

SIETE TESIS SOBRE RACIONALIDAD, IDENTIDAD Y ACCIÓN COLECTIVA

SEVEN THESIS ABOUT RATIONALITY, IDENTITY AND COLLECTIVE ACTION

FERNANDO AGUIAR

Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA/CSIC). Córdoba. España
faguiar@iesaa.csic.es

ANDRÉS DE FRANCISCO

Universidad Complutense. Madrid. España
adefrancisco@cps.ucm.es

RESUMEN

En este trabajo se presentan dos corrientes distintas de la teoría de la elección racional y se analiza cómo abordan la relación entre identidad social y acción colectiva. Se verá, por un lado, que para la teoría *externista* de la elección racional el concepto de identidad carece de valor explicativo y es reducible a meras preferencias reveladas. Por el contrario, para la teoría *internista* de la elección racional la identidad no sólo contribuye a explicar la acción colectiva, sino que permite que los modelos den cuenta de las motivaciones expresivas de los actores sociales. Partiendo de una postura claramente internista el artículo se cierra con una propuesta de definición de la identidad como una red de creencias sobre uno mismo.

PALABRAS CLAVE ADICIONALES

Creencias, Elección racional, Externismo, Internismo.

ABSTRACT

In this paper we analyse how two different branches of rational choice theory tackle the relationship between social identity and collective action. On the one hand, externalist rational choice theory ignores the concept of identity or reduces it to revealed preferences. On the other hand, internalist rational choice theory considers identity as a key concept in explaining collective action, because it permits to include expressive motivations in the models. From an internalist point of view, the paper ends proposing a definition of social identity as a net of beliefs about oneself.

ADDITIONAL KEYWORD

Beliefs, Externalism, Internalism, Rational Choice.

INTRODUCCIÓN

Si en consonancia con la obra de Mancur Olson entendemos la acción colectiva como el esfuerzo de un grupo de personas —ya sea un grupo latente o privilegiado— para obtener un bien público, nos encontraremos con una variedad casi inabarcable de acciones colectivas. Huelgas, revoluciones, manifestaciones, asambleas de vecinos, asambleas de barrio o movimientos sociales caben en esa definición. El objetivo consiste siempre, dicho sea con brevedad y sin matices, en explicar por qué la gente participa en tales acciones colectivas, por qué coopera, si resulta que le beneficiaría más no hacerlo. Se trata, como se sabe, de resolver lo que se conoce como problema de la acción colectiva o problema del gorrón. Con el desarrollo de esta cuestión gracias a la teoría de juegos, el problema del gorrón y sus soluciones han supuesto uno de los mayores logros de las ciencias sociales en las tres últimas décadas.

Ahora bien, pese a los logros indudables de esta aproximación al estudio de la acción colectiva, desde muy pronto se cuestionó una de sus piezas clave: el concepto de interés o beneficio individual. ¿Qué se ha de entender por costes y beneficios de la acción colectiva para el individuo? ¿Acaso una persona no expresa sus principios y convicciones cuando participa en acciones colectivas? ¿Y no lo hace, a menudo, soportando un elevado coste, como en las revoluciones, en las que la persona puede llegar a dar su vida? ¿No expresa la gente lo que es o lo que quiere ser al participar con otros en acciones colectivas? ¿Qué tiene que ver esto con el problema del gorrón? Los supuestos olsonianos parecen un tanto estrechos si se quiere dar cuenta de esos otros motivos de la acción; motivos *no lógicos*, como los llamó Pareto, que reflejan la racionalidad expresiva de los individuos. Frente al *free rider*, al análisis de costes y beneficios y a las estrategias racionales de la teoría de juegos, el concepto explicativo central sería, desde este punto de vista, la identidad que expresan los individuos en la acción. De esta forma, el concepto de identidad parece que cobija a toda una serie de teóricos y de teorías que no aceptan la tradición explicativa olsoniana de la acción colectiva o que la aceptan sometiéndola a severas modificaciones. Como ha señalado recientemente el politólogo Randall Calvert, “la metodología identitaria-expresiva se presenta como una alternativa a las teorías de la elección racional” (Calvert, 2002: 568).¹

La teoría de la elección racional ha tenido buenos motivos para rechazar la capacidad explicativa de las teorías de la identidad, pues no siempre se aprecia cuál pueda ser la utilidad analítica de esta omnipresente categoría en las teorías sociológicas al uso (MacInnes, 2004: 532). Sin embargo, los motivos de la elección racional para rechazar las teorías usuales de la identidad no valen para descartar sin más el reto de integrar en sus modelos el concepto de identidad. Desde una perspectiva metodológica cercana a la filosofía de la acción, en este artículo veremos por qué buena parte de los defensores

¹ Asimismo, según Jenkins, “la “identidad” se ha convertido en uno de los marcos unificadores del debate intelectual de los noventa” (1996: 7).

de la elección racional ha rechazado el concepto de identidad, y veremos también en qué han consistido los esfuerzos de otra corriente de la misma teoría para asumirlo. Al final esperamos que se aprecie por qué es preciso trascender a unos y a otros para entender la identidad social. En el siguiente epígrafe, pues, presentamos los dos grandes enfoques de la elección racional, que compartiendo el mismo aparato lógico discrepan con respecto a los fundamentos de la teoría. A renglón seguido, en la tercera sección, se analizará cómo aborda cada uno de ellos el problema de la identidad social como posible concepto explicativo de la acción colectiva. Por último, nos decantamos por uno de esos enfoques de la elección racional y partiendo de él definimos la identidad social como un tipo específico de creencia, lo que nos obliga a trascender el marco de la teoría.

DOS ENFOQUES DE LA ELECCIÓN RACIONAL. INTERNISTA Y EXTERNISTA

La teoría de la elección racional explica la acción colectiva como producto agregado de acciones individuales. A su vez, la acción se explica en función de las decisiones que toma el individuo, de las consecuencias de esas decisiones y de un supuesto sobre las motivaciones de dicho individuo, a saber, que tratará de maximizar su beneficio (sea lo que sea ése beneficio suyo). El *paradigma canónico* de la teoría formal de la decisión en que se basan las teorías económicas, politológicas y sociológicas de la elección racional se caracteriza, pues, por los siguientes elementos centrales (Bell, Raiffa y Tversky, 1988: 18; Mari-Klose, 2000; Aguiar, 2004). Se parte de un individuo que ha de tomar una decisión cualquiera y de quien se dan por supuestas sus preferencias. La teoría formal de la decisión no entra a considerar la naturaleza de las preferencias de los individuos —objeto éste de otras disciplinas— ni por qué las personas prefieren unas cosas en vez de otras. Desde la perspectiva formal que adopta la teoría lo único que importa es que dichas preferencias, sean las que fueren, satisfagan ciertos criterios básicos de consistencia lógica, entre los que cabe destacar por su importancia los siguientes:

Transitividad: Para todo x , y y z , si x es preferida estrictamente a y y y es preferida estrictamente a z , x será preferida a z .

Compleitud: Para todo x y todo y , o bien x es preferida a y , o y es preferida a x , o el individuo es indiferente entre ellas.

Asimetría: Si x es preferida estrictamente a y , y no es preferida estrictamente a x .

Simetría de la indiferencia: Para todo x e y , si x es indiferente a y , y es indiferente a x .

Si estos requisitos se violan resultará imposible saber qué es lo que la persona prefiere; no se podrán ordenar —jerarquizar— sus preferencias y la teoría de la decisión considerará que dicha persona no elige racionalmente, esto es, de forma lógicamente

consistente.² En cambio, si estos requisitos se cumplen se podrá atribuir al individuo una *función de utilidad*, es decir, un índice o número a cada una de sus preferencias de forma que las podamos ordenar de menor a mayor, de lo menos preferido a lo más preferido (Ríos, 1995).

Para proceder al análisis de la decisión en estos términos es preciso identificar previamente un conjunto de opciones posibles desde la perspectiva de quien toma la decisión (su *conjunto factible*) y un *conjunto de consecuencias* de cada una de las opciones, consecuencias que se puedan anticipar y ordenar según las preferencias del individuo. Se supone que, dado su conjunto factible, el individuo elegirá aquella opción que tenga —o crea que tenga— las mejores consecuencias, es decir, la que prefiera más.

