

Storytelling in Economics

Maestría en Economía Aplicada

Profesor Alain Pineda

ITAM

Narrativas y Eventos Económicos

Narrativas y Eventos Económicos - Causalidad

- Shiller menciona que el objetivo de estudiar la economía de las narrativas es mejorar la habilidad de las personas de anticipar y lidiar con eventos económicos significativos como depresiones y recesiones.
- Una de las complejidades de narrativas en economía es la doble causalidad.
- Nuevas narrativas contagiosas causan eventos económicos y eventos económicos causan cambios en narrativas.

Narrativas $\longleftrightarrow$ Eventos económicos

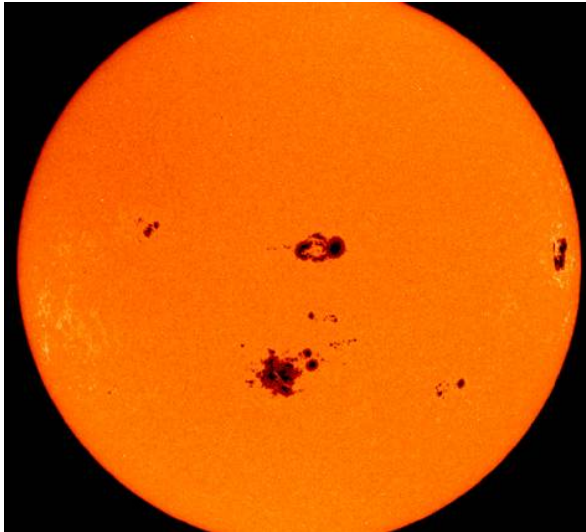
Narrativas y Eventos Económicos - Causalidad

- Algunos economistas consideran que la causalidad solo va de eventos económicos a narrativas y no al revés.
- Sin embargo, las narrativas pueden tener efectos importantes en eventos económicos.
- Ha habido debates importantes en la disciplina sobre el impacto de profecías autocumplidas.

Narrativas y Eventos Económicos - Causalidad

- En 1878 el economista William Stanley Jevons propuso que las fluctuaciones económicas podrían ser explicadas por variaciones en los rayos de sol.
- Si el calor que proviene del sol es más fuerte en algunos años que otros, las cosechas y otros productos económicos pueden ser superiores en años más calurosos.
- Estas variaciones se pueden identificar por las manchas solares.

Narrativas y Eventos Económicos - Profecías Autocumplidas



Narrativas y Eventos Económicos - Profecías Autocumplidas

- La teoría suena posible, pero trabajos de investigación demostraron que las variaciones solares son muy pequeñas para tener un efecto sustancial.
- Las manchas solares puede ser que no afecten a la economía de manera directa, pero sí de manera indirecta si la gente “místicamente” piensa que lo hacen (Cass & Shell, 1983).
- Ahora los economistas utilizan el término de “manchas solares” (*sunspots*) para referirse a ruido exógeno que afecta a la economía porque la gente cree que lo hace.

Narrativas y Eventos Económicos - Profecías Autocumplidas

- Las profecías autocumplidas no surgen de la nada.
- Generalmente, surgen de millones de mutaciones de narrativas, algunas de las cuales se vuelven lo suficientemente contagiosas para convertirse en epidemias.
- Tratar de entender eventos económicos grandes únicamente observando datos como el PIB, salarios, tasas de interés, etc. corre el riesgo de dejar de lado las motivaciones detrás de los cambios observados.
- Es fácil para los economistas caer en esta trampa (“tyranny of metrics”).
 - Hay datos abundantes para todas las variables mencionadas.
 - Para las narrativas los datos son más complicados.

