seu edificio central sobre a escaseza. Neste sentido, o brillante texto de J. Naredo (1987), pon a énfase na ruptura epistemolóxica que establece o pensamento neoclásico e parte do clásico, coa concepción fisiócrata (Naredo, 1987, pp. 222-247). Pero á luz dos estudos antropolóxicos revisados, Radkowski sostén que "canto máis desexable é algo (material ou inmaterial), faise máis escaso, e polariza en torno a el un efecto de contaxio e de rivalidade mimética cada vez máis intensa e xeneralizada, facendo ó obxecto, cada vez máis inaccesible.

Non é a escaseza a que suscita a competencia, senon á inversa. Á marxe desta rivalidade, o concepto de escaseza perde, desde o punto de vista social e económico, todo o sentido" (Radkowski, 1980, p. 207). É precisamente o mercado no seu estado puro, como mecanismo dos prezos e asignador dos recursos productivos, o que instaura a escaseza. As formas de apropiación dos beneficios conducen mesmo ó esgotamento dos recursos físicos.

Os mecanismos de redistribución na economía, pódense entender ou ben como formas que responden ó funcionamento do propio sistema económico e social, mecanismos que son a base do propio fundamento de sistema, estean na súa propia orixe (esencia), como é o caso das economías sociais estudadas polos antropólogos; ou pola contra, se se constitúen como mecanismos que contrarrestan, corrixen ou suplen as insuficiencias dos mercados. ¿Hai que comprendelos desde a existencia de externalidades, ou de efectos perniciosos do funcionamento dos sistemas de mercado?

Habería que preguntarse, ¿onde se sitúan nas economías modernas (chamadas de mercado), eses espazos de "non-mercado", dos que a significación cuantitativa non por difícil de definir, resulta cada vez máis evidente?, ¿que consecuencias ten esa realidade sobre os fundamentos da teoría económica convencional?, ¿onde queda o fundamento da escaseza, onde o fundamento do valor, e onde a racionalidade no comportamento do suxeito? "A economía monetarizada, non representa en valor na Europa actual, nin a metade da vida económica das sociedades. Ós presupostos dos sectores económicos públicos das economías, habería que engadi-lo correspondente autoconsumo das chamadas economías domésticas: desde os servizos internos que os seus membros se intercambian, a bricolaxe, ata a autoproducción dos fogares (de forma particular por parte dos agricultores). Ademais dos cambios en especie, (cambios directos) dos bens e servizos en gran escala, principalmente na economía somerxida actual, e finalmente, toda clase de beneficio das diversas institucións de caridade, eclesíásticas, políticas, culturais, etc. (...). A consecuencia "perversa" do cofuncionamento destas economías é que produce unha distorsión completa no

cálculo do valor, xa que o valor mercantil, tal como aparece no cambio indirecto (monetizado), incorpora tódolos efectos que proveñen da existencia paralela das economías restantes" (Radkowski, 1987, pp. 37 e 38). Ante esta realidade non mercantil observada, non é posible supoñer sen máis que a economía real é un terreo monumental de dumping xeneralizado, senon que haberá que preguntarse sobre a consistencia das teorías do valor (xa se trate de obxectivas ou subxectivas).

2. CARA UNHA TEORÍA DA MOTIVACIÓN

2.1. ÁS VOLTAS COA CONDUCTA

Unha concepción máis realista da conducta, que se contrapón ó arquetipo que ten a economía convencional sobre o comportamento económico do individuo, poderíase caracterizar polos seguintes rasgos:

- 1º. O comportamento humano fai referencia tanto á manipulación de obxectos tanxibles coma de representacións simbólicas e conceptuais que poidan utilizar por medio da súa intelixencia.
- 2º. A conducta é o resultado da relación que se establece entre o individuo e o seu entorno captado a través da percepción e da concepción. O comportamento individual é, polo tanto, eminentemente social; neste contexto, a motivación mobiliza e regula a conducta.
- 3º. A conducta ten "un carácter dinámico máis que reactivo, e esa conducta diríxese preferentemente cara determinadas categorías de obxectos e de relacións co mundo, o individuo non busca o pracer (tese hedonista), senón determinados tipos de relacións con categorías preferenciais de obxectos; así a persoa que busca unha promoción no traballo, persegue un cambio no tipo de relacións de conducta que mantén no seu mundo profesional" (Nuttin, 1982, pp. 89 e 117).

