



Reis. Revista Española de Investigaciones
Sociológicas

ISSN: 0210-5233

consejo.editorial@cis.es

Centro de Investigaciones Sociológicas
España

Francisco, Andrés de; Aguiar, Fernando
Identidad, normas e intereses

Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, núm. 104, 2003, pp. 9-27

Centro de Investigaciones Sociológicas
Madrid, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99717903001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Identidad, normas e intereses*

Andrés de Francisco

Universidad Complutense

Fernando Aguiar

IESA/CSIC

RESUMEN

En este artículo se sostiene que el uso del concepto de «identidad» para la comprensión de la acción social sólo es posible si se somete a una doble reducción: por un lado, la identidad social de los individuos es reducible a mera identificación con intereses y preferencias; por otro, con normas y valores. En el primer caso, ello se desprende del análisis de proposiciones de identidad, comunes en sociología, del tipo «X hace M porque es Y». En el segundo caso, la reducción se hace obvia al analizar la identidad social en el seno de los sistemas funcionales. En última instancia, el complejo entramado de intereses, preferencias, normas y valores con que se identifica el individuo es su identidad social.

Palabras clave: Identidad Social, Preferencias, Normas Sociales, Valores.

* Una primera versión de este artículo se discutió, en septiembre de 2002, en el seminario sobre Fundamentos Cognitivos de las Ciencias Sociales que se realizó en el marco del proyecto de la CICYT BFF2002-04394-C02-01. Agradecemos a Fernando Broncano y Antoni Domènech las críticas a nuestro trabajo. Agradecemos también las sugerencias de modificación de dos evaluadores anónimos (o evaluadoras anónimas) de la *REIS*. Ahora bien, los autores tienen que reconocer que sin la amable insistencia de Melchor Armesto este trabajo se habría quedado quizás en un cajón o en el archivo de un ordenador.

Con la noción de identidad social, como con las de normas sociales o intereses individuales, se pueden hacer dos cosas. Una es usarlas como conceptos explicativos en el seno de teorías positivas que aspiren a explicar el comportamiento humano o la acción colectiva. Desde esta perspectiva, las identidades, las normas o los intereses entrarían en las respectivas teorías como variables independientes (X hace M porque es Y, o porque tiene el vector Y de intereses o porque se conforma con el conjunto Y de normas sociales), o como «causas finales» en enunciados teóricos de formato teleológico (X hace M para ser Y), o como funciones en teorías funcionalistas (el conjunto Y de normas sociales existe y perdura porque es funcional para el mantenimiento del entramado institucional X), o incluso como variables dependientes (X es Y porque hace M).

La otra cosa que puede hacerse con estas nociones (identidades, normas sociales e intereses individuales) es convertirlas en conceptos susceptibles de ser construidos por teorías normativas. Por ejemplo, Will Kymlicka construye, en su conocida obra *Ciudadanía multicultural* (Kymlicka, 1996), el concepto de identidad de grupo y de ciudadanía diferenciada con el instrumental teórico de la filosofía política liberal: qué derechos (de autogobierno o representación o expresión grupal) son asignables a las minorías étnicas y nacionales, qué constricciones deben imponerse al ejercicio de esos derechos, etc. Este es el tipo de preguntas que Kymlicka intenta responder. De la misma manera, los intereses individuales y las normas sociales se pueden construir normativamente desde la racionalidad práctica y la ética, para así responder a preguntas tales como cuáles son permisibles éticamente, cuáles deseables, cuáles simplemente intolerables, etc. Construir ético-normativamente un determinado objeto —una noción como las anteriores— nos obliga, obvio es decirlo, a que partamos de alguna teoría ética previa.

En este artículo nos ceñiremos al enfoque *positivo* de las nociones señaladas. Nos aproximaremos a ellas con ánimo de explorar teóricamente las dos siguientes cuestiones: a) el uso *positivo* del concepto de identidad social, esto es, el uso del concepto para explicar las más variadas instancias de acción social, y b) las relaciones que cabe establecer entre las tres nociones —identidad, normas e intereses— habida cuenta de que tradicionalmente el saber sociológico ha trabajado con dos resortes motivacionales básicos: los intereses (en los sistemas de interdependencia) y las normas sociales y los roles (en los sistemas funcionales)¹.

¹ Cfr. Boudon (1981).

1. LA DEFINICIÓN DE IDENTIDAD

La literatura, no sólo sociológica, sobre identidad es simplemente abrumadora. «La “identidad” —escribe R. Jenkins— se ha convertido en uno de los marcos unificadores del debate intelectual de los noventa» (Jenkins, 1996: 7). Cuando uno se sumerge en dicha literatura, sin embargo, no tarda en tropezarse con numerosos obstáculos conceptuales. Para empezar, debemos sobreponernos a la enorme cantidad de adjetivación que acompaña al sustantivo «identidad»: sin pretensión de exhaustividad, hemos podido detectar una veintena larga de adjetivos genéricos que suelen acompañarlo². Que nosotros sepamos, ninguna otra categoría relevante en ciencias sociales, tal vez a excepción de la de *rol*, viene arropada por tan largo manto adjetival. Piénsese, por ejemplo, en los usos habituales de categorías como clase, estatus, poder, capital, grupo, acción, estructura, autoridad u organización. Parece como si el contenido semántico del concepto de identidad estuviera sumido en la oscuridad y sólo pudiera arrojarle alguna luz sobre él recurriendo a otros conceptos que lo califiquen. Y aquí nos encontramos con que gran parte de esas categorías centrales de la sociología «especifican» un tipo de identidad. Del término cultura se obtiene el de «identidad cultural»; del de sociedad, «identidad social»; del de grupo, «identidad de grupo», y así sucesivamente. En este artículo utilizaremos el término más genérico posible, el de identidad social, que agrupa a todas sus posibles especificaciones más concretas.

Por «identidad social» entenderemos el conjunto *R* de rasgos compartidos por un conjunto de individuos con un número de miembros suficiente pero indeterminadamente grande (un grupo social)³, rasgos que permiten a dichos individuos definir su *yo social* (esto es, responder a la pregunta «quién soy») y que, supuestamente, se *expresan* en su comportamiento (Stryker, 1980: 385; Callero, 1985: 205; Gusfield, Johnston y Laraña, 1994)⁴. Puesto que, en efecto, la identidad no es observable por sí misma, lo que nos interesa examinar en este artículo, y cuestionar, es la supuesta relación *causal-cum-intencional*⁵ entre identidad

² Hablando de identidad, «nacional» es adjetivo genérico frente a, por ejemplo, «española» o «vasca». El registro de adjetivos genéricos es el siguiente: sexual, de género, racial, étnica, política, partidaria, personal, individual, de clase, cívica, cultural, social, colectiva, de rol, religiosa, nacional, local, comunitaria, moderna, postmoderna, tardomoderna, organizacional, «narrativa» (Somers y Gibson, 1996: 64 y ss). Si a estos adjetivos unimos los de «legitimadora», «de resistencia» y «de proyecto» utilizados por Castells (1997: 8), tenemos un total de 26 adjetivos.