Esta base formal da pie a dos interpretaciones distintas de la conducta de los individuos, una *interna* al propio individuo y otra *externa*. La interpretación internista de la elección racional considera que esta teoría “describe lo que ocurre realmente dentro de nosotros cuando razonamos” (Satz y Ferejohn, 1994: 73). La interpretación internista establece también de forma canónica que las preferencias de los individuos deben ser lógicamente consistente y que sus creencias se deben basar en la evidencia disponible. Pero el internismo supone, además, que las entidades mentales —deseos, preferencias, creencias...— están causalmente vinculadas con las decisiones de los individuos, dado que les proporcionan razones para la acción: creencias y preferencias son hechos mentales que motivan al agente y explican su acción (Williams, 1981; Redondo, 1996; Landa, 2004). Si una persona elige X en vez de Y es porque cree que X satisface mejor sus preferencias. Esa creencia y ese deseo internos, subjetivos, causan su acción.³

Desde la perspectiva internista, la teoría de la elección racional es explicativa y normativa a la vez (Hausman, 2001: 320). Apelando a creencias y preferencias individuales y a su papel de razones para la acción, la teoría no sólo explica la conducta de

² Cumplir con el requisito de la transitividad nos asegura, por ejemplo, que no tomemos una decisión de manera tal que salgamos perjudicados, eligiendo al principio opciones que preferimos más —x frente a y, e y frente a z— para terminar con un mala opción si elegimos z frente a x. La completud exige que la persona compare entre sí *todas* sus opciones y se decida por una de ellas o manifieste su indiferencia (que es una forma de decisión). A su vez, la asimetría y la simetría resultan evidentes de por sí, y no parece que impongan una exigencia lógica desmedida a la persona que ha de elegir entre varias opciones: si soy indiferente entre el candidato A y el B (o entre el coche C y el D), no puedo afirmar que prefiero el candidato B al A (o el coche D al C); y si prefiero estrictamente el candidato B al A, se dudará de mi coherencia si afirmo, a la vez, que también prefiero el A al B.

³ Como señala Cristina Redondo, “... esto sucede porque la *creencia* (no el hecho externo en el que el agente cree) es un factor adecuado para motivar al agente y explicar teleológicamente su acción. Las supuestas razones externas, por sí solas, carecen de poder motivacional” (Redondo, 1996: 137). El debate sobre la naturaleza interna de las razones para la acción ha girado en torno a la posición de Bernard Williams (1981), para quien la única forma de satisfacer las condiciones de verdad de la proposición “X tiene una razón R para hacer A” es apelando a lo que denomina conjunto subjetivo motivador de X (*subjective motivational set*). Aunque la teoría de Williams tiene una clara raíz humeana, se separa de Hume al no considerar que sólo los deseos tengan fuerza motivadora. El conjunto motivador de un sujeto incluye deseos, emociones, lealtades personales, proyectos, compromisos, etc. (Williams, 1981: 105).

los individuos —por qué toman las decisiones que toman y no otras—, sino que justifica normativamente esas decisiones, en la medida en que son las mejores que puede tomar el individuo para maximizar su interés, siempre y cuando, claro está, el individuo tenga la suficiente información y no se engañe (Davidson, 1976). Esta concepción, por lo demás, resultaría inconsistente si no se apoyara en un claro realismo psicológico con respecto a las entidades o hechos mentales que forman las piezas básicas de toda explicación en términos de elección racional (Hausman, 1995: 100). Creencias y preferencias no son para el internista meras construcciones teóricas que nos ayudan a entender la conducta humana, construcciones sin correlato real con lo que pasa en nuestras mentes, sino que, al contrario, creencias y preferencias son hechos reales del funcionamiento intencional de la mente humana.⁴

El externista niega uno por uno estos extremos. La concepción externista de la teoría de la elección racional se apoya en una concepción instrumental de los términos básicos de la teoría, pues considera que a lo único que se puede apelar realmente es a la conducta externa de los individuos. Lo que ocurra en el interior de cada uno de nosotros es algo desconocido para el científico social, una caja negra en la que no se puede entrar. “Creencias” y “preferencias” son etiquetas que empleamos para describir la acción individual, pero no se trata de hechos mentales reales o, si lo son, no podemos saberlo. Para explicar la acción individual no es preciso, pues, apelar a las razones del individuo para la acción. Basta con describir su comportamiento. Si una persona elige X en vez de Y, decimos que prefiere X a Y, siendo esa preferencia *revelada* por el individuo al decidir una mera relación binaria y no un hecho mental (Samuelson, 1948; Sen, 1982, 1986: 180-182). Las creencias, que tampoco son hechos mentales, se interpretan como la probabilidad de que una decisión tenga unas consecuencias en vez de otras en contextos de riesgo o de incertidumbre. Así pues, dadas sus preferencias y sus creencias se supone que el individuo actúa *como si* maximizara su interés (Friedman, 1986; Hardin, 1982). La concepción externista niega, pues, que la teoría de la elección racional sea una teoría normativa. Se trata sólo de una teoría descriptiva que explica la acción instrumentalmente, sin apelar a hechos mentales ni, por lo tanto, a las razones internas para la acción. Las razones son siempre externas, se las atribuye el investigador al individuo y están determinadas por parámetros observables propios de la estructura social —el mercado, la familia, el partido, las normas sociales, el Estado, etc.— en que se desenvuelve ese individuo junto con otros (Satz y Ferejohn, 1994: 77).

El componente formal de la teoría de la elección racional es el mismo para externistas e internistas, pero la interpretación de ese componente es distinta en cada caso. Esa diferencia reside sobre todo, como hemos visto, en el papel que cada cual otorga a las

⁴ A diferencia de la concepción de Williams de las razones internas, la teoría internista de la elección racional es ortodoxamente humeana, pues sólo considera los deseos como motor de la acción, dadas las creencias de los individuos (sobre la naturaleza humeana de la elección racional véase Rosenberg (1992) y Hargreaves y Varoufakis, 1995, cap. 1).

creencias, deseos y preferencias de los individuos, que si para unos, internistas, son hechos mentales reales con fuerza motivadora, para los otros, externistas, no son más que conceptos instrumentales que describen la conducta externa. Una interpretación tan distinta de la teoría de la elección racional no siempre procura, sin embargo, resultados distintos: la divergencia en los fundamentos de la teoría no suele trascender ni a los modelos ni, en consecuencia, a los resultados de la investigación. Pero esto no es siempre así.⁵ En contra de lo que se cree desde otros ámbitos de la teoría sociológica, en lo que se refiere al problema de la identidad los teóricos de la elección racional no comparten la misma posición, pues en este caso una interpretación distinta de los fundamentos de la teoría conduce a una postura distinta también sobre la posibilidad de incluir la identidad en los modelos de acción colectiva. Externistas e internistas abordan la cuestión de la identidad de forma diferente, como veremos a continuación, pues mientras que los primeros niegan su utilidad, los segundos tratan de incluirla en sus modelos.

ELECCIÓN RACIONAL E IDENTIDAD SOCIAL

Antes de abordar la cuestión de la identidad social desde las perspectivas internista y externista de la elección racional conviene que nos detengamos en el concepto mismo de identidad, pues no es tan claro como para que no debamos definirlo.

Tipos de identidad: social, de grupo y personal

La raza, el género, la edad, la nacionalidad, son manifestaciones de la identidad que se han considerado elementos indispensables para entender la participación en acciones colectivas. Así, la *identidad social* se puede definir, en un sentido amplio y sincrético que no nos comprometa con ningún enfoque específico, como aquellos atributos sociales, —raza, sexo, nacionalidad, edad, clase social— compartidos por un colectivo social que permiten a los miembros de ese colectivo definir su yo social y reconocerse (esto es,

⁵ La teoría de la elección racional es compatible con las distintas posturas filosóficas y neurofisiológicas que se ocupan de la naturaleza de las denominadas actitudes proposicionales (deseos, creencias, intenciones...). Desde el "representacionismo" (Dretske, 1989; Cummings, 1996; Fodor, 2003), que defiende que creencias y deseos representan hechos mentales, hasta el "eliminativismo" (Stich, 1983; Churchland, 1992), que considera que el lenguaje de las creencias, los deseos y las preferencias es tan adecuado para entender el funcionamiento de la mente como el zodiaco para entender el cosmos, y que desaparecerá en cuanto se conozca bien el funcionamiento del cerebro, pasando por las teorías "interpretativas", que definen las creencias como aquella práctica mediante la cual atribuimos creencias a los demás (Dennett, 1991; Davidson, 2003), cualquiera de estas teorías podría proporcionar fundamentos a la elección racional sin que se apreciara la diferencia a la hora de explicar los más diversos fenómenos sociales. Pero en el caso de la identidad, como veremos en lo que sigue, la divergencia en los fundamentos no sólo afecta a los resultados de la investigación, sino a la concepción misma de la teoría de la elección racional.

