
Ayuda y solidaridad. Atracción, intimidad y género

PID_00269254

Joel Feliu i Samuel-Lajeunesse

Tiempo mínimo de dedicación recomendado: 6 horas





Joel Feliu i Samuel-Lajeunesse

Doctor en Psicología Social y profesor titular en la Universitat Autònoma de Barcelona. Hace investigación sobre género y tecnología empleando métodos cualitativos. Se interesa especialmente por el mundo autoetnográfico y las modalidades creativas de escritura científica.

El encargo y la creación de este recurso de aprendizaje UOC han sido coordinados por el profesor: Josep Vivas Elias (2019)

Primera edición: septiembre 2019
© Joel Feliu y Samuel-Lajeunesse
Todos los derechos reservados
© de esta edición, FUOC, 2019
Avda. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona
Realización editorial: FUOC

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea este eléctrico, químico, mecánico, óptico, grabación, fotocopia, o cualquier otro, sin la previa autorización escrita de los titulares de los derechos.

Índice

Introducción	5
1. Acciones de ayuda y solidaridad	7
1.1. Introducción	7
1.2. Versiones sobre el comportamiento de ayuda	7
1.2.1. ¿Personalidad o ideología?	8
1.2.2. El modelado	10
1.2.3. ¿Empatía o tristeza?	11
1.2.4. Las normas sociales	11
1.3. Factores situacionales que mediatizan la ayuda	13
1.3.1. La presencia de otra gente	13
1.3.2. El cálculo de costes	14
1.3.3. La prisa	14
1.3.4. Las características de la persona receptora de ayuda	15
1.3.5. La toma de decisiones	17
1.4. Implicaciones para quien recibe la ayuda	18
1.5. La acción colectiva como acción de ayuda	19
2. Atracción, intimidad y género	21
2.1. Introducción	21
2.2. Primeras aproximaciones: las teorías del intercambio social	22
2.2.1. Críticas a las teorías del intercambio social	23
2.3. Factores sociales que median la atracción	24
2.3.1. El etiquetado de la activación fisiológica	24
2.3.2. Proximidad	25
2.3.3. Atractivo físico	27
2.3.4. La similitud personal	32
2.3.5. Reciprocidad y consideración positiva	33
2.4. La construcción social de la intimidad	35
2.4.1. Difusión de las normas sociales sobre la intimidad	37
2.5. Relaciones a largo plazo	38
2.5.1. Tipo de relaciones amorosas a largo plazo	39
2.5.2. Reproducción social/sexual	42
Resumen	46
Bibliografía	49

Introducción

En este módulo, os presentamos dos temas clásicos de la psicología social. Lo que tienen en común es que ambos tratan de acciones que nos cohesionan como grupo, es decir, que reflejan, como decía Aristóteles, que el ser humano es un animal social. Por un lado, hablaremos de aquellos comportamientos o de aquellas acciones a través de los que ayudamos a otras personas: mostraremos cuándo ayudamos y por qué razones lo hacemos, pero sobre todo reflexionaremos sobre cuándo no lo hacemos a pesar de poder hacerlo. Por el otro, hablaremos de cómo nos sentimos atraídos por otras personas, de quiénes nos gustan y de por qué razón nos queremos acercar y mantener una relación.

Ambos temas tienen que ver con los grupos sociales que constituimos, por ejemplo, con quiénes consideramos miembros de nuestro grupo y quiénes no. Es decir, las personas que nos atraen y a las que es más probable que ayudemos suelen ser consideradas miembros de nuestro colectivo, mientras que a quien no consideramos uno de los nuestros no solo no nos gusta, sino que somos capaces de negarle la ayuda.

Finalmente, hablaremos de relaciones de género y de cómo nuestras maneras de atraer y de sentirnos atraídos se sostienen sobre una matriz cultural binaria y cisheteropatriarcal, es decir, sobre un sistema que impulsa la existencia de mujeres y de hombres con características propias separadas y muy delimitadas (*binarismo de género*), que promueve que los miembros de cada categoría sexual se sientan atraídos por los de la otra (*heteronormatividad*) y que, además, considera que el balance de poder de esta diferencia de género se tiene que resolver a favor de los hombres cisgénero y no de las mujeres cisgénero, las personas transgénero o transexuales o cualquier otra persona que se ubique fuera de este sistema binario (*patriarcado*).