³ Dado que la identidad puede estar relacionada, como hemos dicho, con grandes colectivos humanos como una etnia, con grupos más o menos amplios como la clase social o con grupos pequeños como las sectas, es preferible hablar en términos generales de «grupo social» para abarcar así todas estas diferencias.

⁴ Esta forma de presentar el concepto de identidad social entronca con la larga tradición sociológica que parte de Mead y Cooley y llega hasta hoy en día de la mano de los herederos del interaccionismo simbólico (Serpe, 1987; Hogh, Terry y White, 1995; Cerulo, 1997).

⁵ Es decir, queremos analizar hasta qué punto la identidad proporciona *razones para la acción*, de forma que esas razones sean la causa de la acción. Si la identidad no fuera sino un conglomerado de intereses y preferencias individuales o colectivos,

y acción social, ya sea porque se considere, de forma inmediata, que la identidad causa la acción, ya sea porque se suponga que la acción causa la identidad, ya sea, en fin, porque se sostenga que en muchas ocasiones los individuos buscan mediante la acción, de forma premeditada, asumir una identidad. Como trataremos de mostrar en este artículo, dicha relación de implicación sólo resulta verdaderamente explicativa cuando se vinculan identidad y acción de manera indirecta a través de los intereses y las preferencias (individuales o colectivas)⁶ y la racionalidad instrumental, por un lado, y, por otro, a través de las normas y valores que los individuos asumen, esto es, con la racionalidad entendida en sentido deontológico, según principios.

Así, en el siguiente apartado intentaremos explorar el conjunto de relaciones causales-intencionales posibles entre identidad y acción: qué conexiones se pueden dar entre la identidad social de X y lo que X hace. Analizaremos en particular tres posibilidades: *X hace M porque es Y*; *X es Y porque hace M*, y *X hace M para ser Y*. A propósito de estas tres posibilidades exploraremos la relación entre identidad e interés. Intentaremos ver qué hueco analítico tiene la identidad en una de las estrategias teóricas centrales en las ciencias sociales: la basada en la racionalidad con arreglo a fines (*Zweckrationalität*). La relación entre identidad, norma y racionalidad con arreglo a valores (*Wertrationalität*) la exploraremos en una sección posterior, donde trataremos de profundizar en la naturaleza de lo que denominaremos *razones de identidad*.

2. IDENTIDAD, INTERESES Y RACIONALIDAD INSTRUMENTAL

a) *X hace M porque es Y*

Supongamos que X es varón, de 35 años, de raza negra, padre de un niño, alto, casado, socio de un equipo de fútbol, español, sindicalista, profesor de enseñanza media, descendiente de guineanos, torero aficionado, ardiente defensor de la igualdad de la mujer y extrovertido. Todos estos rasgos Y de X son rasgos que identifican a X como tal X. De ellos, unos son rasgos biológicos, otros sociales; unos son producto del azar, otros de la necesi-

si no fuera nada más que una etiqueta para referirse a un conjunto de intereses compartidos, no se podría apelar a la identidad misma como causa de la acción, en explicaciones intencionales, sino a esos intereses y preferencias.

⁶ Aunque partimos en este trabajo de una posición metodológica individualista, no creemos, como se verá, que toda explicación sea siempre reducible a preferencias y creencias individuales, pues aceptamos la existencia de preferencias colectivas o de equipo, así como de normas sociales, irreductibles. Se dan, pues, ocasiones en que la acción social sólo se puede explicar apelando a grupos sociales —y a las preferencias colectivas de esos grupos— como instancia última, no reducible, de dicha explicación. Nuestro individualismo resulta así bastante moderado, más cercano al racionalismo metodológico de un Boudon, de honda raigambre weberiana, que al radical individualismo de la elección racional.

dad; algunos son resultado de decisiones deliberadas, otros lo son de consecuencias, previstas o no, de esas decisiones; y otros, en fin, son rasgos que le vienen culturalmente dados. Seguro que Y no agota lo que X es; pero sí podemos decir que X es, al menos, todo eso. En realidad, cualquier subconjunto de rasgos que pudiéramos seleccionar podrían identificar a X con mayor o menor rigor, pero ninguno agotaría las propiedades de X. Huelga decir que aquí nos interesan los rasgos socialmente compartidos de X: aquellos que pueden constituir su identidad social.

La oración *X hace M porque es Y*, por su parte, no siempre tiene un sentido claro. Parece evidente que estaríamos apuntando a la explicación de la acción M en función de la identidad Y de X. Pero ello no nos permite afirmar sin más que, por ejemplo, X participa en un movimiento en pro de los derechos humanos *porque es negro*. O que participa en una manifestación del Primero de Mayo *porque es sindicalista*. O que defiende su patria *porque es español*. Pues hay muchas personas de raza negra que no participan en movimientos en contra del racismo (sin dejar por ello de ser negros), y muchos españoles que no estarían dispuestos a defender su patria (sin dejar de sentirse españoles), y muchos sindicalistas que se van de campo el Primero de Mayo (sin dejar de ser por ello sindicalistas). Parece que a esos rasgos identitarios hay que añadirles algo más para que expliquen la acción social de X. No pretendemos ser originales al decir que uno de los candidatos irrenunciables —como veremos, no el único— son los *intereses individuales*. El problema es cómo añadirlos.

