
Ajuda i solidaritat. Atracció, intimitat i gènere

PID_00269251

Joel Feliu i Samuel-Lajeunesse

Temps mínim de dedicació recomanat: 4 hores





Joel Feliu i Samuel-Lajeunesse

Doctor en Psicologia Social i professor titular a la Universitat Autònoma de Barcelona. Fa recerca sobre gènere i tecnologia emprant mètodes qualitius. S'interessa especialment pel món autoetnogràfic i les modalitats creatives d'escriptura científica.

L'encàrrec i la creació d'aquest recurs d'aprenentatge UOC han estat coordinats pel professor: Josep Vivas Elias (2019)

Primera edició: setembre 2019
© Joel Feliu i Samuel-Lajeunesse
Tots els drets reservats
© d'aquesta edició, FUOC, 2019
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona
Realització editorial: FUOC

Cap part d'aquesta publicació, incloent-hi el disseny general i la coberta, no pot ser copiada, reproduïda, emmagatzemada o transmesa de cap manera ni per cap mitjà, tant si és elèctric com químic, mecànic, òptic, de gravació, de fotocòpia o per altres mètodes, sense l'autorització prèvia per escrit dels titulars dels drets.

Índex

Introducció	5
1. Accions d'ajuda i solidaritat	7
1.1. Introducció	7
1.2. Versions sobre el comportament d'ajuda	7
1.2.1. Personalitat o ideologia?	8
1.2.2. El modelatge	10
1.2.3. Empatia o tristesa?	11
1.2.4. Les normes socials	11
1.3. Factors situacionals que mediatitzen l'ajuda	13
1.3.1. La presència d'altra gent	13
1.3.2. El càlcul de costos	14
1.3.3. La pressa	14
1.3.4. Les característiques de la persona receptora d'ajuda	15
1.3.5. La presa de decisions	16
1.4. Implicacions per a qui rep l'ajuda	17
1.5. L'acció col·lectiva com a acció d'ajuda	18
2. Atracció, intimitat i gènere	20
2.1. Introducció	20
2.2. Primeres aproximacions: les teories de l'intercanvi social	21
2.2.1. Crítiques a les teories de l'intercanvi social	22
2.3. Factors socials que mediatitzen l'atracció	23
2.3.1. L'etiquetatge de l'activació fisiològica	23
2.3.2. Proximitat	24
2.3.3. Atractiu físic	26
2.3.4. La similitud personal	31
2.3.5. Reciprocitat i consideració positiva	32
2.4. La construcció social de la intimitat	33
2.4.1. Difusió de les normes socials sobre la intimitat	35
2.5. Relacions a llarg termini	36
2.5.1. Tipus de relacions amoroses a llarg termini	38
2.5.2. Reproducció social/sexual	41
Resum	45
Bibliografia	47

Introducció

En aquest mòdul us presentem dos temes clàssics de la psicologia social. El que tenen en comú és que ambdós tracten d'accions que ens cohesionen com a grup, és a dir, que reflecteixen, com deia Aristòtil, que l'ésser humà és un animal social. D'una banda, parlarem d'aquells comportaments o d'aquelles accions a través dels quals ajudem altres persones: mostrarem quan ajudem i per quines raons ho fem, però sobretot reflexionarem sobre quan no ho fem tot i poder fer-ho. De l'altra, parlarem de com ens sentim atrets per altres persones, de qui ens agrada i de per quina raó ens hi volem acostar i mantenir-hi una relació.

Ambdós temes tenen a veure amb els grups socials que constituïm, per exemple amb qui considerem membre del nostre grup i qui no. És a dir, les persones que ens atrauen i les persones que és més probable que ajudem solen ser considerades membres d'un nosaltres col·lectiu, mentre que qui no considerem un dels nostres no només no ens agrada, sinó que som capaços de negar-li l'ajuda.

Finalment, parlarem de relacions de gènere i de com les nostres maneres d'atreure i de sentir-nos atrets se sostenen sobre una matriu cultural binària i cisheteropatriarcal, és a dir, sobre un sistema que impulsa l'existència de dones i d'homes amb característiques pròpies separades i ben delimitades (*binarisme de gènere*), que promou que els membres de cada categoria sexual se sentin atrets pels de l'altra (*heteronormativitat*) i que, a més, considera que el balanç de poder d'aquesta diferència de gènere s'ha de resoldre a favor dels homes cisgènere i no de les dones cisgènere, les persones transgènere o transsexuals o qualsevol altra persona que s'ubiqui fora d'aquest sistema binari (*patriarcat*).

Vegeu també

Si no teniu clar què significa ni per a què es fa servir l'adjectiu cisgènere, podeu consultar el text complementari que trobareu al subapartat 2.5.2 de l'apartat 2, «Atracció, intimitat i gènere».

1. Accions d'ajuda i solidaritat

1.1. Introducció

Ahir a la tarda, una noia se'm va adreçar pel carrer, em va dir que tenia gana i que tenia fred i que si li podia comprar alguna cosa; va mencionar un croissant i un cafè amb llet. Jo no ho vaig fer. En lloc d'ajudar-la, li vaig mentir, li vaig dir que no portava res i vaig seguir caminant. Ella es va quedar sorpresa, em va dir que com podia ser que, de trenta persones a qui havia preguntat ningú portés res, i em va repetir que estava cansada, que tenia gana i que tenia fred.

Per què no la vaig ajudar?

Aquella interacció va ser breu i incòmoda, però em van passar moltes coses pel cap. Vaig haver de decidir molt ràpid què feia, i mentre ho feia vaig seguir caminant, sense deixar-li espai ni temps per explicar-se més, de manera que no tinc clar si vaig acabar decidint de veritat o si simplement vaig esperar que ella quedés enrere i no em seguís. El que sí que vaig fer va ser mirar-la d'esquiltlentes: era una noia jove, catalanoparlant, vestia amb roba còmoda, com la que portàvem d'excursió, era rossa i portava el cabell recollit. No complia en cap cas l'estereotip d'indigent o de captaire. Això em va fer dubtar molt, fins i tot em va fer patir. Podria ser que ella necessités «realment» la meua ajuda i jo hagués estat capaç de denegar-li? Generalment, quan passo pel costat d'indigents i captaires, no dubto tant. Per raons que veurem més endavant, he adoptat una posició de no donar caritat. Però per què vaig dubtar tant en el seu cas? Per què no em vaig quedar tranquil com en altres casos? I també, per què de vegades acabo donant alguna cosa?

Aquesta anècdota personal conté molts elements dels quals parlarem a continuació: ajudar és simplement una qüestió de personalitats altruistes? És a dir, senzillament hi ha persones que ajuden i persones que no ho fan? D'on ve aquest impuls d'ajudar o de denegar l'ajuda? Hi té a veure, que la persona a ajudar i la que ajuda formin part del mateix grup social o siguin de grups diferents? Quins factors d'una situació concreta determinen que al final ajudem o no? Què implica el fet de rebre ajuda per a la persona que la rep? I per acabar, la solidaritat col·lectiva o les lluites socials són una forma d'ajuda?

1.2. Versions sobre el comportament d'ajuda

En psicologia social, la conducta altruista se sol anomenar **conducta prosocial**. La raó és la següent: a una conducta altruista se li pressuposa el contrari de l'egoisme, és a dir, que té lloc de manera desinteressada; simplement es fa sense esperar res a canvi. Tanmateix, si hi acostem una mica la lupa, veurem que en un comportament altruista hi poden haver molts interessos implicats. Per exemple, podem ajudar algú per tal de rebre una recompensa (sigui material o social, en forma de reconeixement) o perquè pertany a la nostra categoria social, ens hi identifiquem i, per tant, en el fons ens estem ajudant a nosaltres mateixos. O bé podem ajudar algú perquè veure'l en aquell estat ens fa sentir malament (tristos, angoixats, avergonyits...) i, aleshores, ho fem per treure'ns de sobre aquest sentiment incòmode. Si pretenguéssim descriure només les

conductes d'ajuda genuïnament altruistes, les purament desinteressades, re-
duiríem excessivament el camp de conductes d'interès. Per aquesta raó, gene-
ralment s'ha preferit parlar de comportament prosocial.

Un comportament prosocial és una acció a través de la qual una persona
n'ajuda una altra a assolir algun objectiu o bé a sortir d'una situació
problemàtica, sigui quina sigui la motivació per fer-ho.

Per aquestes raons, en aquest text no parlarem de conducta altruista, sinó de
comportament prosocial, o simplement d'acció d'ajuda, que té un sentit més
general. Hem volgut fer aquesta precisió perquè ens obre un camp de recerca.
Si el que desitgem és una societat en la qual la gent s'ajudi més, caldrà, en
primer lloc, conèixer per quines raons s'ajuda i no imaginar que tota ajuda és
simplement altruisme.

Per a respondre a la qüestió de què ens impulsa a ajudar els altres, des de la
psicologia social s'han plantejat diferents explicacions:

- L'ajuda és un comportament lligat a la nostra personalitat i, per tant, una característica estable que només algunes persones posseeixen?
- És una conducta apresada?
- Té relació amb els valors i la ideologia de qui ajuda?
- És simplement un tema d'humanitat i empatia?
- Són les normes socials dels grups als quals pertanyem les qui ho determi-
nen?

1.2.1. Personalitat o ideologia?

Una primera idea, intuïtiva i senzilla, és la possibilitat que no tothom ajudi,
sinó que només ho facin algunes persones i que, per tant, existeix un determi-
nat tipus de persones amb una certa predisposició a ajudar. A aquesta possibi-
litat se l'ha anomenada **hipòtesi de la personalitat altruista**. Com a plante-
jament de sentit comú, una pregunta en aquest sentit és acceptable; ara bé,
si mirem de respondre-la detalladament, és quan apareixen els problemes. En
primer lloc, perquè es construeix sobre un altre debat, més antic, més filosò-
fic, i probablement ja caducat, sobre si les persones som bones o dolentes per
naturalesa, o el que és el mateix, si com a espècie tenim impulsos egoistes o
altruistes. Però, en ple segle XXI, plantejar el debat d'aquesta manera no té
gaire sentit; ja sabem que no som ni una cosa ni l'altra, que els humans som
capaços tant dels actes heroics i sacrificis més grans pel bé dels altres com de
les pitjors atrocitats.

En tot cas, si hi ha un consens, és que som animals socials. Efectivament, som
animals, però no qualsevol tipus d'animals, sinó mamífers i, per tant, una
mena d'animal en què els vincles afectius són un tret evolutiu bàsic per a la

supervivència. I també som socials, però no formem part de qualsevol tipus d'agrupació o conglomerat d'individus, sinó dels de la mena que tenen consciència de si mateixos, que poden reflexionar sobre els seus actes, planificar cursos d'acció, valorar conseqüències i utilitzar la seva voluntat. Totes aquestes característiques juntes expliquen perfectament per què podem ser atroços i meravellosos i per què els grups humans als quals identifiquem com a **nosaltres** (amb els quals tenim un vincle afectiu potent) són tan importants que som capaços de les pitjors atrocitats per tal de salvar-los si creiem o ens fan creure que estan en perill.

Dit això, hi ha encara molt de camí a recórrer per tal d'entendre per què algunes persones ajuden en les mateixes circumstàncies en què d'altres no ho fan. Tornant a la pregunta amb què iniciàvem aquest punt, és possible que algunes persones tinguin una personalitat més altruista? Efectivament, nombrosos estudis mostren que algunes persones tenen més tendència a ajudar, senten que tenen una responsabilitat social més gran i posseeixen dosis més grans d'empatia envers el dolor aliè.

Aleshores, si hi ha **diferències individuals**, quin n'és l'origen? Aquest debat encara és obert, perquè no hi ha consens sobre què determina la personalitat, ni sobre quins aspectes de la personalitat determinen les nostres conductes concretes, ja que una acció específica també depèn de factors situacionals múltiples.

Amb tot, ningú pot negar que la personalitat és, al final, un conglomerat de característiques individuals d'origens diversos. La genètica tradicional hi té un paper, però també el tenen factors epigenètics i hormonals, uns factors biològics en els quals la influència de l'entorn social i físic és determinant.

Les **experiències vitals** hi tenen un altre paper. Entre aquestes experiències, hi trobem els vincles que desenvolupem amb altres persones, l'educació que rebem, els valors que comparteixen els nostres grups i les característiques socioeconòmiques de la nostra societat. Tots són importants, i el més complicat és que no tots intervenen, ni en la mateixa proporció ni de la mateixa manera, sobre totes les persones o sobre totes les circumstàncies a què una mateixa persona s'enfronta al llarg d'un dia o de la vida.

L'estudi clàssic sobre aquesta qüestió és el de **Samuel i Pearl Oliner** (1988), que van entrevistar 231 persones que ajudaren algunes persones jueves a escapar del nazisme durant la Segona Guerra Mundial i van comparar-les amb persones de la mateixa època que, tot i ser igualment crítiques amb el nazisme, no van ajudar ningú, malgrat haver-ho pogut fer.

El que troben els Oliner és que les persones que van rescatar jueus tenien més sentiments de benevolència envers els jueus, una adhesió a les normes ètiques més gran (més obligacions morals i més desig de ser coherents amb les creences normatives) i donaven una gran importància a la responsabilitat personal i, per tant, puntuaven més alt en una escala de responsabilitat social. També sentien que podien controlar més el seu entorn (alt *locus* de control intern), més preocupació pels altres i més empatia (capacitat de sentir el

dolor i el sofriment aliè com a propi). Sobre aquest darrer punt és important notar que les persones que no van rescatar ningú també tenien alts nivells d'empatia, però la diferència era que només la sentien envers els qui consideraven membres del seu propi grup. A banda d'això, les persones rescatadores feien un ús menor dels estereotips, donaven més valor a la cura i a la generositat i per a elles l'obediència a l'autoritat era menys important. Per exemple, no havien estat educats pels seus pares a través de càstigs físics.

Si us hi fixeu, tot i que el llibre dels Oliner es titula *La personalitat altruista*, les característiques que mencionen són fàcilment atribuïbles al fet d'haver rebut una determinada **educació en valors**, és a dir, que tenien una formació ideològica que els feia considerar que el propi grup no podia ser només el d'aquelles persones amb trets semblants (físics, religiosos, culturals...), sinó que eren tots els éssers humans sense distinció. Aquesta ideologia és, per tant, una base important de la personalitat altruista i no prové de característiques incontrolables, sinó directament del nostre entorn.

Per a complicar-ho més, però, res d'això implica que les persones amb característiques de personalitat altruistes ajudin sempre i en qualsevol circumstància, sinó que tendeixen a fer-ho més vegades que unes altres; amb tot, també hi haurà moments en què no ho faran. De la mateixa manera, de tant en tant, persones sense aquestes característiques també poden ajudar. Per aquesta raó, és imprescindible explorar els mecanismes motivadors del comportament prosocial més enllà de la personalitat.

Una pista la tenim al mateix estudi dels Oliner: entre les persones que van ajudar als jueus n'hi havia més que treballaven amb ells que no pas entre les que no els van ajudar (el 34% versus el 17%), també n'hi havia més que tenien amistats jueus que no pas entre els que no van ajudar (el 59% versus 34%). A més a més, van formar part de la resistència contra el nazisme amb més freqüència que no pas els entrevistats que no van ajudar (44% versus el 29%). A casa seva s'hi parlava més del jueus que no pas en cases de persones que no van ajudar (74% versus 54%), mostrant per tant que eren reconeguts com a col·lectiu. També eren persones que tenien més suport social de la seva família, i que, tot i tenir un nivell de vida semblant, tenien més habitacions a casa seva (Bierhoff, 2002).