Moitos economistas ó longo da historia recoñeceron a necesidade de coñecer máis profundamente a natureza cognitiva e motivacional do ser humano⁹. Na disciplina da psicoloxía, o obxectivo de maior interese para o coñe-

cemento da motivación humana, sería o poder configurar unha teoría da motivación.

Aínda nos parece moi restrictiva a consideración do comportamento económico como parte diferencial do comportamento humano en xeral, non obstante, se cremos que é necesario e pertinente afondar nalgúns análises dos denominados "psicólogos económicos", que pretenderían darlle o rango de teorías motivacionais a certas teorías do consumo modernas.

2.2. DIFERENTES TEORÍAS DA MOTIVACIÓN

Na procura dunha teoría apropiada da motivación, situámo-la análise en tres planos que non son excluíntes, senón en todo caso, complementarios e que responden a dúas aproximacións distintas: a) As teorías da motivación estruturada intégranse nunha perspectiva conductista desde a psicoloxía e, en todo caso, respectuosa aínda que con importantes cambios respecto ós modernos desenvolvementos da teoría. b) As teorías da motivación que se formulan desde unha concepción social da economía e que fan fincapé en niveis de cognición superiores, e nunha maior interacción entre individuo-entorno social, elas permiten constatar insuficiencias dos modelos económicos que se formulan sobre a base da motivación estruturada.

Estas teorías da cognición, ó introducir tamén conceptos procedentes da psicoanálise, permiten ampliar o ámbito de motivación do suxeito (individuo, organización) e mollrar de xeito considerable os modelos analizados na economía como por exemplo, hábitos, rutinas, imitacións, complexos, etc.

2.2.1. Teorías da Motivación Estructurada

Estas teorías da motivación explicitanse a través da interrelación dos diferentes elementos que a compoñen¹⁰.

Propóñense dous modelos que se adaptan ás esixencias dunha teoría estruturada:

a) *A Teoría das Características da Demanda de K. Lancaster*: K. Lancaster (1966), observou a incapacidade da teoría da demanda tradicional para describi-la introducción de novos bens. Os cambios no mapa de preferencias dos consumidores hai que desbotalos posto

que se refiren ó conxunto inicial de bens (Lancaster, 1971, p. 260). A elección para o consumidor entre varios conxuntos de bens determínase "en parte pola súa propia personalidade (as súas preferencias), e en parte polas propiedades dos mesmos bens". "O consumidor interésase polos bens a causa das propiedades ou características que eles posúen. O consumidor relacionarase de forma similar cos bens que presentan características parellas, xa que de feito cumpren funcións semellantes" (Lancaster, 1971, p. 221).

Este modelo teórico enmárcase axeitadamente na teoría neoclásica, se un consumidor considerando a súa restricción presupostaria, realiza unha substitución eficiente dun ben por outro, obtería un idéntico conxunto de características deses bens. O prezo é o principal sinal regulador do mercado, as características neste caso son perfectamente substituíbles, a utilidade/maximización, constitúe a referencia analítica fundamental.

A aproximación en termos de "características" como sinala o propio Lancaster, obtén resultados pouco relevantes á hora de contrastala empiricamente¹¹. Con todo, esta teoría: a) Pode contemplarse desde unha perspectiva psicolóxica e definirse en termos sociais; b) Pode s-lo fundamento de diferentes construcións motivacionais; c) Pode facerse extensible ó desenvolvemento de modelos motivacionais en áreas como o traballo, o aforro, a análise de bens duradeiros, o comportamento infantil, e o desenvolvemento económico¹².

b) *A Xerarquía de Necesidades de Maslow*: Maslow (1954-1970), distingue cinco conxuntos de necesidades que xerarquiza desde un grao de potencial e intensidade de atracción para a súa satisfacción máis elevada (necesidades máis simples), ata aqueles que responden a unha menor intensidade pero a un nivel máis cognitivo: 1) Necesidades fisiolóxicas que se relacionan co home, e con aquelas de carácter sensorial; avánzase na escala de satisfacción cara outro conxunto de necesidades que se realcionan con: 2) A seguridade e protección, 3) O afecto, 4) A estima social e 5) A autorrealización persoal e colectiva. As necesidades de "carácter máis social", poden pasar a ser dominantes na medida na que se van satisfacendo as de menor

nivel de complexidade (Homeostáticas).

