

“Bobo el que no confía” ¿Cómo
construir cultura de la legalidad a través
de la confianza y las normas sociales?*

“Fools are those who suspect”. How do
we build a culture of legality through
trust and social norms?

Juan Pablo Trujillo
Universidad EAFIT
ORCID ID 0000-0001-7749-537X
juanpablotrujillourrea@gmail.com

Natalia López
Universidad EAFIT
ORCID ID 0000-0003-2384-2799
nlopezba81@gmail.com

Ricardo Pérez-Restrepo
Universidad EAFIT
ORCID ID 0000-0002-0765-5232
rperezr3@eafit.edu.co

Santiago Silva
Universidad EAFIT
ORCID ID 0000-0002-0228-8322
ssilvaja@eafit.edu.co

Cita recomendada:

Trujillo, J.P., López, N., Perez-Restrepo R. y Silva, S. (2022). “Bobo el que no confía” ¿Cómo construir cultura de la legalidad a través de la confianza y las normas sociales?. *Eunomia. Revista en Cultura de la Legalidad*, 23, pp. 14-29.

DOI: <https://doi.org/10.20318/eunomia.2022.7104>

Recibido / received: 27/04/2022
Aceptado / accepted: 01/08/2022

* Esta frase hace referencia a la aseveración popular, tradicional en Colombia, que califica a las personas que confían en los demás como ingenuas, «el vivo vive del bobo». Este título es, en parte, nuestra propuesta de contribución a la resignificación de tales expresiones resaltando el valor social de la confianza.

Resumen

Luego de revisar algunas de las más destacadas aproximaciones teóricas a la cultura de la legalidad y a los mecanismos para promoverla y/o fortalecerla, este artículo entrega una definición de la misma asociada al cumplimiento de normas (formales e informales) y expectativas y propone la construcción de confianza como factor determinante para el trabajo en pro de aumentar los niveles de cumplimiento. El análisis de intervenciones rigurosas en diferentes campos, basadas en las ciencias del comportamiento, permite concluir que el uso de normas sociales y pequeños empujones es efectivo a la hora de mejorar nuestras expectativas colectivas, de construir confianza y de promover un mayor cumplimiento de normas y acuerdos.

Palabras clave

Cumplimiento, cultura de la legalidad, confianza, normas sociales, comportamiento, *nudges*.

Abstract

After reviewing some of the most outstanding theoretical approaches to the culture of legality and the mechanisms to promote and / or strengthen it, this article provides a definition of it associated with compliance with standards (formal and informal) and expectations and proposes the construction trust as a determining factor for the work towards increasing compliance levels. The analysis of rigorous interventions in different fields, based on behavioral sciences, allows us to conclude that the use of social norms and small nudges is effective in improving our collective expectations, building trust and promoting greater compliance with norms and agreements.

Keywords

Norm compliance, culture of legality, trust, social norms, behaviour, nudges.

SUMARIO. 1. Introducción. 2. Antecedentes teóricos de la cultura de la legalidad. 3. Una definición de cultura de la legalidad. 4. Miradas novedosas para promover la cultura de la legalidad. 5. Las intervenciones. 5.1. Medio ambiente. 5.2. Cumplimiento en el pago de los impuestos. 5.3. Honestidad. 5.4. Covid-19. 6. Comentarios finales.

1. Introducción

La pregunta por la cultura de la legalidad forma parte de las agendas recientes de investigación sobre comportamiento y de muchas iniciativas de acción pública que buscan promover escenarios de cumplimiento de normas y acuerdos. Particularmente en Latinoamérica, los esfuerzos por diseñar mecanismos que generen en la ciudadanía una relación con las reglas del juego social mucho más estrecha responden a una amplia tradición de estudios e iniciativas que han tratado de encontrar las variables sociales y culturales que puedan explicar una relación con la norma si se quiere problemática. La corrupción, entendida como fenómeno amplio de incumplimiento de normas en la ciudadanía, ha estado también en el repertorio de esa búsqueda por entender las motivaciones del comportamiento incumplidor en Latinoamérica.

En esa búsqueda, los acercamientos epistemológicos han sido de distinta índole. Durante gran parte del siglo XX los estudios sobre la cultura de la legalidad se enmarcaron en el análisis de las reglas formales desde una perspectiva jurídica. En los últimos años las investigaciones e iniciativas públicas se han enmarcado en la economía del comportamiento. Pese a que la conversación no es nueva, no existe un acuerdo ni frente a la definición de cultura de la legalidad, ni frente a cuál es la mejor manera de promoverla. Los hallazgos recientes sugieren que las ciencias del

comportamiento ofrecen alternativas eficaces para su promoción, pero no es un asunto que esté cerrado pues hace falta mucha más evidencia.

Siendo así, el presente trabajo busca determinar el estado de la conversación sobre cultura de la legalidad. Para lograr esto, en un primer apartado se revisa de manera breve la tradición de estudios sobre el cumplimiento de normas. Más adelante, teniendo en cuenta que no hay un acuerdo semántico sobre la cultura de la legalidad, se propone una definición que sintetiza muchas de las aportaciones teóricas en los últimos años. En el tercer apartado revisamos enfoques y herramientas recientes que han demostrado cierta eficacia para promover la cultura de la legalidad. Luego, reseñamos algunas intervenciones puntuales de cumplimiento de normas y acuerdos, para finalmente realizar unos comentarios respecto a la necesidad de seguir explorando formas de promover cultura de la legalidad.

2. Antecedentes teóricos de la cultura de la legalidad

El estudio de la cultura de la legalidad no es un asunto reciente. Ya desde mediados del siglo pasado se estudiaban los motivos por los que ciertas sociedades parecían más propensas a incumplir las normas (Becker, 1968; García Villegas, 2011). Más allá de esto, desde hace alrededor de tres décadas, académicos de Latinoamérica y Estados Unidos han revisado desde el enfoque comportamental esta situación, aportando nuevas variables al estudio que no se tomaban en cuenta desde enfoques económicos (Mockus, 2003; North, 1993; O'Donnell, 1999; Rincón-Salazar, 2006; Wenzel, 2005)

Para nuestro análisis, utilizaremos la clasificación que proponen Cecilia Güemes e Isabel Wences en su artículo publicado en 2018. Las autoras hacen una recopilación exhaustiva de la discusión en torno a la cultura de la legalidad en la región para luego destacar y explicar cuatro teorías que recogen las diferentes perspectivas de análisis: 1) la teoría del *enforcement* o coactiva, 2) la de la institucionalidad paralela; 3) la de la psicología y el comportamiento y 4) aquella que propone la desconexión de los sistemas reguladores. Pasaremos a explicar cada una más a fondo.

