

Tiempo para historias

“LA REALIDAD NO SE PREOCUPA POR TUS SENTIMIENTOS”

es una frase popular en redes sociales, que irónicamente suelen utilizar quienes, como mucho, tienen un conocimiento básico de la historia. La tarea de Robert Shiller en este libro es convencernos de lo contrario, de que los hechos económicos están determinados de hecho por nuestros sentimientos. Estos sentimientos nacen a su vez de lo que describe como narrativas económicas: historias contagiosas con el potencial de cambiar la forma en que las personas toman decisiones económicas.

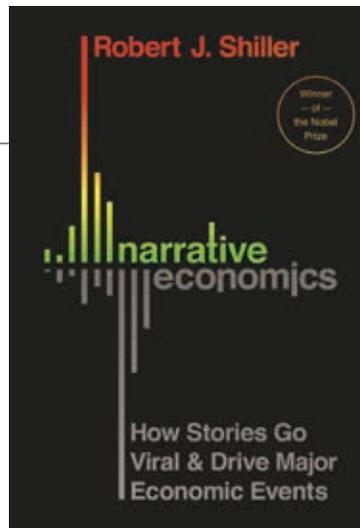
Recientemente, una vasta literatura económica ha analizado cómo las percepciones pueden motivar ciertos resultados y viceversa.

Pero Shiller argumenta que el poder de las narrativas es más amplio y profundo de lo que la economía contemporánea está preparada para aceptar. No podemos entender o, respecto al futuro, predecir episodios como la Gran Depresión, o las reducciones de impuestos de la década de 1980, sin entender las narrativas que los sustentaron. En cierto modo, su tesis podría parecer un rechazo a los premios Nobel más recientes. Estos “aleatorialistas” argumentan (simplificando demasiado, sin duda injustamente) que la disciplina científica puede eliminar la necesidad de “contar historias” e identificar limpiamente el impacto causal en forma reducida de intervenciones de política económica concretas, sin preocuparse por las expectativas o las creencias.

Pero —y es un gran pero— es el planteamiento de Shiller sobre la causalidad lo que lo hace tropezar. Su

El poder de las narrativas es más amplio y profundo de lo que la economía contemporánea está preparada para aceptar.

descripción del culto a la frugalidad durante la Gran Depresión, y cómo condujo a la adopción masiva de pantalones vaqueros azules y rompecabezas, es entretenida. Pero la afirmación de que “la naturaleza demente del fenómeno [...] contribuye a explicar la duración y severidad de la Depresión” es una exageración, por decir algo. El libro está salpicado de ejemplos similares. Una servilleta de Art Laffer y los chistes de Ronald Reagan (por no mencionar una breve historia de Astrid Lindgren) desencadenaron



Robert J. Shiller

Narrative Economics: How Stories Go Viral & Drive Major Economic Events

Princeton University Press, Princeton,
NJ, 2019, 377 págs., USD 27,95

una intensa presión para reducir los impuestos; la narrativa de George W. Bush tras el 11 de septiembre terminó con la recesión de 2001.

Pero, ¿por qué deberíamos creer que estas historias causaron realmente los sucesos económicos correspondientes, en lugar de que fueran estos sucesos los que generaron las historias o que, quizás, estas historias sean un ejemplo ilustrativo, conveniente e interesante, de los sucesos económicos? Resulta llamativo que se hagan escasas referencias a evidencias empíricas y a ninguna obra reciente sobre, por ejemplo, incertidumbre política.

En su lugar, las opiniones de Shiller sobre la importancia de la narrativa parecen estar basadas en su creencia de una historia concreta sobre cómo y por qué se adoptan las decisiones económicas. “En última instancia, la masa de gente cuyas decisiones causan fluctuaciones económicas no está muy bien informada, y aún así, sus decisiones impulsan la actividad económica agregada. Debe ser cierto que las narrativas que llaman la atención impulsan esas decisiones”.

El “debe” es una afirmación, no un análisis. No sorprende, dada su falta de análisis, que el libro haga poco por establecer una agenda de investigación convincente. La sugerencia de que los economistas acudan a otras disciplinas, no solo a la epidemiología, sino también a la investigación social cualitativa, entre otras, es bienvenida. Pero tengo dificultades para ver cómo la tesis de Shiller puede traducirse en hipótesis comprobables y, sobre todo, cómo el autor espera, en mecanismos para predecir y evitar desaceleraciones o crisis económicas. **FD**

JONATHAN PORTES, profesor de Economía y Políticas Públicas, King’s College, Londres