Este modelo deseñado desde a psicoloxía e a antropoloxía social: 1º) Introduce elementos complexos que se relacionan coas necesidades psicosociais dos individuos, proporcionando unha análise máis efectiva ca aqueles que convencionalmente utilizan os economistas; 2º) Pode resultar útil nas análises de desenvolvemento, precisamente ó establecer un catálogo orientativo de prioridades; 3º) Proporciona unha teoría superior á lista de necesidades de McClelland (1961), ó engadir a esta, unha compoñente estrutural importante, é dicir, unha relación entre os diferentes grupos de necesidades atendendo a diversos parámetros como potencia, intensidade e satisfacción (ou realización) daqueles (Lea, Tarpy, Webley, 1987, p. 497).

2.2.2. Teorías da Motivación de Nivel de Cognición Superior. Relación Interactiva do Individuo co seu entorno

Desde a perspectiva xa estudiaada en páxinas anteriores, o individuo e o seu entorno constitúen unha estrutura de relacións interactivas. Aínda así, desde unha perspectiva individual non determinista, o individuo debe atoparse de forma permanente un continuo dinamismo relacional co seu medio. O "medio" non desempeña un papel exclusivamente complementario coa persoa senón que constitúe o seu osíxeno vital imprescindible para o seu desenvolvemento.

Nos modelos de Lancaster e de Maslow, aínda que en planos moi diferentes, subxace unha forma de entende-la conducta individual como unha forma de relación fronte ó entorno (diríxese en concreto cara determinados obxectos ou preferencias do mundo exterior). Ambas aproximacións son incapaces de comprende-la distinción entre a función dos obxectos, características ou necesidades e o seu significado real. "Un individuo pode preferir un obxecto determinado (por exemplo: un alimento, unha característica, un certo pracer, un posto de traballo, un ascenso social, etc.) que cómpre unha determinada función (alimentar, etc.) e, sen embargo, esa preferencia pode non ser máis ca instrumental, é dicir que non se revela a través dela a motivación última do suxeito. Por exemplo unha persoa pode consumir un alimento por

razóns de curiosidade, ou porque llo esixe unha relación social determinada e non para alimentarse. Na medida na que os obxectos sexan máis complexos (por exemplo no ámbito das "necesidades psicolóxicas") é moi difícil poder definir dunha forma unívoca a relación entre obxecto e significado real (motivación última). Como sinala J. Nuttin (1987, p. 85) as clasificacións (como a de Maslow), do tipo: seguridade, afecto, estima, etc., non son tan evidentes, xa que inflúe a subxectividade do observador; "un mesmo conxunto de conductas préstase a diversas interpretacións, pero tamén unha función conductal pode concibirse de varias maneiras, sen que unha exclúa á outra (Nuttin, 1982, pp. 85 e 86).

A teoría do conductismo iniciada por J. Watson (1924), ignorou e mesmo opúxose á introspección como método, ó que consideraba non axeitado á medición e polo tanto pouco científico. É dicir, expoñía unha dialéctica extremadamente simple do tipo: estímulo, resposta. Con todo, a partir de Hart (ver libro de *Psicología del Consumo*, p. 22), introdúcese o principio de variables que se situarán entre ambos polos, é dicir, a secuencia sería entón: Estímulo-Variable intermedia-Resposta. Como sinala F. Dogana (1984), ese cambio supón na teoría do consumo que non se poida prever facilmente "a resposta do suxeito-consumidor sobre a base de elementos obxectivos (as posibilidades financeiras, o custo do ben, as características ou as funcións do produto), advertiuse ben pronto que os comportamentos de adquisición de bens seguían a miúdo vías imprevisibles e, en certo modo, "ilóxicas", importaba, xa que logo, completa-lo cadro de coñecementos coa análise das variables intermedias (as necesidades, as expectativas, as motivacións, os valores extrafuncionais que os consumidores cargan nos bens de consumo" (Dogana, 1984, p. 23); polo tanto, como sinala G. Katona (1975), a conducta do consumo é función da interacción entre as variables de persoalidade e das variables do entorno.