La primera teoría es la del *enforcement*, cuya tesis principal podría resumirse en que «cuando la probabilidad real de sanción y castigo es alta, y la impunidad y la ganancia que podría obtenerse de violar la norma es menor, hay una especie de racionalización del coste/beneficio que desanima el incumplimiento» (Güemes y Wences Simon, 2018, p. 7). En cambio, cuando lo que se gana incumpliendo es mucho o puede justificarse moralmente, pareciera que el riesgo merece la pena y entonces la probabilidad de incumplir aumenta. De estas dos situaciones resulta que, como la valoración de la recompensa es subjetiva y difícil de cambiar, entonces para evitar los comportamientos incumplidores el Estado debería garantizar penas más efectivas, tratando de aumentar la percepción frente a la posibilidad de una sanción.

La siguiente perspectiva es la de la institucionalidad paralela, de la cual dos exponentes pueden ser Douglass North (1993) y Guillermo O'Donnell (1999), y que se centra en la importancia de la cultura en la acción individual y en la acción colectiva. Según ellos, «las instituciones (formales e informales) son límites y guías para la conducta humana en sociedad» (O'Donnell, 1999, p. 8). En el caso de las instituciones informales, se sostienen sobre un sistema de sanciones y beneficios (que se expresan mayoritariamente como prestigio y reconocimiento, por un lado, o rechazo por el otro), que provee incentivos a los sujetos para que se comporten de determinadas maneras. Todo ello ha implicado en Latinoamérica la personalización de la autoridad, la

organización jerárquica de la vida social, la defensa tradicionalista del orden local y la lógica clientelar de las relaciones públicas, haciendo que sea necesario el reconocimiento de las tensiones emergentes entre reglas informales y la institucionalidad.

En tercer lugar, encontramos la propuesta de Mazar, Amir y Ariely (2008), que relaciona psicología y comportamiento (también conocida como umbral de la deshonestidad). Su postulado central es que no hay manzanas podridas, sino una mayoría de personas que hace trampa, pero solo un poco (Güemes y Wences Simon, 2018). Las personas son suficientemente deshonestas para obtener una ganancia, pero suficientemente honestas para engañarse a sí mismas acerca de su integridad. Los psicólogos muestran que, como parte de la socialización, las personas incorporan las normas y valores de las sociedades en las que viven, lo que usan como punto de comparación para su comportamiento. Este es un cambio importante en la forma en que se entiende el problema, pues la variación entre las identidades de las personas se da en función de los controles legales y morales que regulen su comportamiento (Mazar *et al.*, 2008).

Por último, encontramos una propuesta fundamentada en las teorías de Jon Elster (2015) y trabajada por Antanas Mockus (2003) en Colombia, según la cual mientras que la regulación legal es explícita y crea leyes, la regulación moral es implícita o reconstruida a partir de la reflexión. De acuerdo con esto y como se profundizará más adelante, las conductas guiadas por las leyes están también (implícitamente) guiadas por la amenaza de las sanciones sociales, lo cual hace que el cálculo del cumplimiento de esas normas sea aún más racional (es decir, más beneficioso o menos perjudicial). Esto conlleva a que los comportamientos incumplidores estén motivados en un divorcio entre ley, moral y cultura, debido a que los resultados obtenidos por un mismo comportamiento sean diferentes en cada una de estas áreas. Por esto, es necesario incorporar la influencia de la cultura en las decisiones de las personas como condicionante de la racionalidad: los comportamientos incumplidores se dan en situaciones sociales en que los sistemas reguladores están desalineados o en divorcio (Güemes y Wences Simon, 2018; Mockus, 2003).

Adicional a la síntesis hecha por estas autoras, otra propuesta que ha ganado popularidad entre los académicos de la región es la tríada de perfiles incumplidores propuesta por Mauricio García Villegas (2011). En ella, el autor señala tres tipos generales de incumplidores, a saber: el vivo, el arrogante y el rebelde. Cada uno de ellos responde a una justificación diferente del incumplimiento y la cultura de la ilegalidad: el primero, de carácter estratégico, afirma que la gente incumple luego de calcular los costos y beneficios de la obediencia; el segundo es cultural y supone que la razón por la cual no se acatan las reglas se explica en que los valores que estas transmiten son considerados menos importantes que otros (como por ejemplo los valores religiosos, sociales o familiares); y el tercer punto de vista, político, supone que las personas incumplen las reglas como un acto de resistencia contra la autoridad (García Villegas, 2011).

En conjunto, estas propuestas nos permiten comprender la cultura de legalidad desde sus causas (las cuatro perspectivas de Güemes y Wences) pero también como efectos en el comportamiento individual (los tres perfiles incumplidores). Encontramos una disciplina que reconoce el incumplimiento como un fenómeno multicausal explícitamente negativo, tanto en términos de eficiencia estatal como en las consecuencias que tiene sobre la vida de las personas y el tejido social.

3. Una definición de cultura de la legalidad

Entendemos el incumplimiento como la disposición general que se puede observar en una persona o grupo social a defraudar una expectativa de comportamiento específica y vinculada a algún sistema de regulación definido y comprendido socialmente. De esta forma, una persona puede incumplir cuando desobedece una ley, pero también cuando incumple un acuerdo, pues lo formal e informal se entrecruzan en la defraudación de una expectativa. Elementos como la legitimidad gubernamental y normativa, la eficacia y capacidad de implementación de castigos de parte del Estado, las relaciones entre sistemas formales e informales de instituciones, las consideraciones cognitivas y conductuales de la deshonestidad, además de las tensiones entre diferentes sistemas de regulación del comportamiento resultan fundamentales para entender la forma como la literatura ha abordado el incumplimiento de reglas (Güemes y Wences Simon, 2018).

Las diferentes aproximaciones al estudio del cumplimiento de normas y la cultura de la legalidad refuerzan la consideración conceptual con profundas implicaciones empíricas de la complejidad de las explicaciones sobre estos fenómenos. Sin embargo, una de las perspectivas puede funcionar de puente entre varias de estas aproximaciones y ofrecer al mismo tiempo una amplia gama de instrumentos de comprensión e intervención sobre la agenda de promoción de la cultura de la legalidad, en particular, en América Latina. La confianza se puede entender en términos generales como la disposición a no tomar precauciones respecto a una interacción con otro, esto es, a bajar la guardia respecto a posibles defraudaciones (Elster, 2015). La confianza permite entender la disposición de las personas a arriesgarse en interacciones «riesgosas» como la acción colectiva o el cumplimiento de normas y acuerdos. Las personas con mayores niveles de confianza interpersonal e institucional (confiar en las personas y grupos sociales y confiar en las organizaciones y entidades sociales) tienen expectativas más seguras sobre las perspectivas de cumplimiento de los demás y la expectativa de cumplimiento que los otros depositan en ellos mismos. Este reconocimiento posible del cumplimiento como norma social, señala un puente entre confianza y cultura de la legalidad central para entender las razones del cumplimiento e incumplimiento (Fortou y Silva, en prensa).