Pensamos que aquí se abren dos grandes posibilidades:

a) *Las identidades sociales definen o causan los intereses individuales*. Si poseo los rasgos $R = \{h, i, j \dots n\}$, que son rasgos compartidos con otros individuos y que conforman mi/nuestra identidad social, es de esperar que el conjunto I de individuos que comparten R tenga un vector definido de intereses convergentes. Esquemáticamente, la relación causal quedaría del siguiente modo:



A nosotros, empero, nos resulta problemática esta relación. En efecto, hay muchas formas de identificarse con un determinado rasgo, hay muchas formas de ser o sentirse vasco, o

mujer, o marido, o ecologista, o católico. No está nada claro qué conjunto de intereses cabe deducir de esos modos de ser, de esas identidades sociales (Serpe, 1987). Hay además un problema añadido para establecer una relación causal directa entre identidad e interés, para afirmar que las identidades definen los intereses que causan la acción, a saber: que los individuos tenemos identidades sociales *múltiples* y *entrecruzadas* (o que se solapan)⁷. Y, en esta misma medida, las intensidades de la identificación varían enormemente. Tal vez, el hecho de pertenecer a un grupo de extrema derecha como los *Ultra Sur* explique mi comportamiento vandálico puntual, o el hecho de pertenecer a la masonería explique determinadas conductas del masón. Pero estos son casos de identidades locales fuertes que, a veces, aunque raramente, sobredefinen (o sobredeterminan) los intereses, deseos y preferencias de los individuos y explican gran parte de su acción. Mas lo normal es que los individuos tengamos identidades múltiples y entrecruzadas, con intensidades diversas (Aguar y De Francisco, 2002). Ser vasco puede ser una amplia cúpula que cobije a otras muchas identidades de corta distancia y alta intensidad (ser hincha de la Real Sociedad, miembro de un club gastronómico y consejero del BBVA), en muchos casos incompatibles con otras de la misma índole (ser hincha del Athletic y enlace sindical del mencionado banco). Todos ellos pueden compartir la identidad entrecruzada vasca. Pero, entonces, el ser vasco poco podrá decirnos del comportamiento de esos individuos, a menos que esa identidad deje de ser de baja intensidad y larga distancia (entrecruzada) y pase a absorber a las otras (el activista de ETA, por seguir con el caso vasco, podría servirnos de ejemplo).

Por todo ello, parece más razonable la siguiente explicación alternativa de la relación entre intereses e identidad social:

b) *Los individuos tenemos intereses y preferencias, y es en función de estos intereses y preferencias como podemos identificarnos con otros individuos con intereses y preferencias convergentes, contribuyendo así a conformar nuestras identidades sociales y colectivas. Esquemáticamente, quedaría así:*



⁷ Este concepto de identidad entrecruzada está inspirado en el concepto rawlsiano de *overlapping consensus* (consenso entrecruzado) (Rawls, 1990).

Como muestra el gráfico b), esta segunda línea de argumentación esconde una estrategia reduccionista del concepto de identidad al de *identificación* con intereses. En principio, esta estrategia parece más prometedora que la anterior. En efecto, es difícil negar que los individuos tenemos intereses y preferencias distintivos y —según analizaremos más tarde— favorecemos valores específicos; y nos identificamos con aquellos otros que los comparten, estableciendo *compromisos* con ellos. Y, hay que añadir —trivialmente—, nos diferenciamos de aquellos que los rechazan (identificación y diferenciación son procesos complementarios). Mucho nos tememos, sin embargo, que el concepto de identidad social sea un concepto vacío (o asaz oscuro) si no remite a esos conjuntos complejos de intereses, preferencias (y, como veremos, valores) que mueven a los individuos a la acción, sobre todo a la acción colectiva: «si no nos identificáramos con otros —escribe R. Hardin—, esto es, si no tuviéramos compromisos, no importaría tanto que tuviéramos las identidades *cuasi* objetivas que tenemos» (Hardin, 1995: 7). Y creemos que esta interpretación reduccionista casa mejor con las investigaciones empíricas que apelan a las identidades sociales⁸: más allá de las manipulaciones simbólicas de las élites dirigentes de los movimientos sociales, detrás de las banderas y estandartes identitarios, hay siempre intereses, proyectivos y reactivos, más o menos organizados y explícitos, hay preferencias y deseos que se defienden con mayor o menor fortuna. Y, lo que tal vez sea más importante, que *sólo se pueden defender colectivamente*. Harina de otro costal es que el poder simbólico de las identidades sociales acabe por sustituir u ocultar a los intereses, o que la manipulación de los símbolos identitarios acabe generando falsos intereses o creencias con gran poder movilizador. Esta no es una posibilidad remota o infrecuente: los fascismos, los integristas religiosos, algunos tipos fanáticos de nacionalismo encajan, a nuestro entender, en esta última caracterización. Pero sigue siendo una cuestión empírica saber cuál es el poder real de las lealtades ciegas o las adhesiones incondicionales.

Sea como fuere, esta última estrategia (reduccionista) de análisis de la relación entre identidad, intereses y acción, es decir, la que toma a los intereses y las preferencias como dados para —vía identificación— deducir las identidades sociales, nos lleva derechamente a nuestra segunda posibilidad: *X es Y porque hace M*. Veámosla.

b) *X es Y porque hace M*

Aunque esta posibilidad se desprende, como acabamos de decir, de la argumentación anterior, la oración *X es Y porque hace M* introduce un cambio profundo de sentido que no conviene desatender. Ello es que tiene un componente moral mucho más explícito que la

⁸ Valga como botón de muestra el interesante y documentado trabajo de Castells (1997).

oración anterior, componente perfectamente captado por el dicho cervantino «cada uno es hijo de sus obras». Pero no es este el momento y lugar para tirar de este hilo.

Desde la perspectiva sociológica positiva que aquí nos interesa, sin embargo, la oración antedicha parece indicar que la identidad ya no entra como *explanans* de un argumento causal donde el comportamiento humano actúa de variable dependiente. Antes al contrario, la identidad individual es aquí el *explanandum*, y la acción la variable independiente. Pero ¿qué sentido tiene aquí la supuesta causalidad? También aquí hay varias posibilidades.

1) En realidad, lo que afirmamos es que las identidades sociales *se expresan o se revelan* en la acción: si voto al partido X, soy partidario del mismo; si pago las cuotas de mi partido, soy un buen militante; si empuño las armas por la liberación de mi pueblo, soy un nacionalista radical; si voy todos los domingos a misa, soy un beato; si arriesgo mi vida en una *zodiac* para salvar ballenas, soy un ecologista, etc. Evidentemente, esto tiene un problema, inverso al que se nos planteaba en el epígrafe anterior —estrategia a)—, a saber: que las identidades tenderán a estar *subdeterminadas* por la acción o *subexpresadas* en ella. Pues ¿cuál es el conjunto de acciones *suficientes* para considerar una identidad revelada en ellas? ¿Cuál el de las *necesarias*? ¿Es necesario recurrir a la violencia para ser nacionalista radical? ¿Es suficiente con ir a misa todos los domingos para ser beato? ¿Es necesario subirse a la *zodiac* para ser ecologista? ¿Es suficiente con pagar las cuotas para ser un buen militante?, etc.