O Compoñente Inconsciente na Motivación Humana: Unha teoría da motivación debe de comprender que unha parte do comportamento individual e colectivo, non atopa unha última explicación daquel, que poida ser representado

exclusivamente no plano do "consciente".

Pero é precisamente nos estudos "de mercadotecnia onde se introduciu con maior interese a análise das motivacións humanas como base do comportamento do consumidor"¹³. Nesta área, admítase a participación de motivacións inconscientes e mesmo de "caprichos" na conducta do consumo.

Freud, na análise en torno ó dinamismo psicolóxico, sitúa a oposición que xorde entre "consciente" e "inconsciente". Os mecanismos de percepción e de cognición humanos incorporan de feito elementos que teñen un carácter non consciente, a conducta humana non é o resultado dunha deliberación consciente¹⁴. S. Freud (1965) estudia un elemento fundamental para comprende-la personalidade humana: "o instinto". Este procede dun estímulo interno, "a estrutura dialéctica do instinto responde á oposición necesidade-satisfacción. Pero esta última para ser alcanzada precisa a mutación cualitativa da primeira (Freud, 1965, p. 1.048). "Os estímulos exteriores non presentan máis problemas que o substraerse a eles (...), en cambio os estímulos instintivos non poden ser suprimidos por este mecanismo" (Freud, 1965, p. 1.048). Pero o que realmente podería resultar máis sorprendente "no estudio do comportamento en clave de "consciencia" e "racionalidade", é que o fin do instinto pode ser variable: "A transformación no contrario, a orientación contra a propia persoa, a represión ou a sublimación" (Freud, 1965, p. 1.051)¹⁵.

O conductismo-reactivo inspira o pensamento neoclásico e reflíctese con nitidez ó longo das súas obras (véxase o exemplo dun autor como Baker, ó pretender establecer un coñecemento transparente das preferencias). Malia ser certo que a presunción de racionalidade escollida por Simon, supera o marco conceptual neoclásico, con todo "non hai unha diferenza sustentada nos traballos behavioristas nesta mesma liña, entre procesos conscientes e inconscientes" (Hodgson, 1988, p. 112), "a escola austríaca ofrece poucas vantaxes con respecto á neoclásica, xa que ámbalas dúas asumen que toda acción é preconcebida e deliberada (Hodgson, 1988, p. 114). A aportación práctica máis importante ata o momento da psicoanálise foi a que se realizou á teoría do consumo, afnda

que de certo tal aportación sempre resultou controvertida porque foi rexeitada desde moitas fronteas. A. Koestler (1967) estima falsa a dicotomía freudiana consciente/inconsciente debido a que a conciencia humana opera dunha forma moi complexa. K. Popper (1959) alude en ocasións á súa aversión polos métodos da introspección e a psicoanálise; outros autores critican estes métodos por carecer de condicións que lle fagan obxecto de análises cuantitativas, quedándose exclusivamente nun ámbito puramente cualitativo e polo tanto pouco científico. Pola contra, disciplinas como a lingüística non poden prescindir das aportacións da psicoanálise.

A pesar das dificultades para que concorran certas disciplinas na busca do coñecemento dos feitos denominados económicos, parécenos pertinente sinalalo interese que tería para a ciencia económica a importación de métodos xerados noutras disciplinas, nese sentido: "A finalidade das chamadas "investigacións das motivacións", é amosar como as eleccións dos consumidores teñen as súas raíces en estímulos ou impulsos que se sitúan fóra do ámbito do coñecemento consciente, é dicir, que reflicten a necesidade de calmar paixóns e conflitos reprimidos. Os motivos que as persoas verbalizan cando aluden ás súas eleccións ou preferencias no que respecta ós consumos, non serían máis ca racionalizacións dos motivos verdadeiros que se escapan á súa conciencia" (Dogana, 1984).