Ved también

Si no tenéis claro qué significa ni para que se usa el adjetivo cisgénero, podéis consultar el texto complementario que encontraréis en el subapartado 2.5.2 del apartado 2, «Atracción, intimidad y género».

1. Acciones de ayuda y solidaridad

1.1. Introducción

Ayer por la tarde, una chica se me dirigió por la calle, me dijo que tenía hambre y que tenía frío y que si le podía comprar algo; mencionó un cruasán y un café con leche. Yo no lo hice. En lugar de ayudarla, le mentí, le dije que no llevaba nada y seguí andando. Ella se quedó sorprendida, me dijo que cómo podía ser que, de treinta personas a quién había preguntado, nadie llevara nada, y me repitió que estaba cansada, que tenía hambre y que tenía frío.

¿Por qué no la ayudé?

Aquella interacción fue breve e incómoda, pero pasaron muchas cosas por mi cabeza. Tuve que decidir muy rápido qué hacía, y mientras lo hacía seguí andando, sin dejarle espacio ni tiempo para explicarse más, de manera que no tengo claro si acabé decidiendo de verdad o si simplemente esperé que ella quedara atrás y no me siguiera. Lo que sí que hice fue mirarla de reojo: era una chica joven, catalanoparlante, vestía con ropa cómoda, como la que llevaríamos de excursión, era rubia y llevaba el pelo recogido. No cumplía en ningún caso el estereotipo de indigente o de mendigo. Esto me hizo dudar mucho, incluso me hizo sufrir. ¿Podría ser que ella necesitara «realmente» mi ayuda y yo hubiera sido capaz de denegársela? Generalmente, cuando paso por el lado de indigentes y mendigos no dudo tanto. Por razones que veremos más adelante, he adoptado una posición de no dar caridad. Pero, por qué dudé tanto en su caso? ¿Por qué no me quedé tranquilo como en otros casos? Y también, ¿por qué a veces acabo dando alguna cosa?

Esta anécdota personal contiene muchos elementos de los cuales hablaremos a continuación: ¿ayudar es simplemente una cuestión de personalidades altruistas? ¿Es decir, simplemente hay personas que ayudan y personas que no lo hacen? ¿De dónde viene este impulso de ayudar o de denegar la ayuda? ¿Tiene que ver que la persona a ayudar y la que ayuda formen parte del mismo grupo social o sean de grupos diferentes? ¿Qué factores de una situación concreta determinan que al final ayudemos o no? ¿Qué implica el hecho de recibir ayuda para la persona que la recibe? Y para terminar, ¿la solidaridad colectiva o las luchas sociales son una forma de ayuda?

1.2. Versiones sobre el comportamiento de ayuda

En psicología social, la conducta altruista se suele denominar **conducta pro-social**. La razón es la siguiente: a una conducta altruista se le presupone lo contrario del egoísmo, es decir, que tiene lugar de manera desinteresada; simplemente se hace sin esperar nada a cambio. Aun así, si acercamos un poco la lupa, veremos que en un comportamiento altruista pueden haber muchos intereses implicados; por ejemplo, podemos ayudar a alguien para recibir una recompensa (sea material o social, en forma de reconocimiento) o porque pertenece a nuestra categoría social, nos identificamos y, por lo tanto, en el fondo nos estamos ayudando a nosotros mismos. O bien podemos ayudar a alguien porque verlo en aquel estado nos hace sentir mal (tristes, angustiados, avergonzados...) y, entonces, lo hacemos para quitarnos de encima este sentimiento incómodo. Si pretendiéramos describir solo las conductas de ayuda

genuinamente altruistas, las puramente desinteresadas, reduciríamos excesivamente el campo de conductas de interés. Por esta razón, generalmente se ha preferido hablar de comportamiento prosocial.

Un comportamiento prosocial es una acción a través de la cual una persona ayuda a otra a lograr algún objetivo o bien a salir de una situación problemática, sea cual sea la motivación para hacerlo.

Por estas razones, en este texto no hablaremos de conducta altruista, sino de comportamiento prosocial, o simplemente de acción de ayuda, que tiene un sentido más general. Hemos querido hacer esta precisión porque nos abre un campo de investigación; si lo que deseamos es una sociedad en la cual la gente se ayude más hará falta, en primer lugar, conocer por qué razones se ayuda y no imaginar que toda ayuda es simplemente altruismo.

