

COVID-19 y sesgos cognitivos. ¿Qué recomendaciones se pueden hacer desde la economía conductual?*

Introducción

En los modelos tradicionales de economía se asume que los individuos siguen reglas de racionalidad entendidas como una serie de supuestos respecto a sus preferencias y decisiones. Esas reglas de racionalidad implican que son capaces de utilizar toda la información que tienen a su alcance para tomar decisiones que maximicen su grado de utilidad o satisfacción. Desde esta perspectiva, ante un problema de salud pública como es la enfermedad COVID-19, sería irrelevante la forma en la que las autoridades sanitarias informen a la población sobre los riesgos que implica la enfermedad y las medidas para prevenirla. Si asumimos que las personas tienen un instinto de autoprotección que los hace valorar su salud sobre otros satisfactores, cualquier forma en la cual se presentara la información haría que la población siguiera las recomendaciones de forma óptima, dentro de sus posibilidades, las recomendaciones. Además, en dado caso en que esto no fuera así, el gobierno podría tomar medidas

* Elaborado por Josfat Hernández, posdoctorante del Centro de Ciencias de la Complejidad de la UNAM; miembro del Seminario de Filosofía de la Economía del Instituto de Investigaciones Filosóficas, y Pablo Soto-Mota, PhD Research Scholar en la Escuela Noruega de Economía (NHH-FAIR); miembro del Seminario de Filosofía de la Economía del Instituto de Investigaciones Filosóficas.

coercitivas para modificar los incentivos económicos de los individuos y de esa forma cambiar sus decisiones.

En contraste con este tipo de modelos, durante las últimas décadas la economía conductual ha mostrado evidencia de que los seres humanos tienen una capacidad cognitiva limitada y no siempre hacen análisis costo-beneficio en términos monetarios.¹ Además, de que, dado el contexto en el que deciden (arquitectura de la decisión), los agentes suelen caer en desviaciones sistemáticas contrarias a lo que debería haber hecho si se comportaran como predice la teoría del maximizador racional.² Por ejemplo, puesto que los agentes no siempre pueden procesar toda la información disponible para tomar una decisión óptima, utilizan heurísticas que, si bien son útiles para la mayor parte de las situaciones, resultan inadecuados en casos específicos.³ De la misma forma, cambios en la arquitectura de la decisión pueden generar cambios en las elecciones de las personas independientemente de sus preferencias iniciales.⁴ Con base en lo anterior y dado que, como ha señalado Enrique Cáceres en este mismo trabajo, es una obligación constitucional y legal de las autoridades sanitarias diseñar y ejecutar programas de políticas públicas eficaces para la promoción de uno de los principales derechos humanos como es el derecho a la salud, proponemos tomar en cuenta los resultados de las investigaciones realizadas sobre heurísticas y los sesgos cognitivos. Estas investigaciones han mostrado experimentalmente tener una perspectiva más realista sobre la forma

¹ Kahneman, Daniel, *Thinking Fast and Slow*, Estados Unidos, Farrar Straus y Giroux, 2011 p. 499; Jolls, Christine et al., "A Behavioral Approach to Law and Economics", *Stanford Law Review*, Estados Unidos, vol. 50, 1998, pp. 1471-1550.

² Gilovich, Thomas et al. (eds.), *Heuristics and Biases: The Psychology of Intuitive Judgment*, Estados Unidos, Cambridge University Press, 2002, p.884.

³ Tversky, Amos y Kahneman, Daniel, "Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases", *Science*, Estados Unidos, vol. 185, núm. 4157, The American Association for the Advancement of Science, 1974, pp. 1124-1131.

⁴ Thaler, Richard y Sunstein, Cass, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness*, Estados Unidos, Penguin Books, 2009, pp. 312.

en que opera el comportamiento humano que las idealizaciones tradicionales desde las que suelen ser diseñadas y ejecutadas las políticas públicas, entre las que se incluye la del hombre como maximizador racional. De esta manera, las autoridades podrían incrementar sustancialmente el éxito en la prevención y “control” de la propagación de la enfermedad.

Como ha mostrado Lidia López en su contribución a este volumen, existen diversas estrategias conductuales con base científica que pueden emplearse para el diseño de políticas públicas tendentes a producir o generar comportamientos sociales benéficos para la sociedad y acordes con el derecho. Una de esas formas, que puede ser altamente eficiente y de implementación rápida y económica son los conocidos como *empujones* (*nudges*), entendidos como pequeños cambios en la arquitectura cognitiva de los agentes que toman decisiones que, aprovechando la existencia de los sesgos cognitivos y sin prohibir, eliminar o dificultar ninguna opción en el espacio de posibles decisiones de los agentes, puede cambiar el sentido de sus decisiones de manera que sus consecuencias les resulten favorables.⁵ De esta manera, los *nudges* y otras políticas que pueden ser denominadas como congruentes con el *pater-nalismo libertario* propuesto por Thaler y Sunstein, pueden formar parte de políticas diseñadas para resolver problemas como el contagio del virus SARS-CoV-2, sin restringir drásticamente la libertad de elección de las personas y sin suponer normas legales de carácter punitivo.⁶ Cabe señalar que estos *empujones* no son extraños en el diseño de políticas públicas. De acuerdo con la OCDE existen hasta este momento 202 instituciones alrededor del mundo que aplican hallazgos de las ciencias del comportamiento en el diseño de políticas públicas.⁷ México no ha sido la excepción y se han documentado casos exitosos de *empujones* en nuestro país, como

⁵ *Idem*.