Tot són circumstàncies que no tenen a veure amb la personalitat, sinó amb la ideologia, amb les condicions de vida, amb situacions concretes i amb experiències vitals específiques.

1.2.2. El modelatge

Una d'aquestes experiències és l'aprenentatge, en el sentit que l'entenen les teories conductistes, i més específicament, el **modelatge** o **aprenentatge vicari** conceptes que fan referència a l'aprenentatge que es desencadena a partir de l'observació del comportament d'altres persones. Cal precisar que, seguint la **teoria de l'aprenentatge social** (Bandura, 1977), observar la conducta no és suficient per imitar-la. En realitat, que aquesta conducta s'adopti depèn de les conseqüències que tingui per al primer emissor de la conducta; si en té de positives, el comportament serà imitat, però si són negatives, no ho serà. A més, per a Bandura, és tan important pensar en la facilitació del comportament com en la seva inhibició.

Una criatura que doni una part del seu berenar a una altra serà recompensada amb una mirada d'agraïment de l'infant que la rep i segurament serà felicitada per l'adult present en la situació. Tanmateix, si l'ajuda oferta consisteix a donar la resposta a una pregunta

d'un examen, la conducta serà reprimida per l'adult, i el que aprendrà l'infant és que no s'ha d'ajudar algú durant un examen.

És important notar que aquesta mena d'aprenentatge es dona a través de l'exemple i no pas només mitjançant la verbalització de la conducta correcta.

Rosenhan (1970) mostra com aquelles persones més compromeses amb la lluita pels drets civils eren les que consideraven que els seus pares eren conseqüents amb els seus ideals i que, si predicaven alguna cosa, la feien, mentre que els infants de pares que predicaven la igualtat, però que a la pràctica no feien gran cosa per assolir-la, acabaven mostrant menys compromís amb el moviment pels drets civils.

1.2.3. Empatia o tristesa?

També hi ha elements que ens fan pensar que qualsevol persona pot oferir ajuda si es troba en les **condicions psicològiques adequades**, unes condicions que poden ser diverses i que poden explicar, en part, el per què, en un moment donat, ajudem:

- **Angoixa personal.** Veure una situació en què algú necessita ajuda ens pot provocar angoixa i, per tant, l'ajudarem, egoïstament, per tal de reduir aquesta emoció.
- **Empatia.** Que algú necessiti ajuda ens en fa compadir, compartir-ne els sentiments i, per tant, l'ajudarem per tal d'aconseguir el seu benestar.
- **Tristesa.** Veure algú necessitat ens deprimeix i ens posa tristos; ajudar-lo és una manera de millorar el nostre estat d'ànim.
- **Alegria empàtica.** Quan ajudem algú, aquesta persona es beneficia de la nostra intervenció i se n'alegra, cosa que ens permet compartir aquest sentiment agradable.
- **Bon humor.** S'ha demostrat que quan estem de bon humor ajudem més.

Per a avaluar l'efecte del bon humor, Isen i Levin (1972) van deixar una moneda en una cabina telefònica. En sortir-ne, la persona que l'havia trobada es creuava amb una dona a la qual queia a terra una pila de carpetes. Les persones que havien trobat monedes ajudaven més que no pas les que no. També donen més diners a una institució benèfica les persones que surten de veure una pel·lícula alegre que no pas les que n'han vista una de trista (Underwood *et al.*, 1976).

Cadascun d'aquests estats psicològics pot afectar la nostra disposició a ajudar, però no és evident en quina mesura ho fa cadascuna, perquè, de la mateixa manera que la personalitat, l'estat psicològic tampoc no és l'únic factor a considerar.

1.2.4. Les normes socials

Un factor important que també s'ha vist que intervé en la donació d'ajuda són les **normes socials**.

Una norma social pot ser entesa com una regla de conducta apresada que una persona ha d'aplicar en funció de la posició que ocupa. Al llarg de la vida aprenem aquestes regles, tant perquè ens les ensenyen (normes explícites) com

perquè les veiem en altres persones, és a dir, per comparació social (normes implícites). En el camp de l'ajuda se solen destacar tres normes importants: la de responsabilitat social, la de justícia social i la de reciprocitat.

La **norma de responsabilitat social** és aquella segons la qual cal ajudar qui ho necessita, i especialment qui depèn de la nostra ajuda.

Qui més qui menys és conscient que aquesta norma existeix, i que cal aplicar-la quan l'ocasió es presenta. Per exemple, tots sabem que cal cedir el nostre seient a l'autobús a una persona amb dificultats de mobilitat. Tanmateix, el funcionament efectiu de la norma depèn de nombrosos factors. Per exemple, del grau d'interiorització de la norma, és a dir, de fins a quin punt considerem que és el nostre deure moral personal aplicar-la, i això depèn dels valors en què hem estat socialitzats. A més, l'aplicació de la norma en una situació concreta també dependrà de l'avaluació que fem dels costos d'aplicar-la o del fet que valorem si ens estan manipulant per tal d'aconseguir la nostra ajuda. Finalment, hi influeix si atribuïm la responsabilitat de la situació de necessitat a factors externs, que la víctima no controla, o interns, en què la víctima té una certa responsabilitat a l'hora de trobar-se en aquella situació.

De fet, això ens duu a la següent norma social a considerar, la **norma de justícia social**, segons la qual tendim a ajudar preferentment qui mereix la nostra ajuda.

Perquè ens entenguem, en la fable de la cigala i la formiga, la formiga que ha treballat tot l'estiu acumulant gra no té el millor humor per tal d'ajudar la cigala, que se l'ha passat cantant.

Per acabar, la **norma de reciprocitat** per la qual cal ajudar qui t'ha ajudat prèviament.

A més, la força d'aquesta norma és més alta com més alt és el valor de l'ajuda rebuda prèviament, i encara més si el cost per al donant és elevat. És a dir, que no genera el mateix sentiment de deute que et deixi una certa quantitat de diners el teu parent pobre que si ho fa el teu parent ric.

El fet que la major part d'aquestes normes no siguin explícites, sinó que les aprenguem per comparació social, fa que el seu compliment sigui especialment vulnerable a la definició compartida de la situació. És a dir, que per tal d'activar-les hem de d'interpretar que són aplicables en la situació en què ens trobem, i com que les situacions solen ser ambigües, el que fan altres persones esdevé extremament rellevant per saber si aquella norma s'aplica o no en

aquella situació. Si algú ens demana ajuda, serà molt més fàcil que l'oferim si abans hem observat que algú altre ho fa, i al revés, serà molt més difícil fer-ho si abans algú ha denegat explícitament la seva ajuda davant nostre.

1.3. Factors situacionals que mediatitzen l'ajuda

Fins ara hem estat parlant d'aspectes com la personalitat, l'empatia, l'aprenentatge o les normes socials, que poden explicar per què algunes persones tenen una certa predisposició a ajudar. Tanmateix, com hem anat dient, hi ha una gran distància entre les nostres intencions i que efectivament acabem ajudant en una situació donada. Això es deu al fet que cada situació comporta en si mateixa un conjunt de factors diversos que modulen la possibilitat que al final acabem o no oferint ajuda. En aquest punt, parlarem de com la presència d'altres persones, els costos que pot tenir oferir o no la nostra ajuda, el temps de què disposem en aquell moment i les característiques de la persona que necessita l'ajuda condicionen la nostra decisió final.

1.3.1. La presència d'altra gent

L'efecte de la presència d'altres persones a l'entorn d'algú que necessita ajuda és un factor que s'ha estudiat d'una manera recurrent. *A priori*, es podria pensar que, com més persones vegin que algú necessita ajuda, més augmenta la probabilitat que algú l'ofereixi. Certament, si l'ajuda depengués de les característiques personals dels espectadors, això seria així; en teoria, a més gent, més probabilitat que algú tingui la personalitat, els valors o l'estat psicològic adequat. I tanmateix no és així. Latané i Nida (1981), en una revisió sistemàtica de múltiples experiments fets als anys setanta del segle XX que involucraren en total més de 2.000 persones, mostren com, en situacions en les quals hi ha diverses persones presents en el moment en què algú necessita ajuda, de mitjana, només el 53% de les persones ajuda, mentre que si la persona està sola, l'ajuda s'ofereix, de mitjana, en el 75% dels casos. Això és així perquè la responsabilitat d'ajudar es dispersa quan hi ha més persones. La persona pot raonar que si no és l'única que pot ajudar, algú altre ja ho farà, potser algú més competent, o bé pot tenir por d'haver interpretat malament la situació si les altres persones no es mouen (però, és clar, si tothom avalua el que els altres fan abans de decidir, ningú no es mourà).

Un experiment prototípic per tal d'avaluar l'efecte de la presència de diverses persones en una situació d'ajuda és el de posar algunes persones, en alguns casos soles i en d'altres acompanyades, en una habitació i fer que sentin algú que cau, que es fa mal i demana ajuda a l'habitació del costat. Quanta gent s'aixeca i obre la porta per oferir ajuda? En l'experiment de Latané i Rodin (1969), el 70% de persones soles ajudaven, però només el 40% si hi havia un altre desconegut a la sala, i només el 7% si el desconegut era un còmplice de l'experimentador amb instruccions de no aixecar-se.

Però, a més, quan no som l'única persona disponible, altres factors afecten la decisió d'ajudar. En veurem alguns més a continuació.

1.3.2. El càlcul de costos

Una idea, recurrent en psicologia social, és que la gent calcula els beneficis i els costos de les seves accions, tant si són agressions com si són per iniciar una relació amb algú o si són per ajudar aquest algú. En aquest darrer cas, el que s'ha estudiat són tant els costos que pot tenir per a algú oferir ajuda com els que pot tenir per a la víctima no ser ajudada. Ambdós elements tenen una influència determinant en aquest càlcul.

Per un costat, els costos que l'ajuda pot comportar per al testimoni poden ser alts o baixos. Per exemple, si es tracta d'ajudar algú que està essent víctima d'un atac violent, el cost pot ser molt alt, ja que podem rebre nosaltres. Tanmateix, en el càlcul dels costos hi intervenen més factors: si la persona atacada ho és per una sola persona o per diverses, si hi ha presència d'armes o objectes perillosos, si hi ha més gent que ens pot ajudar, o quina és la nostra percepció sobre la nostra capacitat per parar l'atac, és a dir, quina és la nostra força, etc. No és, per tant, un càlcul senzill. En altres casos, per exemple si algú s'està ofegant en un mar mogut, el cost d'ajudar pot ser molt alt, fins i tot si som bons nedadors, però, tot i això, en tractar-se d'una percepció, hi ha gent que pot sobrevalorar les seves habilitats i posar-se en perill intentant ajudar.

El cost per al testimoni no és l'únic cost a valorar, també ho és el cost per a la víctima. La pressió que podem sentir per ajudar no és la mateixa si percebem que la nostra ajuda és imprescindible per a la persona necessitada que si no tenim la sensació que sigui realment una emergència. No cal buscar exemples extrems: si algú ens demana diners o el nostre mòbil per tal de fer una trucada, segur que les raons que ens doni seran determinants per a la nostra resposta.

1.3.3. La pressa

Entre els factors situacionals que s'han demostrat vitals a l'hora de proporcionar ajuda, hi ha el fet de disposar de temps o no. Encara que pugui semblar que una condició tan conjuntural com aquesta no hauria d'afectar el fet que oferim ajuda a qui la necessiti, la pressa acaba sent un factor que molta gent menciona a l'hora de justificar per què no va aturar-se un moment a ajudar algú.

Un experiment clàssic sobre aquesta qüestió és el de Darley i Batson (1973). Els subjectes eren quaranta estudiants del seminari teològic de Princeton, que van ser convocats individualment per a pronunciar una conferència. En la meitat dels casos, la conferència era sobre la paràbola bíblica del bon samarità; en la resta, era sobre les tasques professionals del sacerdoti. Després que se'ls expliqués sobre què l'havien de fer, se'ls deia que havien d'anar a fer-la a un edifici del costat. A uns se'ls deia que arribaven tard i que ja els devien estar esperant (condició de molta pressa), a uns altres només se'ls deia que hi havien d'anar

de seguida (condició de pressa intermèdia) i a la resta, que encara faltaven uns minuts, però que anessin passant, tot i que allà potser haurien d'esperar una mica (condició de gens de pressa).

Pel camí, tots es van trobar una persona estirada a terra, que tossia una mica i es queixava. Els percentatges de subjectes que oferien ajuda van ser: amb pressa reduïda, el 63%; amb pressa mitjana, el 45%, i amb molta pressa, el 10%. Per aquesta raó, els autors conclouen:

«Una persona sense pressa es podia aturar i oferir ajuda a una persona que tenia problemes. Una persona amb pressa probablement passava de llarg. Resulta irònic que probablement passés de llarg fins i tot si tenia pressa perquè havia de pronunciar una conferència sobre la paràbola del bon samarità i, consegüentment, confirmava inconscientment el quid de la paràbola. (De fet, resulta sorprenent que, en més d'una ocasió, l'estudiant de seminari que es dirigia a pronunciar una conferència sobre la paràbola del bon samarità passava literalment per sobre de la víctima.) Encara que el grau de pressa que tenia la persona tenia un efecte significatiu en la probabilitat d'oferir ajuda, no va tenir efecte el tema del sermó, és a dir, si era sobre la paràbola o sobre possibles professions per als sacerdots. Aquesta manca d'efecte del tema del sermó provoca dificultats a l'hora d'explicar un comportament d'ajuda que impliqui normes d'ajuda i la seva prominència. És difícil pensar en un context en què les normes referents a l'ajuda a persones en dificultats siguin més prominents que les normes per a una persona que pensa en el bon samarità, i, tot i això, no va augmentar significativament el comportament d'ajuda. Els resultats estaven en la direcció suggerida per la hipòtesi prominent de la norma, però no van ser significatius. La conclusió més precisa sembla que és que la prominència de les normes d'ajuda és un determinant del comportament d'ajuda menys poderós en la situació actual del que moltes persones, aquests autors inclosos, esperarien» (Darley i Batson, 1973, pàg. 107).

1.3.4. Les característiques de la persona receptora d'ajuda

Un altre dels factors que s'han estudiat és de quina manera les característiques de la persona que necessita ajuda afecten el fet que la hi oferim o no. Per exemple, solem ajudar més les persones que considerem atractives o similars a nosaltres. Benson, Karabenick i Lerner (1976) van mostrar com les persones que es trobaven una sol·licitud amb una foto d'una persona eren més propenses a posar-la en un sobre i enviar-la quan aquesta persona era atractiva i era de la seva mateixa raça (blanca). Podeu veure els resultats de l'experiment a la taula següent:

Vegeu també

En la segona part d'aquest mòdul trobareu més informació sobre el paper de l'atractiu i de la similitud en les nostres relacions.

Percentatge d'ajuda com a funció del sexe del subjecte i de l'atractiu, raça i sexe de l'objectiu

	Característiques de l'objectiu							
	Atractiu				No atractiu			
	Home		Dona		Home		Dona	
Sexe del subjecte	Negre	Blanc	Negra	Blanca	Negre	Blanc	Negra	Blanca
Home	42,4 (59)*	49,0 (55)	44,8 (58)	55,8 (52)	37,1 (54)	41,4 (58)	29,4 (51)	36,4 (55)
Dona	38,1 (21)	55,0 (20)	35,0 (20)	47,6 (21)	25,0 (20)	40,0 (20)	30,0 (20)	30,0 (20)

* Les xifres entre parèntesis indiquen el nombre de subjectes a cada grup. Font: Extret de Benson, Karabenick i Lerner (1976).