responder a la pregunta “quién soy”) (Stryker, 1980: 385; Callero, 1985: 205; Gusfield, Johnston y Laraña, 1994; Calvert, 2000; de Francisco y Aguiar, 2003). Ser mujer, ser negro o ser joven son atributos de las personas (pasajeros o no) que les permiten definirse y reconocerse. Pero se trata de atributos a partir de los cuales resulta difícil explicar la acción social o la participación en acciones colectivas. La vieja dicotomía marxista entre la clase en sí y la clase para sí se halla detrás del problema que plantea la identidad social a la hora de explicar la participación en acciones colectivas. El género en sí o la raza en sí no explican el hecho de que una mujer participe en un movimiento reivindicativo feminista o una persona de raza negra en un movimiento afroamericano. El género para sí o la raza para sí tienen que expresarse en la acción —aunque sea en la acción comunicativa, a través del lenguaje— para que se pueda hablar de identidad social, pues ésta no es un atributo observable.⁶

En ocasiones, sin embargo, la cuestión de la identidad no se canaliza por el hecho de compartir con un gran grupo de población un rasgo específico identificador (el color de la piel o la edad), sino por nuestra pertenencia a un pequeño grupo creado *ex profeso* para obtener algún bien público (del que se benefician quienes participan y quienes no) o colectivo (del que se beneficia sólo quien participa). La creación de un club es un caso paradigmático. El club se crea con un fin concreto, sea lúdico o de otro tipo. Mas, una vez creado, el club genera y refuerza la identidad de los individuos. Pertenecer al club puede suponer un orgullo; el club se defiende frente a otros clubes y se llegan a asumir costes personales por tal de beneficiar al club. De esta forma, cabe decir que la identidad de la persona, en aspectos importantes de su vida, se configura en la medida en que pertenece al grupo. Así, la *identidad de grupo* o intragrupal sería el proceso de categorización de sí mismo al que se somete un individuo al pertenecer a un grupo (Turner *et al.*, 1987). Ese proceso, que es un proceso cognitivo, cambia la percepción y las motivaciones de los individuos y hace que aumente la cooperación.⁷ En este caso se trata, por lo demás, de un concepto de identidad sobrevenido: surge al pertenecer a un grupo y no al contrario. La identidad social y la identidad de grupo, pues, aunque tienen elementos en común son analíticamente separables.

Por último, si la identidad social y grupal explican la cooperación en términos de características compartidas por los individuos —aquello en que me parezco a los míos

⁶ El color de la piel o el sexo son características observables, pero no son, por sí solos, la “identidad” de las personas.

⁷ En experimentos de psicología social en los que se estudia si la identidad de grupo explica la conducta cooperativa se muestra que la conversación entre los individuos refuerza su identidad grupal —el sentido de pertenencia al grupo, el ser “uno de los nuestros” y no “uno de ellos”— y, a su vez, favorece la cooperación. Además, incluso en experimentos en los que se atribuye a un grupo de personas que no se conocen un rasgo identificador arbitrario —los que tienen un símbolo rojo frente a los que tienen un símbolo amarillo—, ese rasgo genera identidad de grupo. Biccheri comenta este tipo de experimentos y lleva uno a cabo para concluir, sin embargo, que “no es la identidad de grupo, sino las normas que regulan el cumplimiento de promesas las que explican la elevada tasa de cooperación que se da tras un periodo de discusión” (Biccheri, 2002: 197).

frente a los demás—, la *identidad personal* refuerza lo que me distingue de los demás, ya sean miembros de mi grupo o no. Los rasgos de carácter y personalidad que nos individualizan pueden tener sin duda un papel en la explicación de la cooperación y la acción colectiva —piénsese en el carisma de un líder, por ejemplo. Por otra parte, la idea de la permanencia y el cambio de la identidad personal a lo largo del tiempo —vinculada al concepto de “yo múltiple”— ha tenido un importante papel en el estudio de la acción colectiva desde diversos enfoques (Elster, 1986; Pizzorno, 1989).

En lo que sigue nos centraremos en la identidad social, en cómo se ha tratado desde la elección racional, si bien buena parte de lo que presentemos aquí será aplicable también a la identidad de grupo (y en menor medida a la personal).

Razones externas, elección racional e identidad

La concepción externista de la elección racional tiene buenos argumentos para rechazar el uso del concepto de identidad, pero no son concluyentes. Por un lado, el rechazo se basa en el hecho de que la relación causal entre identidad y acción es oscura y, en muchas ocasiones, más que evidenciarla los teóricos de la identidad la dan por supuesta, atribuyéndole un poder explicativo del que carece a menos que se explicita (Hardin, 1995: 7; McInnes, 2004: 533; de Francisco y Aguiar, 2003: 13 y ss.). Por otro lado, no es menos cierto que, desde una perspectiva internista, las explicaciones intencionales tratan de reconstruir los motivos de la acción individual o agregada sin que esto sea sencillo. Si nos preguntamos por qué tal persona hizo tal cosa, lo que nos preguntamos en realidad es por los motivos o razones de su acción. Para entender la acción, para poder explicarla, las razones y la acción tienen que estar conectadas causalmente: la persona hizo lo que hizo por esas y no por otras razones. Además de su carácter causal, las razones han de tener, desde la perspectiva internista, un carácter evaluativo. Las razones de la acción deben ser razones adecuadas, buenas razones. Ahora bien, no siempre tenemos acceso directo, privilegiado, a los motivos de la gente. En la mayoría de las ocasiones no podemos atribuir motivos claros a la acción individual (Anscombe, 1991: 50 y ss.).

Así pues, la atribución de motivos a la conducta ajena está sujeta a múltiples errores, más aún cuando se considera el uso estratégico de esos motivos para engañar, seducir, medrar, etc. La dificultad que entraña entender los motivos de la acción aumenta cuando la acción que hay que explicar es colectiva. Las razones o motivos por los que un obrero apoya una huelga pueden ser, en principio, muy diversos. ¿Cómo reducirlos para explicar de manera efectiva la huelga, esto es, sin tener que considerar los motivos de todos y cada uno de los obreros? Por razones de parsimonia metodológica, la teoría de la elección racional reduce todos los motivos a uno sólo, la maximización del propio beneficio. De esta forma se ahorra todos los problemas interpretativos de la intencionalidad humana. Para el modelo externista de la elección racional dadas las creencias y preferencias de los individuos, el motivo de la acción, será maximizar esas preferencias. Las creencias serán adecuadas —es decir, racionales— cuando se basen en toda la información disponible. Las preferencias serán racionales, a su vez, cuando sean consistentes. En esas

condiciones se puede suponer que los individuos tratan de maximizar su interés y que tal es el único motivo que se necesita para explicar la acción colectiva (Becker, 1986: 119). Si el beneficio que reporta la acción colectiva al individuo es menor que el coste, no tomará parte en acciones colectivas, y menos aún cuando esas acciones traten de procurar un bien público, del que, por definición, se benefician por igual quienes participan en la acción y quienes no participan.

Desde la perspectiva de las razones externas se considera, pues, que las teorías de la identidad social multiplican los motivos de la acción sin necesidad. La identidad apela necesariamente, dirá el externista, a procesos internos del individuo, a lo que el actor social es o cree que es, a razones para la acción accesibles sólo de modo privilegiado al actor social. Sin embargo, el científico social sólo cuenta con la conducta de los individuos en el seno de estructuras sociales, de forma que lo que se denomina “identidad” o bien se expresa en la acción o no se puede saber qué es. Pero si la identidad se expresa en la acción se puede reducir en última instancia a meras preferencias sobre opciones posibles: participar o no participar, ir a la huelga o no ir a la huelga, manifestarse o no manifestarse. De esta forma, para el externista el hecho de que se afirme que una obrera participa en una huelga por su identidad de clase no explica nada, en la medida en que se apela a una oscura entidad interna al individuo —la identidad o la conciencia— sin fuerza causal aparente. Que se asegure, en cambio, que la acción maximiza su interés, sí resulta explicativo. Y si una persona o un conjunto de personas afirman que toman parte en una acción colectiva para promover la igualdad, el teórico externista de la elección racional dirá que los sujetos tratan de maximizar su preferencia, sin que tal cosa implique proceso interno alguno o algún tipo de definición colectiva de lo que uno es junto con otros. Que un grupo de personas maximice su preferencia por la igualdad o que una huelguista trate de maximizar su beneficio es explicativo, además, al modo instrumental que el externista desea, esto es, sin atender al realismo de los supuestos. Como señala Milton Friedman en su viejo e influyente artículo sobre la metodología de la economía positiva:

Una hipótesis es importante cuando “explica” mucho con poco; [...] Para ser importante, por lo tanto, una hipótesis deberá ser descriptivamente falsa en sus supuestos... no debemos preguntarnos si los “supuestos” de una teoría son descriptivamente “realistas”, porque nunca lo son, sino si son aproximaciones lo bastante buenas para el propósito de que se trate (Friedman, 1986: 58-59).