⁶ Thaler, Richard y Sunstein, Cass, “Libertarian Paternalism”, *American Economic Review*, Estados Unidos, American Economic Association, vol. 93, núm. 2, 2003, pp. 175-179.

⁷ Un mapa al respecto puede consultarse aquí <https://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/behavioural-insights.htm/>.

el implementado en el metro de la Ciudad de México para promover la sana distancia entre sus usuarios y evitar aglomeraciones.⁸

En el marco de la pandemia COVID-19, durante las últimas semanas se ha observado en México que, a pesar de que se han hecho esfuerzos por difundir información relevante sobre la enfermedad, existe un grupo de la población que sigue haciendo caso omiso de las recomendaciones. Por ejemplo, hay personas que siguen saliendo a la calle para realizar actividades no esenciales, que no guardan la *sana distancia* recomendada, que no toman medidas básicas de protección como el uso adecuado de un cubrebocas, que organizan eventos en donde aglomeran personas o que incluso llegan a agredir a personal sanitario. Este tipo de comportamientos pueden representar un severo riesgo para la salud y deben ser objeto de políticas públicas diseñadas por las autoridades sanitarias para reducirlos.

Es indudable que estos comportamientos no son necesariamente contrarios a un posible proceso de maximización de la utilidad individual. Por ejemplo, podría ser el caso de alguien que, aun teniendo los recursos e información para tomar las medidas de prevención, tuviera preferencias que lo lleven a valorar más alguna actividad que su propia salud. Sin embargo, podemos calificar estos comportamientos de ser *no tan racionales*. Al decir esto no estamos haciendo una calificación moral de los comportamientos ni una evaluación de las capacidades cognitivas de las personas que los realizan. Tampoco nos abstraemos de la precaria realidad económica en la que se encuentran muchas personas, misma que limita las acciones de prevención que pueden seguir. A lo que nos referimos es que, asumiendo que la mayoría de la población valora más su salud y aceptando que es responsabilidad de las autoridades hacer lo posible por evitar la propagación de la enfermedad, resultan paradójicos los comportamientos que se desvían de la implementación óptima de las medidas recomendadas.

⁸ Información al respecto puede consultarse en la gaceta de la UNAM: <https://www.gaceta.unam.mx/nueva-propuesta-para-agilizar-el-metro/>.

Un supuesto importante para el diseño de estrategias de intervención que asumimos en esta investigación es que su eficacia depende de una adecuada segmentación de la población en categorías de personas con distintos mecanismos cognitivos que, por tanto, requieren de estrategias diferentes para la promoción del cambio conductual. En síntesis, proponemos considerar el uso de los *empujones* como una de las herramientas conductuales que pueden modificar comportamientos contrarios a la prevención de la enfermedad COVID-19, provocada por el virus SARS-CoV-2.

El resto de esta contribución está organizado de la siguiente manera. En la segunda sección explicamos cuáles son las heurísticas y los sesgos cognitivos potencialmente relacionados con el actuar de los individuos durante la pandemia. Es importante decir que, dentro de la tipología ofrecida por la contribución de Enrique Cáceres, nos referimos a los “creyentes no responsables”, “sumisos epistémicos” y “sumisos conductuales”. Por eso aquí vamos a enfatizar en el papel de los sesgos cognitivos y en propuestas de intervención conductual para agentes que tienen esas características. En la cuarta sección se revisa la literatura experimental más reciente sobre maneras de promover comportamientos de prevención usando hallazgos de la economía conductual. Finalmente, hacemos recomendaciones puntuales a las autoridades sanitarias basadas en esta perspectiva conductual donde desarrollaremos algunas propuestas de empujones que se pueden implementar.

Heurísticas y sesgos cognitivos involucrados en la actual pandemia

En contextos de riesgo e incertidumbre, donde el tiempo es limitado, los agentes suelen tomar decisiones rápidas basadas en ciertas reglas heurísticas de razonamiento, en vez de procesar toda la información disponible. Estas heurísticas usualmente les permiten tomar decisiones adecuadas, pero que muchas veces también los llevan a cometer errores de

razonamiento severos y sistemáticos que son predecibles. Estos errores se conocen como sesgos cognitivos y están presentes en la psicología humana.⁹ Se trata de ilusiones cognitivas que pueden llevar a las personas a tomar malas decisiones.