D'altra banda, també s'ha vist com les persones que demanen diners a vianants que vesteixen d'una manera semblant a elles reben més diners que no pas les que els demanen a gent que vesteix d'una manera força diferent (Emswiller, Deaux i Willits, 1971).

De fet, si tendim a ajudar més aquelles persones que percebem que formen part del nostre grup, tal com prediuen les **teories de la identitat social**, és perquè, entre altres raons, tendim a disminuir les diferències, és a dir, a augmentar la similitud percebuda entre membres de l'endogrup. A més a més, ajudar a l'interior del grup augmenta les expectatives de reciprocitat futura. El més interessant de considerar la percepció de pertinença al grup com un determinant fonamental de l'ajuda és que ens permet pensar que, si modifiquem les fronteres del grup, alterem el nombre de persones a qui ajudem.

Per exemple, serem més propensos a ajudar altres persones si considerem que el nostre grup és més ampli que no pas si el considerem restringit; d'aquesta manera, promoure identitats socials supragrupals pot augmentar significativament les taxes d'ajuda.

També s'ha vist que un compromís previ augmenta la taxa d'ajuda. Si som a la platja, volem anar a remullar-nos a l'aigua i volem que algú ens vigili les coses és millor demanar-ho que no pas esperar que algú les vigilarà només perquè és allà al costat, fins i tot encara que hi haguem parlat abans. Això és el que va demostrar Moriarty (1975) en un altre experiment clàssic.

Finalment, les característiques personals tenen relació amb la norma de responsabilitat social. Si segons la norma hem d'ajudar a qui depèn de nosaltres, aleshores ajudarem més aquelles persones que considerem més dependents. Un efecte que pot ser positiu en el cas d'infants, persones grans i qualsevol persona en situació vulnerable, però que també està vinculat a estereotips de gènere, uns estereotips que fan que, per exemple, sigui molt més fàcil que un home s'aturi a ajudar una dona en pana a la carretera que no pas que aquest mateix home s'aturi si qui necessita l'ajuda és un altre home.

1.3.5. La presa de decisions

Aquesta variabilitat de situacions, condicions i factors que poden afectar el comportament d'ajuda van fer que Latané i Darley (1970) proposessin que l'ajuda es desplega en forma d'**arbre de decisions**. Ajudar no és, per tant, una decisió immediata, no és un esdeveniment espontani que ens surt del cor, sinó que requereix d'un cert **processament cognitiu** que pot ser més o menys ràpid, però que passa sempre per una sèrie d'etapes, cadascuna de les quals pot derivar en la possibilitat de prosseguir la decisió o abandonar-la i no ajudar.



Els jueus búlgars durant la Segona Guerra Mundial

A Bulgària, durant la Segona Guerra Mundial, dominava la idea que els jueus búlgars eren búlgars per sobre de tot, i això va evitar-ne la deportació a camps de concentració (Reicher i Haslam, 2010), mentre que, a la resta de països ocupats, la descripció dels jueus com un «altre» nacional va fer que la població col·laborés més a la seva deportació o s'hi resistís menys.

Davant d'una emergència o demanda d'ajuda

Pas 1 cap a l'ajuda: *Cal adonar-se que està passant alguna cosa.*

Possible desviació 1 de l'ajuda: Si alguna cosa ens preocupa, si tenim pressa o si alguna cosa ens distreu, podem no fixar-nos-hi, no processar conscientment, o oblidar ràpidament, l'esdeveniment.

Pas 2 cap a l'ajuda: *Cal interpretar el que passa com a emergència o necessitat d'ajuda.*

Possible desviació 2 de l'ajuda: La situació és ambigua, ningú més sembla preocupat, potser és un tema familiar en el qual un/a no ha d'immiscir-se.

Pas 3 cap a l'ajuda: *Cal assumir la responsabilitat de proporcionar l'ajuda.*

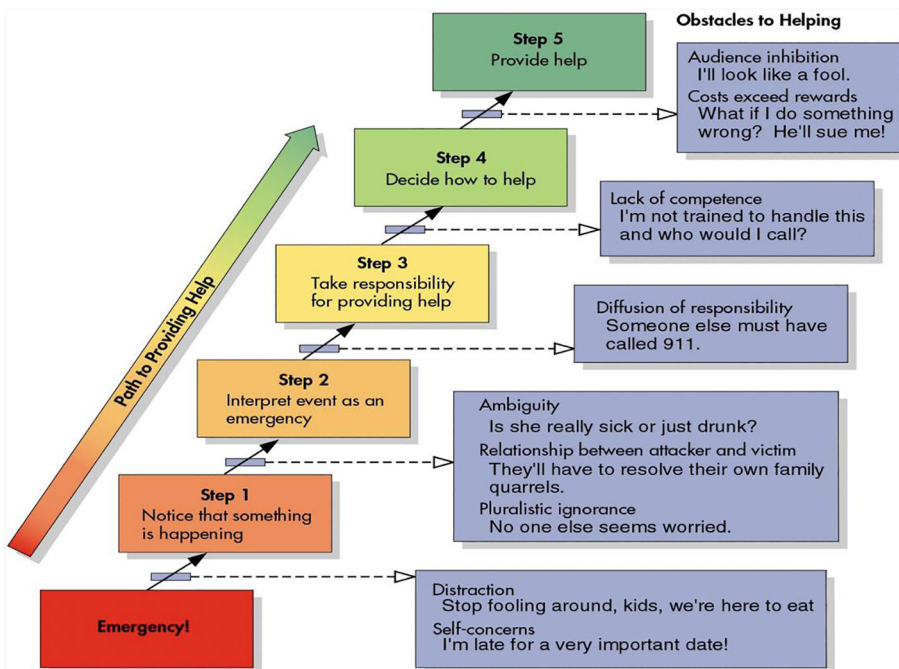
Possible desviació 3 de l'ajuda: Difusió de la responsabilitat: com que hi ha més gent present en la situació, segurament algú altre ajudarà o podrà fer-ho millor.

Pas 4 cap a l'ajuda: *Cal decidir què cal fer i com ajudar.*

Possible desviació 4 de l'ajuda: Manca de competències o habilitats: potser no estic preparat per això, no sé què cal fer en aquestes ocasions, no sé a qui avisar.

Pas 5 cap a l'ajuda: *Cal posar en obra l'ajuda.*

Possible desviació 5 de l'ajuda: Hi ha gent mirant, potser faré el ridícul. El cost és molt alt. I si ho faig malament? I si em poso en perill o la poso en perill?



1.4. Implicacions per a qui rep l'ajuda

Fins ara ens hem centrat en els factors que pesen sobre el fet d'oferir ajuda, però també cal mencionar les conseqüències que té el rebre'n sobre qui la rep. Com en qualsevol altra interacció humana, donar i rebre ajuda té conseqüències sobre la relació entre les persones, però també sobre la **identitat personal** de cadascun dels participants en la interacció. D'una manera simètrica, mentre que qui dona se sent bé, perquè mostra bona voluntat, desplega les seves capacitats i habilitats i es mostra autònom i, per tant, **se sent poderós**, qui rep

L'ajuda està exactament en la posició contrària. La seva dependència es veu reforçada per l'ajuda que rep, la seva manca de poder i la seva manca de capacitats o habilitats per sortir de la situació en què es troba queden ressaltades. La seva identitat, que, com sabeu, és un resultat de la interacció social, queda definida com a víctima.

Per aquesta raó, rebre ajuda no sempre és ben rebut. De fet, només pot ser ben rebut si l'ajuda crea una relació positiva entre qui ajuda i qui és ajudat, cosa que només es pot assolir si la relació és en termes d'igualtat de poder, és a dir, que qui és ajudat té la capacitat (futura) de tornar el favor. Si no es té aquesta capacitat, aleshores la persona queda en situació de deute i l'única cosa que pot fer és mostrar-se agraït. Quan aquesta ajuda comporta la possibilitat de subratllar la dependència de l'altra persona, el més normal és que sigui rebutjada, o acceptada de mala gana, ja que representa una amenaça per a l'autoconcepte del receptor. Si, a més, la persona que ens ajuda forma part d'un grup dominant (o simplement ens cau malament), podem percebre el seu intent d'ajudar-nos com un intent de manipulació i de creació d'una aliança indesitjable.

Més enllà de les, prou importants, qüestions identitàries o simbòliques, hi ha les conseqüències materials de l'ajuda com a sostenidora de relacions de poder desiguals. Oferir ajuda és també una manera de **mantenir la desigualtat**, en exacerbar la dependència de l'altra persona o grup. Paradoxalment, com més ajuda reps, més ajuda necessites si aquesta ajuda el que fa és resoldre el problema temporalment, sense atacar les causes estructurals que provoquen la necessitat.

Per aquesta raó, la caritat sempre ha estat un mitjà a través del qual les classes dominants han sostingut la desigualtat en lloc de posar-hi fi.

Qui ofereix caritat només n'extreu beneficis, mentre que qui la rep en treu poca cosa de positiu. En canvi, quan l'ajuda és oferta entre iguals, el que s'ha anomenat tradicionalment *solidaritat*, i té com a objectiu modificar les condicions que generen la desigualtat, aleshores no crea identitats deteriorades, sinó que empodera perquè elimina les causes que provocaven la necessitat d'ajuda.

1.5. L'acció col·lectiva com a acció d'ajuda

Com mencionàvem en acabar el punt anterior, la **solidaritat** és un tipus de comportament d'ajuda que es manifesta d'una manera diferent a tot el que hem estat comentant fins ara. Si us hi fixeu, per ara sempre hem mantingut, en l'imaginari de l'ajuda, la idea que érem davant d'una sola persona responsable de proporcionar l'ajuda reclamada. De fet, la major part d'experiments que hem comentat parteixen de la idea que és l'individu qui ha de trobar la manera d'ajudar, i hem considerat problemàtic el fet que no aconsegueixi fer-

ho. Tanmateix, no sempre ens comportem com a individus; de fet, passem la major part de la nostra vida en grups, i quan actuem ho fem com a membres d'un grup i de forma grupal. Per tant, enfocar el nivell grupal a l'hora d'estudiar el comportament d'ajuda pot dur-nos a entendre'l amb més facilitat i a planificar millor com podem promoure'l (Manning, Levine i Collins, 2007; Reicher i Haslam, 2010).

Ampliar el focus, allunyant-lo de l'individu i centrant-lo en els grups, ens obliga a pensar en l'ajuda d'una manera molt diferent. Per començar, l'ajuda no és un problema individual, sinó que és una qüestió col·lectiva. Si algú necessita ajuda, el més probable és que sigui perquè el col·lectiu li ha fallat, i només d'una manera col·lectiva es podrà resoldre aquesta situació. Per això, els **moviments socials** són una de les formes d'ajuda més presents en la nostra societat, i també una de les formes d'ajuda més ignorades per la psicologia social tradicional d'orientació psicològica.

Si les causes que provoquen que algú necessiti ajuda solen estar arrelades en les desigualtats socials, les solucions justes no passen pels comportaments individuals, sinó per les accions col·lectives.

Si la solidaritat és més efectiva que la caritat és perquè inclou processos d'identificació social que poden modificar relacions de poder reals. Quan la categoria social a la qual pertanyem té un valor social baix i, per tant, aquesta pertinença no ens ajuda a obtenir una identitat social positiva, i, a més, és molt complicat canviar de categoria (és el cas de les categories generades al voltant de característiques presumptament naturals i immutables, com «ser dona», «ser negre/a», o el cas de les categories a les quals no volem renunciar perquè en compartim els valors, com ser membre d'una determinada religió), aleshores el que cal és emprendre accions col·lectives per tal d'empoderar-se i modificar el valor de la categoria (Tajfel, 1984). És a dir, en el fons, i en conseqüència, actuar per tal de garantir que totes les persones membres de la categoria vegin millorades les seves condicions de vida.

La solidaritat és el motor més important de l'ajuda, ja que és una manera de construir el món que modifica les categories que el conformen. A través de la comprensió de com funciona la solidaritat, podem veure com la modificació dels processos d'identificació social alteren el significat de les categories socials i les condicions de vida de les persones assignades a cada categoria, en estimular accions col·lectives dirigides a la consecució d'aquesta transformació.

Comportaments i accions

És important remarcar la diferència que hi ha entre parlar de comportaments o parlar d'accions. Quan parlem de comportaments o conductes en subratlem el caràcter individual i n'obviem el caràcter significatiu (una conducta pot ser entesa com un automatisme o un instint). Quan parlem d'acció en destaquem el caràcter significatiu i intencional. Com deia Weber, una acció només pot ser interpretada, perquè està basada en una atribució radicalment subjectiva de significat i del valor que té (Weber, 1975, pàg. 67), una atribució de sentit que es produeix sempre d'una manera col·lectiva.

2. Atracció, intimitat i gènere

2.1. Introducció

Relacionar-nos, tenir amics, estimar-nos, compartir estones o la vida, abraçar-nos, agafar-nos les mans, fer-nos petons o tenir relacions sexuals són elements importants de la nostra vida. No només importants, sinó cabdals, ja que una bona part de la nostra salut psicològica sovint pot dependre de la possibilitat d'establir relacions més o menys íntimes. Però poder-ne tenir depèn de processos d'atracció interpersonal: depèn de tenir alguna o algunes persones que ens agradin i a qui agradem, de tenir gent amb qui tinguem ganes d'estar i que tingui ganes d'estar amb nosaltres.

Reflexió

- Com sabem si algú ens agrada?
- Com ho fem per agradar a algú?
- Busquem agradar sempre de la mateixa manera?
- És la mateixa mena d'atracció la que sentim per tothom?
- Tothom viu el procés d'una manera similar?
- Partim tots de les mateixes condicions?

Si voleu, podeu dedicar cinc minuts a mirar de respondre aquestes preguntes; serà un bon exercici per donar sentit al que llegireu a continuació.

El primer que heu de saber és que estudiarem l'atracció des de la **psicologia social**. És a dir, que ens ho mirarem des de l'estudi d'aquesta capa social i cultural que recobreix totes les activitats humanes. Per a fer-ho, farem un repàs de com la psicologia social ha enfocat aquest estudi. Començarem per les primeres teories de l'intercanvi social, d'inspiració conductista; continuarem per les crítiques que van rebre des de posicions més cognitivistes i culturals; després hi donarem un cop d'ull des d'una psicologia social menys psicologista i més sociològica, agafant-nos a la mirada que ens oferirà el concepte de *norma social*, i acabarem centrant-nos en les preocupacions més recents, des d'òptiques més crítiques, de tipus construccionista social, centrades en com, en el joc de l'atracció, d'atraure i de sentir-nos atrets o atretes, ocupem diferents posicions de gènere que acaben construint allò que vol dir ser home i ser dona en la nostra societat.

La segona cosa que heu de saber és que quan parlem d'atracció interpersonal no només parlem del grau d'atracció física que podem sentir per algú, sinó que utilitzem la paraula atracció de manera més àmplia. No cal que algú sigui atractiu físicament segons els cànons de la nostra època, per tal que ens atragui. El fet que considerem algú interessant o simpàtic o que tinguem ganes d'estar amb ell o de formar-hi equip de treball o que estigui al nostre grup d'amistats, també és un indicador del seu grau d'atractiu. Per tant, si al llarg del text us pregunteu **com es mesura l'atractiu** d'algú en un experiment, no és

gaire complicat: només cal preguntar als participants d'una situació qualsevol (per exemple, en un experiment) a qui escollirien per treballar en equip o bé per anar de festa, de qui els agradaria ser amic o amiga o directament quina puntuació li posarien en una escala numèrica sobre bellesa, interès, simpatia, etc.