Desde este enfoque metodológico se considera que las teorías sociológicas de la identidad explican poco con muchos supuestos: ni la identidad explica toda acción colectiva ni es un concepto claro, parsimonioso. Y se considera también que la teoría internista de la elección racional explica mucho con muchos supuestos: el realismo psicológico de los internistas no le parece necesario al externista, que con la teoría formal de la racionalidad instrumental parece tener bastante para explicar toda clase de fenómenos sociales y, en especial, la acción colectiva. Las razones externas —costes y beneficios— bastan para

elaborar hipótesis; no es preciso entrar en la mente de los individuos, en sus razones internas para la acción.

Razones internas, elección racional e identidad

Pero la exclusión de las razones internas deja sin explicar una amplia gama de fenómenos sociales. El caso más conocido y estudiado es el de la paradoja del voto. ¿Por qué la gente acude a votar si el beneficio individual es tan pequeño, tan ínfimo, comparado con los costes? Tal y como afirma Morris Fiorina, “los factores expresivos probablemente dominan sobre los factores instrumentales en la explicación de por qué la gente acude a votar” (1976: 410). De lo que se trata, entonces, es de considerar la expresión de la identidad como un argumento más de la función de utilidad del votante. Dicha función se compondría, así, de elementos instrumentales (votar al partido que favorece mis intereses) y de elementos expresivos (votar porque es un deber cívico, votar para manifestar lo que se es). Así, para los votantes expresivos “votar es el medio de expresar creencias y preferencias políticas y, de esta forma, establecer o reafirmar su propia identidad política” (Schuessler, 2000).⁸ La explicación de los fenómenos sociales desde la elección racional resulta muy empobrecida (aunque parsimoniosa) si se limita a suponer que las personas actúan *como si* sus motivos fueran sólo instrumentales y egoístas. Los modelos mixtos, los modelos que incluyen motivaciones instrumentales y expresivas, han supuesto sin duda un gran avance en el desarrollo de la teoría de la elección racional, permitiendo integrar cuestiones como la identidad social de los agentes, que quedaba fuera de los modelos clásicos de la elección racional.⁹ Ahora bien, no cabe pensar que este tipo de modificaciones no vaya a afectar nunca a la teoría: como ya hemos dicho, en el caso de la identidad, que sólo se integra en la teoría de la elección racional desde supuestos internistas, se produce un vuelco notable en algunos de los temas clásicos de la elección racional, vuelco que afecta sobre todo al problema de la acción colectiva:

⁸ Para un amplio repaso de cómo ha abordado la teoría de la elección racional el problema de la identidad social véase Calvert (2000). En este monográfico se puede encontrar, además, un claro ejemplo del tipo de funciones mixtas de que hablamos (Sánchez-Cuenca, 2007).

⁹ Se puede cuestionar que tales motivaciones queden fuera de los modelos clásicos olsonianos, pues cabe considerar que las motivaciones expresivas representan una suerte de incentivos selectivos internos. Se trata de una solución que el propio Olson considera y descarta. La persona que da dinero a una organización caritativa, afirma, no lo hace porque crea que ese dinero tendrá una gran influencia, sino porque obtiene “una satisfacción *individual, no colectiva* que adopta la forma de un sentimiento de valor moral personal, o por el deseo de respetabilidad o aprecio” (Olson, 1965: 160, n. 91, cursiva de Olson). Sin embargo, al considerar racional cualquier decisión apelando a incentivos selectivos del tipo que sea la teoría se vacía de contenido, pues “se vuelve correcta en virtud de su consistencia lógica, pero ya no se puede refutar empíricamente”. Si haga lo que haga el individuo siempre maximiza su utilidad —interna o externa—, la teoría no vale para nada. Este es un peligro que corren los modelos internistas si descuidan sus fundamentos y reducen todo motivo para la acción a utilidad interna.

“Si... votar por un candidato está motivado expresivamente —que es lo mismo que decir que *los beneficios del votante son existenciales más que instrumentales*— entonces no existe el problema de la acción colectiva. Aunque la eficacia instrumental del voto tiene una dimensión pública... las consecuencias existenciales de votar son completamente privadas o internas. Sólo la votante misma, mostrando su comportamiento electoral, puede extraer legítimamente de él su identificación política: para ser Demócrata tiene que votar a los Demócratas. No se trata en modo alguno de que el problema de la acción colectiva se haya resuelto. Se trata, simplemente, de que conforme a las motivaciones expresivas el gorroneo [*free-riding*] no es ya un prisma analítico adecuado a través del cual observar el voto, pues no se puede gorronear sobre la base de la identificación expresiva” (Schuessler, 2000: 91).

La acción racional basada en la identidad (*ser Demócrata*) sólo se entiende apelando a las razones internas del votante, que expresa cuando vota lo que es. La votante de Schuessler tiene una razón interna para votar a los Demócratas, a saber, que se sepa (o simplemente decirse así misma) que es Demócrata. Para explicar el voto apelando a razones externas bastan los motivos instrumentales: la votante vota a los Demócratas porque le beneficia. Mas esto, con ser importante, no es suficiente para superar la paradoja del voto. Se necesitan motivaciones expresivas para manifestar lo que se es. Pero al expresar lo que se es uno no puede ser gorrón de sí mismo. Este es el argumento de Schuessler, que no se entiende bien si no se acepta que su concepción de la elección racional se basa en la existencia de razones internas (aunque este autor no use tal expresión).

Tampoco emplean la expresión “razones internas” Akerlof y Kranton en su intento de construir una función de utilidad que permita a la economía tomar en consideración la identidad social; mas su propuesta representa el interesante ensayo de llevar la teoría económica al terreno internista, pues estos autores proponen “una función de utilidad que incorpore la identidad como *motivo para la acción*” (Akerlof y Kranton, 2000: 718, cursiva nuestra). La identidad social se entiende como la suma de dos componentes: categoría social (“padre”, “obrero”, “catedrático”, “hombre”, “mujer”) e imagen de uno mismo (*self-image*). A partir de ahí se propone la siguiente función:

$$U_j = U_j(a_j, a_{-j}, I_j)$$

La utilidad de j es una función de las acciones a de j , de las acciones de otros (a_{-j}) y de la identidad o auto-imagen I de j . A su vez, Akerlof y Kranton proponen la siguiente representación de la identidad I del individuo j :

$$I_j = I_j(a_j, a_{-j}; c_j, \varepsilon_j, P)$$

La identidad depende, pues, de la categoría social c que atribuyen los demás a j , por un lado, y de “hasta qué punto los rasgos ε_j de j coinciden con la categoría social ideal que los demás le atribuyen, lo que viene indicado por la prescripción P ” (Akerlof y Kranton, 2000: 719). Las categorías sociales atribuidas a un individuo incluyen una serie de

normas o prescripciones de conducta. Esas prescripciones establecen lo que sería el comportamiento ideal de una categoría social dada. La identidad social supone, entonces, la adecuación de la propia imagen con ese ideal, adecuación que no tiene por qué ser rígida. La inclusión de la utilidad en las funciones económicas de identidad amplía, por lo demás, el ámbito de aplicación del análisis económico (Akerlof y Kranton, 2000: 717): la identidad permite comprender la conducta contraproducente para uno mismo o incluso autodestructiva; subyace a un nuevo tipo de externalidades, a saber, la acción de naturaleza “identitaria” provoca reacciones en otros; muestra, además, cómo pueden cambiar las preferencias; y, por último, puede ser la “elección” económica más importante de una persona, pues su consumo puede estar determinado por su identidad. La inclusión de la identidad en las funciones de utilidad permite comprender mejor algunos fenómenos económicos y sociales que, de otra forma, resultarían inexplicables para la economía (y para la teoría de la elección racional). Akerlof y Kranton señalan, por ejemplo, cómo la lucha del movimiento feminista por la igualdad entre hombres y mujeres ha influido en el mercado de trabajo:

El modelo proporciona una estructura teórica al hecho de que el movimiento feminista haya podido influir en el mercado de trabajo. Entre los objetivos del movimiento se incluye la reconfiguración de las nociones sociales de feminidad (y masculinidad), así como la eliminación de todo vínculo de género en las labores del hogar y del trabajo. En el modelo tales cambios harían que se redujeran las ganancias en identidad de las mujeres —y que se redujeran las pérdidas en identidad de los hombres— por hacer las labores de la casa, y que se redujeran las pérdidas en identidad I_s de las mujeres (de los hombres) que ocupan puestos de trabajo tradicionalmente de hombres (de mujeres), así como que se redujeran también las externalidades I_o que les acompañan. [...]. Un mayor número de mujeres (de hombres) realizarían trabajos que previamente eran de hombres (de mujeres) (735).¹⁰

Más allá del valor formal de esta propuesta y con independencia del rigor conceptual de su definición de “identidad social” (que cuando hacen uso de ella se asemeja en ocasiones a las nociones de norma social y de adecuación a la norma)¹¹, estamos sin duda muy lejos de los supuestos metodológicos de un Friedman. Incluir la identidad como motivo de la acción económica implica un mayor realismo psicológico, realismo que proporciona razones internas para comprender la acción de los individuos. En este caso las preferencias y los deseos basados en la identidad (*identity-based preferences*) aportan esos motivos. Quedarse en casa no sólo acarrea costes externos para la mujer —no cobrar un sueldo, asumir labores por razones de género, etc.—, sino internos, costes relacionados