2.3. UNHA AVALIACIÓN DAS TEORÍAS REPRESENTADAS

2.3.1. Teoría das Características da Demanda

Entre as dúas teorías da motivación estruturada, o modelo de Lancaster constitúe unha teoría de "moi baixo nivel explicativo", desde a óptica da psicoloxía motivacional, e pola contra na área da teoría do consumo considérase unha "elegante teoría" que se integra convenientemente nun modelo axiomatizado no contexto da teoría da demanda neoclásica.

A teoría das características de Lancaster supón que unha vez que o consumidor alcanzou un punto determinado no camiño da toma de decisión, atopárase en condicións de elixir, é dicir, nese momento pasan a ser consideradas as "características" dun ben determinado. Pero

para acceder a esa situación deberon contribuír un conxunto de motivacións.

Seguindo os exemplos do propio Lancaster, o consumidor tomou xa a decisión de mercarse un automóbil. Respecto á posibilidade que tería o consumidor de substituír un ben por outro sempre que os dous ofreceran as mesmas características, faise case imposible ó considerar que unha elección pode obedecer a múltiples causas, e en ocasións, de difícil concreción.

O exemplo de substituír, o ir ó cine pola compra de novelas (supoñendo que custen o mesmo) satisfacéndose en ámbolos dous casos unha necesidade de entretemento e de adquisición de ideas, non é tan evidente, xa que é posible que o consumidor acudira ó cine por razóns estritamente sociais (xa que para el constituiría unha maneira de relacionarse) (Lea, Tarry, Webley, 1987, p. 496).

Por outra parte, na teoría das características non hai evidencia de que a elección realizada polo consumidor, sexa consistente, seguindo o exemplo citado por K. Lancaster, o consumidor pode elixir-lo automóbil vermello e inmediatamente despois pode cambiar cara o branco, e todo iso depende de certas influencias que poida recibir ou de aspectos máis triviais.

En definitiva, que a teoría das características, a pesar das súas posibilidades de extensión (difusión) cara outras áreas diferentes ó consumo así como da súa capacidade de mellora, non constitúe outra cousa que unha teoría da motivación de "baixo nivel".

2.3.2. Estructuración das Necesidades

A proposta de A. Maslow, pódese incluír con certas adaptacións no marco dunha teoría superior da motivación, pero probablemente nunca podería ser convenientemente formalizada e "repescada" no marco dunha teoría convencional. Un problema desta aproximación centraríase na propia xerarquía de necesidades que propón, e que supón establecer un "severo" rango diferencial entre os diversos grupos de motivacións de tal xeito que unha vez satisfeitas as necesidades de niveis máis baixos (necesidades máis urxentes), os individuos poderían "desentenderse delas", e mobilizaríanse cara ás de maior rango.

Este mecanicismo que se establece entre

tódolos grupos (xerarquizados) de necesidades, supón non distinguir entre a índole diferente dos diversos conxuntos de motivacións. Afnda que é certo que a satisfacción dunha necesidade fisiolóxica (como a fame) conduce a que a motivación cese de actuar (Nuttin, 1982, p. 187). Pola contra "o estudio doutras formas de motivación suxírenos a hipótese de que ese modelo de activación e saciedade periódicas, está ligado á natureza mesma das necesidades homeostáticas, é dicir, que son necesidades carenciais. Unha vez asimilado o elemento deficitario, cesa en forma automática a carencia, xa que logo, o estadio de necesidade a ela asociado. Outra cousa é a necesidade fundamental de funcionamento e autodesenvolvemento (da persoa) en xeral" (Nuttin, 1982, p. 180).

Sobre a base da perspectiva da "motivación superior" poderían propoñerse (neste mesmo traballo) certas vías que permitan avanzar nunha teoría máis realista da motivación:

a) Pódese admitir que, en moitos casos, as necesidades homeostáticas, se poderían incluír nese mecanismo de substitución/saciabilidade que propoñe Maslow. Así e todo, nunha perspectiva dinámica certos obxectos que satisfacen necesidades fisiolóxicas (por exemplo o alimento), poden non ser máis que instrumentos para conseguir outras cousas. Polo tanto, poderíase distinguir entre os "obxectos funcionais" que serven para satisfacer aquelas necesidades coas que se corresponde de forma natural (por exemplo, o alimento, para saciar-la fame), e "obxectos instrumentais" cando non existe correspondencia coas súas funcións naturais, senón que obedecen a motivacións diferentes "por exemplo, o utensilio como forma de relación social".