La confianza permite que las personas calculen sus expectativas de manera positiva respecto a las buenas intenciones y comportamientos que asumen tendrán sus contrapartes en las interacciones sociales. Ese juego de expectativas resulta fundamental para comprender la disposición al cumplimiento y la representación general que las personas hacen sobre la confiabilidad de otras personas. De esta manera, las expectativas de las personas sobre el comportamiento de los demás, después de todo, influyen y moldean su propio comportamiento (Murraín, 2018, p. 295). Esta influencia está delimitada por la posible constitución de normas sociales que, a su vez, regulan el comportamiento y establecen, además de las expectativas sobre cómo comportarse, las consecuencias negativas de no seguirlas. En este sentido, la presencia de normas sociales que puedan enmarcar la disposición al cumplimiento o incumplimiento de otras normas (particularmente legales) puede señalar la tensión fundamental, o el divorcio en términos de Mockus, entre sistemas reguladores que fundamenta el problema de la denominada «cultura de la ilegalidad». Así pues, un imperio de la ley efectivo requiere una norma social de obediencia a la ley en la población (Mackie, 2018, p. 315)

La confianza, las expectativas sociales, las normas sociales y el cumplimiento de normas y acuerdos también se entrecruzan en la representación social que las personas construyen de otros, y en particular, de sus conciudadanos. Esta representación no solo puede determinar la confiabilidad que les otorgan, sino la

disposición que tienen a regularlos y dejarse regular por ellos. De esta manera, «una valoración positiva y de respeto hacia los demás es importante para que experimentemos vergüenza, haciendo que deseemos actuar de la manera en que los demás esperarían de nosotros» (Murraín, 2018, p. 306). Esto funciona en doble vía: una mejor percepción sobre otros puede mejorar la disposición a cumplir, pero una peor percepción sobre otros puede empeorar esa disposición. Esto puede generar problemas frente a aproximaciones que dependen excesivamente de la coerción y la sanción como mecanismos de garantía del cumplimiento, pues «la imposición de la ley puede incluso fortalecer las normas sociales perjudiciales al incrementar el conocimiento público sobre el hecho de que muchos no cumplen la ley» (Mackie, 2018, p. 324).

La perspectiva de la confianza sobre la cultura de la legalidad supone entonces resaltar el papel central que juegan las representaciones ciudadanas y las normas sociales sobre los ciudadanos. El cumplimiento de normas y acuerdos necesita del soporte de las normas sociales y morales; la alineación de sistemas reguladores supone la posibilidad de reconocer la deseabilidad social de estar a la altura de las expectativas positivas de comportamiento. Construir esta representación ciudadana positiva respecto a seguir las normas (pero también en otros comportamientos y disposiciones prosociales) utiliza también un círculo virtuoso de reconocimiento, en tanto «múltiples cambios en el cumplimiento de leyes específicas pueden incrementar el cumplimiento de la ley en términos generales» (Mackie, 2018, p. 325).

4. Miradas novedosas para promover la cultura de la legalidad

El enfoque que proponemos seguir centra su atención en la construcción de confianza y a la reducción de brechas representacionales como mecanismos para promover cultura de legalidad, para propiciar entornos de cumplimiento de normas. Como vimos en el apartado inicial, la cultura de la legalidad se ha entendido desde distintas perspectivas epistemológicas y metodológicas que han derivado en acciones públicas concretas. No hay un acuerdo frente a cuál es el mejor mecanismo, ni existen fórmulas mágicas. Los fenómenos sociales en general son multidimensionales, siendo difícil establecer relaciones de causalidad del tipo A origina B. Pese a este límite frente a la promoción de cultura de la legalidad –planteado por la falta de consenso a propósito de una perspectiva epistemológica y la eficacia o no de las acciones que de allí se desprenden– los estudios del comportamiento (que agrupan especialmente saberes de la economía y la psicología) han demostrado de manera reciente cierta eficacia –al menos un poco más que la tradición más inmediata de intervenciones comportamentales– en la promoción de cultura de la legalidad en particular, y en la transformación e impulso de comportamientos socialmente deseables en general.

Si hacemos más honda la discusión sobre la cultura de la legalidad encontramos que está estrechamente relacionada con la pregunta por el comportamiento humano. Los estudios del comportamiento en los últimos años han ampliado el panorama de respuesta frente a esta cuestión. Durante gran parte del siglo XX el paradigma hegemónico fue la teoría de la elección racional en su versión más ortodoxa¹, esto es, el comportamiento humano explicado a partir de la ordenación de preferencias y la maximización de beneficios. El trabajo de Daniel Kahneman y Amos Tversky (1979) sobre sesgos y heurísticas trascendió esta perspectiva de interés egoísta agregando factores culturales y morales en la toma de

¹ En particular los trabajos de Downs (1957), Arrow (2012) y Olson (1971). Elster (2010), Ostrom (2009) e incluso Bicchieri (2005) si bien siguen inscritos en la perspectiva de la selección racional amplía sus presupuestos epistemológicos.

decisiones. A partir de ahí², los trabajos que se centraron en entender la manera de actuar de los seres humanos hicieron más grande el contorno de elección de los individuos adicionando criterios como la influencia social, los pequeños empujones y las normas sociales. La pregunta por cómo nos comportamos ya no se respondía de una sola manera. Los estudios del comportamiento refutaron la teoría de la elección racional ortodoxa³.

En este trabajo nos interesa destacar al menos dos de esas perspectivas: las normas sociales y los *nudges* o «pequeños empujones», pues consideramos que son las que mejores resultados han demostrado recientemente para acortar brechas de representación y promover confianza en la ciudadanía. En el siguiente apartado nos ocuparemos de reseñar algunas iniciativas de promoción de confianza y cumplimiento de normas. Por ahora es momento de hacer algunas precisiones conceptuales, de puntualizar cuál es la caja de herramientas teórica de donde se desprenden muchas de estas intervenciones.

Cristina Bicchieri (2005) es la filósofa a la que se le atribuye la elaboración de la teoría de las normas sociales. Como a menudo sucede en la historia del pensamiento hay antecedentes claros en la corriente neoinstitucionalista con Douglas North (1993), Elinor Ostrom (2005) y su IAD, y Chrysostomos Mantzavinos (2001) por mencionar algunos. Incluso, las representaciones sociales de Coser, Halls y Moscovici (1995), los imaginarios sociales de Castoriadis (2013) e incluso, las representaciones colectivas de Durkheim (1898) son pensamientos con estrecha relación con esta teoría.