Para responder a la cuestión de qué nos impulsa a ayudar a los otros, desde la psicología social se han planteado diferentes explicaciones:

- ¿La ayuda es un comportamiento ligado a nuestra personalidad y, por lo tanto, una característica estable que solo algunas personas poseen?
- ¿Es una conducta aprendida?
- ¿Tiene relación con los valores y la ideología de quien ayuda?
- ¿Es simplemente un tema de humanidad y empatía?
- ¿Son las normas sociales de los grupos a los que pertenecemos quienes lo determinan?

1.2.1. ¿Personalidad o ideología?

Una primera idea, intuitiva y sencilla, es la posibilidad de que no todo el mundo ayude, sino que solo lo hagan algunas personas y que, por lo tanto, existe un determinado tipo de personas con una cierta predisposición a ayudar. A esta posibilidad se la ha denominado **hipótesis de la personalidad altruista**. Como planteamiento de sentido común, una pregunta en este sentido es aceptable; ahora bien, si tratamos de responderla en detalle, es cuando aparecen los problemas. En primer lugar, porque se construye sobre otro debate, más antiguo, más filosófico, y probablemente ya caducado, sobre si las personas somos buenas o malas por naturaleza, o lo que es lo mismo, si como especie tenemos impulsos egoístas o altruistas. Pero, en pleno siglo XXI, plantear el debate de este modo no tiene mucho sentido; ya sabemos que no somos ni una cosa ni la otra, que los humanos somos capaces tanto de los actos heroicos y sacrificios más grandes por el bien de los otros como de las peores atrocidades.

En todo caso, si hay un consenso, es que somos animales sociales. Efectivamente, somos animales, pero no cualquier tipo de animales, sino mamíferos y, por lo tanto, un tipo de animal en el cual los vínculos afectivos son un rasgo

evolutivo básico para la supervivencia. Y también somos sociales, pero no formamos parte de cualquier tipo de agrupación o conglomerado de individuos, sino de los del tipo que tienen conciencia de sí mismos, que pueden reflexionar sobre sus actos, planificar cursos de acción, valorar consecuencias y utilizar su voluntad. Todas estas características juntas explican perfectamente por qué podemos ser atroces y maravillosos y por qué los grupos humanos a los que identificamos como **nosotros** (con los que tenemos un vínculo afectivo potente) son tan importantes que somos capaces de las peores atrocidades para salvarlos si creemos o nos hacen creer que están en peligro.

Dicho esto, hay todavía mucho camino por recorrer para entender por qué algunas personas ayudan en las mismas circunstancias en que otros no lo hacen. Volviendo a la pregunta con que iniciábamos este punto, ¿es posible que algunas personas tengan una personalidad más altruista? Efectivamente, numerosos estudios muestran que algunas personas tienen más tendencia a ayudar, sienten que tienen una mayor responsabilidad social y poseen mayores dosis de empatía hacia el dolor ajeno.

Entonces, si hay **diferencias individuales**, ¿cuál es su origen? Este debate todavía está abierto, porque no hay consenso sobre qué determina la personalidad, ni sobre qué aspectos de la personalidad determinan nuestras conductas concretas, puesto que una acción específica también depende de factores situacionales múltiples.

Con todo, nadie puede negar que la personalidad es, al final, un conglomerado de características individuales de orígenes diversos. La genética tradicional tiene un papel, pero también lo tienen factores epigenéticos y hormonales, unos factores biológicos en los que la influencia del entorno social y físico es determinante.

Las **experiencias vitales** tienen otro papel. Entre estas experiencias, encontramos los vínculos que desarrollamos con otras personas, la educación que recibimos, los valores que comparten nuestros grupos y las características socioeconómicas de nuestra sociedad. Todos son importantes, y lo más complicado es que no todos intervienen, ni en la misma proporción ni del mismo modo, sobre todas las personas o sobre todas las circunstancias a que una misma persona se enfrenta a lo largo de un día o de la vida.

El estudio clásico sobre esta cuestión es el de **Samuel y Pearl Oliner** (1988), que entrevistaron a 231 personas que ayudaron a algunas personas judías a escapar del nazismo durante la Segunda Guerra Mundial, y las compararon con personas de la misma época que, a pesar de ser igualmente críticas con el nazismo, no ayudaron a nadie, a pesar de haberlo podido hacer.