Con todo, creemos que este es un camino que hay que desbrozar para dotar de operatividad empírica al concepto de identidad social. En efecto, tiene que haber un conjunto *necesario y suficiente* de acciones, al menos en el terreno de los conceptos teóricos, que proporcione los *indicadores* de identidad social y que dote de contenido empírico al concepto. Por este camino se podría incluso conseguir medir nuestros conceptos de identidad social asignando diferentes *intensidades* a los distintos conjuntos de acciones y diferenciar, por ejemplo, entre identidades fuertes, medias o débiles.

Otra forma de entender la causalidad en la oración *X es Y porque hace M* es la siguiente:

2) Considerar la identidad como efecto *emergente y lateral* de una sucesión de *n* acciones individuales. Uno va haciendo cosas, sin acabar de dotarles de un sentido unificador, y al final descubre en ellas, haciéndose reflexivamente consciente de su significado, una determinada identidad personal. No es que la identidad personal sea un *end-state* al que se llega, en un determinado momento del tiempo, como el barco arriba al puerto; en realidad —al menos, en nuestra opinión—, siempre se parte de una identidad y siempre se está lle-

gando a ella: nos vamos haciendo una identidad re-descubriéndola, re-formándola y conformándola⁹. No sabemos de nuestra valentía o coraje hasta que nos enfrentamos a una serie de retos y los afrontamos, ni de nuestra generosidad hasta haber consumado suficientes donaciones incondicionales, o de nuestro sentido del deber, de la responsabilidad, de la justicia hasta haber realizado la serie de actos que nos califican como respetables, responsables o justos; y así con toda la caterva de vicios y virtudes posibles. En gran medida *somos* —si se quiere, lateral y emergentemente— *lo que hacemos*. Ahora bien, creemos que la identidad social se entiende mejor si la oración *X es Y porque hace M* no se interpreta tanto desde la acción individual sin más, cuanto desde la siguiente perspectiva:

3) La *interacción*. Porque, en definitiva, de lo que se trata al hablar de identidad —sobre todo de identidad social— es de la *construcción intersubjetiva de sentido compartido*. Decir que tengo una determinada identidad social es decir que soy en la medida en que participo de un «somos». Y esto implica acciones, ciertamente, pero acciones cuyo sentido se interpreta conjuntamente; implica comunicación e interacción simbólica. Ahora bien, ¿cómo casa esto con la reducción de la identidad a intereses que, a nuestro modo de ver, opera cuando se vincula identidad y acción? A primera vista, parece que aquí nos alejamos de nuestra propia estrategia reduccionista, pues seguir la senda de la construcción intersubjetiva de sentido puede implicar que se desligue la identidad de los meros intereses y preferencias individuales. Aunque en cierto modo es así, no es necesario abandonar el lenguaje de los intereses y las preferencias para tratar la relación entre identidad e interacción, lo que nos libra de toda recaída en una visión *esencialista* de la identidad de la cual se quiera derivar, sin más, la explicación de la acción. El hecho de que *X haga M porque es Y* puede ser reflejo o expresión de una preferencia colectiva: «X hace M porque es Y, y todo Y hace M o prefiere colectivamente hacer M». Esa *preferencia colectiva*, que es producto de la interacción y con la que se identifican los individuos, no es reducible a simple preferencia individual: su base radica en intenciones y deseos colectivos, no en la agregación de deseos individuales. El violinista que toca en una orquesta o el defensa central que juega en un equipo de fútbol hacen «algo sólo en tanto que parte de *nuestro* hacer algo», esto es, jugar al fútbol o tocar en una orquesta (Searle, 1997: 41). El fracaso de la orquesta lo asume el violinista como suyo y de poco vale que sólo él haya tocado bien. Pero esto no deja de implicar, en relación con lo que a nosotros nos interesa, que la identidad sea reducible en última instancia a preferencias, individuales o colectivas: en el primer caso la identificación equivale a un proceso de agregación; en el segundo es la preferencia colectiva misma («nosotros preferimos») lo que el individuo asume. La identidad no es, en ese segundo caso, sino identificación con un nosotros que prefiere colectivamente. La in-

⁹ En Ortega y Gasset (1973: 95-130) se puede encontrar desarrollada esta dialéctica.

teracción genera preferencias colectivas que los individuos expresan en su acción, preferencias que forman parte de lo que llamamos «identidad social». Esas preferencias —dotadas de sentido intersubjetivo— proporcionan a los miembros del grupo razones para la acción (defenderse del avance del equipo contrario, tocar el violín en la orquesta), razones que carecen de sentido fuera del grupo y que generan obligaciones para con él (Gilbert, 2001: 114). Lo cual nos permitirá tender más adelante, como veremos, un puente entre identidad, preferencias y valores.

c) *X hace M para ser Y*

Este sería el caso, por ejemplo, de los ritos de paso, en los que hay que afrontar una serie de acciones para ser admitidos en el grupo al que queremos pertenecer. Aquí la intencionalidad de la acción no es cuestionable: la gente busca una identidad porque quiere esa identidad (quiere ser un *mod* o un *punky* o un independentista vasco)¹⁰. Y, una vez adquirida esa identidad, podemos decir que las personas hacen ciertas cosas porque tienen tal o cual identidad social (*X hace M para ser Y* y, cuando lo consigue, *X hace M porque es Y*). Pero en todo esto resulta difícil obviar la intencionalidad, y resulta difícil no reducir la identidad social o colectiva —que no la individual— a la identificación de nuestros intereses con los de otros (deseos, creencias, expectativas colectivas, esto es, compartidas con otros), que es una de nuestras líneas argumentales maestras en este trabajo.