Narrativas y Eventos Económicos - Causalidad

- Las historias contagiosas son generalmente creativas e innovadoras, no solamente una reacción lógica a eventos económicos.
- Muchas veces los economistas reconocen narrativas asociadas a eventos pero parten del supuesto que las fuerzas económicas profundas son otras:
 - Avances en producción,
 - Descubrimiento de recursos naturales,
 - Cambios demográficos,
 - Nueva investigación económica, etc.
- Esto puede obviar los elementos esenciales que causan cambios económicos.

Narrativas y Eventos Económicos - Causalidad

- Las narrativas económicas trabajan de manera predecible:
 - Son contagiosas,
 - Sugieren “guiones” para que la gente los siga,
 - Se repiten sus mensajes,
 - Proliferan con el interés humano.
- Afectan a la sociedad y el curso de la actividad económica de manera significativa.

Narrativas y Eventos Económicos - Causalidad

- El efecto de narrativas sobre el comportamiento humano ha sido estudiado por otras disciplinas:
 - Marketing - *self-referencing* (relacionar un producto con experiencias personales).
 - Periodismo - consumidores retienen más noticias presentadas en forma de historias.
 - Educación - beneficios de enseñanza centrada en narrativas.
 - Salud - personas responden mejor a intervenciones de salud cuando se identifican con historias personales.
 - Filantropía - mensajes con narrativa son más efectivos que estadísticas.
 - Derecho - las narrativas pueden afectar la probabilidad de condenar a alguien.

Narrativas y Eventos Económicos - Causalidad

- La economía puede aprender de otras ciencias sociales.
- Las historias son partes muy importantes de las narrativas.
 - Apelan a las emociones.
- La metáfora principal que utilizamos para entender una crisis económica es la de ver a la economía como una “persona sana o enferma”.
 - Hay termómetros como la bolsa de valores o índices de confianza.
- Sin embargo, el progreso de la economía no es tan sencillo. Tiene muchas otras dimensiones, incluso morales (individualismo vs. colectivismo, lealtad vs. oportunismo, etc.)

Narrativas y Eventos Económicos - Causalidad

- *Flashbulb memory* - un recuerdo vívido y duradero.
- Memorias que involucran una identidad compartida con otros es más probable que se conviertan en *flashbulb memories*.
- Ejemplos recientes:
 - COVID-19 y el confinamiento.
 - Los ataques del 11 de septiembre de 2001.

Narrativas y Eventos Económicos - Causalidad

- En 2001, la economía de Estados Unidos estaba en recesión desde marzo.
- Justo después de los ataques, había miedo de que la recesión se prolongara por una caída en la actividad.
 - Se creía que las personas iban a tener miedo de salir por la posibilidad de otros ataques.
- Al final parece que los ataques terroristas tuvieron el efecto contrario.
 - La recesión terminó en noviembre - una de las recesiones más cortas en la historia.
 - Surgió una narrativa donde los líderes le pidieron a la población realizar actos simbólicos para mantener la confianza nacional.

Narrativas y Eventos Económicos - Causalidad

We must stand against terror by going back to work... Terrorism will not stand, the evildoers will not be able to terrorize America and our work force and our people. When they struck, they wanted to create an atmosphere of fear. And one of the great goals of this nation's war is to restore public confidence... Do your business around the country. Fly and enjoy America's great destination spots. Get down to Disney World in Florida. Take your families and enjoy life, the way we want it to be enjoyed.

George W. Bush

Narrativas y Eventos Económicos - *Fake News*

- Muchas veces, al contar historias se recurre a la ficción o *fake news* para hacerlas más atractivas.
- A la gente siempre le han gustado las historias entretenidas, aunque no sean verdaderas (leyendas urbanas).
- Las luchas falsas (lucha libre, por ejemplo) son un fenómeno muy popular en distintas culturas.
 - El público disfruta de una pelea que es obviamente falsa, pretendiendo que es real.
 - Raramente hay apuestas en este tipo de eventos deportivos, a diferencia del resto.
- Las *fake news* parecen ser parte de la naturaleza humana. La falsedad, en forma de narrativas falsas también tiene efectos económicos importantes.