Lo que encuentran los Oliner es que las personas que rescataron a judíos tenían más sentimientos de benevolencia hacia los judíos, una mayor adhesión a las normas éticas (más obligaciones morales y más deseo de ser coherentes con las creencias normativas) y daban una gran importancia a la responsabilidad personal y, por lo tanto, puntuaban más alto en una escala de responsabilidad social. También sentían que podían controlar

más su entorno (alto *locus* de control interno), más preocupación por los otros y más empatía (capacidad de sentir el dolor y el sufrimiento ajeno como propio). Sobre este último punto, es importante notar que las personas que no rescataron a nadie también tenían altos niveles de empatía, pero la diferencia era que solo la sentían hacia los que consideraban miembros de su propio grupo. Además de esto, las personas rescatadoras hacían un menor uso de los estereotipos, daban más valor al cuidado y a la generosidad y para ellas la obediencia a la autoridad era menos importante; por ejemplo, no habían sido educados por sus padres a través de castigos físicos.

Si os fijáis, a pesar de que el libro de los Oliner se titula *La personalidad altruista*, las características que mencionan son fácilmente atribuibles al hecho de haber recibido una determinada **educación en valores**, es decir, que tenían una formación ideológica que los hacía considerar que el propio grupo no podía ser solo el de aquellas personas con rasgos similares (físicos, religiosos, culturales...), sino que eran todos los seres humanos sin distinción. Esta ideología es, por lo tanto, una base importante de la personalidad altruista y no proviene de características incontrolables, sino directamente de nuestro entorno.

Pero, para complicarlo más, nada de esto implica que las personas con características de personalidad altruistas ayuden siempre y en cualquier circunstancia, sino que tienden a hacerlo más veces que otras; con todo, también habrá momentos en que no lo harán. Del mismo modo, de vez en cuando, personas sin estas características también pueden ayudar. Por esta razón, es imprescindible explorar los mecanismos motivadores del comportamiento prosocial más allá de la personalidad.

Una pista la tenemos en el mismo estudio de los Olsiner: entre las personas que ayudaron a los judíos había más que trabajaban con ellos que entre las que no los ayudaron (el 34 % versus el 17 %), también había más que tenían amistades judías que entre los que no ayudaron (el 59 % versus el 34 %). Además, formaron parte de la resistencia contra el nazismo con más frecuencia que los entrevistados que no ayudaron (el 44 % versus el 29 %). En su casa se hablaba más de judíos que en casas de personas que no ayudaron (el 74 % versus el 54 %), mostrando por lo tanto que eran reconocidos como colectivo. También eran personas que tenían más apoyo social de su familia, y que, a pesar de tener un nivel de vida similar, tenían más habitaciones en su casa (Bierhoff, 2002).

Todo son circunstancias que no tienen que ver con la personalidad, sino con la ideología, con las condiciones de vida, con situaciones concretas y con experiencias vitales específicas.

1.2.2. El modelado

Una de estas experiencias es el aprendizaje, en el sentido que lo entienden las teorías conductistas, y más específicamente, el **modelado** o **aprendizaje vicario**, conceptos que hacen referencia al aprendizaje que se desencadena a partir de la observación del comportamiento de otras personas. Hay que precisar que, siguiendo la **teoría del aprendizaje social** (Bandura, 1977), observar la conducta no es suficiente para imitarla. En realidad, que esta conducta se adopte depende de las consecuencias que tenga para el primer emisor de la conducta; si son positivas, el comportamiento será imitado, pero si son negativas, no lo será. Además, para Bandura, es tan importante pensar en la facilitación del comportamiento como en su inhibición.

Una criatura que dé parte de su merienda a otra será recompensada con una mirada de agradecimiento de quien la recibe y seguramente será felicitada por el adulto presente en la situación. Aun así, si la ayuda ofrecida consiste en dar la respuesta a una pregunta de un examen, la conducta será reprimida por el adulto, y lo que aprenderá la criatura es que no se debe ayudar a alguien durante un examen.

Es importante notar que este tipo de aprendizaje se da a través del ejemplo y no solo mediante la verbalización de la conducta correcta.

Rosenhan (1970) muestra cómo aquellas personas más comprometidas con la lucha por los derechos civiles eran las que consideraban que sus padres eran consecuentes con sus ideales y que, si predicaban algo, lo hacían, mientras que los niños de padres que predicaban la igualdad, pero que a la práctica no hacían gran cosa para lograrla, acababan mostrando menos compromiso con el movimiento por los derechos civiles.