Según el trabajo de Tversky y Kahneman,¹⁰ hay por lo menos tres tipos de heurísticas: representatividad, disponibilidad, ajuste y anclaje. Cada una puede llevar a los agentes a cometer sesgos específicos. Conocer estos sesgos puede ser especialmente útil para entender fenómenos relacionados a la percepción distorsionada del riesgo que representa la COVID-19, en sectores específicos de la población. Sin la pretensión de ser exhaustivos, a continuación, mostramos las heurísticas y los sesgos cognitivos que pueden ser relevantes identificar en esta pandemia.

Heurística de la representación

Esta heurística señala que las personas suelen evaluar probabilidades por el grado en el cual un evento A es representativo de un evento B. De este modo, cuando A es altamente representativo de B, la probabilidad de que A se origina de B es juzgada como alta. Por otro lado, si A no es similar a B, la probabilidad de que A se origina de B es juzgada como baja. Por ejemplo, supongamos que A es el evento “la persona X es muy alta”, mientras que el evento B es “el padre de la persona X es muy alto”. De ahí, una regla heurística nos haría asumir que el origen de la estatura de la persona X está en un factor genético. Sin embargo, eso no es necesariamente el caso. Bien podría ser que fuera adoptado y su estatura nada tuviera que ver con la de su padre.

⁹ Kahneman, Daniel, “Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral Economics”, *The American Economic Review*, Estados Unidos, The American Economic Association, vol. 93, núm. 5, 2003, pp. 1449-1475.

¹⁰ Tversky, Amos y Kahneman, Daniel, *op. cit.* pp. 1124-1131.

Esta heurística se relaciona entonces con una percepción rápida de semejanzas entre diferentes eventos o clases de referencia. Los sesgos que pueden estar involucrados en esta pandemia debido al uso de esta heurística son los siguientes: Insensibilidad al tamaño de la muestra, ilusión de validez, insensibilidad a la predictividad, correlaciones espurias e insensibilidad a las probabilidades anteriores a los resultados. En el cuadro 1 se resumen estos sesgos y se ponen casos posibles de ocurrencia.

Cuadro 1
Posibles sesgos cognitivos presentes en la actual pandemia
relacionados a la heurística de la representación

<i>Sesgo cognitivo</i>	<i>Característica</i>	<i>Posibles casos</i>
Insensibilidad al tamaño de la muestra.	Se evalúan probabilidades sin tomar en cuenta el tamaño de la muestra.	Puede haber personas que evalúen el riesgo de contraer el virus comparando países con poblaciones muy distintas. Por ejemplo, decir que en X país las medidas están fallando por el número de muertos en comparación con el número de muertos en Y país, cuando la población del país X es mayor. Este sesgo parece estar presente en las personas que consideran como muestra el número de conocidos directos que tienen la enfermedad, sin considerar la muestra mayor que corresponde a la totalidad de la población.

<i>Sesgo cognitivo</i>	<i>Característica</i>	<i>Posibles casos</i>
La ilusión de la validez.	La gente comúnmente predice seleccionando el resultado que les parece más representativo. Esto es altamente dependiente de rumores.	Alguien podría razonablemente creer que gobiernos corruptos generan políticas públicas ineficaces. Y basándose en ello, asumir que todas las medidas contra el coronavirus que provienen de un gobierno que cree corrupto serán ineficaces, sin importarle otros factores que podrían hacerlas válidas. Este sesgo podría estar presente en aquellos que consideran que del hecho de que algunos trabajadores de la salud hayan muerto al estar expuestos a los pacientes infectados, entonces también el resto de los médicos están contaminados.
Insensibilidad a la predictibilidad.	Ocurre cuando la descripción de algún evento afecta la predicción.	En el caso de la pandemia, se puede decir que las probabilidades de infectarse del virus son altas o bajas en función de si se habla bien o mal del gobierno. Si se dice que el gobierno está haciendo todo bien, entonces se puede pensar que la probabilidad de contagiarse es baja. Si se dice que el gobierno está haciendo todo mal, entonces se puede pensar que la probabilidad de contagiarse es alta.