Narrativas y Eventos Económicos - 7 Proposiciones

1. Las epidemias pueden ser rápidas o lentas, grandes o pequeñas.

- No hay un curso “estándar” para la epidemia de una narrativa.
- Rápido crecimiento no implica que vaya a tener significancia en el largo plazo.
- Tener cuidado de no apresurarse a juzgar el impacto de una narrativa.
- Podemos caer en la trampa de confiar demasiado en el *best seller status*.
- La tasa de contagio también varía de manera importante de una epidemia de narrativa a otra.

Narrativas y Eventos Económicos - 7 Propositiones

2. **Narrativas económicas importantes pueden ser un porcentaje pequeño de la conversación popular.**
 - Epidemias muy significativas pueden generar pocas conversaciones.
 - ¿Cuántas veces hablan de sus planes de ahorro para el retiro?
3. **Constelaciones de narrativas tienen más impacto que cualquier narrativa aislada.**
 - Otros términos: gran narrativa, narrativa maestra, metanarrativa.

Narrativas y Eventos Económicos - 7 Proposiciones

4. El impacto económico de las narrativas puede cambiar en el tiempo.

- Las narrativas se deben leer en términos de sus implicaciones para la acción, en el contexto en el que se hablaron.
- Primera Guerra Mundial: cuando Austria-Hungría le declara la guerra a Serbia en 1914, los precios de las acciones empezaron a caer de tal manera que las bolsas de valores cerraron.
- Segunda Guerra Mundial: cuando el Reino Unido le declara la guerra a Alemania en 1939, el índice compuesto de S&P subió casi 10%. La Primera Guerra Mundial resultó bastante redituable para varios inversionistas.

Narrativas y Eventos Económicos - 7 Propositiones

5. La verdad no es suficiente para detener falsas narrativas.

- Primera Guerra Mundial: en parte empezó porque se volvió viral una narrativa de que el primer país en atacar generalmente tiene una ventaja.
- Esta narrativa ya se había probado falsa en un libro de 1911 de Norman Angell (*The Great Illusion*). Terminó ganando el Nobel de la Paz en 1933.
- El conocimiento general avanza de manera constante. El conocimiento que afecta el comportamiento económico no necesariamente.
- Las historias falsas tienden a tener tasas de contagio mayores (Vosoughi et al., 2018).
- Una nueva historia que corrige a una historia falsa puede no ser tan contagiosa, prolongando los efectos económicos de la narrativa falsa.

Narrativas y Eventos Económicos - 7 Propositiones

6. El contagio de narrativas económicas se basa en oportunidades para la repetición.

- Frecuencia de oportunidades para insertar una narrativa en una conversación.
- Nuevas ideas y conceptos incrementan las oportunidades de contagio (ChatGPT y las narrativas de desplazamiento de trabajo, por ejemplo).

7. Las narrativas florecen con el apego: interés humano, identidad, patriotismo.

- Celebrities/influencers.
- Wikiquotes - muchas veces las personas famosas por una frase estaban citando a alguien más.
- La elección de celebrities asociadas a narrativas también tiene dimensiones patrióticas.
- El patriotismo también exalta la importancia de las narrativas nacionales. Muy claro en el caso de Estados Unidos.

Pánico y Confianza

Pánico y Confianza

- Desde el siglo XIX, una clase de narrativas acerca de la confianza ha influenciado fluctuaciones económicas.
- Económicamente, las historias más importantes son las de la confianza de otros y los esfuerzos de promover la confianza del público.
- Las primeras narrativas sobre confianza fueron sobre pánicos bancarios.
 - “Si mi dinero está aquí, no lo quiero. Si no está aquí, lo quiero.”