Las normas sociales pueden entenderse también como instituciones informales⁴ que se componen de dos expectativas. La expectativa empírica de que un número mayoritario de personas se comporte de cierta manera y la expectativa normativa de que esas personas apliquen sanciones o no, frente al cumplimiento o transgresión de una norma específica, es decir aquella que se asume es el comportamiento de nuestro grupo de referencia. Esto es, la expectativa de cómo creemos que se comportan los demás y cómo los demás esperan que nos comportemos. En este juego de expectativas donde asumimos de manera individual cuál es el comportamiento colectivo es muy importante nuestro grupo de referencia. El tamaño puede variar e incluso puede ser contextual, yendo de grupos pequeños como la familia, amigos, entornos laborales, el barrio, el pueblo, la ciudad, el país. Sin embargo, la expectativa de cómo se comportan los demás y lo que ellos esperan debe ser nuestro comportamiento define mucho la manera cómo actuamos individualmente.

Las expectativas en ocasiones pueden ser engañosas. Es posible que ocurran procesos de construcción de imaginarios a propósito de un patrón de comportamiento en determinado grupo social que no necesariamente se corresponde con la realidad empírica. A esta distancia entre lo que se cree y lo que realmente es se le denominó

² Esto es una figura narrativa que intenta fijar un antecedente clave de los estudios del comportamiento. Pero sabemos que la historia no es lineal y que lo social es complejo por lo que es difícil determinar un origen particular de un fenómeno

³ Esto no quiere decir que el paradigma haya dejado de ser explicativo de la manera como nos comportamos. Solo que su influencia explicativa dejó de ser omniabarcante. La teoría de la elección racional sigue siendo explicativa de ciertos comportamientos.

⁴ Las instituciones informales se definen en oposición a las leyes formales. Todo el conjunto de normas, prácticas, costumbres, códigos morales, imaginarios que prescriben comportamientos y que no pertenecen al derecho positivo. Para revisar con detalle la definición se puede consultar el trabajo de North (1993).

en psicología social como fenómeno de «ignorancia pluralista»⁵. Hay muchos ejemplos en la literatura académica para ilustrar esta situación. Uno bastante citado pero muy preciso a nuestro modo de ver es el caso de estudio sobre aversión a los gitanos en España. El trabajo de Iñigo Ugarte *et al.* (1998) da cuenta de la brecha de representación entre lo que se cree es la norma de comportamiento colectivo en el País Vasco, y el pensamiento de cada persona frente a los gitanos.

La teoría de las normas sociales enfatiza en el poder de los imaginarios sobre las normas y las expectativas que se tienen frente a ellas. Se interesa en ese sentido por la influencia que tiene la creencia sobre el comportamiento colectivo en el comportamiento individual. Los grupos de referencia y las expectativas de modos de actuar influyen en la manera como nos comportamos individualmente. Es por esto por lo que, dentro de su elaboración conceptual frente a las instituciones informales, Bicchieri (2019) reserva un capítulo especial a lo que ella denomina *trendsetters*, creadores de tendencias.

Su tesis es relativamente sencilla: en el comportamiento humano se identifican rasgos de influencia social que desembocan en una tendencia a la conformidad de grupo. Ya desde 1950 los experimentos de conformidad de Solomon Asch demostraban el influjo de la pertenencia al grupo en el comportamiento individual. Hay una aversión identificada frente a no pertenecer, a propósito de ser «el raro», el que se comporta de manera distinta a como lo hace su grupo de referencia, a pertenecer a una minoría que va en contravía de la pauta comportamental. Esta tendencia hace más difícil que una norma que se asume aceptada se modifique; complica que por ejemplo puedan transformarse dinámicas de incumplimiento de normas cuando hay un arraigo colectivo al comportamiento incumplidor.

En este punto hay dos cuestiones que resultan importantes para Bicchieri: 1) que individuos con el suficiente poder de influencia en el grupo de referencia (generadores de tendencias) transgredan la norma establecida; 2) que esa transgresión sea lo suficientemente comunicada como para que pueda establecerse como una nueva pauta de comportamiento (Bicchieri, 2005).

En este sentido, Richard Thaler y Cass Sunstein (2017) coinciden con Bicchieri. De acuerdo con ellos la comunicación es una herramienta fundamental para la promoción y transformación de comportamientos. En especial frente a los escenarios de ignorancia pluralista y de brechas representacionales, cuando se presenta un desajuste entre la percepción que se tiene sobre el comportamiento individual y el comportamiento efectivo de los demás. Los autores suscriben la premisa de Bicchieri frente a la influencia de las normas sociales en el comportamiento: yo creo que debo comportarme de cierta manera porque considero que mi grupo de referencia se comporta de determinada forma, y creo también que ellos esperan que yo deba comportarme así. Para Thaler y Sunstein (2017, p. 78) «simplemente con mencionar este hecho se podrían conseguir cambios significativos». Es decir, con comunicar ampliamente que un grupo se comporta de una manera determinada o con publicitar una norma social.

Estos autores hicieron una contribución importante a los estudios del comportamiento con su teoría de los *nudges* o pequeños empujones. Inspirados o influenciados por el trabajo de Daniel Kahneman (2012) sobre el pensamiento rápido y el pensamiento lento⁶, proponen que es posible diseñar una arquitectura de las

⁵ Acuñado por el psicólogo Floyd Henry Allport, quien es considerado como el padre de la psicología social. Para ampliar más sobre su definición y características ver: Prentice y Miller (1996).

⁶ Kahneman (2002), apoyado en la tradición de estudios cognitivos y de psicología social afirma que los seres humanos tenemos dos sistemas de pensamiento: el sistema intuitivo, que domina gran parte de

decisiones para promover determinados comportamientos deseables socialmente, desde entornos contruidos para que la conducta sea de tal o cual manera, hasta estímulos inconscientes que empujan a los individuos a actuar de cierta forma: poner en un comedor escolar las frutas y las verduras más visibles y las papas fritas y los postres menos para promover la alimentación saludable; prohibir que los saleros estén disponibles en las mesas de los restaurantes y que quien quiera ponerle sal a su plato deba pedírsela al mesero, estableciendo barreras al comportamiento; utilizar opciones por defecto para estimular la donación de órganos; o utilizar recordatorios vía mensajes de texto para promover las votaciones.