2.2. Primeres aproximacions: les teories de l'intercanvi social

Les **teories de l'intercanvi social** parteixen d'una metàfora economicista de la persona i, en aquest sentit, són fruit del seu temps. Es desenvoluparen durant els anys seixanta del segle XX (Thibaut i Kelley, 1959; Homans, 1961) en un entorn teòric en el qual predominen la **psicologia conductual**, que recordeu que és una psicologia de l'aprenentatge centrada en la idea que les persones aprenem a base de càstigs i recompenses (dit més tècnicament, a base de reforços negatius o positius), i la **psicologia cognitiva**, segons la qual els nostres pensaments surten esbiaixats de fàbrica en direccions predeterminades. Alhora són el producte d'un llarg període de creixement econòmic als Estats Units, fet que els fa pensar que efectivament una metàfora de costos i beneficis pot ser una bona descripció de la conducta humana.

La lògica d'aquest plantejament portava als psicòlegs socials de l'època a comprendre l'atracció interpersonal com un procés d'intercanvi social: si tu em recompenses, jo et trobo atractiu o atractiva.

I aquesta recompensa podia ser el fet que tu fessis la situació agradable per la teva presència, o bé que acomplissis el cànon estètic desitjable de l'època (és a dir, proporcionessis una recompensa estètica), o bé que em reafirmessis en les meves actituds i opinions (m'ajudes a creure que no estic equivocat o que soc bona persona). Com deia Homans (1974):

«Ens agraden les persones la conducta de les quals ens proporciona la màxima recompensa i el mínim cost».

Un exemple paradigmàtic d'aquest plantejament són els coneguts experiments de William Griffitt, en els quals volia mostrar que ens agraden les persones que associem a experiències agradables (encara que no siguin els causants d'aquesta experiència).

Per exemple, en un d'aquests experiments, els subjectes fan una tasca qualsevol al final de la qual se'ls castiga (se'ls diu que l'han feta malament) o se'ls recompensa (se'ls diu que l'han feta molt bé), tot plegat davant d'una persona que fa de testimoni i que no intervé. En finalitzar la sessió, entre altres tasques, es demana als subjectes que avaluïn l'atractiu del testimoni mitjançant una escala *ad hoc*. Els resultats de Griffitt mostren com els subjectes que reben una recompensa troben més atractiva la persona que feia de testimoni que no pas els que són castigats (Griffitt i Guay, 1969).

Griffitt i Veicht van plantejar altres situacions semblants; per exemple, en lloc de castigar els subjectes, en un cas van alterar les condicions climàtiques de la sala de manera que un grup fes la tasca en condicions agradables i un altre

no. En un altre experiment, els feien escoltar una bona notícia o una mala notícia. En ambdós casos, els resultats indicaren que els subjectes preferien el testimoni quan les condicions ambientals eren més agradables o bé quan rebien bones notícies (Griffitt i Veitch, 1971; Veitch i Griffitt, 1976).

2.2.1. Crítiques a les teories de l'intercanvi social

Tot i que la simplicitat d'aquest plantejament i el fet que encaixi amb certes idees dominants sobre com són les persones el fan interessant, és evident que aquesta senzillesa és també el seu taló d'Aquil·les. A continuació us plantejarem un parell de matisos i alguna crítica més profunda que se'ls ha fet.

Un primer matís procedeix del camp del cognitivisme i de les **teories de l'equitat** (Walster, Berscheid i Walster, 1973). És difícil imaginar que aquest càlcul de costos i beneficis es faci de manera exclusivament inconscient, simplement a base de condicionaments per associació d'estímul. Però si hi fem entrar la consciència, aleshores cal començar a introduir-hi factors culturals, és a dir, els que tenen a veure amb les maneres com pensem. Per exemple, un biaix cognitiu força reconegut és el fet que les persones, almenys en països capitalistes i occidentalitzats, tendim a creure que les relacions han de tenir certa justícia distributiva i que, per tant, aquest càlcul de costos i beneficis no és un càlcul net, no és una balança, sinó que passa necessàriament per pensar que per mantenir una relació hi has d'aportar el mateix (o alguna cosa equivalent) al que aporta l'altra persona.

Per exemple, si aportes bellesa i elegància difícilment toleraràs que l'altra persona no tingui una bellesa semblant o no es cuidi tant com tu ho fas. O bé si aportes cures, exigiràs que l'altre també et cuidi, si no en la mateixa dimensió almenys en alguna; per exemple, que aportï econòmicament.

Si no hi ha aquesta percepció d'estar en una relació justa, l'atracció que sentirem envers aquesta persona necessàriament disminuirà.

Un segon matís prové de les **teories de l'afecte**, que exploren les necessitats de filiació dels éssers humans. Fixeu-vos en l'experiment següent:

Schachter (1959) proposa a una sèrie de persones que participin en un experiment en el transcurs del qual caldrà administrar-los una substància totalment innòcua, però que és administrada a través d'una injecció que pot ser dolorosa. Abans de la injecció, els ofereix esperar-se en una sala sols o bé amb un altre participant desconegut. La majoria de persones opten per estar amb algú, encara que sigui una persona desconeguda.

La seva conclusió és que volem estar acompanyats perquè necessitem els altres per tal d'aclarir els nostres sentiments. Els necessitem per tal de comparar les nostres conductes i opinions i d'aquesta manera establir la manera socialment aprovada de pensar i comportar-se en una situació potencialment amenaçant.

Si apliquem aquestes teories al món de l'atracció interpersonal, és fàcil adonar-se que, un altre cop, no ens trobem davant d'un possible càlcul pur de costos i beneficis, sinó que aquest càlcul també estarà esbiaixat a favor de **mantenir la relació**, encara que això pugui tenir més costos que beneficis.

Finalment, una crítica important és que les teories de l'intercanvi social simplifiquen enormement el **procés d'etiquetatge** del que és gratificant. És a dir, per tal que alguna cosa sigui un cost o bé un benefici, ha de ser interpretada com a tal per la persona. No és un procés automàtic en cap cas, sinó que hi intervenen els discursos que compartim sobre què és bo i què és dolent, què és positiu i què és negatiu, què és bell i què és lleig i qui ho és o ho pot ser. Discursos que, com sabeu, es construeixen socialment a través de la circulació de significats. I, encara més, abans hem afirmat que era un benefici el fet que algú pensés com nosaltres i ens reafirmés en les nostres opinions i valors; tanmateix, ara podem plantejar el dubte de què vol dir que algú pensa com jo. Com ho sé? En tots els temes? En totes les seves dimensions i aspectes? El procés a través del qual etiquetem algú com a semblant a nosaltres no és, per tant, ni directe ni immediat, com semblaven pressuposar les teories de l'intercanvi.

2.3. Factors socials que mediatitzen l'atracció

Com heu pogut veure, podem afirmar que les teories de l'intercanvi social no consideren un gran nombre de factors socials: les creences, la identitat, les normes socials, els discursos, la posició social, el desig, les tradicions, la formació... tots són elements socials que haurien de ser considerats en qualsevol teoria sobre l'atracció interpersonal. Per aquesta raó, dedicarem les pàgines següents a reflexionar sobre alguns d'aquests elements. Començarem per l'etiquetatge de les nostres sensacions fisiològiques; seguirem pensant quin és el paper que tenen damunt l'atracció interpersonal el grau de coneixement i familiaritat entre les persones; després parlarem de la bellesa o atractiu físic i de la similitud personal, i, finalment, de la reciprocitat i les mostres de consideració que rebem. Tots són temes que la psicologia social ha entomat al llarg dels anys.

2.3.1. L'etiquetatge de l'activació fisiològica

Imagineu per un moment que sou a la Colúmbia Britànica el 1974, que sou un home cisgènere i que us conviden a participar en l'avaluació d'un paisatge. Per a tal fet, us conviden a creuar i aturar-vos al mig d'un pont penjant, de 140 m de llarg, a 70 m d'altura sobre el riu Capilano, que teniu tot just a baix. Això és el que els va passar a un seguit d'homes, mentre que a uns altres els van convidar a fer el mateix, però en un altre lloc, damunt d'un pont curt, estable i baix. Ara sou al mig del pont i se us acosta una dona atractiva segons els canons dominants de l'època i les seves lògiques binàries, i us demana que ompliu un qüestionari sobre el paisatge que veieu. En acabar, la dona us ofereix el seu telèfon per si teniu qualsevol dubte i us acomiadeu.

Això és el que van organitzar Dutton i Aron (1974), i la pregunta que es van fer era: quin grup d'homes trucarà en major proporció? Vosaltres què faríeu? Creieu que estar damunt d'un pont o d'un altre us afectaria? Doncs bé, la

Relacions de maltractament

De fet, aquest matís obre la porta a una crítica molt important a les teories de l'intercanvi social, i és que no s'adiuen gens a l'experiència, malauradament molt freqüent, de les **relacions de maltractament**, en les quals la gent manté relacions a un cost molt alt. Especialment, en el cas de les dones en relacions heterosexuals que es troben atrapades en una xarxa estructural de relacions de poder que les fa més dependents i, per tant, més vulnerables als riscos que comporta finalitzar una relació. Per exemple, és fàcil que perdin els recursos econòmics dels quals depenen part de les xarxes d'afecte que conformen les famílies i/o amistats que potser veurien amb desgrat la decisió.

⁽¹⁾La teoria de Shachter i Singer s'anomena bifactorial perquè considera que una emoció requereix de dos factors: activació fisiològica i etiqueta cognitiva, i que si falla un dels dos no podem parlar d'emoció.

veritat és que sí: els homes que van creuar el pont alt van trucar molt més a la dona que els del pont baix. La raó que donen Dutton i Aron té a veure amb la **teoria bifactorial de les emocions de Schachter i Singer**¹:

Quan una persona està activada fisiològicament i no sap ben bé que ho està, ni per quina raó, ni ho relaciona amb la situació present, aleshores pot etiquetar l'emoció de moltes maneres.²

⁽²⁾De fet, tenim moltes emocions i, en canvi, un rang menor d'expressions fisiològiques possibles, de manera que a diferents emocions els corresponen sovint activacions fisiològiques semblants.

Podem etiquetar les pessigolles que sentim a l'estómac com a por o com a enamorament; en el cas que ens ocupa, la masculinitat fa més difícil reconèixer la por i, en canvi, facilita l'activació provocada pel pont com a activació provocada per l'atractiu de la noia. D'aquí que un nombre superior d'homes del grup del pont inestable truqués a la dona.

2.3.2. Proximitat

Potser us heu fixat alguna vegada que la gent sol acabar aparellant-se amb persones del seu entorn més immediat. Això és el que Festinger i els seus col·laboradors van anomenar *propinquity effect*, és a dir, l'efecte que té sobre l'atracció el fet que algú sigui a prop nostre o estigui en un entorn proper, que sigui més **accessible**. Certament, és de sentit comú que només podem sentir-nos atrets per algú que coneguem, i que per això cal que sigui algú del nostre entorn. Tanmateix, tot i que pot semblar una afirmació senzilla, tant les seves causes com les conseqüències que se'n deriven són més interessants del que sembla.

Pel que fa a les conseqüències, el fet que ens aparellem prioritàriament amb persones del nostre entorn és cabdal per a la reproducció de l'estructura social. Quan les úniques persones amb qui finalment formem una família i tenim fills són del nostre propi grup, el que fem és mantenir-nos, a nosaltres i als nostres descendents, dins d'aquest grup. Per dir-ho clarament, si els grups d'afinitat els creem amb gent del nostre barri o dels nostres clubs esportius o dels nostres espais d'oci, el que fem és reproduir la nostra classe social.

Més enllà del fet que en la cultura occidental per a poder començar una relació amb algú l'haguem de conèixer (cosa que no passa en totes les societats), podem reflexionar sobre aquesta qüestió a través de diferents estudis que mesuraven l'atractiu de persones en diferents situacions.

En una sèrie d'estudis que Festinger, Schachter i Back van dur a terme el 1950 en edificis on vivien estudiants universitaris, els autors van descobrir que les persones més populars eren les que vivien a prop de les bústies. Tenint en compte que el 1950 les bústies d'un edifici eren un lloc de pas obligat diàriament per tal de recollir la correspondència, molt més abundant que avui en dia, el que passava era que et creuaves molt més sovint amb aquelles persones que hi vivien a prop. També van descobrir que la gent es relacionava més amb companys de pis o companys de planta, excepte en el cas dels apartaments propers a les escales. Posteriorment, en un altre estudi, també van veure que en entorns suburbials de cases unifamiliars, les amistats solien sorgir entre els veïns amb entrada pel

pati central, mentre que els que entraven per darrere no eren tan populars. Com podeu sospitar, la causa de tot plegat era la freqüència amb la qual es creuaven amb algú.

Festinger i companyia especularen amb la idea que aquest efecte de l'accessibilitat tenia a veure amb tres coses:

- Les **recompenses**: perquè recompensem la gent que veiem més sovint amb més mostres d'afecte i d'interès i, per tant, les persones amb qui ens creuem més són aquelles a qui saludem més i també les qui ens saluden més.
- Les **expectatives**: perquè sentim una pressió normativa per establir un vincle positiu amb qui veurem més sovint. És a dir, que l'expectativa d'una interacció contínua fa que sentim la necessitat de tenir una bona relació i això es pot assegurar modificant, en positiu, la nostra percepció sobre el grau d'atractiu d'aquesta persona.
- La **familiaritat**: la constant repetició de la presència d'algú ens atorga una sensació de familiaritat que ens tranquil·litza, ja que ens fa creure que les accions subsegüents d'aquesta persona són, d'alguna manera, més previsibles, fent-nos pensar que tenim alguna mena de control sobre la situació. La familiaritat suposa una reducció de la possible tensió que ens pot ocasionar enfrontar-nos a algú desconegut.

Pel que fa a aquest darrer punt, els **efectes de la familiaritat** s'han comprovat diverses vegades.

Per exemple, Zajonc (1968) va dur a terme un estudi en el qual mostrava una sèrie de fotografies de persones als seus participants. Cada foto apareixia en diferents sèries de presentacions, de vegades amb més freqüència i de vegades amb menys. Quan, al final, els demanava que marquessin el grau d'atractiu de cada foto, els participants valoraven com a més atractiva una foto si aquesta havia estat exposada amb més freqüència.

Un altre estudi de Mita, Dermer i Knight (1977) mostra com preferim les nostres fotografies invertides, és a dir, quan ens són presentades amb efecte mirall, perquè ens ensenyen el nostre rostre tal com el veiem cada dia al mirall. Moreland i Beach (1992) mostren com el professorat té preferència per les persones que assisteixen més a classe, fins i tot sense ser-ne conscient: quan se'ls mostren les fotos d'estudiants, còmplices de l'experimentador que no han assistit a classe o que hi han assistit en diferent mesura, la preferència és per aquell qui ha assistit a més classes, tot i no recordar-ne explícitament cap.