Pero la oración *X hace M para ser Y* también puede entenderse desde la microsociología de las «estrategias de gestión de las impresiones» (*impression management strategies*), en el sentido de Goffman (Goffman, 1987). Desde esta perspectiva, los individuos aparecemos actuando en escenarios *dramatúrgicos*, ante auditorios que somos capaces de «segregar», construyendo nuestras propias fachadas (*fronts*) y presentando a la mirada pública nuestras identidades personales. En la dramaturgia goffmaniana no se trata tanto de identidades objetivas como de apariencias creadas e impresiones causadas mediante las cuales los individuos negociamos nuestra ubicación en el orden social. Un ejemplo, cuyo motivo es la Universidad de Harvard, puede resultar ilustrativo. Cualquiera que haya estudiado allí (o en cualquier otra universidad de la *Ivy League*) durante algún tiempo, como *visiting scholar* o *visiting student*, no habrá tardado mucho en observar el hecho de que ni profesores ni estudiantes parecen disponer de un solo minuto que perder. El campus se atraviesa a paso ligero, las comidas se hacen a gran velocidad, conseguir una cita de algu-

¹⁰ Otra cosa es por qué quiere esa identidad, que es una pregunta también interesante que apela a las motivaciones de la gente, pero que nos aleja del problema de cómo enlazar causal-intencionalmente identidad y acción.

na de sus múltiples estrellas académicas es harto complicado y, cuando se consiguen, son angustiosamente breves. Decididamente, allí el tiempo se considera un recurso escasísimo y de gran valor. O, a lo que vamos, eso parece. Y uno no tarda en comprender que una cultura académica tan competitiva es un claro factor explicativo de este orden de cosas. Y, a la vez, uno no tarda en sospechar que dicha presión pudiera hacer también que los individuos «gestionaran estratégicamente las impresiones» de su conducta, trabajando con gran intensidad, es verdad, pero aparentando hacerlo cuando se está ocioso¹¹. El equipamiento de signos (*signs equipment*, por decirlo con Goffman) preferido por el individuo-tipo de este entorno está, desde luego, dirigido a transmitir un conjunto de señales que causan la impresión en el receptor de que el emisor está abrumado de trabajo, de que, por lo tanto, no tiene un momento que perder y de que, en consecuencia, es un profesional académicamente muy productivo. Y, ni que decir tiene, en el control y gestión eficaces de esas impresiones están en juego unas determinadas señas de identidad social: las de la ética del trabajo.

De este caso —suponiendo suficientemente plausible la descripción dada aquí— cabe extraer algunas conclusiones. 1) El enfoque dramático permite enriquecer nuestra oración en el sentido de *X hace M para ser o aparentar ser Y*. 2) La artillería conceptual goffmaniana parece apuntar, sobre todo, a las formas de interacción basadas en el fingimiento¹². 3) Sin embargo, el margen de fingimiento en la gestión de las impresiones no es ilimitado. En nuestro caso, uno puede aparentar ser muy productivo emitiendo diversas señales, pero el éxito (causar la impresión deseada) va a depender en buena medida —a medio plazo— de las pruebas objetivas que ese individuo pueda aportar a la comunidad de referencia, de los múltiples «momentos de la verdad» o «pruebas de fuego» que va a tener que superar. Dicho de otro modo, lo que uno es (su «esencia») impone constricciones importantes a lo que uno puede aparentar ser (su apariencia), independientemente de sus deseos y preferencias, y de sus estrategias de autopresentación. 4) Finalmente, la llamada acción dramática presupone no sólo la intencionalidad de los agentes (donde la

¹¹ Miembros españoles de la Asociación de Antiguos Estudiantes de Harvard aseguraban, en una entrevista que apareció hace tiempo en la edición dominical del diario *El País*, que habían estudiado en aquella Universidad que dormían con la luz encendida para aparentar que seguían estudiando; y había incluso quien llegó a grabar el ruido del tecleo de una máquina de escribir para reproducirlo de madrugada y desesperar a sus compañeros (citamos la noticia de memoria).

¹² De hecho, sería un complemento microsociológico ideal para una teoría del *proceso civilizatorio* en el sentido psicogenético de N. Elias (1989). En efecto, la civilización (del comportamiento) encuentra su máxima expresión para Elias en la sociedad cortesana que incorpora un modelo de buena sociedad como *société polie*, donde el autocontrol de las energías psíquicas y el aparato emocional de los individuos (cortesanos) se orientan a la expresión conductual de los modales refinados, la cortesía y la distinción: las componentes esenciales de la llamada *bonne compagnie*. Es fácil imaginar la cantidad de recursos psíquicos que debían de desplegar los individuos de este entorno social para realizar una gestión eficaz de las impresiones: «Al recibir la etiqueta francesa y el ceremonial parisino —escribe Elias—, los diversos señores se proveían de los instrumentos necesarios para expresar su dignidad, hacer visible la jerarquía de la sociedad a todos los demás, y especialmente, para hacer bien ostensible su situación de pertenencia a la nobleza cortesana» (p. 259).

representación subjetiva de las impresiones deseadas y buscadas tiene fuerza motivacional propia), sino una buena dosis de racionalidad estratégica. Sin ambos ingredientes resulta difícil pensar en la posibilidad de que los individuos despleguemos estrategias de control de las impresiones.

3. IDENTIDAD, NORMAS Y RACIONALIDAD DE ACUERDO A VALORES

Nuestra estrategia hasta aquí ha consistido en intentar reducir, hasta donde la verosimilitud nos ha dejado, la identidad a *identificación* individual de acuerdo con intereses y preferencias: ya se emplee la identidad como variable independiente en proposiciones sociológicas del tipo «X hace M porque es Y» (donde se supone que la identidad causa la acción), ya sea la variable dependiente en la proposición «X es Y porque hace M» (donde se supone que la acción produce o causa identidad), ya sea en proposiciones intencionales del tipo «X hace M para ser Y», hemos visto que la reducción, al menos en principio, de la identidad social a intereses compartidos resulta necesaria si se quiere dotar de microfundamentos a proposiciones causales o intencionales como las anteriores.

La conexión entre identidad y racionalidad instrumental surge así de forma inmediata como mecanismo necesario para la adecuación de los medios a los fines. Pero obsérvese que no nos hemos comprometido con contenidos específicos de las preferencias y las motivaciones. Queremos decir que nuestra argumentación anterior incluye por igual las motivaciones egoístas y las altruistas o la existencia de preferencias de varios órdenes. Tampoco hemos definido la racionalidad estratégica como maximización o satisfacción. Todas estas complicaciones —que no eran nuestro tema aquí— son compatibles con un formato consecuencialista de la acción individual mediado por la racionalidad estratégica.

Sin embargo, a menudo los individuos actuamos por *otras razones* que nada tienen que ver con las consecuencias de nuestra acción. Al contrario, a menudo nuestra acción sólo es comprensible desde un formato *deontológico*. Y ello, huelga decirlo, no significa abdicar de la racionalidad. Antes al contrario, nos sitúa de lleno en el ámbito de la *wertrationalität*, que, para la tradición sociológica, es la clave de la acción individual de acuerdo con *normas sociales*. Las normas sociales, de hecho, junto con los intereses individuales, son el otro gran candidato a factor explicativo del comportamiento humano. Así, si antes buscamos la relación entre identidad social, intereses individuales y racionalidad instrumental, ahora nos ocuparemos de la relación entre identidad, norma y racionalidad de acuerdo a valores o, más en general, racionalidad práctica. En lo que sigue veremos, pues, que para entender cabalmente el concepto de identidad social es preciso reducirlo una vez más a *identificación*, pero en este caso con normas y valores.