Estas estrategias descansan epistemológicamente en lo que ellos denominan el «paternalismo libertario»: la necesidad de que los tomadores de decisión en política pública diseñen entornos decisionales que conduzcan a comportamientos socialmente deseables, sin que haya una restricción efectiva a la libre toma de decisiones. El sentido que Thaler y Sunstein (2017) le otorgan a la noción de «paternalismo libertario» puede verse de manera un poco más clara en el ejemplo de la prohibición de saleros en las mesas de los restaurantes, que, a propósito, logró una importante reducción del consumo de sal en la Ciudad de México. El estado actúa de manera paternalista prohibiendo que haya saleros exhibidos en las mesas de los restaurantes (poniendo una barrera al comportamiento), pues espera reducir el consumo de sal en los ciudadanos e impactar positivamente el sistema de salud con enfermedades relacionadas, pero esto lo hace sin restringir efectivamente la posibilidad de que un ciudadano pueda consumir sal (la puede solicitar al mesero), de ahí que sea libertario.

Las normas sociales, la influencia social, los *nudges* o pequeños empujones, los sistemas de pensamiento rápido y lento, han constituido un conjunto de teorías, una caja de herramientas en el sentido foucaultiano, que ha enriquecido los estudios del comportamiento ampliando la perspectiva del entendimiento de la conducta humana asociada durante gran parte del siglo XX a las visiones ortodoxas de la teoría de la elección racional. Inspirados en estas perspectivas se han diseñado, a nuestro modo de ver, algunas de las intervenciones más eficaces de los últimos años en términos de promoción de confianza y cumplimiento. Reconocemos los puntos de encuentro entre estas herramientas y el proceso de retroalimentación que diferentes disciplinas y teorías han tenido para alimentar las experiencias que referenciamos. Su hilo conductor sigue siendo la posibilidad de usar las expectativas sociales y la construcción de confianza como el objeto de cambio que promueva la cultura de la legalidad y la adopción de comportamientos y normas sociales que expresen el cumplimiento.

5. Las intervenciones

Por su probada efectividad a la hora de transformar creencias e incluso comportamientos, son numerosas las intervenciones que hacen uso de normas sociales y pequeños empujones para resolver problemas públicos de cumplimiento de normas y expectativas colectivas y que afectan la vida social. Varias son las organizaciones –entre las que se destacan el *Behavioural Insight Team* y *Beworks*– que, en el mundo, están dedicadas al diseño y testeo de dichas estrategias.

las tareas diarias que realizamos, y el sistema deliberado que activamos cuando tomamos decisiones que requieren una elaboración mayor, como la elección de una profesión. El sistema intuitivo (sistema 1) es el que opera casi de manera automática. A él, apelan los pequeños empujones de Thaler y Sunstein (2017), a la manera como los arquitectos de decisiones pueden utilizar mecanismos como barreras, estímulos y recordatorios para actuar sobre el pensamiento rápido y promover o modificar comportamientos.

Aunque son muchos los campos y sectores de la sociedad en los que dichas intervenciones han tenido éxito, para efectos de este artículo nos concentramos en cuatro categorías que a nuestro juicio constituyen las experiencias más relevantes: medio ambiente, cumplimiento y pago de impuestos, honestidad y pandemia por COVID-19.

Es importante aclarar que las experiencias revisadas para este trabajo corresponden a dos tipos de intervenciones, en función de sus objetivos. Por una parte, encontramos aquellas que son diseñadas con fines puramente investigativos, es decir, con el objetivo de ampliar el corpus de conocimiento disponible sobre los temas en cuestión y que nos permiten dar soporte empírico a lo ya analizado a lo largo de este documento. Por otra parte, otras intervenciones son diseñadas, testeadas y ajustadas con el objetivo de transformar aquellos comportamientos que están siendo problemáticos en determinados contextos.

5.1. Medio ambiente

Las intervenciones en materia de promoción de cumplimiento en las normas proambientales corroboran la importancia y efectividad del uso de normas descriptivas (aquellas que tienen que ver con las expectativas empíricas o con lo que los demás hacen) para transformar expectativas y, en muchos casos, comportamientos. Es el caso de los experimentos conducidos por Fritzsche *et al.* (2010), cuyos resultados permiten afirmar que la percepción de una norma social sobre un comportamiento proambiental puede generar la formación de normas proambientales personales, lo que a su vez puede influir en las intenciones y en los comportamientos proambientales. Así mismo, un estudio de BIT y Rare (2019) sobre las prácticas de los campesinos y propietarios de tierras en Francia reveló la importancia de señalar la norma proambiental deseada (pues 9 de cada 10 personas pretenden continuar con las prácticas sostenibles) y de visibilizar comportamientos y casos de éxito, para empujar a los demás a replicarlos. Destacan también la efectividad de poner en evidencia la prevalencia cada vez mayor de un cierto comportamiento y de proponer comparaciones que generen conciencia sobre determinada práctica. Concluyen que «las normas sociales son una manera de superar la idea de que nuestra contribución individual no hace la diferencia, señalando que los otros también están haciendo parte» (Rare y Behavioural Insight Team, 2019, p. 34, traducción propia).

Las intervenciones diseñadas y analizadas por Cialdini *et al.* (2008), en el marco de un programa de protección ambiental impulsado en los hoteles, ponen en evidencia, además de la efectividad de la comunicación de normas sociales, la importancia del grupo de referencia. El experimento sugiere que a mayor cercanía y/o identificación con el grupo de referencia, mayor es la probabilidad de evidenciar la práctica que se quiere promover. Así, los mejores resultados se obtuvieron entre aquellas personas a las que se les comunicó la norma social basada en el comportamiento específico de los huéspedes que se alojaron en su misma habitación, por encima de aquellos a los que se les entregó información general acerca de la mayoría de los huéspedes del hotel.

El inventario de emisiones tóxicas de Estados Unidos, referenciado por Thaler y Sunstein (2009) es un ejemplo de un *nudge* o empujón que le apunta a la sanción social indirecta. Los autores señalan la importancia de la información y la transparencia como motivadores de comportamientos. Se trata de una «lista negra medioambiental» en la cual las empresas no quieren aparecer, lo cual las empuja a evitar aquellas prácticas nocivas para el medio ambiente y a cumplir con lo que las

personas esperan de ellas, de manera que ha sido una estrategia efectiva a la hora de reducir las emisiones tóxicas en todo el país.