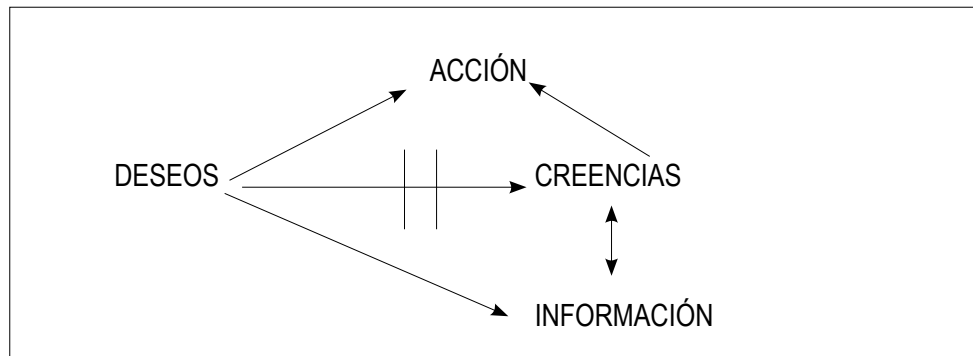
¹⁰ La identidad I_s es la identidad del sujeto y la identidad I_o es la identidad de los otros.

¹¹ Confusión muy razonable, por otra parte, pues en muchas ocasiones la identidad es reducible a norma social (Bicchieri, 2002; de Francisco y Aguiar, 2003).

con lo que ella es, con la forma en que se concibe. La mujer que se beneficia de ocupar un puesto de trabajo que tradicionalmente fue masculino, no sólo obtiene beneficios externos —un mayor número de ofertas de trabajo, mejor sueldo, etc.—, sino internos, relacionados con lo que ahora puede ser. Esos beneficios internos le proporcionan razones para la acción: buscar trabajo fuera, no quedarse en casa (y para muchos hombres, quizá, lo contrario). La identidad forma parte, pues, de los motivos o razones internas del sujeto para la acción. La teoría de la elección racional internista amplía así el número de fenómenos sociales que puede afrontar.

IDENTIDAD SOCIAL: CREENCIAS SOBRE UNO MISMO Y ACCIÓN COLECTIVA

Hasta aquí ha debido quedar claro que para la concepción internista de la elección racional los deseos proporcionan motivos o razones internas para la acción sobre la base de creencias bien formadas. Los individuos tienen creencias sobre cómo es el mundo y preferencias sobre cómo quieren que sean las cosas en el mundo o sobre lo que quieren hacer para que las cosas sean como desean. Un grupo de obreros que cree que su sueldo es bajo, quiere que sea más elevado y emprende una huelga. Una persona desea expresar mediante el voto sus principios y por eso acude a votar. Creencias y deseos forman la base de toda decisión en un modelo de clara ascendencia humeana. El esquema del modelo sería el siguiente:



Fuente: Jon Elster (1989: 31).

Una acción es racional si está sometida a un triple proceso de optimización. La acción tiene que ser, en primer lugar, el mejor medio para realizar los deseos del agente, dadas sus creencias sobre la relación medios-fines. En segundo lugar, las creencias tienen que ser óptimas dada la información de que dispone el agente. Por último, los agentes tratarán de maximizar su información teniendo en cuenta sus creencias previas sobre los costes de obtener esa información. Si este proceso de optimización falla en alguno de sus puntos la

relación entre creencias y deseos se bloquea (de ahí las dos líneas verticales que cortan el vínculo entre deseos y creencias) y la acción no será racional.

El internista tiene, pues, dos opciones para integrar la identidad social en la teoría de la elección racional: o bien concibe la identidad como el deseo de expresar mediante la acción lo que la persona es o bien concibe la identidad como una creencia. Prácticamente en todos los casos se opta por el primer camino (un poco más abajo analizaremos la aparente excepción de Akerlof y Kranton), pues no se contempla que la identidad pueda ser algún tipo de creencia. De esta forma se entiende que los individuos no sólo quieren maximizar sus beneficios, sino que también *desean* expresar su identidad, expresar su ser, como afirma Schuessler. La teoría de la elección racional puede incluir así el deseo de expresar la identidad como un argumento más de la función de utilidad. Los votantes no sólo querrán, pues, que gane el partido que más los beneficia, sino que desean también expresar su identidad. El análisis formal tiene que reflejar ambos deseos.

Si esta solución resulta impecable desde un punto de vista formal y supone un gran progreso para la teoría de la elección racional, desde una perspectiva conceptual quedan cabos sueltos, pues el deseo de expresar la identidad no es la identidad, que es lo que se expresa. ¿Qué es entonces la identidad? Puede ser, como apuntan Akerlof y Kranton de una forma conceptualmente algo más densa, la categorización social más la imagen que tenemos de nosotros mismos. ¿Pero qué significa en este caso la metáfora visual de la “auto-imagen”? La imagen o la idea que uno tiene de sí mismo puede ser algo más complejo que su mera expresión, que es a lo que se reduce la identidad en algunos modelos. Sin embargo, a la hora de operativizar su concepto, Akerlof y Kranton tienden a reducir la identidad a preferencias basadas en la identidad o a normas interiorizadas por los actores sociales, con lo que, de nuevo, el concepto mismo de identidad queda oculto por otros. Así pues, si en el esquema internista de la elección racional los deseos proporcionan razones para la acción dadas las creencias, ¿es la identidad misma —más allá de cómo se exprese— un tipo de deseo?

Dada la naturaleza de los deseos, resulta imposible definir la identidad social de una persona como un conjunto de deseos de esa persona. Aunque los deseos puedan intervenir en la formación de la identidad social (desear ser algo puede ser un importante motivo para llegar a serlo) no pueden definirla. Pues si el deseo se considera un motivo para la acción, como en el esquema de más arriba (x desea z y, dadas sus creencias, realiza la acción d para satisfacer z), la identidad no se puede entender como un deseo, sino como fuente de deseos o resultado final de ciertos deseos: mi identidad social determina o genera algunos de mis deseos, y algunos deseos pueden terminar configurando la identidad social. Ahora bien, el deseo mismo no es la identidad, no la define, en la medida en que los deseos tienen que ver con cómo queremos que sea el mundo, mientras que la identidad (ya sea personal o social), tiene que ver con cómo es el mundo, esa parte del mundo que somos nosotros. La identidad tiene que ver con lo que soy y no con lo que desearía ser, aunque lo que desearía ser influya en mi identidad, en lo que soy, o termine formando parte de mi identidad. Si el deseo se define, por otra parte, como mera preferencia entre alternativas, la identidad tampoco sería una preferencia: que alguien prefiera

estrictamente X a Y puede ser expresión de su identidad, pero no su identidad misma.

Si los deseos hacen referencia a cómo queremos que sea el mundo, las creencias apuntan en cambio al mundo tal como es (estemos equivocados o no sobre cómo es el mundo). Creemos que La Tierra es redonda, no deseamos que sea redonda.¹² Creemos que Dios existe y deseamos que se nos aparezca. Deseamos un zumo de naranja y creemos que lo que tenemos delante es una naranja de verdad y no de cera. Queremos que nos suban el sueldo y creemos que la huelga es el mejor medio de lograrlo. La diferencia entre el estado mental al que llamamos “creencia” y el que llamamos “deseo” radica, pues, como hemos dicho, en la dirección a que apuntan con respecto al mundo: las creencias se dirigen al mundo, son representaciones sobre el mundo, y nos dicen cómo es (sea verdad o no); los deseos señalan cómo debería ser para que nos satisfaga (Searle, 1992: 66). Los deseos pueden ser racionales o irracionales, pero carece de sentido decir que son verdaderos o falsos. Las creencias, en cambio, pueden ser verdaderas o falsas. No sólo pueden serlo, sino que el concepto de creencia y el de verdad están íntimamente ligados, tanto en el caso de las creencias implícitas como en el de las creencias asertivas o explícitas (Mosterín, 1987: 109). Las creencias son implícitas cuando no solemos representarnos mentalmente el contenido de la proposición con que se expresa la creencia (creemos, por ejemplo, que el Sol saldrá mañana, pero casi nunca reparamos en ello). En caso contrario son explícitas. Todo el mundo cuenta con un considerable número de creencias en las que no repara nunca o apenas repara. En cambio, las creencias se formarán otras veces mediante un complejo proceso de acumulación de evidencias. En ambos casos, tanto en el de las creencias implícitas como en el de las explícitas, creencia y verdad están íntimamente ligadas.