1.2.3. ¿Empatía o tristeza?

También hay elementos que nos hacen pensar que cualquier persona puede ofrecer ayuda si se encuentra en **las condiciones psicológicas adecuadas**, unas condiciones que pueden ser diversas y que pueden explicar, en parte, el por qué, en un momento dado, ayudamos:

- **Angustia personal.** Ver una situación en que alguien necesita ayuda nos puede provocar angustia y, por lo tanto, lo ayudaremos, egoístamente, para reducir esta emoción.
- **Empatía.** Que alguien necesite ayuda nos hace compadecer, compartir sus sentimientos y, por lo tanto, lo ayudaremos para conseguir su bienestar.
- **Tristeza.** Ver a alguien necesitado nos deprime y nos pone tristes; ayudarlo es una manera de mejorar nuestro estado de ánimo.
- **Alegoría empática.** Cuando ayudamos a alguien, esta persona se beneficia de nuestra intervención y se alegra, lo que nos permite compartir este sentimiento agradable.
- **Buen humor.** Se ha demostrado que cuando estamos de buen humor ayudamos más.

Para evaluar el efecto del buen humor, Isen y Levin (1972) dejaron una moneda en una cabina telefónica. Al salir, la persona que la había encontrado se cruzaba con una mujer a la cual se le caía al suelo una pila de carpetas. Las personas que habían encontrado monedas ayudaban más que las que no. También dan más dinero a una institución benéfica las personas que salen de ver una película alegre que las que han visto una triste (Underwood *et. al.*, 1976).

Cada uno de estos estados psicológicos puede afectar a nuestra disposición a ayudar, pero no es evidente en qué medida lo hace cada una, porque, del mismo modo que la personalidad, el estado psicológico tampoco es el único factor a considerar.

1.2.4. Las normas sociales

Un factor importante que también se ha visto que interviene en la prestación de ayuda son las **normas sociales**.

Una norma social puede ser entendida como una regla de conducta aprendida que una persona tiene que aplicar en función de la posición que ocupa. A lo largo de la vida aprendemos estas reglas, tanto porque nos las enseñan (normas explícitas) como porque las vemos en otras personas, es decir, por comparación social (normas implícitas). En el campo de la ayuda, se suelen destacar tres normas importantes: la de responsabilidad social, la de justicia social y la de reciprocidad.

La **norma de responsabilidad social** es aquella según la cual hay que ayudar a quien lo necesita, y especialmente a quien depende de nuestra ayuda.

Quien más quien menos es consciente que esta norma existe, y que hay que aplicarla cuando la ocasión se presenta. Por ejemplo, todos sabemos que hay que ceder nuestro asiento en el autobús a una persona con dificultades de movilidad. Aun así, el funcionamiento efectivo de la norma depende de numerosos factores. Por ejemplo, del grado de interiorización de la norma, es decir, de hasta qué punto consideramos que es nuestro deber moral personal aplicarla, y esto depende de los valores en los que hayamos sido socializados. Además, la aplicación de la norma en una situación concreta también dependerá de la evaluación que hacemos de los costes de aplicarla o del hecho de que valoramos si nos están manipulando para conseguir nuestra ayuda. Finalmente, influye si atribuimos la responsabilidad de la situación de necesidad a factores externos, que la víctima no controla, o internos, en que la víctima tiene una cierta responsabilidad a la hora de encontrarse en aquella situación.

De hecho, esto nos lleva a la **norma de justicia social**, según la cual tendemos a ayudar preferentemente a quien merece nuestra ayuda.

Para que nos entendamos, en la fábula de la cigarra y la hormiga, la hormiga que ha trabajado todo el verano acumulando grano no tiene el mejor humor para ayudar a la cigarra, que se lo ha pasado cantando.

Por último, la **norma de reciprocidad** por la cual hay que ayudar a quien te ha ayudado previamente.

Además, la fuerza de esta norma es mayor cuanto más alto es el valor de la ayuda recibida previamente, y todavía más si el coste para el donante es elevado. Es decir, que no genera el mismo sentimiento de deuda que te deje una cierta cantidad de dinero tu pariente pobre que si lo hace tu pariente rico.