b) As necesidades non fisiolóxicas non desaparecen na medida na que se ven satisfeitas. Incluso poden incrementarse canto máis se satisfacen. Podemos avanza-la hipótese de que canto máis se progresa no rango de grupos de necesidades, a súa satisfacción implica un crecemento na intensidade da motivación. Así, por exemplo, na medida en que as motivacións son de natureza máis cognitiva, xeralmente o grao de autoestima e de autodesenvolvemento solicita proporcións maiores de obxectos.

c) Calquera modelo analítico de motivacións deba contemplar-las interrelacións e

efectos de interacción entre os diversos conxuntos de motivacións. Os cambios no tempo no grupo ou entre os diferentes grupos; e a posibilidade de que unha mesma conducta ou un mesmo obxecto responda a dúas ou máis necesidades de forma simultánea.

d) Pódense xerar efectos asociativos (virtuais ou perversos), no sentido de que a satisfacción dun individuo pode ter unha directa relación coa de calquera outro, de tal xeito que as necesidades poden aparecer ou intensificarse na medida na que unha maior cantidade de persoas persegue un mesmo obxectivo ou senten a mesma necesidade. Unha boa parte das necesidades psicolóxicas cognitivas, poden ter este carácter asociativo.

e) A análise motivacional debe comprender a existencia do "conflicto" en dous planos interrelacionados: 1º) O do propio individuo considerado como un ser complexo, e en permanente conflito co seu propio "eu"; 2º) No plano social, os individuos e as organizacións atópanse inmersos nun universo de intereses diversos e incluso antagónicos, onde é necesaria a busca de mediacións e compromisos que permitan configurar entornos relacionais.

CONCLUSIÓN

A ciencia económica ortodoxa, emprega parte dos seus recursos en estudar o comportamento dos axentes económicos, e sen embargo, unicamente é capaz de ofrecer unha paupérrima teoría "conductista-reactiva" como toda explicación do comportamento humano.

A aportación de coñecementos da psicoloxía por parte da economía, supón unha "revolución" nalgúns dos supostos centrais do pensamento ortodoxo, como son: a racionalidade, o comportamento maximizador, a propia concepción do equilibrio, etc.

A teoría das preferencias do consumo resulta inconsistente cando se reconece que unha parte dos comportamentos económicos guíanse por razóns de índole altruísta. A observación de que moitos dos comportamentos dos individuos e das organizacións responden a certos hábitos e rutinas, invalida unha ciencia económica da conducta que se fundamenta nos obxectivos

previamente aceptados e establecidos, que abre novos campos de análise na ciencia económica (preferentemente nas áreas dos estudos das organizacións, o desenvolvemento e o cambio tecnolóxico; Nelson e Winter, Williamson...

O froito máis preciado que resultaría dos vínculos establecidos entre a psicoloxía e a economía, podería ser a consecución dunha teoría da motivación que comprendese tamén o campo do económico. Neste sentido os avances aínda son pouco significativos; é na área aplicada á economía da empresa onde o avance é máis notable, pola contra, a teoría da demanda de A. Lancaster ofrece un balance moi pouco prometededor, e noutras áreas como as do aforro non se faría máis ca comezar (Lunt e Livingstone, 1991).

NOTAS

1. Referímonos principalmente a L. Von Mises e F.A. Hayek.
2. O que Hodgson denominaría "o psicoloxismo" (Hodgson, 1988, p. 61).
3. Neste sentido, O. Williamson (1989), sostén que o comportamento "oportunista" é o máis relevante para a análise das organizacións económicas, e entende o oportunismo: "como unha busca do interese propio con dolo. Isto inclúe algunhas formas máis flagrantes como a mentira, o roubo e o engano, aínda que tamén comprende outras formas máis sutís" (O. Williamson, 1989, p. 57).
4. Como entenden Lea, Tarry, Webley, 1987, p. 250, cando desenvolven o atractivo concepto de "empatía".
5. Ver L. Robbins, 1932. Pero o que xa constitúe un problema cuasimetafísico é definir que é o prezo. É moi expresiva a circularidade na que cae G. Debreu, ó definilo como "a cantidade de diñeiro que hai que pagar nun momento determinado por unha mercadoría, para poder dispoñer dela con posterioridade" (Debreu, 1966, p. 32).
6. Ver en termos semellantes o que sinalaba Radkowsky, 1987, p. 34.
7. Aínda considerando moi interesante o tratamento destes aspectos que aquí se citan, con todo, os límites deste traballo impiden un desenvolvemento do tema máis acorde coa súa importancia.