Las creencias implícitas, sin embargo, no están conectadas con la acción, mientras que las explícitas sí. La gente no se acuesta cada noche pensando si el sol saldrá mañana y qué hará si no sale. En cambio, la gente sí se pregunta sobre el precio de los pisos, pues quizá crea que sube o quizá crea que baja, y a tenor de su creencia decidirá qué hacer, si es que acaso quieren comprar o vender un piso. La creencia explícita determina, pues, la acción.

Esta digresión se justifica por el hecho de que si, como hemos visto, no es posible considerar la identidad social como una preferencia o como un deseo, sólo encajará en el esquema internista de la elección racional considerándola una creencia. ¿Pero de qué tipo de creencia se trata? ¿Cómo se configura? ¿Qué relación tiene con la verdad? ¿Y cuál con la acción colectiva? Si las creencias son representaciones mentales sobre cómo es el mundo, tendremos que considerar la identidad como el conjunto de creencias de una persona sobre una porción concreta del mundo, a saber, esa persona misma. La identidad se puede definir, entonces, como el conjunto de creencias de una persona sobre sí misma. La identidad social —de raza, de género, de clase, etc.— será el conjunto de creencias de

¹² En realidad se puede desear cualquier cosa, que la Tierra sea plana o que el Sol sea azul; pero nos queremos centrar aquí en deseos basados en creencias bien informadas y no en la pura imaginación y la fantasía.

una persona sobre sí misma cuando en la formación de esas creencias intervengan, entre otros factores, las creencias sociales de los demás sobre esa persona y sus creencias sobre el mundo. Veamos con detalle, en las siete tesis siguientes, lo que implica esta definición de identidad social y cómo se relaciona con la acción colectiva.

1. La identidad social es el conjunto de creencias explícitas de un grupo de personas sobre sí mismas.

Todo el mundo cuenta con un complejo bagaje de creencias sobre el mundo y sobre sí mismo. Así, por ejemplo, la persona que cree en Dios, que se considera cristiana, quizá se tenga por buena y caritativa, honrada y piadosa. Si cree que tiene esas virtudes quizá crea también que su comportamiento debe reflejarlas, ya sea acudiendo los domingos a los servicios religiosos ya sea obrando de acuerdo con esas virtudes que se atribuye, que cree que tiene. Además, esas creencias religiosas, de las que deriva un conjunto de creencias sobre sí misma, las compartirá esa persona con otras muchas, con las que se identificará y que contribuirán a su vez a reforzar sus creencias sobre el mundo y sobre sí misma. Lo que la persona cree que es junto con otros que también lo creen será su identidad social, que dado el caso se manifestará en forma de acción colectiva. Así, por ejemplo, en el caso de ciertos tipos de identidad religiosa, “la interpretación literal de la Biblia y la participación religiosa tuvo gran influencia en la probabilidad de participar en los movimientos de protesta de los años sesenta” en los Estados Unidos (McVeigh y Sikkink, 2001: 1426). En un estudio realizado recientemente por estos autores se demuestra que la probabilidad de que los protestantes de EEUU participen en acciones colectivas aumenta si creen que los valores religiosos están amenazados, que la gente no tiene derecho a desviarse de la moral cristiana y que la humanidad es pecadora por naturaleza: “ciertas creencias religiosas que caracterizan la vida como una lucha entre el bien y el mal pueden entrañar la aceptación de tácticas beligerantes de protesta” (2001: 1427). El protestante —el católico, el mahometano— que cree que todos *somos* pecadores puede creer que él es una pieza más en la lucha contra el pecado. Esa creencia sobre el mundo y sobre sí mismo, compartida con otros, conforma su identidad social (al menos una de ellas).

Esto implica que para que la identidad social pueda explicar la acción tiene que estar configurada por creencias explícitas, no implícitas. Creerse implícitamente cristiano, español o de izquierdas no define la identidad social ni explica, en consecuencia, la acción de esas personas¹³. Las creencias implícitas pueden ser la base de una suerte de identidad social difusa que no explica la acción. Sólo las creencias explícitas tienen una conexión causal/intencional con la acción.

¹³ “Creerse implícitamente español” parece que no tiene sentido. La gente es o no es española. Ahora bien, lo que significa esa expresión es que el hecho de ser español permite que las personas se atribuyan una serie de creencias sobre sí mismas de naturaleza social que, por lo común, son implícitas. En cambio, para ciertas personas “creerse —considerarse, tenerse por...— catalán y no español” les permite atribuirse una serie de creencias explícitas sobre sí mismas que explicarían sus preferencias y comportamiento colectivo.

2. La identidad social es un conjunto de creencias robustas de un grupo de personas sobre sí mismas.

La identidad social, al basarse en creencias, se forma, se construye en común, pero no se elige.¹⁴ Ese proceso de adquisición no sólo es lento, sino que, al afectar a lo que la persona cree que es, no se modifica como si se tratara de gustos o de preferencias (que, por otro lado, tampoco se modifican con facilidad). La identidad social suele ser estable, no sufre cambios inopinados, repentinos. Eso es así porque se construye sobre la base de creencias robustas, que tienen los siguientes rasgos:

Una creencia es robusta cuando, desde el punto de vista del sujeto, está apoyada por toda la evidencia de la que el sujeto dispone, es estable y forma parte del núcleo de creencias de ese sujeto, de forma que un cambio en esa creencia (o creencias) supondría una transformación del núcleo (Sayre –McCord y Smith, 2003: 5).¹⁵

Las creencias robustas son estables incluso cuando el individuo recibe nueva información que le permite reflexionar sobre ellas (cuando las creencias cambian con facilidad tras recibir nueva información y reflexionar son frágiles). Así, por ejemplo, la persona que tras meditarlo con calma dejara de creerse una pecadora irredenta que ha de humillarse a los ojos de Dios, dejaría de ser, en gran medida, la misma persona. No se identificaría ya de igual manera con sus correligionarios y buena parte de su comportamiento cambiaría. Lo que antes era una creencia robusta —“[creo que] soy una pecadora”— habría dejado de serlo, lo cual implicaría cambios en su identidad social (en este caso religiosa) y personal.¹⁶ Así pues, la identidad social, cuando explica la acción colectiva, es un conjunto de creencias robusta y explícitas de un grupo de personas sobre sí mismas.

3. Las creencias sobre uno mismo forman un entramado coherente.

Es difícil que una sola creencia sobre uno mismo se forme y pueda compartirse de tal manera que dé lugar a la identidad social de un grupo o de parte de la población. La identidad social esta formada por un conjunto complejo y coherente de creencias de los sujetos sobre el mundo y sobre sí mismos. La persona que crea que es una pecadora, por seguir con el mismo ejemplo, creerá en Dios, creerá en el mal en el mundo, creerá en

¹⁴ Lo que demuestra que no puede ser nuestra decisión económica más importante, si no se confunden desear y creer.

¹⁵ El texto de Sayre-MacCord y Smith es un borrador. Agradecemos a los autores que nos hayan permitido citarlo.

¹⁶ Ponemos el verbo “creer” entre corchetes para indicar que la persona que dice “soy X” tiene una creencia sobre sí misma que, si es robusta, no cambia fácilmente con nueva información. Si no ponemos entre corchetes “creo que”, parecería una expresión de duda (que es una forma distinta de creencia).

la salvación de las almas y creará en el más allá. La obrera consciente, por cambiar de ejemplo, puede creer, entre otras cosas, que está discriminada en su trabajo por ser mujer, lo que implicará la creencia de que los hombres están mejor tratados y que la división del trabajo adolece de un sesgo de género injusto. La coherencia en este caso no implica que las creencias se formen mediante un proceso racional de acumulación de evidencias, sino el hecho de que la identidad social está formada por conjuntos de creencias sobre el mundo y sobre uno mismo, no por creencias aisladas, que pertenecen a un mismo ámbito de cuestiones. Esa coherencia es la que permite a la persona definirse, explicarse quién es socialmente hablando y justificar su acción individual y colectiva.¹⁷

4. La formación de la identidad social no siempre tiene que ver con un proceso racional de acumulación de evidencias.

Una creencia robusta está formada por toda la evidencia de la que dispone una persona desde su punto de vista. La identidad social no siempre se construye mediante un proceso racional de acumulación de evidencias, mediante un proceso, esto es, en el que se maximiza la información; el punto de vista subjetivo es crucial. La persona que cree en Dios cree también que dispone de toda la evidencia posible, lo cual le permite construir a partir de ahí, junto con otros, su identidad religiosa. El acopio de evidencias en el caso de las creencias sobre uno mismo y sobre el mundo que configuran la identidad social es, pues, subjetivo. En ocasiones, ni siquiera los hechos más tozudos consiguen que las personas renuncien a su identidad social, a lo que *son*.¹⁸ Esto tiene dos consecuencias importantes, como es obvio. La primera, a la que ya nos hemos referido, es que la identidad social no se basa siempre en creencias racionales. La segunda es que la relación entre verdad y creencia, cuando se trata de la identidad social, se vuelve muy compleja, pues la persona cree que lo que cree de sí misma y del mundo es verdad, pues, desde su punto de vista (que es un punto de vista colectivo), le avala la evidencia. El proceso subjetivo de acumulación de evidencias que conforma las creencias sobre el mundo y sobre uno mismo a las que denominamos aquí “identidad social” influye así de manera determinante en las creencias de los individuos sobre la verdad y la racionalidad; los sujetos creen que lo que creen es verdad y creen que son racionales. Nadie podrá definirse socialmente mediante un conjunto de creencias sobre el mundo y sobre sí mismo —creencias compartidas con otros— y añadir a renglón seguido que esas

¹⁷ La identidad social implica conjuntos coherentes de creencias, pero dado que una persona puede tener diversas identidades sociales, esos conjuntos se pueden contradecir entre sí, creando tensiones e incertidumbres en el individuo (véase de Francisco y Aguiar, 2003).