El hecho de que la mayor parte de estas normas no sean explícitas, sino que las aprendamos por comparación social, hace que su cumplimiento sea especialmente vulnerable a la definición compartida de la situación. Es decir, que para activarlas tenemos que interpretar que son aplicables en la situación en la que nos encontramos, y como las situaciones suelen ser ambiguas, lo que hacen otras personas se convierte en extremadamente relevante para saber si aquella norma se aplica o no en aquella situación. Si alguien nos pide ayuda, será mucho más fácil que se la ofrezcamos si antes hemos observado que alguna otra persona lo hace, y a la inversa, será mucho más difícil hacerlo si antes alguien ha denegado explícitamente su ayuda delante de nosotros.

1.3. Factores situacionales que mediatizan la ayuda

Hasta ahora hemos estado hablando de aspectos como la personalidad, la empatía, el aprendizaje o las normas sociales, que pueden explicar por qué algunas personas tienen cierta predisposición a ayudar. Aun así, como hemos ido diciendo, hay una gran distancia entre nuestras intenciones y que efectivamente acabemos ayudando en una situación dada. Esto se debe al hecho que cada situación comporta en sí misma un conjunto de factores diversos que modulan la posibilidad que al final acabemos o no ofreciendo ayuda. En este punto, hablaremos de cómo la presencia de otras personas, los costes que puede tener ofrecer o no nuestra ayuda, el tiempo del que disponemos en aquel momento y las características de la persona que necesita la ayuda condicionan nuestra decisión final.

1.3.1. La presencia de otra gente

El efecto de la presencia de otras personas alrededor de alguien que necesita ayuda es un factor que se ha estudiado de manera recurrente. *A priori*, se podría pensar que, cuantas más personas vean que alguien necesita ayuda, más aumenta la probabilidad que alguien se la ofrezca. Ciertamente, si la ayuda dependiera de las características personales de los espectadores, esto sería así; en teoría, a más gente, más probabilidad de que alguien tenga la personalidad, los valores o el estado psicológico adecuado. Y, a pesar de esto, no es así. Latané y Nida (1981), en una revisión sistemática de múltiples experimentos hechos en los años setenta del siglo XX que involucraron en total a más de 2.000 personas, muestran como, en situaciones en las que hay varias personas presentes en el momento en que alguien necesita ayuda, de media, solo el 53 % de las personas ayuda, mientras que si la persona está sola, la ayuda se ofrece, de media, en el 75 % de los casos. Esto es así porque la responsabilidad de ayudar se dispersa cuando hay más personas. La persona puede razonar que si no es la única que puede ayudar, alguien más ya lo hará, quizás alguien más competente, o bien puede tener miedo de haber interpretado mal la situación si las otras personas no se mueven (pero, está claro, si todo el mundo evalúa lo que los otros hacen antes de decidir, nadie se moverá).

Un experimento prototípico para evaluar el efecto de la presencia de varias personas en una situación de ayuda es el de poner algunas personas, en algunos casos solas y en otros acompañadas, en una habitación y hacer que oigan a alguien que se cae, que se hace daño y pide ayuda a la habitación de al lado. ¿Cuánta gente se levanta y abre la puerta para ofrecer ayuda? En el experimento de Latané y Rodin (1969), el 70 % de personas solas ayudaban, pero solo el 40 % si había otro desconocido en la sala, y solo el 7 % si el desconocido era un cómplice del experimentador con instrucciones de no levantarse.

Pero, además, cuando no somos la única persona disponible, otros factores afectan a la decisión de ayudar. Veremos algunos más a continuación.

1.3.2. El cálculo de costes

Una idea, recurrente en psicología social, es que la gente calcula los beneficios y los costes de sus acciones, tanto si son agresiones como si son para iniciar una relación con alguien o si son para ayudar a este alguien. En este último caso, lo que se ha estudiado son tanto los costes que puede tener para alguien ofrecer ayuda como los que puede tener para la víctima no ser ayudada. Ambos elementos tienen una influencia determinante en este cálculo.

Por un lado, los costes que la ayuda puede comportar para el testigo pueden ser altos o bajos. Por ejemplo, si se trata de ayudar a alguien que está siendo víctima de un ataque violento, el coste puede ser muy alto, puesto que podemos recibir nosotros. Aun así, en el cálculo de los costes intervienen más factores: si la persona atacada lo es por una sola persona o por varias, si hay presencia de armas u objetos peligrosos, si hay más gente que nos puede ayudar, o cuál es nuestra percepción sobre nuestra capacidad para parar el ataque, es decir, cuál es nuestra fuerza, etc. No es, por lo tanto, un cálculo sencillo. En otros casos, por ejemplo si alguien se está ahogando en un mar movido, el coste de ayudar puede ser muy alto, incluso si somos buenos nadadores, pero, aun así, al tratarse de una percepción, hay gente que puede sobrevalorar sus habilidades y ponerse en peligro intentando ayudar.