Pánico y Confianza

- Principales clases de narrativas que han caracterizado la historia de economías industrializadas:
 1. Pánico financiero
 2. Confianza de los negocios
 3. Confianza de los consumidores

Pánico y Confianza

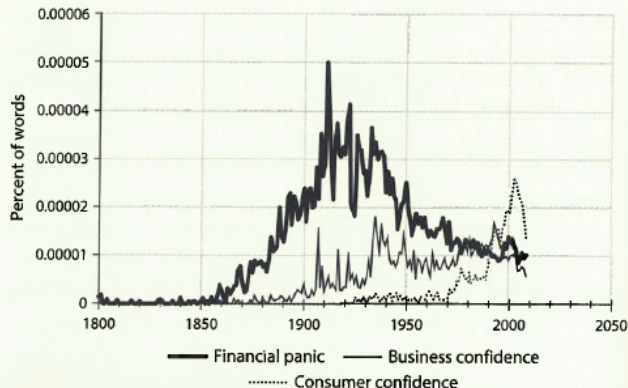


FIGURE 10.1. Frequency of Appearance of *Financial Panic*, *Business Confidence*, and *Consumer Confidence* in Books, 1800–2008

The figure shows three separate recurrences of the confidence narrative, but referring to different sectors, finance, business, and consumer. *Source:* Google Ngrams, no smoothing.

Pánico y Confianza

- En el siglo XIX se empezó a hablar de pánico y no de depresión o confianza de consumidores.
- La banca no era muy generalizada. Casi nadie ahorra.
- Las historias de pánico financiero se veían como historias de los ricos, gente pretenciosa que tal vez se merecían las consecuencias.

Pánico y Confianza

- Después del pico de la narrativa del pánico financiero se establece el sistema de banca central de Estados Unidos.
 - Federal Reserve Act of 1913 - objetivo era proveer “una cura a los pánicos de los negocios”.
- Una narrativa poderosa surge asociada a la celebridad de J.P. Morgan.
 - Uno de los hombres más ricos, que decide usar su dinero y el de otros banqueros para contribuir a un rescate del sistema bancario.
 - El sistema de la Reserva Federal fue modelado con base en su consorcio de banqueros.

Pánico y Confianza

- Después de 1930 la narrativa cambia hacia confianza de los negocios y de los consumidores.
- Estas narrativas se asocian más con desolación que un miedo repentino.
- Asociado a la popularización de la palabra “depresión”.

Pánico y Confianza

- Durante la depresión de los 1930, George Gallup es el primer científico social en medir la confianza de negocios y consumidores usando métodos científicos de encuestas.
- 1950s - el psicólogo George Katona construye un “Índice de Sentimiento del Consumidor”.
- 1966 - Conference Board crea un Índice de Confianza del Consumidor.
- El concepto de *crowd psychology* se vuelve muy popular, alcanzando el pico en los 1930.