5.2. Cumplimiento en el pago de impuestos

Las experiencias revisadas en relación con el cumplimiento de las obligaciones tributarias arrojan conclusiones similares a las descritas en el apartado anterior. El estudio de Bobek, Hageman y Kelliher (2013) señala cómo las expectativas sobre los otros cercanos, sumadas a los estándares éticos individuales, tienen una influencia directa en las decisiones de cumplimiento en el pago de impuestos, mientras que las expectativas sociales generales y el comportamiento efectivo de los otros influyen de manera indirecta. Así, de acuerdo con los autores, cambiar las normas sociales es un camino fructífero para aumentar los niveles de cumplimiento. En el mismo sentido, Wenzel (2005) demuestra cómo las normas sociales afectan la ética individual, es decir, que casi que se interiorizan en forma de ética personal, afectando de manera causal el cumplimiento en el pago de impuestos, pero con la salvedad de que esto sucede solo para quienes se sienten identificados con el grupo de referencia. Así, se pone de nuevo de manifiesto la importancia de la cercanía e identificación con el grupo al cual se hace referencia con la norma descriptiva.

En un experimento realizado por Larkin *et al.* (2019) en el Reino Unido en el cual se utilizaron dos cartas diferentes (la primera, referente al pronto pago de los demás, la segunda con un mensaje alusivo a la cercanía de la sanción legal), se evidenció una mayor efectividad de la carta de norma descriptiva, logrando un aumento del 20% en el recaudo. De la misma manera, en la intervención del BIT (Behavioural Insight Team, 2018) para promover el cumplimiento en el pago de obligaciones tributarias entre el personal médico, se evidenció la mayor efectividad de aquellas cartas que comunicaron el comportamiento de los demás del grupo de referencia y que adicionalmente, se centraban en las expectativas empíricas, es decir, en la expectativa de honestidad de las personas con relación a sus médicos. Resultados similares se obtuvieron con la intervención del BIT en Guatemala en la que la mayor efectividad se logró con el envío de una carta que mencionaba que más del 60% de los guatemaltecos habían presentado su declaración de renta de manera oportuna. Esto derivó en un aumento significativo en la tasa de declaración, en la tasa de pago y en el monto promedio pagado, impacto que, incluso, se mantuvo por los doce meses posteriores a la intervención (Kettle *et al.*, 2019).

5.3. Honestidad

Los estudios revisados en el marco de la categoría de «honestidad» corroboran que la maximización del beneficio particular es una mirada restringida de las motivaciones a la hora de tomar decisiones. En el ejercicio de Cohn *et al.* (2019) en el cual se dejaron alrededor de 17.000 billeteras extraviadas en diferentes lugares del mundo con el objetivo de testear si las personas las devuelven o no, los resultados mostraron que las más devueltas fueron aquellas que contenían las más altas sumas de dinero; así, el 72% de estas billeteras fueron devueltas, frente al 51% de las que tenían menos dinero y el 40% de las que estaban vacías. Según los autores, estos resultados podrían obedecer a una mezcla entre preocupaciones altruistas y una aversión a verse a sí mismo como una persona deshonesto.

El estudio de Eslava y García-Luna (2020) en Buriticá, Colombia, por su parte, pone en evidencia la importancia del contexto y de los demás en la toma de decisiones individuales, además de resaltar cómo la honestidad está determinada en gran medida por la confianza en las instituciones. En este mismo sentido, Svensson y Larsson (2012) en su estudio sobre propiedad intelectual señalan la importancia, para

el cumplimiento y la honestidad, de contar con normas sociales que soporten el marco legal. Este estudio pone en evidencia que, aunque las personas no se atreverían a incurrir en comportamientos criminales, por algún motivo consideran aceptable la violación de los derechos de propiedad intelectual. Así, la legislación no tiene, por sí sola, efectos en el cumplimiento, sino que requiere de unas normas sociales que respalden las prohibiciones legales.

Finalmente, el experimento «Tiendas de la confianza» en Medellín, Colombia, es un ejemplo de un *nudge* que tuvo una doble función: poner a prueba la confiabilidad de las personas de Medellín y comunicar una norma social de cumplimiento y confianza entre los medellinenses (Silva *et al.*, 2019). El conteo de la venta de 12.000 productos en 500 tiendas de la confianza ubicadas en diferentes lugares y entidades públicas y privadas de la ciudad arrojó un porcentaje de pago del 97%, demostrando así que la mayoría de las personas son confiables y cumplen con las expectativas colectivas del resto de los ciudadanos. Además, la divulgación en diferentes medios de este porcentaje de pago tuvo un efecto en la reducción de las brechas de representación entre los medellinenses, de manera que la confiabilidad se instala casi como una norma social.

5. 4. Covid-19

Las experiencias revisadas en el marco de la pandemia por COVID-19 orientadas al cumplimiento de los comportamientos de autocuidado (y, más adelante, a la vacunación) ponen en evidencia varios de los aspectos que ya han sido mencionados: los factores demográficos y el contexto tienen una influencia significativa en la toma de decisiones. Las normas sociales descriptivas, —específicamente aquellas centradas en los grupos de referencia más cercanos— contribuyen a los cambios de comportamiento que tienen que ver con el cumplimiento; los *nudges* o empujones informativos son efectivos para promover el cumplimiento.

Patel (2021) puso a prueba la efectividad de los *nudges* vía mensajes de texto para promover la vacunación, demostrando que si los mensajes son oportunos y otorgan facilidad, son efectivos a la hora de motivar el acceso de las personas a la vacuna. Un recordatorio y un *link* para agendar la cita fueron suficientes a la hora de aumentar los porcentajes de vacunación, más aún cuando se hizo énfasis en la propiedad de la vacuna, es decir, cuando se le comunicó a la gente que su dosis estaba lista para ser aplicada. El experimento aleatorizado puesto en marcha por el BID en Bogotá arrojó resultados similares: los empujones informativos que hicieron alusión a los beneficios públicos privados del autocuidado tuvieron efectos en el aumento de las preocupaciones de los bogotanos con respecto a la COVID-19.

Moussaoui *et al.* (2020), por su parte, demuestran cómo algunos factores demográficos (ej. ser hombre, ser de una región donde los efectos de la pandemia no han sido tan graves o haber tenido contacto social frecuente antes de la pandemia) están asociados a una menor percepción de gravedad y, por ende, a menores porcentajes de cumplimiento de normas de autocuidado.

Finalmente, los estudios de Young y Goldstein (2021) junto con Agranov *et al.* (2021) ponen de manifiesto la importancia de las normas sociales descriptivas y del grupo de referencia. De acuerdo con los primeros, mostrar las normas descriptivas de los pares hace que se perciba como más factible alcanzar determinados objetivos. Por lo tanto, conocer las normas sociales de cada región permitirá construir mensajes más ajustados a esas realidades y por lo tanto, más efectivos. Agranov *et al.* (2021) concluyen, luego de una encuesta a casi 1500 personas, que las normas sociales (si los otros lo hacen es porque es deseable protegernos mutuamente) y el efecto

manada (si los otros lo hacen es porque es beneficioso) tienen mayor influencia en la disposición de las personas a vacunarse, por encima del *freeriding* (no vacunarse porque ya los demás lo están haciendo, lo cual hará que se alcance la inmunidad de rebaño).