¹⁸ Por eso los choques de identidades —en el caso de los emigrantes, por ejemplo— producen casos obvios de anomia en el sentido de Durkheim. Cambiar de país es más o menos fácil, cambiar de identidad no: el entramado de creencias sobre uno mismo y sobre el mundo propio al que llamamos “identidad” es demasiado tupido como para sustituirlo por otro rápidamente. En el caso de las creencias frágiles, que producen identidades frágiles, la cosa es distinta.

creencias son falsas e irracionales. Las creencias robustas sobre uno mismo implican necesariamente creer en su verdad y en su racionalidad incluso más allá de la evidencia. Eso es lo que hace que con frecuencia los movimientos colectivos firmemente ligados a cuestiones de identidad —étnica y religiosa en especial— no sean explicables en términos puramente instrumentales y que sean tan persistentes en sus demandas (Casquete, 2005: 114).

5. No hay identidad social si las creencias no arraigan en la conciencia de los individuos.

De lo dicho se desprende que en lo tocante al problema de la identidad social, de su valor explicativo, de su interés incluso para la ciencia social como concepto, de poco vale atribuir a los individuos de forma externa una “identidad social”. Por mucho que la identidad se exprese en la acción, esa acción no es comprensible si se desconocen las creencias internas en que se basa y las razones que el individuo se da para afrontar la acción a partir de sus creencias sobre sí mismo. La atribución de identidad al actor social por parte del investigador ha supuesto, por un lado, que el concepto resulte en demasiadas ocasiones arbitrario o que se reduzca a meras preferencias.

6. La identidad social entraña un claro componente emotivo.

La alegría de compartir con otros lo que se es, la alegría de ser lo mismo que otros, la pena de no poder compartirlo, el temor de ser perseguido por manifestar una identidad social que, en ocasiones, es también personal, el odio a los diferentes, son manifestaciones emotivas de la identidad social. Resulta incomprensible la identidad social, cuando es explícita, sin su carga emotiva. Pero si la identidad social ha sido descuidada por la teoría de la elección racional, las emociones han sido descuidadas por la teoría social en general; lo cual empobrece el análisis de la identidad que, en gran medida, acoge elementos similares a las emociones que despierta. Pues, en efecto, si como señala Elster, las emociones desempeñan un destacado papel a la hora de proporcionar placer, alegría, satisfacción y utilidad (Elster, 1996: 1386), otro tanto se puede decir de la identidad (social, de grupo y personal). Pero el vínculo entre identidad y emoción apenas se ha estudiado; la elección racional, en concreto, no lo ha tenido en cuenta en absoluto. Parece difícil, sin embargo, comprender la participación en muchas acciones colectivas —manifestaciones, huelgas, revoluciones, revueltas...— si no se contempla el componente emotivo de la identidad social. El hecho de que se haya considerado tradicionalmente —y en esto la elección racional ha sido fiel a su propia tradición humeana— que toda emoción es irracional las ha excluido del ámbito de intereses de la teoría de la elección racional.¹⁹ Sin embargo,

¹⁹ Esto está cambiando poco a poco. En su libro *Las pasiones y los intereses* (1999), Hirschman nos deleita con un detallado análisis de cómo la filosofía social del XVIII va arrumbando el concepto de “pasión” en

creencias sobre uno mismo y emociones —identidad y emociones— son inseparables, y si la teoría de la elección racional, en su versión internista, incluye en sus modelos a las primeras habrá de incluir a las segundas.

7. Las creencias sobre uno mismo pueden proporcionar motivos para la acción con independencia de los deseos. Esos motivos son razones internas de identidad.

Por último cabe hacerse la siguiente pregunta: ¿ha de ir siempre acompañada la creencia de un deseo para que mueva a la acción? Ésta es la base del modelo humeano de la acción, como vimos en el esquema de arriba, en que se basa la teoría internista de la elección racional. Si consideramos que las creencias por sí solas pueden proporcionar motivos para la acción, que no es necesaria siempre la mediación de un deseo, nos alejamos de ese modelo. Pero el caso es que, tal y como hemos definido la identidad, las creencias en que se basa pueden mover a la acción por sí solas, sin mediación de deseos o preferencias. Si creo que soy igualitario, ¿necesito desear la igualdad para obrar igualitariamente? No parece preciso. Si una persona cree que es igualitaria se tendrá que comportar como tal y explicar qué entiende por “ser igualitario”. No necesita, además, estar movido por el deseo o el gusto por la igualdad.²⁰ Las creencias en que se basa la identidad proporcionan razones que mueven a la acción sin que medie siempre un deseo. Esas razones son *razones de identidad*.

Si se acepta que estas tesis proporcionan una base conceptualmente acertada de lo que es la identidad social, aún tendremos que resolver un serio problema. Hemos asegurado que las teorías internistas-expresivistas de la elección racional son muy solventes desde un punto de vista formal, aunque conceptualmente no nos lo parezcan tanto. En nuestra propuesta puede ocurrir lo contrario, pues al hacer de las creencias explícitas el centro de la definición de identidad, podemos estar debilitando las posibilidades de operativizar el concepto. Aunque es cierto, por ejemplo, que la función *I* de Akerlof y Kranton es tan abstracta que prácticamente puede acoger todo tipo de definiciones, a la hora de matematizarla de manera operativa resultaría difícil incluir creencias sobre uno mismo para explicar los más diversos fenómenos sociales, en especial la acción colectiva. Los intentos más eficaces de formalización terminan reduciendo la identidad a la expresión de la identidad. Ahora bien, si las creencias son hechos mentales resulta difícil reducirlas a funciones de utilidad, pues, como señala Donald Davidson, “nuestras oraciones proporcionan *la única medida de lo mental*” (Davidson, 2003: 120, la cursiva

favor del concepto de “interés” para explicar la conducta humana en las nacientes sociedades capitalistas.

²⁰ Como señala John Searle (2001), quien se dice “debo pagar la cerveza que me he tomado” no necesita, además, desear pagar la cerveza para cumplir con su obligación. Con las razones de identidad ocurre algo semejante, no siempre ha de mediar un deseo para explicar la acción identitaria. (Para una defensa cerrada del modelo humeano de deseos-creencias-acción, véase MacKay, 1982).

nuestra). Esta falta de una métrica de la identidad ha implicado, como en el caso de las emociones, que la elección racional se haya desinteresado por este tipo de cuestiones. Ahora bien, sin necesidad de renunciar a la transformación de la acción en funciones de utilidad, la elección racional debería incluir el análisis lingüístico entre sus métodos como vía de acceso a las creencias y a la identidad social. Si la única medida de lo mental es el lenguaje, el análisis filosófico del lenguaje (en la tradición de la filosofía del lenguaje y de la mente) debería ser patrimonio de la teoría de la elección racional. Sus orígenes económicos han hecho que descuide esta vía para comprender la acción humana.²¹

CONCLUSIONES

En este artículo se ha llevado a cabo, en primer lugar, un repaso de los motivos por los que buena parte de la teoría de la elección racional rechaza el concepto de identidad. Se trataría de un concepto sin capacidad explicativa que no aporta nada a la elección racional, pues en la medida en que apunta hacia procesos internos al agente, hace que la teoría se deslice por la pendiente de los motivos individuales para la acción. La teoría externista de la elección racional niega la necesidad de apelar a motivos internos para explicar la acción, pues no cabe atribuirlos de forma sencilla a las personas: el análisis de costes y beneficios —motivos externos— y el supuesto metodológico de que todo individuo quiere maximizar sus preferencias bastan para explicar, desde este enfoque, la acción colectiva.