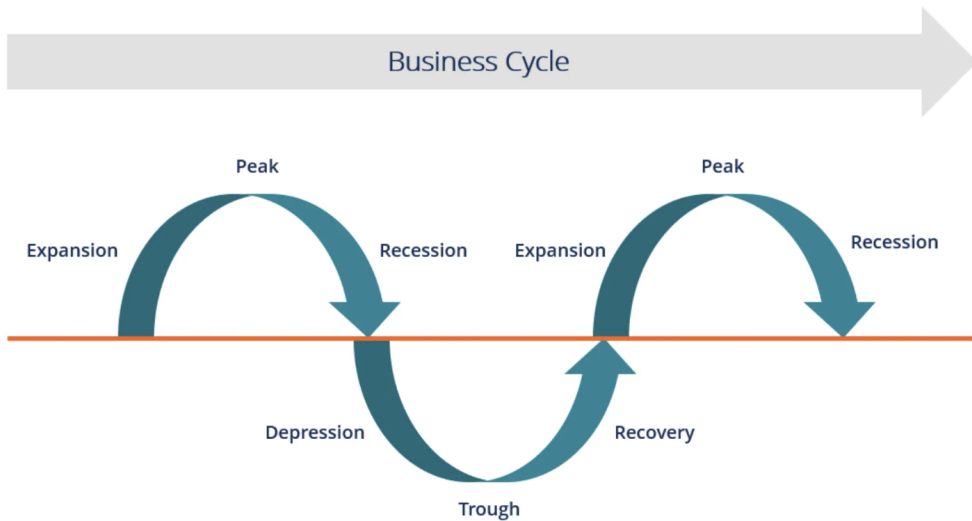
Pánico y Confianza

- Otro concepto popular es el de sugestión - el comportamiento individual humano es subconscientemente imitativo y reactivo al de otros.
- Autosugestión también se vuelve popular (estado de mente, afirmaciones, etc.).
- La idea de que la mente humana es sugestionable es diametralmente opuesto al concepto del hombre como un optimizador racional.

Pánico y Confianza

- Avances en las capacidades de predecir eventos climáticos también llevó a pensar que los economistas deben ser capaces de predecir recesiones.
- En la medida en que el público cree en los pronósticos de expansiones o recesiones, puede haber un elemento de profecía autocumplida.
- Idea de que las fluctuaciones económicas tienden a repetirse - el ciclo económico (*business cycle*).

Pánico y Confianza

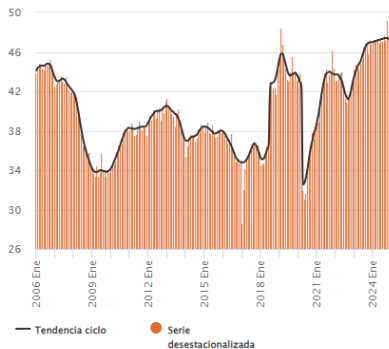


Pánico y Confianza

- La idea de que el ciclo económico tiene una repetición definida (una década, por ejemplo) se ha vuelto menos popular entre economistas pero sigue siendo muy popular en la población general.
- Indicadores adelantados - predictores de la actividad. Pueden incentivar a la gente a reaccionar de manera anticipada, disminuyendo actividad por ejemplo, y creando la misma recesión pronosticada.
- Nadie quiere gritar “fuego” en un teatro en llamas - se puede generar pánico y una estampida que empeore las cosas.
- “My only fear is the fear of fear” - Irving Fisher.
- “I believe the only thing we need to fear is fear itself” - FDR, citando a alguien más.

Indicador de Confianza del Consumidor - México

2025 Ene



Fuente:

INEGI. Series calculadas por métodos econométricos con base en los resultados de la Encuesta Nacional sobre la Confianza del Consumidor, elaborada de forma conjunta por el INEGI y Banco de México.

Indicador de Confianza del Consumidor - México

Cuadro 1
Indicador de Confianza del Consumidor y sus componentes
cifras desestacionalizadas
enero de 2025
(puntos)

Indicador y componentes	Nivel en enero de 2025	Diferencias en puntos respecto a:	
		diciembre de 2024	enero de 2024
Indicador de Confianza del Consumidor	46.7	-0.3	-0.4
Situación económica en el momento actual de los miembros del hogar comparada con la que tenían hace 12 meses.	51.5	0.3	0.0
Situación económica esperada de los miembros del hogar dentro de 12 meses, respecto a la actual.	58.1	-0.6	-0.4
Situación económica del país hoy en día, comparada con la de hace 12 meses.	43.4	-0.2	-0.3
Situación económica del país esperada dentro de 12 meses, respecto a la actual.	50.3	-0.9	-0.4
Posibilidades en el momento actual de las y los integrantes del hogar, comparadas con las de hace un año, para realizar compras de muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos, etc.	29.9	-0.4	-0.9

Nota: La serie desestacionalizada del icc se calcula de manera independiente a la de sus componentes.
Cifras elaboradas mediante métodos econométricos.

Fuente: INEGI y Banco de México. Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor (ENCO), 2025.