6. Comentarios finales

La manera en que entendemos la cultura de la legalidad se ha ampliado en los últimos años desde las ciencias de comportamiento a partir de perspectivas como la teoría de las normas sociales y los *nudges* o pequeños empujones –nuevas herramientas para pensar el cumplimiento de normas y acuerdos– complementando los tradicionales enfoques de *enforcement* e institucionalidad paralela. Si bien la discusión sigue abierta tanto en términos epistemológicos como metodológicos, hay evidencia reciente que confirma relativa eficacia en las acciones públicas y los experimentos aleatorios controlados que tienen como premisa las normas sociales y los pequeños empujones. En ese sentido, es un terreno fértil para que investigadores y hacedores de política pública dirijan sus acciones desde esta perspectiva. El énfasis debe ponerse en la eficacia relativa, pues es necesario seguir explorando su impacto. La conversación está lejos de estar cerrada.

A lo largo de este trabajo hemos acogido una definición de cultura de legalidad como cumplimiento de normas. Además, entendimos que la reducción de brechas representacionales y la promoción de confianza es fundamental para su promoción. Siendo así, las intervenciones que privilegian acercamientos desde las normas sociales y los pequeños empujones –algunas de ellas reseñadas en este trabajo– han demostrado grados de eficacia en los últimos años. Esta definición reconoce la complejidad del comportamiento humano, las diferencias en las propuestas explicativas del cumplimiento y permite el análisis de situaciones problemáticas, así como el diseño de ajustes institucionales e intervenciones conductuales y de cambio cultural que promuevan esta agenda.

Las discusiones sobre la definición conceptual y la delimitación de lo que entendemos como «cultura de la legalidad» o «cultura del cumplimiento» son relevantes. Lo son en tanto señalan fronteras de comprensión y las agendas de investigación e intervención, que sirven a quienes trabajan en la promoción del acatamiento de las leyes y el seguimiento de los acuerdos.

Es relevante también reconocer la importancia de la retroalimentación respecto a los comportamientos deseables como una oportunidad fundamental de promoción del cumplimiento y la legalidad. El cumplimiento social es un comportamiento cooperativo respecto a las expectativas y comportamientos de otros y en ese sentido, se puede reforzar en la creencia o experiencia de la cooperación de los demás. Reconocer los comportamientos deseables tiene entonces el doble efecto de señalar lo que se espera de las personas, incentivar el comportamiento sobre la gratificación del reconocimiento y aumentar la percepción de cooperación social sobre ese mismo comportamiento. Esto es, reforzar las creencias de que «esto es lo que se espera de mí», «esto es lo que debemos hacer en estas situaciones» y «esto es lo que todas las personas (o muchas o cada vez más) están haciendo también».

Los comportamientos de las personas y sus explicaciones son complejos. Seguirnos preguntando y avanzando en la comprensión de las limitaciones cognitivas, las influencias contextuales y las estructuras culturales e institucionales que dan luz a fenómenos como la legalidad o el cumplimiento resulta fundamental para el diseño de políticas y estructuras institucionales que enfrenten las consecuencias negativas de comportamientos socialmente indeseables. A lo largo del artículo hemos señalado

aprendizajes sobre políticas, investigaciones y programas de intervención que lograron resultados novedosos y valiosos sobre la forma cómo abordamos la legalidad y el cumplimiento como problema público.

Partiendo de la propuesta de este artículo de establecer un puente entre la confianza y la cultura de la legalidad para comprender y abordar los fenómenos de incumplimiento, resulta de gran relevancia el trabajo orientado a la construcción de confianza y a la disminución de brechas representacionales entre ciudadanos y con respecto a las instituciones, haciendo un esfuerzo por recoger cifras e información confiable que contrarreste los fenómenos de ignorancia pluralista.

Finalmente, las experiencias revisadas permiten concluir que las normas sociales tienen, entre otros, el poder de demostrar que nuestra contribución individual importa, al señalar que los demás también están haciendo parte de los procesos de transformación comportamental. Dichas experiencias ponen de manifiesto la importancia de la necesidad de cercanía e identificación con el grupo de referencia cuando se transmitan mensajes alusivos a las normas sociales, además de que estén ajustadas al contexto. Así, en el contexto del cumplimiento específicamente asociado a la honestidad, las normas sociales resultan ser tan poderosas que logran afectar, de alguna manera, nuestros preceptos morales logrando algo cercano a que se interioricen en forma de ética personal.

Bibliografía

- Agranov, M., Elliott, M. y Ortoleva, P. (2021). The Importance of Social Norms against Strategic Effects: The Case of COVID-19 Vaccine Uptake. *Economics Letters*, 206, 109979. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2021.109979>
- Arrow, K. J. (2012). *Social choice and individual values*. Yale University Press.
- Becker, G. S. (1968). Crime and Punishment: An Economic Approach. *Journal of Political Economy*, 76 (2), 169–217. <https://doi.org/10.1086/259394>
- Behavioural Insight Team. (2018). *EAST - Cuatro simples maneras de aplicar las ciencias del comportamiento*. <https://www.bi.team/publications/east-espanol/>
- Bicchieri, C. (2005). *The Grammar of Society: The Nature and Dynamics of Social Norms*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511616037>
- Bicchieri, C. (2019). *Nadar en contra de la corriente: Cómo unos pocos pueden cambiar los comportamientos de toda una sociedad*. Planeta.
- Bobek, D. D., Hageman, A. M. y Kelliher, C. F. (2013). Analyzing the Role of Social Norms in Tax Compliance Behavior. *Journal of Business Ethics*, 115 (3), 451–468. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1390-7>
- Castoriadis, C. (2013). *La institución Imaginaria de la Sociedad*. Tusquets.
- Cohn, A., Maréchal, M. A., Tannenbaum, D., y Zünd, C. L. (2019). Civic Honesty around the Globe. *Science*, 365 (6448), 70–73. <https://doi.org/10.1126/science.aau8712>
- Coser, L. A., Moscovici, S. y Halls, W. D. (1995). The Invention of Society: Psychological Explanations of Social Phenomena. *Contemporary Sociology*, 24 (4), 427. <https://doi.org/10.2307/2077711>
- Downs, A. (1957). *An economic theory of democracy*. Harper & Row.
- Durkheim, E. (1898). Revue de Métaphysique et de Morale. *Revue de Métaphysique et de Morale*, 6, 273–302.
- Elster, J. (2015). *Explaining Social Behavior*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107763111>