Si us hi fixeu, com que familiaritat equival a **confiança**, no és estrany que les persones candidates a eleccions es barallin pel control del temps d'exposició mediàtica que tenen o pel nombre de carrers als quals hi haurà cartells seus. Passa una cosa semblant amb els èxits musicals, que ho són a base de repetició i no pas per la seva qualitat (almenys tal com la definirien els melòmans). A mesura que es repeteix una cançó per la ràdio, més familiar ens és, és a dir, més associada queda a situacions diverses. La familiaritat és també la raó per la qual funcionen molts anuncis que considerem «dolents»; en realitat, el que cal és que es parli del producte, encara que se'n parli malament. Amb el temps, les crítiques concretes s'esvaeixen i s'obliden, mentre que ens queda el record

vague que algú ens ha parlat del producte en algun moment, i això és suficient per comprar-lo en un entorn saturat d'ofertes variades entre les quals és difícil distingir.

Per finalitzar el tema de la proximitat, comentarem breument la qüestió de les **distàncies interpersonals**. És prou reconegut l'estudi d'Edward Hall (1966) sobre aquesta qüestió. Hall va mostrar com la distància que mantenim amb algú en parlar-hi canvia segons les cultures. La proximitat no és, per tant, arbitrària, sinó que té significats diferents. Això ho podem veure a l'interior de la nostra cultura mateix, si ens fixem en com canvien les distàncies interpersonals en funció del grau de coneixement que tenim d'algú. De fet, com que parlem més a prop de les persones que ens són més familiars, la distància és també una manera de definir conjuntament, en el transcurs de la interacció, quin és el nostre grau d'intimitat. És possible que, precisament per aquesta raó, entre d'altres, les discoteques siguin espais en els quals sigui relativament senzill ressignificar una relació en íntima, a partir de la necessitat d'haver-nos de parlar de molt a prop per poder-nos sentir.

2.3.3. Atractiu físic

En aquest punt, ens centrarem en una de les dimensions més importants de l'atracció interpersonal, aquella que de manera popular s'ha anomenat **atractiu físic** i que, tot i que sovint no és res més que un eufemisme d'atracció sexual, també fa referència a l'atracció que sentim per aquelles persones que considerem estèticament belles. És evident que no entrarem ara a discutir qui és atractiu i qui no, ni com s'ho fa la gent per ser atractius, ni què ens fa atractius, perquè el primer que heu de tenir clar és que no hi ha pas cap característica que ens faci més atractius als ulls dels altres d'una manera universal. És a dir, que des de la psicologia social no es postula que algú concret pugui agradar qualsevol persona i a tot arreu. Aquesta negació es fa des de la constatació, molt senzilla, que hi ha diferències enormes entre a qui es considera atractiu físicament i a qui no. Diferències entre cultures, entre èpoques, entre generacions i fins i tot en una mateixa persona segons el moment del cicle vital en què es trobi.

A través dels mitjans de representació visual (quadres, dibuixos, fotografia...) és fàcil adonar-se dels canvis que hi ha hagut en allò que es considera físicament atractiu. És especialment visible en les representacions de dones, malauradament sovint presents com a objecte de consum visual per a la mirada masculina (Berger, 1972).

Un treball molt interessant d'Anna Giordano us permet comparar com serien alguns quadres clàssics si s'haguessin pintat avui en dia: (<<http://www.annautopiagiordano.it/venus-ita.html>>)

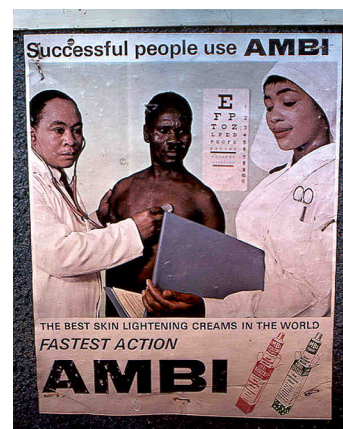


Però no cal anar tan lluny ni en l'espai ni el temps per tal de trobar aquestes diferències. Les persones que els nostres avis i àvies consideren atractives no coincideixen amb les de la generació més jove. De la mateixa manera, al llarg de la vida anem canviant en la consideració de qui considerem atractiu i de qui no, no només pels canvis culturals i socials en els cànons de bellesa, sinó sobretot perquè les nostres expectatives de relació modifiquen els judicis d'atractiu que fem. Així és evident que quan una persona de seixanta anys troba molt atractiva una altra persona de la seva edat, el seu criteri no serà compartit per les persones més joves del seu entorn.

Efectes de l'atractiu físic

Sigui com sigui, ser considerat algú atractiu o no té conseqüències importants sobre les persones. La percepció i la construcció social de l'atractiu tenen conseqüències personals importants, no només sobre la imatge que una persona té de si mateixa i l'autoestima que se'n pugui derivar, sinó, com veurem a continuació, sobre les seves possibilitats reals de desenvolupament en una societat donada.

Certament, com dèiem més amunt, l'atractiu físic no és només una qüestió d'atracció sexual, sinó que fa referència a molts aspectes de la vida quotidiana: com molts estudis demostren, preferim les persones guapes, n'avaluem més positivament la conducta, són exemples per a nosaltres i som més indulgents amb les seves errades. Fins al punt que una relliscada d'algú molt atractiu (guapo, intel·ligent, simpàtic...) el fa encara més atractiu! Mentre que una relliscada d'algú que no ho és s'afegeix a la llista de defectes! Si ho interpretem en termes d'identitat social, el que passa és que l'errada en la persona atractiva la fa menys perfecta i, per tant, l'acosta al nostre endogrup, mentre que l'errada en la persona no atractiva encara l'allunya més de nosaltres i la situa clarament a l'exogrup.



Publicitat d'un emblanquinador de pells fosques

Clifford i Walster (1973) van demostrar que les criatures més maques despertten millors expectatives en el seu professorat i que, a causa de l'efecte *Pigmalió*, això els fa més llestos! Fixeu-vos també en el fet que és molt més elevada la probabilitat que el professorat consideri més maco alumnat provinent de classes benestants que no pas de la resta, simplement perquè aquest alumnat complirà molt més fàcilment amb els estereotips del ser *maco*: sigui pel color de la pell i dels cabells, per la higiene personal, per tenir accés a metges i dentistes o bé pel tipus de roba que porti. De manera que l'atractiu físic es converteix, també en la infància, en un factor de reproducció social de les classes dominants, que són les que tenen capacitat d'influència sobre el cànon de bellesa del moment.

Aquest efecte es reproduïx també en l'avaluació dels companys i companyes.

Per exemple, Landy i Sigall (1974) fan un experiment en el qual dos treballs, suposadament escrits per dues noies, són avaluats per altres estudiants homes, amb la peculiaritat que els dos treballs tenen grapada una foto de qui els ha escrit, de manera que diferents estudiants reben els treballs acompanyats de fotos d'una dona valorada com a atractiva, d'una dona valorada com a no atractiva o sense foto (grup control). A més, d'aquests dos treballs, n'hi ha un de millor qualitat i un de pitjor. Ara fixeu-vos, en la taula següent, en com interaccionen aquestes dues variables, qualitat de l'assaig i atractiu de l'autora:

Qualitat de l'assaig	Atractiu físic			
	Atractiva	Control	No atractiva	Mitjana total
Bo	6,7	6,6	5,9	6,4
Dolent	5,2	4,7	2,7	4,2
Total	6	5,5	4,3	

Com podeu veure, en el cas de l'assaig bo, el no atractiu baixa la nota, mentre que l'atractiu simplement manté la nota del grup control. Però segurament l'efecte més discriminador té lloc sobre l'assaig dolent, un assaig que arriba per poc a l'aprobat (4,7 sobre 9) en el grup control i que suposadament escrit per una dona atractiva fa que sigui clarament aprovat (5,2 sobre 9), però que, en canvi, quan és escrit per una dona no atractiva se'l suspèn amb rotunditat (2,7 sobre 9).

De fet, el que passa és que l'atractiu físic participa d'un estereotip molt difós pel qual, a les persones que compleixen aquesta característica, se'ls atribueixen altres característiques de personalitat.

Els diferents estudis mostren com les persones «guapes» són vistes també com més felices, amb èxit, agradables, simpàtiques, intel·ligents i fins i tot més bones persones! (Dion, Berscheid i Walster, 1972). Per exemple, podeu buscar els famosos experiments de Kenneth Clark (sobre la preferència d'infants afroamericans estatunidencs per les nines blanques) i dels quals se n'han fet algunes rèpliques, també en altres països, que es poden trobar fàcilment fent una cerca de vídeos per Internet.

L'efecte Pigmalió

L'efecte Pigmalió, descobert per Rosenthal i Jacobson (1968), consisteix en el fet que quan el professorat té expectatives sobre el rendiment d'algú, tendeixen a aconseguir-se. Si són baixes, el rendiment dels estudiants baixa; si són altes, el seu rendiment puja. Hi ha quatre raons que s'utilitzen per a explicar aquest fenomen: els canvis que el professorat introdueix en el clima de l'aula, el temps que dedica als estudiants en funció de l'expectativa de si l'aprofitaran o no, el nombre de vegades que els pregunten o els demanen l'opinió i la qualitat de les respostes que donen a les preguntes que els estudiants formulen.

Experiment de Kenneth Clark de 1947



Font: «Untitled, Harlem, New York, 1947». Gordon Parks / The Gordon Parks Foundation.

En el cas de la psicologia jurídica, hi ha una llarga llista d'estudis (i.e.: Abwender i Hough, 2001; Darby i Jeffers, 1988; Downs i Lyons, 1991; Moore, 1990) que mostra de manera molt consistent com l'atractiu físic condiona les condemnes que els jurats atorguen als acusats. Sistemàticament, les persones atractives reben condemnes menors, amb una sola excepció: quan per a la comissió del delictes s'ha utilitzat l'atractiu físic, per exemple quan es tracta d'una estafa en què s'ha usat la seducció per a dur-la a terme; aleshores la condemna és superior per a les persones considerades atractives (Sigall i Ostrove, 1975), com si les penalitzés el fet d'haver utilitzat de manera irresponsable el seu «poder».

Algunes consideracions sobre el paper de l'atractiu físic

Si, com hem comentat, el que es considera físicament atractiu canvia entre grups socials, aleshores és important preguntar-se de quina manera els grups socials defineixen el cànon de bellesa cultural. Podem pensar, per exemple, quin és el cànon de bellesa en el nostre entorn més immediat i d'on procedeix. No és complicat, en una societat tan mediatitzada com la nostra, reconèixer el paper que tenen els mitjans de comunicació a l'hora d'escampar aquest cànon, de manera que circula molt ràpidament entre diferents capes de població i acaba reproduint-se en les nostres converses, apreciacions i valoracions quo-

tidianes. Tanmateix, els mitjans de comunicació no són pròpiament l'origen del cànon, sinó que el que fan és recollir les valoracions de diferents agents socials. Aquests agents socials no són altra cosa que les persones que tenen un accés privilegiat als mitjans, o bé perquè en són protagonistes o bé perquè són a qui els treballadors dels mitjans pregunten la seva opinió. Com podeu sospitar, això no passa de manera transversal i democràtica, per tant, només un cert tipus de persones, les que pertanyen a les classes dominants de la societat, les que tenen més recursos econòmics, més formació o més xarxa social entre gent benestant, són les que acaben creant aquest cànon.

És important, doncs, saber reconèixer quin és el cànon de bellesa del nostre entorn social, i a qui beneficia, puix que acomplir-lo atorga beneficis socials importants com hem pogut constatar en el punt anterior.

El cànon de bellesa és, per tant, un mecanisme més a través del qual es reproduceix el domini de certs grups damunt d'altres, cosa que fa que preguntar-nos què podem fer per canviar-lo esdevingui una pregunta quasi revolucionària.

Una darrera consideració sobre l'atractiu físic, de la qual no hi ha, però, resultats concloents és que, tot i que aquest sol ser un factor prou important en l'inici d'una relació, atès que pot actuar com a desencadenant, no és suficient per a explicar la **continuïtat de la relació**. És a dir, que sembla que l'atractiu físic per si sol no té prou pes com per garantir la continuïtat de la relació. Hi ha, però, un factor associat al gènere que afecta clarament aquesta qüestió: les persones socialitzades com a homes o com a dones no valoren de la mateixa manera l'atractiu físic de la seva parella, de manera que l'atractiu físic sol ser un factor més important per als qui se senten homes que per a les qui se senten dones. Això ens descriu d'una manera força diàfana la societat patriarcal en la qual ens trobem: és més important per a les dones heterosexuales haver-se d'adequar als cànon de bellesa de la feminitat per tal de trobar una parella masculina, si així ho desitgen, que no pas per als homes heterosexuales, amb els quals les persones d'altres gèneres solen ser més flexibles pel que fa a la importància del seu atractiu. De la mateixa manera, a mesura que les persones es fan grans, és menys important per a les dones heterosexuales la pèrdua d'atractiu de les seves parelles masculines, mentre que als homes heterosexuales els costa més acceptar que la seva parella ja no es conformi segons els cànon vigents. En una societat com la nostra, en què la joventut es valora per damunt de l'experiència i la maduresa, és fàcil d'endevinar sobre quin gènere recauen el majors costos quan s'acaba la joventut.

Documental recomanat

Us recomanem el documental del 2002 *Searching for Debra Winger*, de **Rosanna Arquette**, sobre les dificultats de les actrius de més de quaranta anys per trobar feina.

2.3.4. La similitud personal

Tot i que aquest apartat tracta de la similitud personal, el començarem mencionant l'atractiu físic per darrera vegada. Nombrosos estudis clàssics (Walster, 1969; Berscheid, 1971; Huston, 1973) mostren com tendim a buscar persones que percebem que tenen un nivell d'atractiu similar al nostre. Així doncs, sembla que el nostre autoconcepte (és a dir, la idea que tenim sobre la mena de persona que som) té un paper important en l'atracció que podem sentir per altres persones.

Dit d'una altra manera: adaptem les nostres aspiracions al que creiem que mereixem.

En aquest sentit, l'atractiu físic es comporta de la manera que predeien les teories de l'equitat: em sento atret per persones que podran respondre de manera positiva a les meves intencions perquè jo els ofereixo un «producte» similar.

Més enllà de l'atractiu físic, la **similitud personal** és un dels factors socials que hem de tenir en compte, perquè suposa una validació de la nostra identitat. Així doncs, ens agraden les persones que tenen actituds, valors, creences o interessos semblants als nostres perquè la seva presència ens els confirma. És recompensador estar al costat d'algú que ens valida la nostra manera de ser i d'entendre la vida. Tenir unes habilitats personals o un cert nivell d'estudis semblants als d'una altra persona és també un factor de pes a l'hora de trobar-la atractiva, perquè la relació amb ella ens permetrà compartir-hi un determinat nivell de discussions o algunes activitats socials. Per tant, també cal considerar l'estatus econòmic i social d'una persona. Les persones tendeixen a relacionar-se amb d'altres d'un mateix estatus, no només perquè hi comparteixen determinats espais segregats (com hem vist en el punt sobre el paper de la proximitat), sinó perquè també els sembla que això possibilitarà una relació més fluida, partint de la idea que ja comparteixen, d'inici, determinades convencions i normes socials. Per descomptat, en un món en què les desigualtats són ben presents, l'atracció deguda a la similitud no es comporta d'una manera simètrica, mentre que les persones assignades a una categoria social poc valorada poden sentir atractiu per persones d'un estatus més alt, aquestes darreres difícilment buscaran algú d'estatus més baix i, per tant, l'efecte de la similitud sobre l'atracció serà més fort sobre qui hi té més a perdre pel que fa a l'estatus.

Com més alt sigui l'estatus més es buscarà una relació amb algú del mateix estatus i menys atracció se sentirà per les persones d'un de més baix.