<i>Sesgo cognitivo</i>	<i>Característica</i>	<i>Posibles casos</i>
		Este sesgo parece estar presente con fines positivos en las explicaciones sobre la posibilidad de eficientar la capacidad de reacción hospitalaria si se aplanan la curva de contagios mediante las medidas de aislamiento. En sentido negativo, correspondería a las críticas hechas contra la supuesta falta de ejemplaridad del presidente, cuando apenas se estaba en la fase uno y no era prudente paralizar la economía prematuramente.
Correlaciones espurias.	Las personas suelen atribuir causalidad a las correlaciones a pesar de que en ocasiones no exista ninguna relación de causalidad entre los fenómenos correlacionados.	Una persona observa solamente a dos vecinos: uno no sigue las medidas de seguridad, mientras que el otro las sigue parcialmente. Si el primero no se enferma y el segundo sí, la persona podría falsamente concluir que las medidas no funcionan.
Insensibilidad a las probabilidades anteriores a los resultados.	Esto ocurre cuando se evalúa la probabilidad de un evento sin tomar en cuenta la probabilidad anterior o la tasa base de frecuencia.	Una persona podría pensar que si va a un evento con mucha gente el día inmediato después de que se declare el final de la fase 3 corre menos riesgo que el día anterior. Aunque la reducción del riesgo no sea realmente de un día para el otro.

<i>Sesgo cognitivo</i>	<i>Característica</i>	<i>Posibles casos</i>
		Este sesgo parece manifestarse en comentarios relativos a compensar el tiempo de encierro asistiendo a restaurantes, organizando fiestas, etcétera, apenas se declare la "reapertura" de la actividad social y económica por parte del gobierno.

FUENTE: Elaboración propia con base en Kahneman (2011), Thaler y Sunstein (2009), Tversky y Kahneman (1974).

Heurística de la disponibilidad

Esta heurística es llamada "disponibilidad" porque apela a los recuerdos sobre eventos y frecuencias sobre algunas clases de referencia que haya en la memoria de las personas. La disponibilidad es una señal muy útil para asignar frecuencias o probabilidad porque ejemplos de grandes clases son usualmente recordados mejor y más rápidamente que ejemplos de clases menos frecuentes.¹¹ Sin embargo, la disponibilidad es afectada por otros factores además de la frecuencia y la probabilidad. En consecuencia, la confianza en esta heurística lleva a sesgos. En esta pandemia los sesgos más comunes pueden ser correlaciones ilusorias, sesgos por la facilidad de recordar y la ilusión de control. En el cuadro 2 las resumimos y ponemos casos para ejemplificarlas.

¹¹ *Idem.*

Cuadro 2
Posibles sesgos cognitivos presentes en la actual pandemia
relacionados a la heurística de la disponibilidad

<i>Sesgo cognitivo</i>	<i>Característica</i>	<i>Posibles casos</i>
Correlación ilusoria.	En ocasiones las personas ven correlaciones donde sólo existen eventos independientes.	Si una persona ya ha salido de casa varios días y no se ha contagiado del virus, entonces, puede pensar que la probabilidad de contagiarse del virus mañana o pasado mañana será cada vez más baja. Sin embargo, lo que no toma en cuenta esta persona es que cada día que sale de su casa representa un evento independiente, donde el riesgo del contagio no depende de si ya ha salido antes y no se ha contagiado, sino del grado de difusión de la epidemia.
Los sesgos debidos a la facilidad de recordar.	Si es más fácil de recordar una instancia, entonces se piensa que la clase de la cual es parte es más grande, y a la inversa, si la instancia es más difícil de recordar, se piensa que la clase a la cual se pertenece es más pequeña.	Una persona puede llegar a la conclusión de que el virus de la COVID-19 no es tan contagioso o que no existe porque no ha visto a nadie cercano a su círculo social (familiares, amigos, vecinos, compañeros de trabajo) enfermarse de ese virus ni conoce a nadie conocido que tenga algún familiar o ser querido enfermo del coronavirus.

<i>Sesgo cognitivo</i>	<i>Característica</i>	<i>Posibles casos</i>
		Del hecho de que familiares y amigos que no usan adecuadamente le cubrebocas y por tanto están disponibles en la memoria de una persona, puede dejar en segundo término la información proporcionada por el gobierno.
La ilusión de control.	Es la tendencia a sobre estimar el grado de influencia de una persona sobre eventos externos.	A veces el exceso de información puede llevar a una persona a sobredimensionar sus capacidades para hacer frente al virus dando una falsa idea de control. Esto es particularmente grave dado que mucha de la información disponible es de baja calidad o incluso falsa. El hecho de que se hayan señalado como grupos vulnerables a quienes padecen de comorbilidad, personas mayores de 60 años y niños, puede hacer suponer a personas jóvenes que tiene invulnerabilidad al virus.

FUENTE: Elaboración propia con base en Kahneman (2011), Thaler y Sunstein (2009), Tversky y Kahneman (1974).

Heurísticas del ajuste-ancraje

En muchas situaciones las personas hacen estimaciones a partir de un valor inicial que es ajustado para producir la respuesta final. El valor inicial o punto de partida, podría ser sugerido por la formulación del problema o por el resultado de un cómputo parcial. En cual-

quier caso, según Tversky y Kahneman,¹² los ajustes son típicamente insuficientes. Es decir, diferentes puntos de partida llevan a diferentes estimaciones. Estas estimaciones están sesgadas hacia los valores iniciales, lo cual Tversky y Kahneman¹³ llaman “anclaje”. En el cuadro 3 resumimos un sesgo que puede ser relevantes en la actual pandemia: ajustes insuficientes.