- Eslava, A. y García Luna, E. (2020). El contexto de la trampa: análisis experimental de los determinantes de la honestidad en Buriticá. *Lecturas de Economía*, 92, pp. 9–32. <https://doi.org/10.17533/udea.le.n92a01>
- Fortou, J. A. y Silva, S. (n.d.). *Trust and Social Norm Recognition: Evidence from a Latin American City* (En prensa).
- Fritsche, I., Jonas, E., Kayser, D. N. y Koranyi, N. (2010). Existential Threat and Compliance with Pro-Environmental Norms. *Journal of Environmental Psychology*, 30 (1), 67–79. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2009.08.007>
- García Villegas, M. (2011). Ineficacia del derecho y cultura del incumplimiento de reglas en América Latina. En C. Rodríguez Garavito (Ed.), *El derecho en América Latina* (161–184). Siglo XXI.
- Goldstein, N. J., Cialdini, R. B., y Griskevicius, V. (2008). A Room with a Viewpoint: Using Social Norms to Motivate Environmental Conservation in Hotels. *Journal of Consumer Research*, 35 (3), 472–482. <https://doi.org/10.1086/586910>
- Güemes, C. y Wences Simon, I. (2018). Comportamientos incumplidores: contextos y posibles tratamientos políticos. *Papers. Revista de Sociología*, 104 (1), pp. 75-99. <https://doi.org/10.5565/rev/papers.2482>
- Kahneman, D. (2012). *Pensar rápido, pensar despacio*. Debate.
- Kahneman, D. y Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263-292. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Kettle, S., Chin, A. C., Monica, T., Nolan, D., Bustin, C., Mendez, D. y Cole, J. (2019). Evaluating the Impact of SMS Reminders on Tax Compliance. *The Behavioural Insights Team, October* 1–15.
- Larkin, C., Sanders, M., Andresen, I. y Algate, F. (2019). Testing Local Descriptive Norms and Saliency of Enforcement Action: A Field Experiment to Increase Tax Collection. *Journal of Behavioral Public Administration*, 2 (1), 1–11. <https://doi.org/10.30636/jbpa.21.54>
- Mackie, G. (2018). Effective Rule of Law Requires Construction of a Social Norm of Legal. En C. Tognato (Ed.), *Cultural Agents Reloaded: The Legacy of Antanas Mockus* (313-334). Harvard University Press.
- Mantzavinos, C. (2001). *Individuals, Institutions, and Markets*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139175302>
- Mazar, N., Amir, O. y Ariely, D. (2008). The Dishonesty of Honest People: A Theory of Self-Concept Maintenance. *Journal of Marketing Research*, 45 (6), 633–644. <https://doi.org/10.1509/jmkr.45.6.633>
- Mockus, A. (2003). Cultura ciudadana y comunicación. *Revista La Tadeo*, 68, 106–111. http://avalon.utadeo.edu.co/dependencias/publicaciones/tadeo_68/68106.pdf
- Moussaoui, L. S., Ofosu, N. D. y Desrichard, O. (2020). Social Psychological Correlates of Protective Behaviours in the COVID-19 Outbreak: Evidence and Recommendations from a Nationally Representative Sample. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 12 (4), 1183–1204. <https://doi.org/10.1111/aphw.12235>
- Murrain, H. (2018). Transforming Expectations through Cultura Ciudadana. En C. Tognato (Ed.), *Cultural Agents Reloaded: The Legacy of Antanas Mockus* (295-312). Harvard University Press.
- North, D. (1993). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. Fondo de Cultura Económica.
- O'Donnell, G. (1999). Polyarchies and the (Un)rule of Law in Latin America. En J. E. Mendez, G. A. O'Donnell y P. S. Pinheiro (Eds.), *The Un(rule) of Law and the Underprivileged in Latin America* (303-357). University of Notre Dame Press.
- Olson, M. (1971). *The logic of collective action: Public goods and the theory of groups*. Harvard University Press.
- Ostrom, E. (2005). *Understanding Institutional Diversity*. Princeton University Press.

- Ostrom, E. (2009). *El gobierno de los bienes comunes: La evolución de las instituciones de acción colectiva*. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y Fondo de Cultura Económica (FCE).
- Patel, M. S. (2021). Text-message Nudges Encourage COVID Vaccination. *Nature*, 597 (7876), 336–337. <https://doi.org/10.1038/d41586-021-02043-2>
- Prentice, D. A. y Miller, D. T. (1996). *Pluralistic Ignorance and the Perpetuation of Social Norms by Unwitting Actors*. Academic Press, 28, pp. 161-209. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60238-5](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60238-5)
- Rare y Behavioural Insight Team. (2019). *Behavior Change For Nature: A Behavioral Science Toolkit for Practitioners*. Rare.
- Rincón-Salazar, M. T. (2006). Cultura ciudadana, ciudadanía y trabajo social. *Prospectiva*, 11, 45–65. <https://doi.org/10.25100/prts.v0i11.7204>
- Silva, S., Garro, J. E., López, N. y Trujillo, J. P. (2019). Confianza, normas sociales y representaciones del otro. La implementación de la estrategia de cultura ciudadana «Medellín está llena de Ciudadanos Como Vos». En A. Eslava (Ed.), *Lo mejor de las personas. Teoría, intervención y agenda de la cultura ciudadana* (123-136). Editorial EAFIT, Alcaldía de Medellín.
- Svensson, M. y Larsson, S. (2012). Intellectual Property Law Compliance in Europe: Illegal File Sharing and the Role of Social Norms. *New Media and Society*, 14 (7), pp. 1147–1163. <https://doi.org/10.1177/1461444812439553>
- Thaler, R. y Sunstein, C. (2017). *Un pequeño empujón: el impulso que necesitas para tomar mejores decisiones sobre salud, dinero y felicidad*. Taurus.
- Ugarte, Í., Rodríguez, B., Paz, P. M., Páez, D. y de Lucas, J. (1998). Ignorancia pluralista, atribución de causalidad y sesgos cognitivos en el caso. *Revista de Psicología Social*, 13 (2), 321–330. <https://doi.org/10.1174/021347498760350830>
- Wenzel, M. (2005). Motivation or Rationalisation? Causal Relations between Ethics, Norms, and Tax Compliance. *Journal of Economic Psychology*, 26 (4), 491–508. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2004.03.003>
- Young, S. D. y Goldstein, N. J. (2021). Applying Social Norms Interventions to Increase Adherence to COVID-19 Prevention and Control Guidelines. *Preventive Medicine*, 145106424. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2021.106424>