Según la teoría de los roles sociales, los individuos integramos nuestra conducta en estructuras normativas que están regladas. Son estructuras *normativas* porque tienen la capacidad de administrar incentivos positivos, a la conformidad con las reglas, y negativos (sanciones), a la desviación respecto de ellas. Adicionalmente, las reglas que organizan los roles sociales son interiorizadas por los individuos mediante un largo y, en rigor, inacabado proceso de aprendizaje social que se inicia con la socialización primaria. En su conjunto, el proceso de socialización comprende más cosas que los roles; comprende valores y la propia estructura emocional de los individuos. De hecho, la violación de las normas activa emociones muy concretas: «embarazo, culpa y vergüenza en el violador; rabia e indignación en los observadores» (Elster, 1989: 113). Pues bien, ¿qué relación pueden tener los roles sociales con la identidad social de los individuos? ¿Cuál de ellos, roles o identidad, parece tener mayor poder explicativo o retrodictivo de la acción? ¿Cuál de ellos parece una herramienta heurística más prometedora?

Los llamados *sistemas funcionales* —es decir, aquellos sistemas de interacción en los que el *actor* desempeña un *rol* social (Boudon, 1981)— han sido profusamente estudiados, y hoy sabemos que son todo menos inequívocos o simples¹³. Los roles sociales, en efecto, no sólo (a) admiten, en expresión de Parsons, una *variabilidad* en su codificación (lo que concede al individuo una gran autonomía para su interpretación estratégica), sino que también (b) su definición es a menudo ambigua o contradictoria¹⁴ y (c) con frecuencia son conjuntos complejos de subroles o subpapeles. Si a esto añadimos que los individuos somos actores múltiples —que desempeñamos muchos roles distintos simultáneamente—, comprenderemos hasta qué punto el comportamiento individual concreto queda *subdeterminado* por los sistemas funcionales en los que tiene lugar¹⁵. Con todo, no nos cabe duda de que las reglas que organizan los roles acotan el comportamiento humano y definen en gran medida su *conjunto de oportunidad* y tal vez los sistemas funcionales sean más informativos, a efectos de explicación de la acción individual, por el conjunto de acciones que excluyen que por su capacidad de determinar acciones y comportamientos individuales particu-

¹³ Usamos el término «sistemas funcionales» —conscientes de que hoy está en desuso— para dar a entender con esta denominación clásica que los individuos han de cumplir con normas y papeles sociales que a menudo se les imponen, aunque sea de forma ambigua, al desempeñar una función (maestro de escuela, capitán del ejército, juez, padre de familia) y que no son reducibles a preferencias individuales. Esto no nos compromete, ni mucho menos, con una perspectiva sociológica funcionalista (racionalista o no), pues somos conscientes —como apuntaba con razón uno de los evaluadores anónimos de la *REIS*— de que ha sufrido muchas críticas. Ahora bien, puesto que la perspectiva teórica del presente artículo está muy lejos de todo tipo de funcionalismo, esas críticas no afectan al núcleo de nuestra argumentación.

¹⁴ Si consideramos los roles, como hace Merton, como una «organización dinámica de normas y contranormas» (Merton, 1980).

¹⁵ El párrafo anterior sigue a De Francisco (1997: 57-58).

lares¹⁶. Sea ello como fuere, ¿qué relación pueden tener los sistemas funcionales con las identidades sociales?

Esta relación no es sencilla. Aquí nos limitaremos a explorar algunas posibilidades:

a) *Las normas sociales pueden actuar como fuentes de identidad social de los individuos.* Volvamos al ejemplo anterior y seleccionemos los rasgos varón, casado y padre. Estos tres rasgos no sólo implican determinados roles sociales, sino determinados contenidos simbólicos que ayudan a los individuos a autodefinirse, a saber quiénes son. Sin embargo, no parece que la identidad de padre, varón o casado aporte mucho a la hora de entender el comportamiento de nuestro individuo X, más allá de su conformidad o desviación con respecto a las normas y reglas que estructuran los roles de padre, marido o varón. Hay, empero, casos en los que las reglas y normas sociales pueden servir para *confirmar* la identidad social de los individuos: las normas de vestido y reglas de etiqueta parecen cumplir dicha función¹⁷. Ahora bien, también puede ocurrir que:

b) *La forma de interpretar las normas y roles sociales esté determinada por la identidad social de los individuos.* En efecto, hay muchas formas de ser varón, padre o marido, y esta variación puede tener que ver con los *valores* y *principios* que los individuos deciden elegir para, a partir de ellos, interpretar el rol en cuestión. Yo puedo ser un marido que da gran importancia al valor de la igualdad dentro del matrimonio y optar por una interpretación del rol de marido que seleccione aquellos comportamientos que favorezcan la igualdad (compartir tareas domésticas, consensuar la educación de los hijos, democratizar las decisiones que incumban a la pareja, respetar la autonomía de mi cónyuge en sus decisiones personales, etc.)¹⁸. Podríamos decir, así, que porque soy (como rasgo identitario) *igualitarista* me comporto de la manera en que lo hago en mi condición de marido. Esto nos conduciría a una hipótesis más general, a saber: los individuos nos *identificamos* con valores y principios éticos y estas «identidades normativas» sirven para reducir la *ambivalencia sociológica*, por decirlo con Merton, en la interpretación de los roles que regulan el comportamiento individual. Las identidades normativas, pues, cuentan. Y, según esta misma lógica, cuenta la

¹⁶ Dada la laxitud de interpretación de los roles (Boudon, 1981), nosotros nos inclinamos a considerarlos —roles y normas que los justifican— más como *constricciones* a la acción que como *determinantes* de la acción: un excelente tratamiento sintético de los roles y las normas en este sentido es R. Boudon y F. Bourricaud (1989: 308-312). Elster (1989: 13) es de la opinión contraria, aunque no nos resulta concluyente.

¹⁷ Elster (1989: 121) apunta esta posibilidad, aunque también aporta algunas razones para dudar de ella.