Algunes consideracions sobre la similitud

Per començar, cal dir que, a diferència de l'atractiu físic, la similitud és un factor que pot explicar millor tant l'inici d'una relació com la seva continuïtat. Sembla que la similitud prediu millor que la relació continuï en el temps. Ara bé, aquesta similitud pot ser-ho en alguns aspectes, però no en tots. Per començar, perquè en la nostra societat, que es caracteritza per una exaltació de la individualitat i l'originalitat, ens agradarà sempre sentir-nos únics en alguna dimensió i no podrem fer-ho si ens envoltem de persones que són gairebé idèntiques a nosaltres. En segon lloc, perquè les relacions a llarg termini es poden basar també en l'habilitat de satisfer els desitjos de l'altre, és a dir, en el fet que les persones de la parella, si es tracta d'una parella, siguin complementàries en algun aspecte (Winch, 1955).

També cal matisar que la similitud ha de ser-ho en característiques personals que en el nostre entorn es considerin desitjables. Per exemple, l'amabilitat o la calidesa personal les desitgen tant les persones que les mostren com les que no. De la mateixa manera, algú amb un autoconcepte negatiu no té per què sentir-se atret per persones amb autoconcepte negatiu. I una persona amb poca iniciativa pot sentir-se atreta per les persones amb iniciativa, ja que això està més ben valorat en la nostra societat.

Finalment, hem de tenir en compte el pes dels factors situacionals, ja que no sempre considerarem interessant que l'altre s'assembli a nosaltres. A classe, el professorat atractiu és aquell que demostra que en sap molt més que el seu auditori i no pas aquell que explica coses que ja se saben. També cal tenir en compte el paper dels rols de gènere: en les relacions heterosexuales tradicionals, els homes que no saben cuinar no prefereixen pas les dones que, igual que ells, no saben fer-ho.

2.3.5. Reciprocitat i consideració positiva

Com a éssers socials que som, ens dol que ens ignorin. Ignorar algú és un càstig, per la qual cosa, quan sabem d'algú a qui agradem ens sentim recompensats. Agradar a algú és un reconeixement de la nostra existència, del fet que no hem passat desapercebuts.

Per això és freqüent que ens atreguin les persones a qui agradem, perquè ens afalaguen les mostres de consideració positiva (Greitemeyer, 2010).

D'aquest fet, se n'extreuen algunes conseqüències, com ara que l'efecte és més important en persones dissímils.

L'elogi d'un amic és menys important que el d'un desconegut, ja que l'amic ja ens reconeix habitualment, mentre que el del desconegut suposa un reconeixement afegit. A

més, l'elogi d'un desconegut no només és més important, sinó que, alhora, això el fa més atractiu, cosa que pot suposar un problema per les amistats o les parelles a llarg termini.

Qui no ha tirat en cara a algú —o li han tirat en cara a ell— haver fet més cas del que diu qualsevol desconegut que no pas del que diu la parella o el millor amic o amiga. Sovint, els altres es van tornant més atractius que la pròpia parella... de qui ja som amics i de qui, per tant, el reconeixement no ens commou.

La recerca sobre la reciprocitat també mostra que és més important que algú que no s'assembla a tu et digui que li agrada que no pas que ho faci algú amb qui t'assemblis molt, de qui ja se suposa que li pots agradar. D'una manera semblant, l'atractiu que podem sentir envers qui ens elogia és més potent si és una persona a qui inicialment no quèiem bé o ens ignorava.

Algunes consideracions sobre la reciprocitat

És clar que, perquè el reconeixement d'algú ens faci cap efecte, cal que aquesta mostra d'interès ens sembli sincera. Si sospitem que ens estan manipulant, la persona adolorada ja no ens semblarà atractiva, sinó més aviat al contrari.

Tanmateix, això té una conseqüència important: les persones amb atributs socials positius són més proclius a pensar que les mostres d'interès que reben són interessades.

Per exemple, si tens molts diners, pertanyes a un grup d'estatus alt o et consideres atractiu físicament, aleshores l'efecte de la consideració positiva desapareix.

N'és un exemple l'experiment de Major *et al.* (1984):

Diferents participants, alguns dels quals es veuen a si mateixos com a atractius i d'altres com a no atractius, escriuen un text creatiu. A la meitat els diuen que els avaluadors els miren a través d'un mirall unidireccional i a l'altra meitat, no. En acabar, tothom rep una nota molt positiva; tanmateix, a l'hora de valorar la nota rebuda, les persones atractives que creuen que han estat observades no es creuen la seva nota, és a dir, consideren que està influenciada pel seu aspecte.

Si apliqueu aquí el que sabeu sobre com es forma la nostra identitat a través de la imatge que els altres ens retornen, podreu deduir fàcilment que això pot esdevenir un problema seriós per a persones atractives físicament o riques, perquè l'ambigüitat sobre les causes de les consideracions positives que reben o el fet de tendir a pensar que no són mai sinceres pot provocar ansietat i una autoestima fluctuant, en generar dificultats perquè es formin una imatge clara i estable de si mateixes.

2.4. La construcció social de la intimitat

Tot i que, per definició, la intimitat pugui semblar un àmbit de la vida en què som espontanis, un espai discret en el qual podem dir i fer el que vulguem, no deixa de ser un espai més en el qual s'expressa el nostre caràcter social. Les persones que formen part del nostre cercle més íntim acaben sent també les

persones més importants que configuren la nostra identitat. I per tant, com diria Goffman (1959-1993), cal actuar amb elles tal com s'espera de nosaltres, en tant que persones moralment fiables.

Ser fiable vol dir complir amb les expectatives dipositades, és a dir, respectar les normes socials implícites.

Les formes que prenen les relacions íntimes no són atzaroses, sinó que es construeixen socialment, varien al llarg del temps i les cultures i es concreten en **normes d'intimitat**.

Això és així fins i tot quan no hi ha ningú present. Una activitat tan íntima i en general solitària com pot ser la masturbació està sotmesa a un cert nombre de normes socials: per exemple, quan pots fer-ho, on, amb qui o amb quina freqüència et pots masturbar són preguntes que es plantegen sovint els adolescents. Preguntes que fan per esbrinar quina és la normalitat en aquest assumpte, és a dir, quines són les normes socials que la poden convertir en una activitat adequada.

Les normes que regulen la intimitat amb les altres persones són moltes; per exemple, quina és l'edat adequada per a començar a tenir relacions sexuals; l'edat mínima per casar-se i tenir fills; el nombre de parelles simultànies que es poden tenir; quan i com es pot fer una proposta de relació sexual; quina és la distància interpersonal que has de sostenir en parlar amb algú en funció del grau de relació; quin és el gènere correcte de la parella sexual; si cal o no tenir parella; quin és l'ús de mètodes profilàctics i/o anticonceptius — si escau— (quan, amb qui, qui ho demana, en quin moment es posa...); com és la vivència, definició i moment adequat de l'enamorament profund perquè no es consideri obsessió malaltissa; quina és la freqüència adequada de les relacions sexuals; etc. Com explicava Michel Foucault (1976-2006), el dispositiu de poder, aplicat pels professionals de la psicologia o la infermeria, per moralistes, persones educadores o tutores legals converteix la sexualitat en el garant de la nostra normalitat com a subjectes.

Lectura recomanada

Per exemple, podeu consultar els volums de la *Història de la vida privada* coordinats per Georges Duby i Philippe Ariès.

Lectura recomanada

Per ampliar informació, podeu llegir Laqueur, T. (2003). *Solitary Sex. A Cultural History of Masturbation*. Nova York: Zone Books.

Matrimoni polígam de persones de religió mormona als Estats Units



Font: <https://www.pinknews.co.uk/2015/08/28/mormon-court-case-if-gays-can-marry-why-cant-men-have-four-wives/>

Per descomptat, les normes aplicables no són les mateixes per a tothom, no només perquè canvien històricament i culturalment, sinó també perquè no s'apliquen de la mateixa manera a qui ocupa diferents posicions socials. Per exemple, a nois i noies no se'ls aplica la mateixa normativa sobre les hores i maneres de tornar a casa després de sortir, ni sobre l'edat en què poden sortir. Tampoc no és el mateix el valor de la seva paraula. Mentre que el NO d'un noi és un NO, les noies saben que el seu NO no té la mateixa força, de manera que quan són assetjades per algú en un espai de festa constantment han de reforçar el seu NO amb arguments reals o no: tinc parella, soc lesbiana... Sovint, la seva paraula no és suficient i les amigues l'han d'allunyar del noi o els amics homes acaben interposant-s'hi. Les noies no tenen el mateix dret a la paraula, és a dir, el dret al fet que la seva paraula sigui reconeguda, tingui sentit i signifiqui el que volen dir.

2.4.1. Difusió de les normes socials sobre la intimitat

És interessant plantejar-se la pregunta següent: si els espais íntims també són plens de normes socials, però per definició són espais discrets, sovint no explícitament mencionats i dels quals es parla poc, de quina manera n'aprenem les normes pertinents? La resposta, la podem trobar en la **teoria de la comparació social** plantejada per Leon Festinger (1954). Per saber si som «normals», és a dir, si les nostres opinions i habilitats són les adequades, en no haver-hi un mesurador objectiu de normalitat, el que fem és comparar-nos amb les persones que ens envolten. Així doncs, les persones properes són les primeres que ens informen, sense voler-ho, de quines són les conductes adequades en cada situació. Per descomptat, no són les úniques; també ho poden fer les persones que coneixem a través de les xarxes socials, les que veiem als mitjans de comunicació i fins i tot els personatges de ficció de llibres, pel·lícules, videojocs o sèries.



Campanya publicitària «Només sí és sí»
Font: extreta de <<https://www.elprat.cat/actualitat/noticies/campanya-municipal-prevenir-agressions-sexistes-la-festa-major>>



Anunci del Nipple Bra

Avui en dia marcar mugronos és vergonyós (fins i tot hi ha xarxes que els prohibeixen!), però no sempre ha estat així.

Totes, tot i que certament en major grau les persones properes (no hem de magnificar l'efecte dels mitjans de comunicació), són les que ens proporcionen el cúmul de normes socials que conformen el cànon de bellesa, és a dir, el nostre grau d'atractiu i el dels altres; els comportaments esperats en les diferents situacions, també les íntimes; el significat dels gestos, és a dir, dels codis o senyals no verbals; les conseqüències de les nostres accions i les estratègies de relació; en definitiva, són les que ens ofereixen la informació necessària per saber fins a quin punt som normals, però també com esdevenir-ne. La constant comparació social ens proporciona informació sobre les relacions interpersonals, ens ajuda a interpretar les relacions amoroses i dona forma als nostres desitjos.

Què significa la teva roba?

La pressió normativa damunt les noies occidentals per tal que siguin atractives ha acabat convertint la roba que es posen per anar als espais d'oci nocturn en un llenguatge que tothom se sent amb dret d'interpretar. D'aquesta manera, què et poses, què ensenyes i què no és un tema subjecte a límits i significats que són discutits per les amigues abans de sortir. Però la pregunta pertinent no és pas per a qui et vesteixes, si per als nois o per a tu, sinó qui posa els estàndards? Qui defineix el que significa la teva roba? De qui és el desig que crea aquest significat?



Entre els bororos africans són els homes els qui s'han d'arreglar i maquillar perquè les dones els trobin atractius. Així que no busqueu en la naturalesa humana l'explicació del fet que siguin les dones les qui s'hagin d'arreglar en la nostra societat.

En resum, les normes socials no només regulen les relacions interpersonals, sinó que també permeten la reproducció d'un determinat ordre social.

2.5. Relacions a llarg termini

Totes les relacions que tenim amb altres persones ens marquen, passen a formar part del que som; podem dir que aquestes persones passen a ser una mica nosaltres. Com es diu des de l'interaccionisme simbòlic, ens fem a través de les interaccions amb els altres. Si això és així, és evident que quan parlem de relacions íntimes encara ho és més. Aquelles persones a qui confiem els nostres secrets i desitjos més íntims es constitueixen en un dels miralls més importants en què reflectir-nos. Quan la relació íntima dura mesos i anys, aleshores l'impacte sobre la nostra identitat és encara més gran. Les relacions profundes deixen rastres difícils d'esborrar damunt de qui som.

Per això no és el mateix parlar de relacions superficials que de relacions profundes. Aquestes últimes poden motivar canvis importants en la vida de les persones, poden fins i tot donar sentit a una vida. Levinger i Snoek (1972) proposen que el camí cap a la profunditat segueix unes etapes que són comu-



«Judgments» de Rosea Lake

Font: <<http://roseaposey.tumblr.com/>>

Exemple

Podeu escoltar la cançó «Draps de cuina», d'Els Pets, per assaborir una forma poètica de descriure aquests rastres.

nes a les cultures occidentals. De les primeres, ja n'hem parlat, hi ha un moment necessari de **proximitat**, sense contacte, en què compartim un entorn determinat, un moment de **consciència mútua**, en què ens fem conscients de l'existència de l'altre i en què juga principalment l'atractiu, i un tercer moment de **contacte superficial**, en què comencem una relació i en què, a banda de l'atractiu, hi comença a tenir un paper la similitud personal. El que ve a continuació és la **intimitat**, que, en un ordre social com el nostre, en què la unitat primària de les relacions íntimes és encara primordialment la parella, es caracteritza per tres processos psicosocials (descrits, en part, per Reis i Shaver, 1988):

1) **Compatibilitat de necessitats**. Descubrim què esperem, què volem i què necessitem de l'altre.

2) **Obertura del jo o disclosure**. Expliquem a l'altre els nostres sentiments i les nostres experiències més íntims, pensaments i esdeveniments que potser no hem explicat mai a ningú altre.

3) **Comprensió empàtica**. Els sentiments de l'altra persona es confonen amb els nostres; allò que l'altre sent ho sentim, sigui tristor, alegria o fins i tot dolor físic.

Aquests processos se solen donar al llarg dels mesos i sovint dels anys: són indicadors de la profunditat de la relació de la parella, però també de l'impacte que tenen damunt nostre i, per tant, expliquen per què és tan costós trencar una relació com més temps fa que dura. Perquè allò que es trenca no és la relació només, sinó una part íntima de nosaltres. Canviar la relació implica també canviar qui som. En ser la parella estable el model de relació dominant, és fàcil imaginar que per a molts aquesta situació pugui semblar atractiva i desitjable, però cal pensar que, en cas de maltractaments, no deixa de ser un element més que dificulta l'acabament de la relació i que, per tant, la relació profunda pot ésser també extremament problemàtica i fins i tot posar en perill la supervivència física de la part més vulnerable de la parella socialment parlant, que, en parelles heterosexuales, quasi sempre és la dona.

Hem de vigilar de no confondre els possibles desencadenants del maltractament (el consum d'alcohol, antecedents d'abusos en la infància, discussions o baralles, una possible malaltia mental, etc.) amb el seu origen. Mentre que els desencadenants immediats són factors que ajuden a la seva expressió, no en són mai la causa. La causa final cal buscar-la en el món de la ideologia, de les creences i dels imaginaris que construeixen les dones com a possessions dels homes, com a persones que han de ser controlades i en la voluntat de les quals no es pot confiar, ni són mereixedores de respecte. Aquest origen social té a veure amb una estructura patriarcal basada en la família com a unitat social

bàsica, en què les dones garanteixen les cures i, per tant, esdevenen imprescindibles per al sosteniment de tota la societat. Aquest origen s'ha vist agreujat en els darrers dos segles pel sorgiment, difusió i consolidació de l'ideal romàntic.