Hemos visto en segundo lugar que esta línea no es la única a la que se puede atribuir el título de teoría de la elección racional. La elección racional internista considera imprescindible abundar en las razones internas de la acción, pues entre esas razones se encontraría el deseo de las personas de expresar su identidad social. Ese deseo puede explicar paradojas como la del voto o la transformación del mercado laboral gracias al movimiento feminista. Ahora bien, el viejo problema de la acción colectiva, el problema del gorrón, deja de ocupar un lugar destacado en la arquitectura explicativa de la teoría, pues nadie gorronea cuando quiere expresar su identidad.

Sin embargo, hemos tratado de mostrar que aun siendo prometedores los modelos internistas, se basan en una definición conceptualmente débil del concepto de identidad. Para resolverlo hemos propuesto que se defina la identidad como una red creencias del individuo sobre el mundo y sobre sí mismo, siendo este aspecto reflexivo de la creencia el que resulta crucial para comprender la identidad. Tal definición nos aparta un tanto de los modelos de elección racional, pues en muchas ocasiones las creencias identitarias no son racionales, aunque explican la acción colectiva. Además, la definición de

²¹ Vía, dicho sea de paso, que la elección racional ha dejado en manos de confusas teorías del discurso. En este sentido, véase en Hargreaves y Varoufakis (1995) la reivindicación para la teoría de juegos de un modelo wittgensteiniano de actor social.

la identidad como un tipo de creencia —esto es, como un hecho mental de naturaleza (inter)subjetiva— promueve la necesidad de que la teoría de la elección racional incluya métodos de análisis del lenguaje entre sus herramientas formales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIAR, F. (2004), "Teoría de la decisión e incertidumbre: modelos descriptivos y normativos", *Empiria*, nº 8, pp. 139-160.
- AGUIAR, F. y A. de FRANCISCO (2002), "Rationality and identity: a critique of Alessandro Pizzorno." *European Journal of Sociology*, vol. 43, nº 1, pp. 119-131.
- AKERLOF, G. y R. KRANTON (2000), "Economics and identity", *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 115, nº 3, pp. 715-753.
- ANSCOMBE, G.E.M. (1991), *Intención*, Barcelona, Paidós.
- BELL, D., H. RAIFFA y A. TVERSKY (1988), "Descriptive, normative and prescriptive interactions in decision making", en Bell, Raiffa y Tversky (comps.), *Decision Making*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 9-32.
- BICCHIERI, C. (2002), "Covenants without swords. Group identity, norms, and communication in social dilemmas", *Rationality and Society*, vol. 4, nº 2, pp. 192-228.
- CALLERO, P. (1985), "Role-identity salience", *Social Psychology Quarterly*, 48, pp. 203-215.
- CALVERT, R. (200), "Identity, expresion, and rational-choice theory", en I. Katznelson y H.V. Milner, *Political Science: The State of the Discipline*, Nueva York, Columbia University Press, 568-596.
- CASQUETE, J. (2005), "Manifestaciones e identidad colectiva", *Revista Internacional de Sociología*, nº 42, pp. 101-125.
- CHURCHLAND, P. (1992), *Materia y conciencia*, Barcelona, Gedisa.
- CUMMINGS, R. (1996), *Representations, Targets, and Attitudes*, Cambridge (Ma.), MIT Press.
- DAVIDSON, D. (1976), "Acciones, razones y causas", en A. White, *La filosofía de la acción*, México, FCE, pp. 116-138.
- DAVIDSON, D. (2003), *Subjetivo, intersubjetivo, objetivo*, Barcelona, Càtedra.
- DE FRANCISCO, A. y F. AGUIAR (2003), "Identidad, normas e intereses", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº 104, pp. 9-27.
- DENNETT, D. (1991), *La actitud intencional*, Barcelona, Gedisa.
- DRETSKE, F. (1989), *Conocimiento e información*, Barcelona, Salvat.

- ELSTER, J. (comp. 1986), *The Multiple Self*, Cambridge, Cambridge University Press.
- ELSTER, J. (1989), *Nuts and Bolts*, Cambridge, Cambridge University Press.
- (1996), "Rationality and the emotions", *The Economic Journal*, vol. 106, n° 438, pp. 1386-1397.
- FIORINA, M. (1976), "The voting decision: Instrumental and expressive aspects", *Journal of Politics*, vol. 38, pp. 390-413.
- FODOR, J. (2003), *La mente no funciona así*, Madrid, Siglo XXI.
- FRIEDMAN, M. (1986), "La metodología de la economía positiva", en F. Hahn y M. Hollis, *Filosofía y teoría económica*, México, FCE, pp. 41-76.
- GUSFIELD, J., H. JOHNSTON y E. LARAÑA (1994), *New Social Movements: from Ideology to Identity*, Philadelphia, Temple University Press.
- HARDIN, R. (1982), *Collective Action*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
- (1995), *One for All*, Princeton, Princeton University Press.
- HARGREAVES, S. P. y Y. VAROUFAKIS (1995), *Game Theory: A Critical Introduction*, Londres, Routledge.
- HAUSMAN, D. M. (1995), "Rational choice and social theory: A comment", *Journal of Philosophy*, vol. 92, n° 2, pp. 96-102.
- (2001), "Explanation and diagnosis in economics", *Revue Internationale de Philosophie*, vol. 55, pp. 311-326.
- HIRSCHMAN, A. (1999), *Las pasiones y los intereses: argumentos políticos a favor del capitalismo previos a su triunfo*, Barcelona, Península.
- JENKINS, R. (1996), *Social Identity*, Londres, Routledge.
- LANDA, D. (2004), "Moderately internalist rational choice", <<http://www.nyu.edu/gsas/dept/politics/faculty/landa/erc/papers/landa.pdf>>
- MACINNES, J. (2004), "The sociology of identity: social science or social comment?", *British Journal of Sociology*, vol. 55, n° 4, pp. 531-543.
- MACKAY, A. (1982), "The incredibility of rejecting belief-desire-action explanations", *Proceedings of the Biennial Meeting of the Philosophy of Science Association*, vol. 2, pp. 117-126.
- MCVEIGH, R. y D. SIKKINK (2001), "God, politics, protest: Religious beliefs and the legitimization of contentious tactics", *Social Forces*, vol. 79, n° 4, pp. 1425-1458.
- MARÍ-KLOSE, P. (2000), *Elección Racional*, Madrid, CIS.
- MOSTERÍN, J. (1987), *Racionalidad y acción humana*, Madrid, Alianza Editorial.

- OLSON, M. (1965), *The Logic of Collective Action*, Cambridge (Mas.), Harvard University Press.
- PIZZORNO, A. (1989), "Algún otro tipo de alteridad: una crítica a las teorías de la elección racional", *Sistema*, nº 88, pp. 27-42.
- REDONDO, C. (1996), "¿Razones internas vs. razones externas?", *Isonomía*, nº 4, pp. 135-145.
- RÍOS, S. (1995), *Modelización*, Madrid, Alianza Editorial.
- ROSENBERG, A. (1992), *Economics: Mathematical Politics or Science of Diminishing Returns?*, Chicago, University of Chicago Press.
- SAMUELSON, P.A. (1948), "Consumption theory in terms of revealed preference", *Economica*, vol. 15, pp. 243-253.
- SATZ, D. y J. FERREJOHN (1994), "Rational choice and social theory", *Journal of Philosophy*, Vol. 91, nº 2, pp. 71-87.
- SAYRE-MCCORD, G. y M. SMITH (2003), "Desires...and beliefs...of one's own", <<http://www.princeton.edu/~msmith/mypapers/Desires...and%20Beliefs....pdf>>
- SCHUESSLER, A. (2000), "Expressive voting", *Rationality and Society*, vol. 12, pp. 87-119.
- SEARLE, J. (1992), *Intencionalidad*, Madrid, Tecnos.
- (2001), "Rationality and action" en J. Branquinho (ed.), *The Foundations of Cognitive Science*, Oxford, Oxford University Press.
- SEN, A. (1982), "Behaviour and the concept of preference", en Sen, *Choice, Welfare and Measurement*, Oxford, Blackwell, pp. 54-73.
- (1986), "Los tontos racionales", en F. HAHN y M. HOLLIS, *Filosofía y teoría económica*, México, FCE, pp. 172-217.
- STICH, P. (1983), *From Folk Psychology to Cognitive Science*, Cambridge, Mas., MIT Press.
- STRYKER, SH. (1980), *Symbolic Interactionism*, Palo Alto, Benjamin.
- TURNER, J., M. HOGG, P. OAKES, S. REICHER y M. WETHERELL (1987), *Rediscovering the Social Group: A Self-categorization Theory*, Oxford, Blacwell.
- WILLIAMS, B. (1981), "Internal and external reasons", en Williams, *Moral Luck*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 101-113.

RECIBIDO: 10/1/06
ACEPTADO: 05/10/06