¹⁸ Claro que la interpretación de los roles que pautan los comportamientos puede venir determinada por *estrategias* guiadas por intereses y preferencias particularistas, estrategias desplegadas por los individuos ya no como actores, sino como *agentes intencionales*. La manipulación estratégica de los sistemas funcionales es una posibilidad siempre abierta para la acción individual: ¿qué otra cosa es la hipocresía sino un ejemplo de esa posibilidad?

Wertrationalität, pues la adecuación a valores del comportamiento reglado sólo puede ser el resultado de un *equilibrio reflexivo* entre valores y normas (reglas) guiado por la racionalidad práctica. La racionalidad (práctica) no sólo es necesaria para la sabia elección de los fines, sino también para definir pautas de comportamiento y consolidar hábitos de conducta *coherentes* con ellos.

Todo lo cual nos permite afirmar lo siguiente: a las razones que explican nuestra conducta en términos puramente instrumentales habría que añadir las *razones de identidad*, que serían aquellas que explican nuestra conducta en función de las normas y valores desde los cuales nos definimos a nosotros mismos. Ciertas cosas las hacemos (cooperamos con otros, salvamos vidas, nos solidarizamos) porque somos el tipo de personas que hacen esas cosas, porque creemos que debemos hacerlas en función de quiénes somos. Y es justamente mediante esas determinadas acciones cómo expresamos simbólicamente nuestros principios y valores. Lo que explica, pues, la acción en estos casos no es su utilidad instrumental, sino su *utilidad simbólica*, esto es, su *expresividad*: lo que a través de la acción queremos significar, a saber, quiénes somos (Nozick, 1995: 49 y ss.).

Así pues, las proposiciones sociológicas en las que aparecen predicados de identidad cuyo fundamento no es otro que las normas y valores con que se identifica el individuo son del tipo «Eres Y, haz (o debes hacer) M». A la razón para la acción (el deber de hacer M) que nos proporciona la identidad (ser Y), sustentada en este caso por normas y valores, es a lo que denominamos nosotros *razones de identidad*. Esas razones simbolizan lo que la persona es, y explican parte de su acción. Un ejemplo tomado de *The Rational Peasant*, de Samuel Popkin, aclarará lo que queremos decir. Mientras que el Partido Comunista Vietnamita se limitó a ofrecer incentivos materiales para que los campesinos se unieran a él, no conseguía atraerlos hacia su causa. Los grupos religiosos, en cambio, apelaban a factores como la nación, la cultura o la etnia —que formaban parte de la autodefinición del campesino vietnamita, de su identidad social—, para animarlos a luchar por un futuro mejor:

«En la medida en que los comunistas argumentaban sólo en términos de incentivos materiales y olvidaban añadir un contenido étnico, vietnamita, a sus discusiones sobre el futuro, fueron incapaces de presentar una visión creíble de ese futuro a los campesinos; de ahí su fracaso inicial para organizarlos. Los movimientos religiosos, por otro lado, apelaban a visiones del futuro en consonancia con las creencias de los campesinos, y los campesinos eran capaces de relacionar esas visiones con sus acciones presentes» (1979: 261).

En la obra de Popkin el comportamiento de los campesinos se explica básicamente desde la teoría de la elección racional: se trata de individuos instrumentalmente racionales que

pretenden obtener de la revolución el máximo beneficio. Pero ello no significa que quisieran dejar de ser vietnamitas, elemento que formaba parte de su autodefinición, y el Partido Comunista les resultaba demasiado occidentalizado: ser vietnamita era una preferencia colectiva, cabe decir, que les proporcionaba razones para la acción y que les generaba obligaciones para con los demás, esto es, razones de identidad. Las razones de identidad aportan, pues, motivos para la acción en aquellas situaciones en las que de lo que se trata es de «ser» de una determinada forma que compartimos y defendemos con otros. Popkin completa así su explicación sobre la conducta del campesino racional apelando a lo que hemos llamado aquí razones de identidad (término que él no usa), las cuales añaden un elemento no consecuencialista a sus explicaciones en términos de elección racional. Efectivamente, como ha señalado Nozick:

«En algunas situaciones de dilema del prisionero, la realización de la acción dominada —habitualmente conocida como “acción cooperativa”— puede tener un valor simbólico para la persona. Puede valer por ser ella misma una persona cooperativa en interacciones con otros, un participante voluntario y sin reparos en empresas conjuntas de mutuo beneficio. [...]. Puesto que la persona atribuye una gran utilidad a ser una persona cooperativa, en una determinada situación del dilema del prisionero realiza la acción dominada que simboliza eso. [...]. [N]uestras respuestas al dilema del prisionero se rigen, en parte, por nuestra concepción del tipo de persona que deseamos ser y por el tipo de maneras en que deseamos relacionarnos con los otros» (Nozick, 1995: 87-89).

Si consideramos, con Popkin, que los campesinos vietnamitas se hallaban inmersos en un dilema del prisionero de cuya solución dependía el éxito o el fracaso de la acción colectiva revolucionaria, habremos de convenir, pues, que dicha solución dependía tanto de sus intereses y preferencias como de su *identificación* con valores étnicos y culturales propiamente vietnamitas que les proporcionaban razones para cooperar. El conjunto de intereses y preferencias individuales y colectivas y sus diversas razones de identidad configuraban la identidad social de los campesinos vietnamitas.

Así pues, podemos afirmar lo siguiente:

- 1) Las razones de identidad implican una segunda reducción del concepto de identidad social: la reducción a los valores y normas con que los individuos se identifican.
- 2) Desde ese punto de vista, las razones de identidad ofrecen explicaciones intencionales de la conducta tanto como la racionalidad instrumental. Aunque sea cierto que los campesinos no elegían ser vietnamitas (nacían vietnamitas y eran socializados como

tales), sí elegían no dejar de serlo. Las razones de identidad no suponen, por tanto, una vuelta a una concepción hipersocializada de los individuos. El campesino vietnamita no adquiere sin más una identidad que otros reconocen, sino que lucha activamente para preservar esa identidad suya frente a las potencias coloniales. Las razones de identidad conciben a los individuos como agentes intencionales cuya acción se explica aceptando la idea de que algunas preferencias son colectivas y no se pueden reducir.

- 3) Las razones de identidad y la racionalidad instrumental no son excluyentes, como deja claro el ejemplo de Popkin en que nos hemos basado a título ilustrativo. La racionalidad con arreglo a fines y la racionalidad con arreglo a valores están presentes a la vez en las acciones sociales en las que se manifiesta la identidad social de las personas.
- 4) Las razones de identidad aportan un componente simbólico a la explicación del comportamiento social en términos de predicados de identidad. La acción individual revela a menudo el tipo de persona que se quiere ser.