El romanticisme no és el sopar amb espelmes i flors, sinó la idea de la persona única, que afirma que una persona t'és destinada, és exclusiva; si l'amor és de debò només el pots sentir per una persona a la vegada i per a tota la vida, és a dir, l'eternitat de l'amor.

És fàcil entendre que quan la relació està amenaçada, sigui pel que sigui, aquest ideal condueix fàcilment al maltractament per part de qui té més poder (menys dependència econòmica, per exemple) o a la depressió per part de qui en té menys, perquè és tot el significat de la vida tal com la concebem el que es trenca. L'estudi de Cubells i Calsamiglia (2015) sobre el repertori de l'amor romàntic conclou que aquest orienta les formes adequades de sentir, pensar i actuar, i afavoreix les relacions heterosexuales, monògames i de llarga durada, amb la qual cosa genera les condicions de possibilitat per a la violència de gènere. Fixeu-vos com l'ideal romàntic reproduceix el manteniment del cisheteropatriarcat mitjançant les normes que hem après sense saber-ho durant el procés de socialització.

2.5.1. Tipus de relacions amoroses a llarg termini

A tot això, cal, però, fer-hi un matís important: la trajectòria comentada en el punt anterior pot ser la més freqüent en la cultura occidental contemporània dominant, però no és pas un universal. En altres cultures i moments històrics, hi ha hagut molts altres models; per tant, no és pas un model inevitable. Per exemple, en societats en què els matrimonis són acordats per la família, és obvi que el camí és força diferent i que les relacions no es construeixen sobre les tres primeres etapes mencionades anteriorment, sinó que comencen abruptament en les tres darreres, però tot indica que les relacions profundes hi poden ser tant o més satisfactòries.

De la mateixa manera, els estudis històrics, com el de Finkel *et al.* (2015), mostren com les expectatives sobre el matrimoni s'han anat modificant en la història recent. Tot i que l'estudi de Finkel fa referència als Estats Units d'Amèrica, és relativament fàcil de transposar al nostre context.

1) Finkel descriu una primera etapa del que anomena el **matrimoni institucional**. Des del moment de l'inici de la colonització del nord d'Amèrica i fins a mitjan segle XIX, l'objectiu del matrimoni no era pas la cerca de l'amor ni de cap mena de connexió emocional, sinó assegurar-se la producció d'aliments, la construcció d'una casa i la protecció de la violència en una societat eminentment rural i, a la pràctica, sense estat.

2) Tanmateix, a partir de mitjan segle XIX i fins a mitjan segle XX, es consolida un nou tipus de matrimoni, el **matrimoni de companys**. La presència d'un estat més fort i la urbanització creixent del país garantien millor la supervivència i també donaven més temps d'oci a les persones, de manera que en el matrimoni es buscava més una amistat, una persona a qui estimar i amb qui poguessis passar la vida en companyia.

3) Però a partir dels anys seixanta del segle XX, a poc a poc les coses van anar canviant: la narrativa dominant de la contracultura va portar els americans a buscar el creixement personal (individual) i a buscar un sentit de plenitud personal a la vida. Finkel anomena **matrimoni d'autoexpressió** el que sorgeix en aquesta etapa, és a dir, matrimonis que són optatius i no pas una etapa obligatòria de la vida, que han de servir al desenvolupament personal dels seus integrants i no poden ser-ne un obstacle.

«A mesura que els americans han anat buscant que el seu matrimoni els ajudés a complir necessitats d'autoexpressió idiosincràtiques, la proporció de matrimonis que no han cobert les expectatives ha pujat, cosa que ha incrementat les taxes d'insatisfacció marital. Tanmateix, aquells matrimonis que han tingut èxit en cobrir aquestes necessitats són particularment satisfactoris, molt més que els millors matrimonis de les eres anteriors» (Finkel *et al.*, 2015, pàg. 238).

Ara que acabem d'encetar el segle XXI, el model de matrimoni basat en l'expressió de valors personals ens ha portat a l'obertura d'un ventall de noves maneres de crear i definir les relacions amoroses per tal que cobreixin la diversitat d'expectatives individuals que tenim. Per començar, ja no s'espera que el matrimoni sigui únicament entre un home i una dona, i tampoc s'espera que sigui necessàriament entre dues persones només, tal com ho reivindiquen els col·lectius no monògams, entre els quals trobem els **poliamorosos**. Els «matrimonis» o les relacions a llarg termini es caracteritzen per ser més negociables que abans: les persones que els conformen han de definir conjuntament, negociar i pactar cada vegada més quins són els seus límits i quins són els drets i deures dels seus components, especialment quan la relació desborda o infringeix els límits de la normativitat.

The diversity of love relationship concepts

THE DIVERSITY OF LOVE RELATIONSHIP CONCEPTS		
<p>I'm feeling love for Alex AND Kim ...</p>		<p>IDEALIZED MONOAMORY</p> <p>... but only one of them can be REAL LOVE. So I have decided for Alex and will forget about Kim.</p>
<p>CHEATING</p> <p>... but my partner Alex doesn't know that I'm having an affair with Kim.</p>	<p>DON'T ASK, DON'T TELL</p> <p>... my partner Alex allowed me to have affairs, but we don't talk about who it is or what I do with them.</p>	<p>OPEN RELATIONSHIP</p> <p>... my partner Alex knows that I'm having an affair with Kim. Alex prefers to have one night stands occasionally.</p>
<p>POLYGAMY</p> <p>... and I'm married to both of them. It's not legally recognized in every country, but our religion supports multiple marriage.</p>	<p>POLYFIDELITY</p> <p>... and they love each other, too. We're a closed triad - none of us can have other partners or affairs.</p>	<p>HIERARCHICAL POLYAMORY</p> <p>... they're both my partners, but Kim knows that Alex, as my primary partner, always comes first.</p>
<p>EGALITARIAN POLYAMORY</p> <p>... they're both my partners and none of them is generally more important. Kim and Alex also have other partners.</p>	<p>SOLO POLYAMORY</p> <p>... they're both my partners, but I don't want to move in or marry any of them. I need a lot of autonomy and time and space for myself.</p>	<p>RELATIONSHIP ANARCHY</p> <p>... just like for ALL of my friends - more or less. I interact with everyone in the individual way that feels right for both of us. I don't care if anyone calls us "partners" or not.</p>

CC-BY-NC-SA 4.0 by Kirstin Rohwer

Version 2.1 (August 20, 2014)

Compte, però, que l'obertura del model de matrimoni cap a «solucions» poliàmores no té per què ser la solució a totes les dificultats amoroses, ja que de la mateixa manera que la monogàmia fou conseqüència d'un model d'organització social capitalista i estatal, algunes formes de poliàmor també reflecteixen el nou capitalisme neoliberal, precaritzador i individualitzant (Vasallo, 2018). En altres paraules, l'Estat modern capitalista va promoure la formalització de les relacions amoroses dins d'un nucli familiar reduït a dues persones perquè era la manera en què podia conformar dos rols essencials per a la seva supervivència: l'home treballador i la dona que cuidés el treballador (Esteban, 2011). Avui en dia, el que necessita l'Estat parteix de la lògica de la persona consumidora al servei del mercat, i el consum pot ser-ho de qualsevol cosa, fins i tot de relacions afectivosexuals (Gil-Juárez, 2009), la qual cosa comporta una sèrie de possibles problemes, diferents, en tot cas, als d'èpoques anteriors.

2.5.2. Reproducció social/sexual

Si hem insistit a parlar de relacions a llarg termini, més enllà, per tant, del procés inicial d'atracció, és perquè conformen la base del sistema social que hem conegut fins ara als països occidentals. La parella heterosexual (formada per un home cisgènere i una dona cisgènere) és la institució bàsica sobre la qual es fonamenta el sistema cisheteropatriarcal vigent. Si us hi fixeu, les normes d'atracció de què hem parlat estan bàsicament dirigides a la conformació de famílies cisheterocèntriques. Tanmateix, més enllà d'això, el fet més interessant és que els processos d'atracció, com a mediadors de les relacions d'amor i d'amistat, construeixen (fabriquen literalment) els *homes* i les *dones*. Diguem-ho cruament:

Per a poder tenir relacions, el mandat cultural vigent pressiona perquè siguis normatiu; no només que tinguis un comportament normatiu, sinó que tu siguis normatiu.

Aquest matís és important, perquè ens mostra la importància que té el sistema sexe/gènere dominant, un sistema pensat i creat d'una manera dicotòmica que no té en compte ni graus intermedis ni altres variacions possibles.

Un breu recordatori

Se sol distingir entre *sexe* i *gènere*, però, tot i que hem de vigilar de no confondre ambdós termes, tampoc no podem pensar que són totalment independents l'un de l'altre i assumir que una denominació és social, és a dir, que pertany al món de la cultura, i l'altra natural, és a dir, que pertany al món de la biologia. En realitat, totes dues nocions són construccions socials, amb funcions diferenciades, però. Mentre que la noció de *sexe* vol representar aquelles característiques biològiques (anatomia, cromosomes, hormones, etc.) **socialment** assignades que ens fan definir com a home o dona, la noció de *gènere* ens parla d'aquelles característiques socials i psicològiques **socialment** assignades a la feminitat o a la masculinitat (Aguilar, 2008). Per aquesta raó, posem el prefix llatí *cis** quan ens volem referir a les persones la identitat de gènere de les quals coincideix amb el sexe assignat en néixer i el prefix *trans** quan no ho fa, sempre dins d'una lògica binària que no deixa de ser problemàtica, però.

Lectures recomanades

Per a posar-vos al dia sobre l'amor us recomanem aquestes lectures i pàgines web:

Per a introduir-s'hi:

Diverses autores (2017).

En defensa d'Afrodita. Contra la cultura de la monogàmia. Manresa: Tigre de paper.

Easton, D.; Hardy, J. (2013). *Ética promiscua*. Santa Cruz de Tenerife: Melusina.

Per a aprofundir-hi:

Esteban, M. L. (2011). *Crítica del pensamiento amoroso*. Barcelona: Edicions Bellaterra.

Vasallo, B. (2018). *Pensamiento monógamo, terror poliàmoro*. Madrid: La Oveja Roja.

Pàgines web recomanades:

<<http://www.golfxsconprincipios.com/>>
>
<<https://estructuradifractada.com/ca/>>
>
<<https://amorsplurals.cat/>>
<<https://www.morethantwo.com/>>
<<https://kimchicuddles.com/>>

Per tant, quan parlem d'**identitat de gènere** o d'**identitat sexual**, hem d'entendre que parlem d'una identitat social que adquirim pel fet de ser assignats a una de dues categories socials: home o dona. El més interessant, però, és que, com explica Judith Butler (1990-2017), aquesta matriu heterosexual té efectes performatius, és a dir, que el fet que se'ns designi com a home o dona ens crea com a tals, en bolcar damunt de la nostra identitat tot un gavadal d'expectatives de comportament. Però no n'hi ha prou amb això, també cal que nosaltres obeam aquest mandat de gènere i que reproduïm el gènere a través de la nostra conducta. Per aquesta raó, el gènere és també una *performance*: cal que l'actuem perquè existeixi.

Per aquesta raó, l'atracció interpersonal i els processos d'identificació de gènere van units. El gènere és un conjunt de normes socials, és a dir, d'expectatives socials que regulen un gran nombre d'aspectes de la nostra vida: els nostres moviments, per exemple la manera de caminar, la de seure, les nostres expressions facials, etc.; els nostres gustos, per exemple la roba que ens agrada, si ens ha d'agradar o no el maquillatge, què considerem un home o una dona bells, o les nostres aficions en els moments d'oci; els nostres sentiments, per exemple la importància que tenen per a nosaltres les emocions o l'expressió mateixa de l'emocionalitat, és a dir, quan, per què i com podem plorar; els nostres desigs sexuals, a qui desitjar i fins a quin punt desitjar; per exemple, el desig sexual en els homes s'exacerba mentre que es reprimeix en les dones, ja que s'associa a maneres de ser prescrites i proscrietes. De fet, la roba mateixa, com és el cas ben conegut de la llargada de la faldilla per a les dones, ens crea com a dones d'un determinat tipus.

El 32è president dels Estats Units d'Amèrica, Franklin D. Roosevelt (1882-1945) quan era infant



home o dona?



En aquest vídeo podeu constatar fins a quin la nostra actuació de gènere és profunda i regula tots i cadascun dels músculs de la nostra cara: Whatever Erika Linder for Crocker by JC Jeans Company. (<https://www.youtube.com/watch?v=6QF3WMzIVNE>). Font: De Graphics Metropolis - Chaos Magazine Cover Shoot feat Erika Linder: ELEVATE, CC BY-SA 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=66651621>

La matriu heterosexual és tan imperant en la nostra vida que qualsevol possible activitat o característica sol ser assignada a un gènere, i obliga qui no la fa o no la té a adaptar-se o dissimular. En cada activitat que fa, qualsevol persona es posiciona en diferents punts d'un continu feminitat-masculinitat sense voler-ho, però, en fer-ho, actua el seu gènere (Judith Butler diria que és el gènere el qui performa la persona) i, en conseqüència, promou la seva assignació a una de les dues categories sexuals dominants (West i Zimmerman, 1987) i, per tant, les reproduceix.

Interaccions/Experiències/ Pràctiques/Desitjos/ Identificacions/Biologia/ Expressions	Hiperfeminitat.....Hipermasculinitat
	← (món occidental, S. XX i XXI) →
Sexe anatòmic	dona ---- (----- intersexualitat-----) ---- home
Pèl al cos (caràcters sec.)	Poc ----- la majoria ----- molt
Preferència(orientació) sexual	amb homes -----amb els dos/depèn/amb ningú ----- amb dones
Ús de noves tecnologies	x
Ús expert de TIC	x
Enfilar-se als arbres	x
Aparença	Faldilla-tacons-maquillatge ----- Pantalons-barba-musculació
Tenir por de les aranyes	x
Aparcar amb una sola maniobra	x
Rentar la roba, cuinar, cuidar els nens i avis	x

Quan parlem d'*homes* i de *dones*, el que fem és agrupar un grapat de característiques del sexe, la identitat de gènere, l'expressió de gènere o la sexualitat (el sexe anatòmic, els caràcters sexuals secundaris, l'orientació o preferència sexual, els rols socials, les tradicions culturals, les preferències personals, els trets de personalitat, les expressions, etc.) sota una mateixa categoria sexual; tanmateix, si hi penseu bé, veureu que cap d'aquestes categories és estrictament dicotòmica, sinó que més aviat es distribueixen al llarg d'una línia que no té solucions de continuïtat.

Per exemple, el fet que es consideri que és normal que un *home* tingui pèl al cos, però no que una *dona* en tingui, fa que moltes *dones* es depilin per tal d'adaptar-se a un ideal cultural arbitrari. En fer-ho, es reproduceix la categoria sexual assignada: es manté la creença que les *dones* no tenen pèl d'una manera natural i se sosté la idea que una *dona* atractiva no pot tenir-ne.

Passa una cosa semblant amb tot d'activitats que hem binaritzat, considerant-les femenines o masculines, fet que no vol dir que no hi hagi *homes* o *dones* que no puguin o vulguin dur a terme tasques o activitats assignades tradicionalment a l'altre sexe, però sí que vol dir que no poden realitzar tasques vinculades a l'altre sexe sense que vegin profundament qüestionada la seva identitat de gènere. Com que de moment, encara, el grau d'atracció el determina el grau d'adequació a certs models ideals d'*home* i *dona*, és més probable que qui no s'adeqüi perfectament als dos extrems d'hiperfeminitat o hiper-masculinitat es vegi obligat a adoptar un sistema personal de «compensació» o «equilibri» per evitar massa ambigüitat.

