

La Lógica de la Acción Colectiva

Teoría Política y Derecho Público

Juan Pablo González
(jpg512@nyu.edu)

Universidad de Buenos Aires

ECONOMÍA >

Inflación: la ropa y el calzado registraron de nuevo los mayores aumentos, de casi 120% en el último año

El rubro de la indumentaria fue otra vez el que más incrementos mostró. En septiembre subió 10,6%, muy por encima del 6,2% de la inflación promedio

14 Oct, 2022

Escuchar

Compartir

Figure 1: Infobae

Motivación

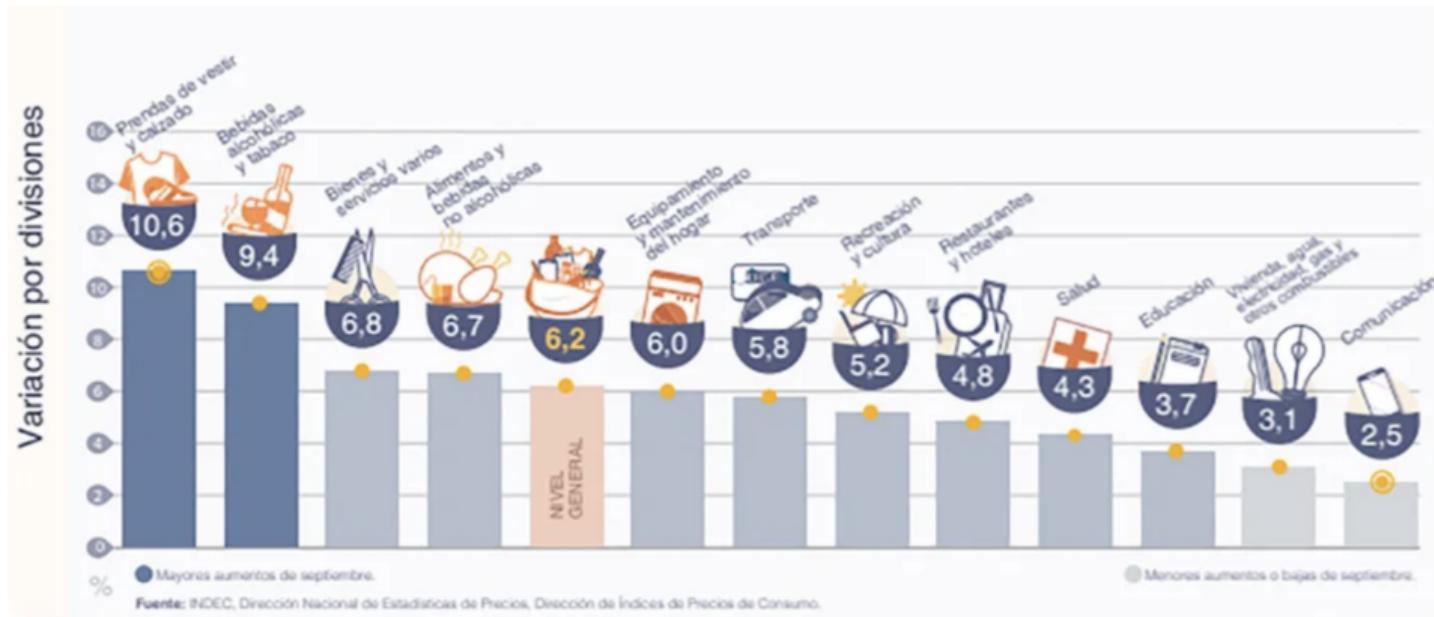


Figure 2: Infobae

IPROFESIONAL | NEGOCIOS | INFORME DE PRO TEJER

Precio de la ropa aumenta más que la inflación: las 5 razones, según los textiles

Figure 3: IProfesional

Motivación

- ▶ Todos no quejamos por el precio de la ropa
- ▶ Consumidores/ciudadanos: por qué no hacemos algo al respecto?
- ▶ ¿El poder de los textiles es mayor que el del resto de la sociedad?
 - ▶ Seguramente no
- ▶ Entonces, qué es lo que está pasando?

La Acción Colectiva

- ▶ La Lógica de la Acción Colectiva, de Mancur Olson (1965)
- ▶ Uno de los grandes aportes de la ciencia política
- ▶ Idea general:
 - ▶ Considerar incentivos de los individuos cuando deciden si ser o no parte de una iniciativa colectiva
 - ▶ El tamaño de un grupo es menos determinante de su eficacia de lo que parece
 - ▶ Grupos pequeños, concentrados y homogéneos son más eficaces

La Acción Colectiva

- ▶ La acción colectiva suele implicar costos individuales y beneficios colectivos
- ▶ Yo no tengo incentivos para actuar, me conviene dejar que lo haga otro
- ▶ Pero ese otro tiene los mismos incentivos
- ▶ ¿Por qué un individuo racional participaría en estas iniciativas?

La Acción Colectiva

- ▶ Ok... pero vemos iniciativas colectivas como sindicatos, grupos de interés, organizaciones de consumidores, etc. ¿Cómo explicar esto desde la óptica de la racionalidad?
- ▶ Olson nos dice que las organizaciones con más chances de éxito son las que pueden proveer incentivos selectivos
 - ▶ Julieta Quirós muestra un ejemplo perfecto en su etnografía sobre el movimiento piquetero
 - ▶ Carteles
- ▶ Sin un incentivo para aportar, es muy difícil lograr la acción colectiva

La Acción Colectiva

- ▶ Volviendo a nuestro ejemplo motivador
- ▶ ¿Qué podríamos hacer para bajar el precio de la ropa?
 - ▶ Boicot, peticionar a los gobernantes, etc.
 - ▶ Costos de esta acción → individuales
 - ▶ Beneficios de esta acción → colectivos

La Acción Colectiva

- ▶ Pensemos en los actores de esta situación:
- ▶ Por un lado, tenemos a los textiles
 - ▶ Grupo relativamente pequeño
 - ▶ Grupo relativamente homogéneo
 - ▶ Grupo con un interés muy concentrado
- ▶ Del otro lado, los consumidores:
 - ▶ Grupo grande y heterogéneo
 - ▶ Grupo con un interés difuso y menor

La Acción Colectiva

- ▶ En síntesis, los textiles tienen los incentivos para actuar que sus consumidores no tienen no tienen
- ▶ Nada personal con los textiles, este es un fenómeno generalizado
 - ▶ Explotación petrolera en Mar del Plata
 - ▶ Organizaciones profesionales como escribanos en Argentina o médicos en Estados Unidos
 - ▶ Empresas de cigarrillos lograron durante décadas evitar las etiquetas sobre los problemas de salud

La Acción Colectiva

- ▶ Implicancias interesantes
 - ▶ Los grupos más numeroso no tienen por qué se los que prevalezcan
 - ▶ Las características de los grupos importan
 - ▶ Los incentivos importan
- ▶ Herramienta útil para pensar por qué se toman (o no) ciertas políticas públicas

Bibliografía

- ▶ Mancur Olson (1992): "La Lógica de la Acción Colectiva." En *Diez Textos Básicos de Ciencia Política*.