5. CONCLUSIÓN

Este trabajo ha sido exploratorio y tentativo. Hemos tratado de analizar teóricamente el uso positivo del concepto de identidad social dentro de la rica tradición sociológica, para la que los intereses individuales y las normas sociales se han mostrado como los dos grandes factores explicativos del comportamiento humano. Explorando las posibles conexiones entre esos dos resortes motivacionales y la identidad social de los individuos, hemos intentado calibrar cuál es el poder heurístico independiente que puede tener el concepto de identidad social y qué espacio cabe otorgarle en el saber sociológico. Si alguna conclusión podemos extraer de nuestra exploración es que, al margen de los intereses y las normas sociales (y los valores), el poder explicativo independiente de las identidades sociales es marginal, tan marginal como lo es el caso de las identidades locales no entrecruzadas y absorbentes, esto es, las que sobredeterminan las preferencias, intereses y utilidades simbólicas de los individuos. Lo normal es que los individuos tengamos identidades múltiples y entrecruzadas que aportan muy escasa información sobre cuáles son las razones por las que los individuos somos movidos a la acción. Si, por el contrario, entendemos las identidades sociales como expresadas en la acción individual o colectiva, nos topamos con un problema: ¿cuál es el conjunto de acciones necesarias y suficientes que expresan una identidad social? Nuevamente, parece más seguro partir de un conjunto de intereses y valores compartidos, que de identidades, para ver qué es lo que se expresa en la acción. Si los acuerdos son contruidos prácticamente, en un proceso de interacción, nuevamente lo

que parece ventilarse son preferencias (colectivas) y juicios de valor sobre lo conveniente o justo o bueno para todos (para un *nosotros* dado), más que identidades sociales *cuasi* objetivas. El enfoque «dramatúrgico» goffmaniano, a su vez, nos sitúa de lleno en la racionalidad estratégica. No pretendemos negar que la identidad social tenga un poder motivador y movilizador, ni que no pueda ser un posible argumento en las funciones simbólicas de utilidad de los individuos. Simplemente, nos parece muy complicado aislar ese poder de los intereses y preferencias de los individuos y de los valores que respaldan las normas con las que se conforman o los principios éticos que los guían.

REFERENCIAS

- AGUIAR, F., y DE FRANCISCO, A. (2002): «Rationality and identity: a critique of Alessandro Pizzorno», *European Journal of Sociology*, 43, 1, pp. 119-131.
- BOUDON, R. (1981): *La lógica de lo social*, Madrid, Rialp.
- BOUDON, R., y BOURRICAUD, F. (1989): *A Critical Dictionary of Sociology*, Chicago, The University of Chicago Press.
- CALLERO, P. (1985): «Role-identity salience», *Social Psychology Quarterly*, 48, pp. 203-215.
- CASTELLS, M. (1997): *The Power of Identity*, vol. II, Oxford, Blackwell [*El poder de la identidad*, Madrid, Alianza Editorial, 2000].
- CERULO, K. (1997): «Identity construction: new issues, new directions», *Annual Review of Sociology*, 23, pp. 385-409.
- COLEMAN, J. (1988): «Social Capital in the Creation of Human Capital», *American Journal of Sociology*, vol. 94 (Supplement): 95-120.
- (1990): *Foundations of Social Theory*, Cambridge (Ma), Harvard University Press.
- DE FRANCISCO, A. (1997): *Sociología y cambio social*, Barcelona, Ariel.
- ELIAS, N. (1989): *El proceso de la civilización*, México, FCE.
- ELSTER, J. (1989): *Nuts and Bolts for the Social Sciences*, Cambridge, Cambridge University.
- GILBERT, M. (2001): «Collective preferences, obligations, and rational choice», *Economics and Philosophy*, 17, pp. 109-119.
- GOFFMAN, E. (1987): *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu.
- GUSFIELD, J.; JOHNSTON, H., y LARAÑA, E. (1994): *New Social Movements: from Ideology to Identity*, Philadelphia: Temple University Press [*Los nuevos movimientos sociales: de la ideología a la identidad*, Madrid, CIS, 1994].
- HARDIN, R. (1995): *One for All*, Princeton, Princeton University Press.
- HOGG, M.; TERRY, D., y WHITE, K. (1995): «A tale of two theories: a critical comparison of identity theory with social identity theory», *Social Psychology Quarterly*, 58, pp. 255-269.
- JENKINS, R. (1996): *Social Identity*, Londres, Routledge.

KYMLICKA, W. (1996): *Ciudadanía multicultural*, Barcelona, Paidós.

MERTON, R. (1980): *Ambivalencia sociológica y otros ensayos*, Madrid, Espasa Calpe.

NOZICK, R. (1995): *La naturaleza de la racionalidad*, Barcelona, Paidós.

ORTEGA Y GASSET, J. (1973): «Pidiendo un Goethe desde dentro», en *Vives-Goethe*, Madrid, El Arquero.

POPKIN, S. (1979): *The Rational Peasant*, Berkeley, University of California Press.

RAWLS, J. (1990): «La idea de un consenso por superposición», en J. Betegón y J. R. Páramo (comps.), *Derecho y moral*, Barcelona, Ariel.

SEARLE, J. (1997): *La construcción de la realidad social*, Barcelona, Paidós.

SERPE, R. (1987): «Stability and change in self: a structural symbolic interactionist explanation», *Social Psychology Quarterly*, 50, pp. 40-55.

SOMMER, M., y GIBSON, G. D. (1994): «Reclaiming the Epistemological "Other": Narrative and the Social Constitution of Identity», en C. Calhoun (comp.), *Social Theory and the Politics of Identity*, Oxford: Blackwell.

STRYKER, Sh. (1980): *Symbolic Interactionism*, Palo Alto, Benjamin.

ABSTRACT

In this article we argue that to use the concept of «identity» in order to explain some instances of social action is only possible after undergoing the concept to a double reduction. On the one hand, it is possible to understand identity as mere identification with desires and preferences; on the other hand, with norms and values. This conclusion can be drawn, first, from a metatheoretical analysis of sociological propositions such as «X does M because is Y». Second, when we analyse identity in relation to functional systems it seems clear that identity is based on norms and values. Social identity, then, can be understood as the complex frame of interests, preferences, norms and values with which the individual identifies himself.

Key words: Social Identity, Preferences, Social Norms, Values.