Narratives in Economics

Michael Roos & Matthias Reccius
Journal of Economic Surveys, 2023

Narratives in Economics (RR)

- **Revisión del estudio de narrativas en economía y propuesta de una definición más estructurada y avances potenciales.**
- Me parece una buena muestra de cómo avanza la ciencia, construyendo sobre nuevas ideas.
- Muy buena revisión de la literatura.
- Crítica constructiva al estado de esta área de la economía.
- Orden y fácil de seguir, aunque con mucha sustancia y hablando de diferentes disciplinas.

Narratives in Economics (RR)

- La proposición principal del paper es que el término narrativa no está todavía bien definido en la literatura económica.
- Crítica a Schiller: sus ideas son sugestivas y estimulantes pero un poco vagas y subjetivas.
- Las narrativas nunca son independientes de las personas que las inventan y circulan.
- Hay que identificar los sistemas de creencias de los agentes, que es lo que le da significado a las narrativas.

Narratives in Economics (RR)

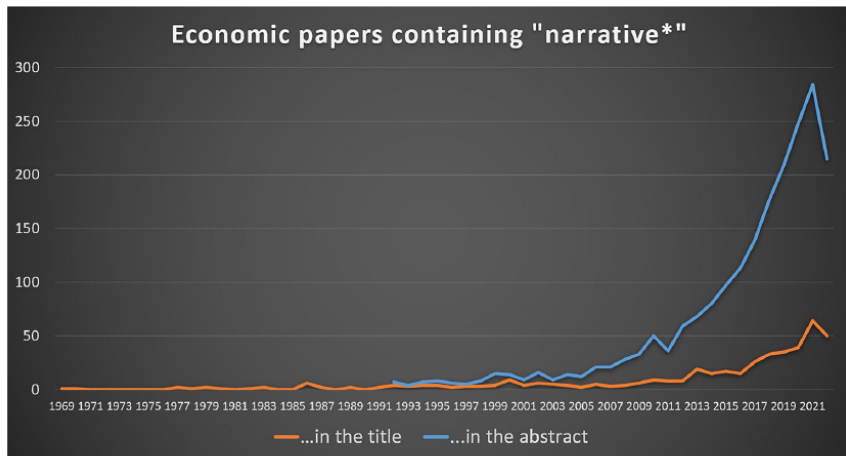


FIGURE 1 Count of papers with “narrative*” in title/abstract in Web of science category economics.

Narratives in Economics (RR)

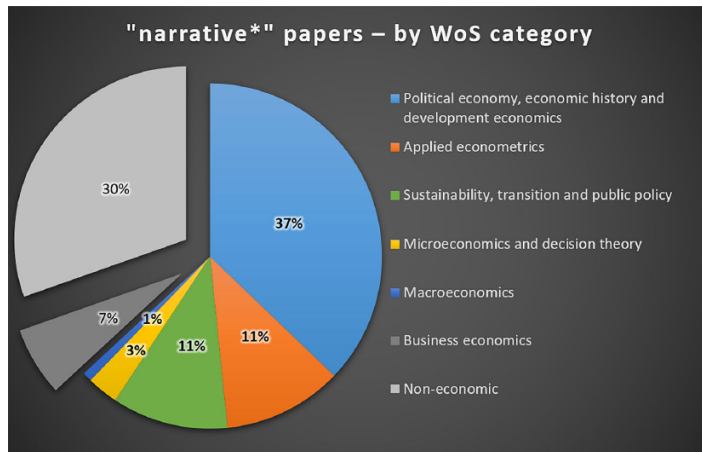


FIGURE 2 Categorization of papers with “narrative*” in title in Web of science category economics. [Colour figure can be viewed at wileyonlinelibrary.com]

Narratives in Economics (RR) - Distintos Usos

1. Economía política, historia económica y desarrollo
 - Explicaciones de fenómenos e historias que agentes usan.
2. Macroeconomía
 - Efecto causal de narrativas en macroeconomía (Shiller).
3. Econometría aplicada
 - Uso de datos narrativos cualitativos para refinar modelos.
4. Sustentabilidad, transición, y pensamiento futuro
 - Medios de coordinación, transformación de pensamiento.
5. Microeconomía y teoría de decisión
 - Construcción de narrativas individuales.