Per exemple, en el cas d'una dona cisgènere experta en tecnologia que potser vesteix a la feina més femininament del que li agradaria.

Això passa perquè aquest sistema binari altament normativitzat provoca problemes de sentir-se adequat en qui té gustos diferents o prefereix pràctiques alternatives, precisament perquè existeix un sistema de sancions socials implícit, sovint autoaplicades. Tanmateix, feminitat i masculinitat són uns ideals socials impossibles de complir a la perfecció; de fet, les nostres actuacions quotidianes estan plenes d'errors, quan no de voluntat d'actuar de forma alternativa, i per això el fet de considerar que la feminitat i la masculinitat són categories sexuals actuades obre la porta a pensar que altres actuacions fora de la dicotomia són possibles. Hi ha qui pensa —de fet, ho vol i desitja— que el món està compost d'*homes* i *dones* com dos mons clarament separats, sense confusió possible, perquè aleshores tot és molt senzill, i el sistema cisheteropatriarcal sembla natural o almenys lògic. Però ni el sexe ni el gènere són dicotomies, sinó graus, raó per la qual no hi ha dos sexes ni dos gèneres, sinó infinites combinacions.

Resum

Juntament amb el tema de l'agressivitat i la violència, l'ajuda i l'atracció interpersonal configuren el bloc clàssic d'estudis de la psicologia social dedicats a les relacions interpersonals i a les formes de la interacció social. En aquest mòdul, en primer lloc, hem revisat diferents versions sobre l'origen del comportament d'ajuda, hem pensat de quina manera els factors situacionals afectaven aquest comportament per damunt de les nostres disposicions i hem considerat de quina manera la nostra pertinença a determinats grups no només condiciona l'ajuda que oferim, sinó que també ens assenyala un camí d'estudi a seguir, fent-nos interessar per les formes d'ajuda col·lectiva i la solidaritat.

En segon lloc, hem revisat els diferents factors que modulen l'atracció entre persones, des de l'atracció física fins a la reciprocitat, passant per la proximitat i la similitud personal. Però hem allargat el tema fins més enllà dels processos d'atracció per tal de mostrar com les normes socials regulen les nostres interaccions més íntimes i com condicionen les formes que tenim d'entendre les relacions a llarg termini. Per acabar, hem volgut fer-vos notar com les formes que tenim d'atraure i de sentir-nos atrets no són més que actuacions a través de les quals reproduïm un determinat ordre social i sexual.

Us hem presentat aquests temes sempre partint de la idea que era important que us familiaritzeu amb les formes d'encarar-los per part de la psicologia social més convencional, però no únicament. Per això, no podem deixar de fer-vos notar que la visió més convencional parteix de paradigmes d'estudi experimentals i individualistes, fet que la limita considerablement. Des d'aquesta psicologia social més psicològica (PSP), la interacció social s'explica sobretot gràcies a les característiques psicològiques (por, angoixa, seguretat, autoestima, personalitat...) de les persones que participen en la interacció i s'explica menys en funció de la influència de normes de comportament establertes socialment. Per aquesta raó hem inclòs una explicació més social, característica d'una psicologia social més sociològica (PSS), que el que vol és mostrar com actuem en funció de normes culturals transmeses i com les persones interpretem la situació en què ens trobem, és a dir, definim col·lectivament la situació i interpretem les normes de comportament que s'hi apliquen.

Al llarg d'aquest dos temes, hem pogut veure com el punt de vista del qual partim condiciona més les preguntes que ens podem fer sobre el nostre objecte d'estudi que no pas les respostes que trobem. Per exemple, en el cas de l'ajuda, hem vist com una mirada psicosocial individualista només ens permet fer-nos preguntes sobre com reaccionen els individus enfrontats a una situació d'ajuda, condicionant la nostra mirada i impeding-nos visualitzar el paper dels grups i dels col·lectius. Per aquesta raó hem volgut posar damunt la taula no només el paper de les normes socials, sinó també la idea que, a l'hora de

considerar què és ajuda i què no, la solidaritat i els moviments socials que la practiquen són elements fonamentals a tenir en compte, fins al punt, que les formes d'ajuda més efectives passen sempre per l'organització col·lectiva més que no pas per les reaccions puntuals d'un individu davant d'una situació de necessitat.

En el cas de l'atracció, hem volgut mostrar-vos com un plantejament de la pregunta de recerca focalitzada en l'individu (què li agrada, què desitja i com es fa desitjable) ens fa impossible veure que el sistema de desig en què habitem té un fonament cisheteropatriarcal destinat a mantenir un determinat ordre social. En canvi, si orientem la mirada cap a les normes socials que regulen aquests desitjos i les formes en què els usem, això ens permet adonar-nos que finalment fer-se atractiu és una manera de reproduir el binarisme de gènere en repetir les actuacions que ens conformen com a homes i dones.

Tot plegat ha d'haver servit perquè aprofundiu en la idea que la dicotomia entre individu i societat és falsa i que, de fet, la nostra psicologia individual està conformada socialment, de manera que el llenguatge, els discursos, el moment històric en què ens trobem, la cultura dels grups de què formem part i les relacions de poder conformen d'una manera profunda qui som, com ens sentim i com actuem.

Bibliografia

Abwender, D. A.; Hough, K. (2001). «Interactive Effects of Characteristics of Defendant and Mock Juror on U.S. Participants' Judgment and Sentencing Recommendations». *The Journal of Social Psychology*(núm. 141:5, pàg. 603-615). DOI: 10.1080/00224540109600574

Aguilar, T. (2008). «El sistema sexo-gènere en los movimientos feministas» [article en línia]. *Amnis*(núm. 8). <<https://journals.openedition.org/amnis/537>>

Bandura, A. (1977-1987). *Teoría del aprendizaje social*.. Madrid: Espasa.

Benson, P. L.; Karabenick, S. A.; Lerner, R. M. (1976). «Pretty pleases: The effects of physical attractiveness, race, and sex on receiving help». *Journal of Experimental Social Psychology*(núm. 12:5, pàg. 409-415).

Berger, J. (1972-2011). *Maneres de mirar*. Barcelona: Edicions de 1984.

Bierhoff, H. W. (2002). *Prosocial Behaviour*.. Hove: Psychology Press.

Butler, J. (1990-2017). *El gènere en disputa*. Barcelona: Paidós.

Clifford, M. M.; Walster, E. (1973). «Research note: The effect of physical attractiveness on teacher expectations». *Sociology of Education*(núm. 46:2, pàg. 248-258).

Cubells, J. I.; Calsamiglia, A. (2015). «El repertorio del amor romántico y las condiciones de posibilidad para la violencia machista». *Universitas Psychologica*(núm. 14:5, pàg. 1681-1694).

Darby, B. W.; Jeffers, D. (1988). «The effects of defendant and juror attractiveness on simulated courtroom trial decisions». *Social Behavior and Personality: an International Journal*(núm. 16:1, pàg. 39-50).

Darley, J. M.; Batson, C. D. (1973). «From Jerusalem to Jericho: a study of situational and dispositional variables in helping behavior». *Journal of Personality and Social Psychology*(núm. 27:1, pàg. 100-108).

Dion, K.; Berscheid, E.; Walster, E. (1972). «What is beautiful is good». *Journal of Personality and Social Psychology*(núm. 24:3, pàg. 285).

Downs, A. C.; Lyons, P. M. (1991). «Natural Observations of the Links between Attractiveness and Initial Legal Judgments». *Personality and Social Psychology Bulletin*(núm. 17:5, pàg. 541-547). <<https://doi.org/10.1177/0146167291175009>>

Duby, G.; Ariès, P. (2001). *Historia de la vida privada*.. Madrid: Taurus.

Dutton, D. G.; Aron, A. P. (1974). «Some evidence for heightened sexual attraction under conditions of high anxiety». *Journal of Personality and Social Psychology*(núm. 30:4, pàg. 510).

Emswiller, T.; Deaux, K.; Willits, J. E. (1971). «Similarity, Sex, and Requests for Small Favors». *Journal of Applied Social Psychology*(núm. 1:3, pàg. 284-291).

Esteban, M. L. (2011). *Crítica del pensamiento amoroso*.. Barcelona: Edicions Bellaterra.

Festinger, L. (1954). «A theory of social comparison processes». *Human Relations*(núm. 7:2, pàg. 117-140). doi: 10.1177/001872675400700202.

Festinger, L.; Schachter, S.; Back, K. (1950). *Social Pressures in Informal Groups: A Study of Human Factors in Housing*. Oxford: Harper.

Finkel, E. J.; Cheung, E. O.; Emery, L. F.; Carswell, K. L.; Larson, G. M. (2015). «The Suffocation Model: Why Marriage in America Is Becoming an All-or-Nothing Institution». *Current Directions in Psychological Science*(núm. 24:3, pàg. 238-244). <<https://doi.org/10.1177/0963721415569274>>

Foucault, M. (1976-2006). *Historia de la sexualidad*.. Vol. 1. *La voluntad de saber*.. Madrid: Siglo XXI.

Gil-Juárez, A. (2009). «Consumption as an Emotional Social Control Device». *Theory & Psychology*(núm. 19:6, pàg. 837-857). <<https://doi.org/10.1177/0959354309345645>>

- Goffman, E.** (1959-1993). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Greitemeyer, T.** (2010). «Effects of reciprocity on attraction: The role of a partner's physical attractiveness». *Personal Relationships*(núm. 17:2, pàg. 317-330).
- Griffitt, W.; Guay, P.** (1969). «'Object' evaluation and conditioned affect». *Journal of Experimental Research in Personality*(núm. 4:1, pàg. 1-8).
- Griffitt, W.; Veitch, R.** (1971). «Hot and crowded: Influence of population density and temperature on interpersonal affective behavior». *Journal of Personality and Social Psychology*(núm. 17:1, pàg. 92-98). <<http://dx.doi.org/10.1037/h0030458>>
- Hall, E. T.** (1966-1978). *La dimensión oculta*. Madrid: Siglo XXI.
- Homans, G. C.** (1961). *Social Behavior: Its Elementary Forms*. Nova York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Isen, A. M.; Levin, P. F.** (1972). «Effect of feeling good on helping: Cookies and kindness». *Journal of Personality and Social Psychology*(núm. 21:3, pàg. 384-388). <<http://dx.doi.org/10.1037/h0032317>>
- Landy, D.; Sigall, H.** (1974). «Beauty is talent: Task evaluation as a function of the performer's physical attractiveness». *Journal of Personality and Social Psychology*(núm. 29:3, pàg. 299).
- Laqueur, T.** (2003). *Solitary Sex. A Cultural History of Masturbation*. Nova York: Zone Books.
- Latané, B.; Darley, J. M.** (1970). *The Unresponsive Bystander: Why Doesn't He Help?*. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall.
- Latané, B.; Nida, S.** (1981). «Ten years of research on group size and helping». *Psychological Bulletin*(núm. 89:2, pàg. 308-324). <<http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.89.2.308>>
- Latané, B.; Rodin, J.** (1969). «A Lady in Distress: Inhibiting Effects of Friends and Strangers on Bystander Intervention». *Journal of Experimental Social Psychology*(núm. 5, pàg. 189-202).
- Levinger, G.; Snoek, J.** (1972). *Attraction in Relationship: A New Look at Interpersonal Attraction*. Morristown: General Learning Press.
- Manning, R.; Levine, M.; Collins, A.** (2007). «The Kitty Genovese Murder and the Social Psychology of Helping: The Parable of the 38 Witnesses». *American Psychologist*(núm. 62:6, pàg. 555-562).
- Mita, T. H.; Dermer, M.; Knight, J.** (1977). «Reversed facial images and the mere-exposure hypothesis». *Journal of Personality and Social Psychology*(núm. 35:8, pàg. 597-601). <<http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.35.8.597>>
- Moore, C. H.** (1990). «Effects of physical attractiveness of the plaintiff and defendant in sexual harassment judgments». *Journal of Social Behavior and Personality*(núm. 5:6, pàg. 547-562).
- Moreland, R. L.; Beach, S. R.** (1992). «Exposure effects in the classroom: The development of affinity among students». *Journal of Experimental Social Psychology*(núm. 28:3, pàg. 255-276).
- Moriarty, T.** (1975). «Crime, commitment and the responsive bystander. Two field experiments». *Journal of Personality and Social Psychology*(núm. 31, pàg. 370-376).
- Oliner, S. P.; Oliner, P. M.** (1988). *The Altruistic Personality. Rescuers of Jews in Nazi Europe*. Nova York: Free Press.
- Reicher, S.; Haslam, S. A.** (2010). «Beyond Help. A Social Psychology of Collective Solidarity and Social Cohesion». A: S. Stürmer; M. Snyder (ed.). *The Psychology of Prosocial Behavior Group Processes, Intergroup Relations, and Helping*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Reis, H. T.; Shaver, P.** (1988). «Intimacy as an interpersonal process». A: E. T. Higgins; A. W. Kruglanski (ed.). *Handbook of Interpersonal Relationships*(pàg. 523-563). Chichester: Wiley.
- Rosenhan, D. L.** (1970). «The natural socialisation of altruistic autonomy». A: J. Macaulay; L. Berkowitz (ed.). *Altruism and helping behavior*(pàg. 251-258). Nova York: Academic Press.

Rosenthal, R.; Jacobson, L. (1968). *Pygmalion in the Classroom*. Nova York: Holt, Rinehart and Winston.

Schachter, S. (1959). *The Psychology of Affiliation: Experimental Studies of The Sources of Gregariousness*. Palo Alto: Stanford Univer. Press.

Sigall, H.; Ostrove, N. (1975). «Beautiful but dangerous: Effects of offender attractiveness and nature of the crime on juristic judgment». *Journal of Personality and Social Psychology*(núm. 31:3, pàg. 410-414).

Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder.

Thibaut, J. W.; Kelley, H. H. (1959). *The social psychology of groups*. Nova York: Wiley.

Underwood, B.; Berenson, J. F.; Berenson, R. J.; Cheng, K. K.; Wilson, D.; Kulik, J.; Moore, B. S.; Wenzel, G. (1976). «Attention, negative affect, and altruism: An ecological validation». *Personality and Social Psychology Bulletin*(núm. 3:1, pàg. 54-58).

Vasallo, B. (2018). *Pensamiento monógamo, terror poliamoroso..* Madrid: La Oveja Roja.

Veitch, R.; Griffitt, W. (1976). «Good News-Bad News: Affective and Interpersonal Effects 1». *Journal of Applied Social Psychology*(núm. 6:1, pàg. 69-75).

Walster, E; Berscheid, E.; Walster, G. W. (1973). «New directions in equity research». *Journal of Personality and Social Psychology*(núm. 25, pàg. 151-176).

Weber, M. (1975). *La «objetividad» del conocimiento en la ciencia social y en la política social..* Madrid: Alianza.

West, C.; Zimmerman, D. H. (1987). «Doing gender». *Gender and Society*(núm. 1:2, pàg. 125-151).

Winch, R. F. (1955). «The theory of complementary needs in mate-selection: A test of one kind of complementariness». *American Sociological Review*(núm. 20:1, pàg. 52-56).

Zajonc, R. B. (1968). «Attitudinal effects of mere exposure». *Journal of Personality and Social Psychology*(núm. 9:2, pàg. 1-27).