8. Polo carácter deste artigo, os autores non desenvolven outros aspectos dunha investigación en curso, sobre certos aspectos da economía familiar. Entre os autores que tratan o tema, interéstanos citar: I. Lewis (1976), R. Tortajada (1973), H. Burton (1977), Gershuny e Pahl (1981), G. Becker (1965), M. Blaug (1987), M. Douglas (1967) e A. Oackley (1974).
9. Por sinalar algúns dos máis notables, citáramos a Marx, Marshall, Hayek, Simon.
10. Son presentados por S. Lea, R. Tarpay e P. Webley, 1987, p. 496.
11. O propio Lancaster formula certos problemas e exemplifica co sector do automóbil. Se cadra Ratchford (1980-1) é dos poucos autores que aplica o modelo Lancaster nun estudio máis profundo sobre o sector do automóbil.
12. Como sinalan S. Lea, R. Tarpay e P. Webley, 1988, pp. 496-497.
13. Pódese consulta-lo artigo de R. Nataraajan e B.G. Goff, 1992, p. 31.
14. As rutinas individuais e organizativas estudadas nas páxinas anteriores pódense considerar en parte como consubstancialmente inconscientes.
15. A pesar de que nestas páxinas non podemos afondar no desenvolvemento das teorías freudianas, así e todo parécenos que podería constituír unha fonte de inspiración para estudar algúns rasgos do comportamento económico.

BIBLIOGRAFÍA

- BANDURA, A. (1982). *Teoría del aprendizaje social*. Madrid.
- BECKER, G. (1965). A theory of the allocation of time. *Economic Journal*, 75, pp. 493-517.
- BLAUG, M. (1980). *La metodología de la economía*. Madrid: Alianza.
- BURTON, H.; BRUDNER, L. (1977). A Model of the sexual division of labour. *American Ethnologist*, No.40
- CASTILLA, C. (1969). *Psicoanálisis y Marxismo*. Madrid: Alianza.
- CHAMBERLIN, E. (1933). *The theory of monopolistic competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- CLAMMER, J. (1961). The new economic anthropology society. *American Anthropologist*, No. 63.
- COATS, A.W. (1976). Economics and psychology. En: S. Latsis [comp.]. *Method and appraisal in economics*. Cambridge Cup.
- DALTON, G. (1961). Economic theory and primitive society. *American Anthropologist*, No. 63.
- DARLEY, J.; LATANE, B. (1970). Norms and normative behavior. En: Macaulay and Berkowitz. *Altruism and helping behavior*. New York: Academic Press.
- DEBREU, G. (1966). *Theorie de la valeur*. París: Dunod.
- DOGANA, F. (1984). *Psicopatología del consumo cotidiano*. Barcelona: Gedisa.
- DOUGLAS, M. (1967). Primitive rationing. *Themes in economic anthropology*. London.
- DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. (1978). *The world of goods: Towards an anthropology of consumption*. London: Penguin.
- FISSETE, J. (1989). Hayek et la décision. En: Friedrich Hayek. *Economica*. París.
- FREUD, S. (1965). *Obras Completas*. Biblioteca Nueva. Madrid.
- FURNHAM, A. Why do people save? *Journal of applied Social Psychology*, No. 15, pp. 354-373.
- GERSHUNY, J.; PAHL, R. (1981). Work outside employment. En: S. Henry. *Can I have it in cash?* London.
- GOULD, J.; KOLB, W. (1960). *The dictionary of the social sciences*. New York.
- HAYEK, F. (1945). The use of Knowledge in society. *American Economic Review*, Vol. 35, No. 4.
- HAYEK, F. (1967). *Studies in Philosophy, Política, Economics and the history of ideas*. University of Chicago.
- HODGSON, G. (1988). *Economics and institutions*. Oxford.
- KATONA, G. *Psychological economics*. New York: Elsevier.
- KOLSTLER, A. (1967). *The Gost in the machine*. London: Hutchinson.
- LANCASTER, K. (1966). A new approach to consumer theory. *Journal of Political economy*, No. 74.
- LANCASTER, K. (1966). Change and innovation in the technology of consumption. *American Economic Review*.
- LEA, S.E.; TARPAY, R.M.; WEBLEY, P. *The individual in the economy. A survey of economic psychology*. Cambridge University Press.
- LEWIS, I. (1976). *Social anthropology in perspective*. London: Penguin.
- LUNT, P.K.; LIVINGSTONE, S.M. *Psychological,*