Narratives in Economics (RR) - Distintos Usos

- Tres funciones básicas de las narrativas:
 1. Resumen interpretativo de los hechos y los mecanismos que explican algo.
 2. Herramienta para análisis de política.
 3. Conductor activo de la economía.
- Esta última es específica a economía de las narrativas y es un cambio de paradigma.

Narratives in Economics (RR) - Definición

A collective economic narrative is a sense-making story about some economically relevant topic that is shared by members of a group, emerges and proliferates in social interaction and suggests actions.

Narratives in Economics (RR) - Definición

Story

- Historia - articulación de una secuencia temporal de eventos.
- Las narrativas son historias, no todas las historias son narrativas.

Narratives in Economics (RR) - Definición

Sense-making

- La historia tiene un significado más profundo para el que habla y el que escucha.
- Relaciones causales.
- Contenido emocional.
- Evaluación normativa - sistemas de creencias y valores.

Narratives in Economics (RR) - Definición

Shared by members of a group

- La historia debe hacer sentido para miembros de un grupo y contarse dentro de ese grupo.
- El sistema de creencias compartido es un prerequisite para la existencia de una narrativa compartida que haga sentido, pero también puede ser formado por narrativas.

Narratives in Economics (RR) - Definición

Emerges and proliferates in social interaction

- Las narrativas colectivas no son creadas por un agente.
- Son el resultado de interacciones repetidas entre miembros de un grupo o entre diferentes grupos.
- Crítica a la comparación de epidemias de Shiller:
 - Pasar un virus pasa inconscientemente y de forma pasiva.
 - Contar y escuchar narrativas es un proceso activo, con intención.

Narratives in Economics (RR) - Definición

Suggests actions

- Las narrativas no son objetos interesantes en sí mismos para los científicos sociales, sino porque tienen una función en grupos y/o sistemas sociales.
- Coordinan acciones grupales.

Narratives in Economics (RR)

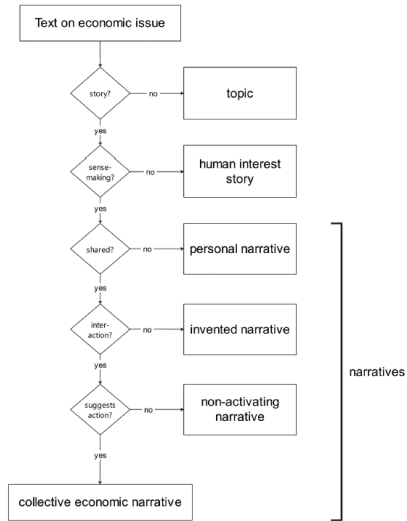


FIGURE 3 Is a text a collective economic narrative?

Narratives in Economics (RR) - Retos de Identificación

- *Topic analysis* no es suficiente - se necesita identificar temporalidad como requisito para una historia.
- Narrativas muy arraigadas en el sistema colectivo de creencias de un grupo necesitan menos elementos explicados - más difícil de identificar.
- Identificar narrativas que son similares pero no idénticas.
- Es difícil establecer sugerencias a acción desde un texto.

Narratives in Economics (RR) - Sugerencias

- Usar diferentes métodos.
- Natural Language Processing (NLP).
- Aceptar la inevitabilidad de la retórica en la disciplina (McCloskey).
 - Recordar que nuestras metáforas son ficciones.
 - Valorar el poder comunicativo de la retórica.
 - Mejorar relaciones con otras disciplinas.
- Acercamiento con ciencias sociales y humanidades - como pares.
- **“Better economics requires narrativeness”.**