

Teorías de la identidad en economía

Ricardo F. Crespo (Universidad Austral y CONICET)

En el volumen de Agosto del año 2000, la *Quarterly Journal of Economics*, revista de economía de la Universidad de Harvard, que se comenzó a publicar en 1886, y que está segunda en los rankings de este género, publicó un artículo de George Akerlof (Premio Nobel 2001) y Rachel Kranton con el título de “Economics and Identity”. La idea de identidad, que definían como “a person’s sense of self”, era tomada de la psicología y la psicología social. Los autores se preguntaban cómo la identidad personal afecta los hechos económicos. A través del instrumental económico standard – funciones de utilidad, teoría de juegos – mostraban presuntas anomalías del modelo standard que se explicaban por la identidad de los agentes. Dicen (2002: 1168):

An individual gains utility when her actions and those of others enhance her self-image. Furthermore, selfimage, or identity, is associated with the social environment: People think of themselves and others in terms of different social categories. Examples of social categories include racial and ethnic designations, and in the school context include, for example, “jock” and “nerd.” Prescriptions give the ideal, or stereotypical physical attributes and behavior, of people in each category. Individuals then gain or lose utility insofar as they belong to social categories with high or low social status and their attributes and behavior match the ideal of their category.

De acuerdo con esto, piensan que “sin un modelo que se haga eco de esta sociología, el análisis económico produce sólo respuestas parciales a preguntas claves” (2002: 1168). Por eso, incorporan estos nuevos elementos en la función de utilidad económica. Pero de este modo, la lógica sigue siendo la misma: la maximización de la utilidad. La economía ha “domesticado” estos elementos psico-sociales.

La noción de identidad también había tenido un papel clave en el “enfoque capacidades” de Amartya Sen (Premio Nobel de economía, 2000). Sen tiene formación filosófica y su diálogo acerca de la identidad incluye autores como Martha Nussbaum (Nussbaum y Sen 1993) y Michael Sandel (Sen 1999). En Sen, la idea de identidad está íntimamente relacionada con su concepto de “agency” y tiene una connotación social. Para él, no tenemos una única identidad dominante y las identidades son elegidas, no descubiertas: se trata de alcanzar una identidad razonada, no de partir de una identidad: ‘reason comes before identity, not the reverse’. Se refiere a identidades personales, culturales, religiosas, étnicas.

La cuestión de la identidad en las diversas teorías o corrientes económicas se transformó en una línea de trabajo de John B. Davis, uno de los filósofos de la economía actualmente más prestigiosos. Desde un primer capítulo en un libro en 2001, pasando por dos libros (2003 y 2011), y un gran número de artículos, Davis sigue trabajando hoy día en este tema. Davis no encuentra una teoría económica que contenga un concepto completamente satisfactorio de identidad. A él se han sumado varios representantes de este campo como Alan Kirman y Miriam Teschl. Estos últimos adhieren a la “complex view of identity” de autores como Parfit. Ellos hablan de un

‘triángulo de identidad’ formado por lo que la persona es actualmente, lo que quiere ser y dónde elige participar (2006: 317). En los tres casos – Akerlof-Kranton, Sen y Kirman-Teschl – la identidad tiene un fuerte contenido social.

Davis (2006) llama a la postura de Akerlof y Kranton, “neoclassical approach”, a la de Sen ‘commitment approach’ y a la de Kirman y Teschl ‘complexity approach’. Davis critica a las tres posturas porque dice que carecen de un adecuado concepto de reflexividad que permita la integración de las diversas identidades (multiple selves) del individuo en su identidad personal.

El objeto de esta presentación será hacer una revisión de la literatura sobre identidad y economía, tratando de identificar qué postura filosófica está implícita – o explícita – en estos economistas y filósofos de la economía. En una primera sección se analizará la posición de Akerlof y Kranton, luego la de Sen, posteriormente la de Davis, y finalmente otros autores y una conclusión.

Referencias:

Akerlof, G. and R. Kranton (2000). “Economics and Identity”, *Quarterly Journal of Economics*, CXV/3, pp. 715-753.

Akerlof, G. and R. Kranton (2002). “Identity and Schooling: Some Lessons for the Economic of Education”, *Journal of Economic Literature*, XL, pp. 1167-1201.

Davis, J.B. (2001). “Agent identity in economics”, en U. Mäki (ed.), *The Economic World View*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 114-131.

Davis, J.B. (2003). *The Theory of the Individual in Economics*, London and New York: Routledge.

Davis, J.B. (2006). “Social identity strategies in recent economics”, *Journal of Economic Methodology*, 13/3, pp. 371-390.

Davis, J.B. (2011). *Individuals and Identity in Economics*, Cambridge: Cambridge University Press.

Kirman, A. and M. Teschl (2006). “Searching for identity in the capability space”, *Journal of Economic Methodology*, 13/3, pp. 299-325.

Nussbaum, M. and A. Sen (eds.)(1993). *The Quality of Life*, Oxford: Clarendon Press.

Sen, A. (1999). *Reason Before Identity*, New Delhi: Oxford University Press.