Cuadro 3
Posibles sesgos cognitivos presentes en la actual pandemia
relacionados a la heurística del ajuste-anclaje

<i>Sesgo cognitivo</i>	<i>Característica</i>	<i>Posibles casos</i>
Ajuste insuficiente	Esto ocurre porque el punto inicial de partida carga el ajuste hacia el valor inicial	Puede que en las zonas donde no haya habido casos de la COVID-19 en las fases 1 y 2, el ajuste a la probabilidad de contagiarse en plena fase 3 sea menor porque su punto de partida de evaluación es excesivamente bajo. Pueden reconocer que hay un mayor incremento del riesgo de contraer el virus, pero puede que los ajustes de probabilidad sean excesivamente bajos

FUENTE: Elaboración propia con base en Kahneman (2011), Thaler y Sunstein (2009), Tversky y Kahneman (1974).

¹² *Idem.*

¹³ *Idem.*

Autocontrol y el comportamiento inercial

Además de los sesgos cognitivos arriba enumerados, también identificamos dos barreras conductuales adicionales: el autocontrol y el comportamiento inercial. El *autocontrol* es la capacidad que tienen los individuos para evitar tentaciones en la consecución de sus objetivos.¹⁴ La investigación en economía del comportamiento y en psicología sugiere que esta capacidad es limitada y posiblemente fijada desde muy temprana edad. Además, se ha relacionado la falta de autocontrol en niños con peores resultados de vida en la adultez, incluyendo la salud.¹⁵

Además, en el ámbito de la psicología existe otra barrera conocida como una preferencia por el presente o descuento temporal, conforme al cual, se prefiere realizar una conducta no benéfica e incluso perjudicial a corto plazo, en vez de ser consecuente con los beneficios a largo plazo que significaría no observarla. El ejemplo típico es el del fumador que siempre “se está echando el último cigarro”. En la categorización presentada en la contribución de Enrique Cáceres, estas barreras, o respuesta psicológica estará presente en los “rebeldes”.

¹⁴ Muraven, Mark y Baumeister, Roy, “Self-Regulation and Depletion of Limited Resources: Does Self-Control Resemble a Muscle?”, *Psychological Bulletin*, Estados Unidos, National Library of Medicine, vol. 126, núm. 2, 2000 pp. 247-259.

¹⁵ Moffitt, Harrington *et al.*, “A Gradient of Childhood Self-Control Predicts Health, Wealth, and Public Safety”, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, Estados Unidos, vol. 108 núm. 7, 3 de abril de 2020, pp. 2693-2698.

Cuadro 4
 Falta de autocontrol y comportamiento inercial ante la pandemia

<i>Elemento cognitivo</i>	<i>Característica</i>	<i>Posibles casos</i>
Falta de autocontrol	No poder evitar caer en tentaciones mientras se busca alcanzar un objetivo. Ya sea por el papel que tienen las emociones o los impulsos. Puede llevar a que los agentes decidan lo que no prefieren	Algunas personas podrían querer seguir las medidas de seguridad y hacer esfuerzos para hacerlo y, sin embargo, no lograrlo debido a cansancio, ansiedad o aburrimiento.
Comportamientos habituales inerciales	Son predisposiciones a actuar que se han adquirido con base en repeticiones en el tiempo	Una persona podría estar consciente de la importancia de usar un cubrebocas de forma correcta. Es decir, podría observar sus beneficios a largo plazo. Sin embargo, en un momento determinado, podría usarlo mal o seguir tocándose constantemente la cara, debido a que: 1. No tiene el hábito de usarlo, 2. Valora más en ese momento la comodidad a corto plazo que los beneficios de salud que existen a largo plazo.

FUENTE: Elaboración propia con base en Kahneman (2011), Thaler y Sunstein (2009), Tversky y Kahneman (1974).

Nudges potencialmente útiles

A partir de los elementos anteriores podemos proponer algunas medidas basadas en lo que Richard Thaler y Cass Sunstein han llamado “pequeños empujones” (*nudges*). Los empujones que aquí mencionamos son las reglas por defecto (*default*), advertencias gráficas

(*graphic warnings*), efectos de encuadre (*framing* y *priming*) entre otros recursos cognitivos. A continuación, los explicamos y damos algunas propuestas para usarlos en la actual pandemia.