- social and economic determinants of saving. Comparing recurrent and total savings. In: S.E. Lea and D.J. Hessing [ed.]. *Journal of Economic Psychology*, Vol. 12, No. 4, p. 640.
- Mc CLELLAND, D. (1961). *The achieving society*. Princeton: Van Nostrand.
- MALIOWSKI, B. (1974). *Les Jardins du corail*. París: Maspero.
- MARSHALL, A. (1957). *Principios de economía*. Madrid: Aguilar.
- MASLOW, A. (1970). *Motivation and personality*. New York: Harper and Row.
- MAUSS, M. (1966). Essai sur le don. En: *Sociologie et anthropologie*. París: PUF.
- NADEAU, T. (1989). L'economique et la question de ses limites. En: Friedrich Hayek. *Economica*. París.
- NAREDO, J.M. (1987). *La economía en evolución*. Madrid: Siglo XXI.
- NATARAJAN, R.; GOLF, B. G. (1992). Manifestations of Compulsiveness in the Consumer-Market place domain. *Psychology and Marketing*, No. 1, p. 31. New York: John Wiley.
- NELSON, R.; WINTER, S. (1982). *An evolutionary theory of economic change*. Cambridge: Harvard University.
- NUTTIN, J. (1982). *Teoría de la motivación humana*. Buenos Aires: Paidós.
- POPPER, K. (1959). *The logic of scientific discovery*. London: Hutchinson.
- RADKOWSKI, G. (1980). *Les feux du désir*. París: PUF.
- RADKOWSKI, G. (1987). *Metamorphoses de la valeur*. Grenoble: PUG.
- POLANYI, K. (1989). *La gran transformación, crítica al liberalismo económico*. Madrid: La Piqueta.
- OAKLEY, A. (1974). *The sociology of housework*. Oxford: Martin Robertson.
- POPPER, K. (1959). *The logic of scientific discovery*.
- ROBBINS, L. (1932). *An essay on the nature and significance of economic science*. London. (Versión castelá en FCE).
- ROBINSON, J. (1977). What are the question? *Journal of Economic Literature*, No. 15.
- SIMON, M.A. (1986). From substantive to procedural rationality. En: S. Latsis [comp.]. *Method and appraisal in economics*. Cambridge Cup. (Traducción en castelá en: F. Hahn y M. Hollis [comp.]. *Filosofía y Teoría Económica*. México: FCE.
- STIGLER, J. The economics of information. *Journal of political economy*, No. 69, p. 213.
- SCITOVSKY, T. (1986). *Human desire and economic satisfaction*. New York: Harvester Wheatsheaf.
- TORTAJADA, R. (1973). Essai sur l'economie de l'education. Paris. (Tese Doutoramento).
- TULLOCK, G. (1977). *Economics and sociobiology: A comment journal of economic literature*, No. 15, pp. 502-507.
- VEBLEN, T. (1989). *The theory of the leisure class: An economic study of institutions*. New York: Mac Millan. En: Penguin [ed.]. (1979).
- VON MISES, L. (1960). *Epistemological problems of economics*. New York: Van Nostrand.
- WATSON, J.B. (1924). *Behaviorism*. New York: Norton.
- WINER, B. (1986). *An attributional theory of motivation and emotion*. New York: Springer-Verlag.
- WILLIAMSON, O. (1989). *Las instituciones económicas del capitalismo*. México: FCE.
- WONG, S. (1978). *The foundations of Paul Samuelson's revealed preference theory*. London: Routledge & Kegan Paul. Economía moderna. Barcelona: Bosch.