Reglas por defecto

Las reglas por defecto son aquellas opciones que se activan en una situación específica cuando una persona no toma una decisión en un tiempo determinado. Aprovechan sobre todo los comportamientos inerciales de los agentes. La evidencia experimental muestra que muchas personas, especialmente cuando toman decisiones rápidas, eligen en función de la primera opción por defecto dada. O muchas veces no deciden en un tiempo limitado activándose así una opción que los afecta. Por ejemplo, poner o quitar de una mesa una ensalada, comida chatarra, o incluso las renovaciones automáticas de contratos (como los de plataformas en línea). Este tipo de medidas toman en cuenta barreras cognitivas como sesgos de estado presente, autocontrol, así como sesgos cognitivos ligados a la heurística de la disponibilidad (como facilidad de recordar, ilusión de control).

En la actual pandemia se pueden plantear las siguientes reglas por defecto:

1. Tener cubrebocas de tela reutilizables listos a las entradas y salidas de las puertas de casa para que la persona que vaya a salir tome uno y lo use. Quizá una familia puede tener a una persona que se encargue de poner cubrebocas limpios, porque muchas veces las personas que salen no prestan atención y agarran el cubrebocas que, por defecto, está a su alcance.
2. Tener gel antibacterial a las entradas y salidas de las casas y de lugares públicos para que la gente se desinfeste constantemente las manos al entrar y salir de diferentes lugares. Esto, por una parte, establece que la regla por defecto al entrar y salir es usar el gel antibacterial y, por otra, es un recordatorio para seguir las otras medidas de protección.

Advertencias gráficas

Las advertencias gráficas son recordatorios visuales que comunican riesgos o recuerdan las opciones que tiene el agente a su disposición. Apelan a la memoria del agente (tanto de corto, como de mediano y largo plazo). Las advertencias gráficas toman ventaja de un uso adecuado de las heurísticas de la representación, disponibilidad y del ajuste-anclaje para evitar caer en los sesgos antes explicados. Un ejemplo es el caso de “Susana Distancia” que de forma visual y clara ayuda a explicar el concepto de sana distancia en la población y es muy fácil de recordar. Ayuda, además, a que la gente asocie más riesgo de contagio a las aglomeraciones de personas que no respetan la sana distancia. Otras propuestas son:

1. Recordar constantemente a las personas por medio de imágenes y mensajes de celular que no deben tocarse la cara con los dedos cuando lleven el cubrebocas.
2. Al sentir la necesidad de tocarse la cara porque haya comezón o incomodidad, y como sabemos que hay falta de autocontrol y comportamientos inerciales, puede sugerirse a la gente usar la parte interna de la muñeca de la mano, en vez de los dedos, para tocarse y aliviarse. Un hábito inercial sólo se puede sustituir con otro hábito inercial.¹⁶
3. Imágenes donde se diga que se tiene que evitar tocarse la zona T de la cara para evitar que el virus entre por los ojos y nariz.
4. Poner líneas en el suelo en las entradas a los mercados, supermercados o tortillerías para garantizar que la gente tome su sana distancia (como las líneas puestas en el metro para evitar aglomeraciones).

¹⁶ West, Robert *et al.*, “Applying Principles of Behaviour Change to Reduce SARS-CoV-2 Transmission”, *Nature Human Behavior*, Estados Unidos, vol. 4, Springer Nature, 2020, pp. 451-459.

5. Colocar anuncios en el transporte público que diga (el viaje en el transporte público incrementa los riesgos de contagio del virus SARS-CoV-2).
6. Colocar en los barandales de las escaleras del metro, escuelas y otros lugares públicos letreros que digan (cuidado, si tocas el barandal te puedes infectar del virus SARS-CoV-2).
7. Hacer carteles donde se le recuerde a la gente que hacerse las pruebas de la COVID-19 no cura la enfermedad, pues hasta la fecha no hay ni tratamiento médico adecuado ni tampoco vacuna. Lo mejor siempre es quedarse en casa y ya sólo en casos de urgencia, ir al hospital.

Encuadrar (*framing*) y predisponer (*priming*)

Los efectos encuadre muestran cómo los agentes pueden inferir diferentes conclusiones a partir de la misma información, pero la inferencia es dependiente de cómo se presenta la información. Pueden usar elementos relacionados a las heurísticas de representatividad, disponibilidad y ajuste-ancraje. Si queremos generar comportamientos de aversión al riesgo que lleve a las personas a exponerse menos a situaciones de contagio, se pueden comunicar riesgos sobre la tasa de letalidad así: “10% de los casos confirmados murieron a causa de complicaciones de la COVID-19”, en vez de decir 90% de los casos confirmados sobrevivieron.

Predisposiciones (*priming*)

Mantener un relato realista sobre lo que realmente está haciendo el gobierno para que la población no tienda a hacer inferencias inadecuadas sobre los riesgos de contagio que tiene, ya sea infravalorando los riesgos de contagio, o sobrevalorarlos.

Empujones sociales

Hay otro tipo de empujones que se relacionan con dos cosas: dar información sobre lo que hacen otros, y generar presiones a un agente por medio de otros agentes. En ambos casos opera el mecanismo cognitivo de la imitación, donde las personas siguen lo que hacen otros (la mayoría de un grupo, o las personas que resolvieron un problema de forma adecuada). También se ven afectadas por lo que otros dicen (les importa su reputación). En este contexto se pueden aplicar los siguientes empujones sociales:

1. Hacer más visibles los casos de las personas que toman mejores medidas de prevención para presentarlos como casos normales. Para eso sería bueno que hubiera reportajes sobre cómo las familias se cuidan enfatizando en los aciertos.
2. Hacer más visibles los casos donde las personas han tomado acciones que son inadecuadas y que pueden representar riesgos de contagios (como estornudar sin etiqueta, salir sin usar cubrebocas, no mantener sana distancia, tocarse la cara mientras se usa el cubrebocas, usar el cubrebocas como collar o diadema, así como la organización de aglomeraciones de más de 10 personas).
3. Impulsar campañas de información dirigidas a los padres y madres de familia para que ellos tengan una opinión informada que lleve a la familia en su conjunto a adoptar buenas medidas de seguridad ante el virus. Es importante pensar que en las familias se forman opiniones, y lo que dice la mayoría, o la jefa o jefe de familia es lo que tiende a marcar un patrón de comportamiento en cada uno de los individuos.
4. Abordar el tema de la difusión de noticias falsas, rumores y teorías de la conspiración de una forma más sistemática. En la contribución de Nuria Álvarez y Manuel García se habla de manera extensiva sobre esto.

En estos ejemplos se usan las heurísticas de la disponibilidad porque se ponen a la disposición de las personas casos que son fáciles de recordar sobre lo que otros hacen. También toman ventaja de la heurística del ajuste-anclaje, porque cuando más personas están más informadas sobre lo que otros hacen (bien o mal), en los procesos de deliberación colectiva (entre amigos o familiares) “cargan” la opinión general hacia un lado contrarrestando así los sesgos de ajuste insuficiente que otras personas menos informadas pueden tener.¹⁷

Experimentos conductuales sobre COVID-19

Todos los elementos antes mencionados se pueden reforzar con los principales resultados que actualmente se están generando dado que ya se están realizando investigaciones experimentales alrededor del mundo. En esas investigaciones se analizan, desde el punto de vista de la economía conductual, el impacto de distintas variables en la disposición de los individuos a seguir las medidas recomendadas de prevención. Dada la importancia estratégica de esta literatura, creemos que es relevante presentar los resultados más importantes para reforzar lo que aquí hemos dicho. Sin embargo, es necesario tener presente que se trata de investigaciones que, debido a la coyuntura, tiene limitantes tanto de diseño como relacionadas al hecho de que no han pasado aún por un proceso de revisión por pares. La totalidad de los experimentos que encontramos se hicieron en países más desarrollados y ninguno en América Latina. Es, por tanto, pertinente realizar un esfuerzo que analice esto en una realidad más cercana. Subrayamos la importancia de hacer ejercicios similares en México.

Se ha encontrado evidencia en los Estados Unidos de que mensajes con argumentos deontológicos, es decir, basados en obligaciones morales, tienen más impacto que aque-

¹⁷ Thaler, Richard y Sunstein, Cass, *op. cit.*, pp. 53-71.

llos basados en virtudes o argumentos utilitaristas.¹⁸ En otro experimento realizado en Italia, se mostró que apelar a normas sociales, tanto injunctivas como descriptivas, no mostró un efecto significativo en la comprensión de las medidas recomendadas ni en el tiempo que se dedicó a leer panfletos informativos.¹⁹ Esto sugiere el potencial de apelar a los deberes morales, más que a las normas sociales, para promover comportamientos deseables de protección frente al virus causante de la enfermedad COVID-19. Esto será especialmente útil para el diseño de las advertencias gráficas, para lograr así transmitir emociones y valores éticos, pues la evidencia apunta a que estos tienen más fuerza persuasiva.

Por su parte, en un experimento basado en una encuesta en línea también en los Estados Unidos,²⁰ se encontró que mensajes que apelan a cuidar a otros son más efectivos para promover intenciones de seguir las recomendaciones de prevención que mensajes que apelan a cuidarse a uno mismo. De forma similar, en un estudio realizado en Irlanda se compararon tres tipos de posters: en uno se presenta información sobre la enfermedad de una manera simple, en otro se hace énfasis en el riesgo de transmisión y, finalmente, en otro se subraya que una persona puede terminar afectando a muchas más. Se encontró que la información sobre la posibilidad de contagiar a grandes grupos de personas o a personas vulnerables redujo más la aceptabilidad de acciones que las otras maneras de presentar la información.²¹

¹⁸ Everett, Jim *et al.*, "The Effectiveness of Moral Messages on public Health Behavioral Intentions During the COVID-19 Pandemic", *PsyArXiv*, Estados Unidos, Cornell University, 31 de marzo de 2020, pp. 1-28.

¹⁹ Bilancino, Ennio *et al.*, "The Effect of Norm-Based Messages on Reading and Understanding COVID-19 Pandemic Response Governmental Rules", *Physics and Society*, Estados Unidos, Cornell University, 6 de mayo de 2020, pp. 1-28.

²⁰ Jordan, Jillian *et al.*, "Don't Get it or Don't Spread It? Comparing Self-Interested versus Prosocially Framed COVID-19 Prevention Messaging", *PsyArXiv*, Estados Unidos, Cornell University, 2020, pp. 1-45.

²¹ Lunn, Pete *et al.*, "Motivating Social Distancing During the Covid-19 Pandemic: An Online Experiment", *Working Paper*, Estados Unidos, núm. 658, Economic and Social Research Institute, pp. 1-20.

Estos dos artículos sugieren la relevancia de señalar el impacto que pueden tener acciones de descuido. Sería recomendable que el gobierno realizara campañas subrayando que el que una persona no siga las medidas de protección, pone en riesgo al resto, dado que se está apelando a preferencias prosociales que, en momentos de crisis y de emergencia, se activan de manera masiva (como fue el caso de los temblores ocurridos en la CDMX).

Además, se encontró a partir de una encuesta realizada en los Estados Unidos durante el inicio de la pandemia,²² que auto reportes de seguir normas de prevención como mantener distancia social y el lavado de manos está relacionado con la percepción de la probabilidad de personalmente contraer la enfermedad COVID-19. No así, con la percepción de la probabilidad de la transmisión en general o con la gravedad de las infecciones. Esto quiere decir que la percepción del riesgo tiene relevancia en las decisiones que toman los individuos durante la pandemia. Finalmente, de forma similar, en otra investigación²³ se encontró recientemente en una muestra con individuos de Reino Unido, que el principal predictor de cambio conductual relacionado a mantener distancia social y aumentar la higiene era el miedo a la enfermedad. Estos dos resultados no deben ser interpretados como una sugerencia de que el gobierno se esfuerce en inducir miedo o sobredimensionar los riesgos de contagio, sin embargo, sí señalan la importancia de reiterar las consecuencias que científicamente se ha mostrado que puede tener la enfermedad. Más aún cuando estas consecuencias son, por los sesgos explicados con anterioridad, frecuentemente subestimadas. Lo que tenemos que evitar es que las personas adopten comportamientos basados en una sobreconfianza injustificada.

²² Wise, Toby *et al.*, "Changes in Risk Perception and Protective Behavior During the First Week of the COVID-19 Pandemic in the United States", *PsyArXiv*, Preprints, marzo de 2020 pp. 1-13.

²³ Harper, Craig *et al.*, "Functional Fear Predicts Public Health Compliance in the COVID-19 Pandemic", *International Journal of Mental Health and Addiction*, Estados Unidos, US National Library of Medicine, 2020, pp. 1-14.

Conclusión: acciones recomendadas

En este escrito hemos expuesto algunas heurísticas de razonamiento y algunos de los principales sesgos cognitivos que podrían estar involucrados en decisiones no tan racionales que algunos agentes pueden estar tomando en esta pandemia de la COVID-19. Se requiere de más investigación empírica para corroborar que, en efecto, esos sesgos están ocurriendo en la actualidad. Aquí están formulados de manera hipotética. Sin embargo, esos sesgos nos permiten diseñar algunas estrategias para generar un cambio en el comportamiento de los agentes que los lleve a tomar decisiones más adecuadas. Algunas implicaciones de política pública que se desprenden del presente escrito son:

1. Mantener los llamados reiterados de la Jornada Nacional de Sana Distancia.
2. Considerar la implementación de *empujones* como los que mencionamos en el texto como medidas auxiliares a las políticas ya implementadas.
3. Generar información de tipo experimental a partir de una encuesta que se realice en la Ciudad de México que, en el contexto de un país en desarrollo, contribuya a la literatura sobre mejores maneras de informar y motivar comportamientos que prevengan la enfermedad.
4. Incrementar las campañas de información dirigidas a sectores específicos de la sociedad, como puede ser el caso de madres y padres de familia, pero también a los jóvenes para que sean conscientes de los riesgos de contagio del virus SARS-CoV-2. Es importante que estas campañas combinen información científicamente validada con medios de presentación que ayuden a que sea fácil de recordar y que llegue a los individuos en momentos relevantes. Hacer videos tutoriales sobre cómo ponerse y quitar el cubrebocas puede ser muy útil.

5. Invitar a la gente a pensar en el diseño y aplicación de empujones que ellos mismos puedan implementar en sus localidades y darles visibilidad (por ejemplo, mediante la organización de un “nudgetón”).