El coste para el testigo no es el único coste a valorar, también lo es el coste para la víctima. La presión que podemos sentir para ayudar no es la misma si percibimos que nuestra ayuda es imprescindible para la persona necesitada que si no tenemos la sensación de que sea realmente una emergencia. No hay que buscar ejemplos extremos: si alguien nos pide dinero o nuestro móvil para hacer una llamada, seguro que las razones que nos dé serán determinantes para nuestra respuesta.

1.3.3. La prisa

Entre los factores situacionales que se han demostrado vitales a la hora de proporcionar ayuda, hay el hecho de disponer de tiempo o no. Aunque pueda parecer que una condición tan coyuntural como esta no tendría que afectar al hecho que ofrecamos ayuda a quien la necesite, la prisa acaba siendo un factor que mucha gente menciona a la hora de justificar por qué no se paró un momento a ayudar a alguien.

Un experimento clásico sobre esta cuestión es el de Darley y Batson (1973). Los sujetos eran cuarenta estudiantes del seminario teológico de Princeton, que fueron convocados individualmente para pronunciar una conferencia.

En la mitad de los casos, la conferencia era sobre la parábola bíblica del buen samaritano; en el resto, era sobre las tareas profesionales del sacerdocio. Después de que se les explicara lo que tenían que hacer, se les decía que tenían que ir a darla en un edificio de al lado. A unos se les decía que llegaban tarde y que ya los debían de estar esperando (condición de mucha prisa), a otros solo se les decía que tenían que ir enseguida (condición de prisa intermedia) y al resto, que todavía faltaban unos minutos, pero que fueran pasando, a pesar de que allá quizás tendrían que esperar un poco (condición de ninguna prisa).

Por el camino, todos se encontraron una persona tumbada en el suelo, que tosía un poco y se quejaba. Los porcentajes de sujetos que ofrecían ayuda fueron: con prisa reducida, el 63 %; con prisa mediana, el 45 %, y con mucha prisa, el 10 %. Por esta razón, los autores concluyen:

«Una persona sin prisa se podía parar y ofrecer ayuda a una persona que tenía problemas. Una persona con prisa probablemente pasaba de largo. Resulta irónico que probablemente pasara de largo incluso si tenía prisa porque tenía que pronunciar una conferencia sobre la parábola del buen samaritano y, consiguientemente, confirmaba inconscientemente el quid de la parábola. (De hecho, resulta sorprendente que, en más de una ocasión, el estudiante de seminario que se dirigía a pronunciar una conferencia sobre la parábola del buen samaritano pasaba literalmente por encima de la víctima). Aunque el grado de prisa que tenía la persona tenía un efecto significativo en la probabilidad de ofrecer ayuda, no tuvo efecto el tema del sermón, es decir, si era sobre la parábola o sobre posibles profesiones para los sacerdotes. Esta falta de efecto del tema del sermón provoca dificultades a la hora de explicar un comportamiento de ayuda que implique normas de ayuda y su prominencia. Es difícil pensar en un contexto en que las normas referentes a la ayuda a personas en dificultades sean más prominentes que las normas para una persona que piensa en el buen samaritano, y, aun así, no aumentó significativamente el comportamiento de ayuda. Los resultados iban en la dirección sugerida por la hipótesis prominente de la norma, pero no fueron significativos. La conclusión más precisa parece que es que la prominencia de las normas de ayuda es un determinante del comportamiento de ayuda menos poderoso en la situación actual de lo que muchas personas, estos autores incluidos, esperarían» (Darley y Batson, 1973, pág. 107).

1.3.4. Las características de la persona receptora de ayuda

Otro de los factores que se han estudiado es de qué manera las características de la persona que necesita ayuda afectan al hecho de que se la ofrezcamos o no. Por ejemplo, solemos ayudar más a las personas que consideramos atractivas o similares a nosotros.

Benson, Karabenick y Lerner (1976) mostraron cómo las personas que se encontraban una solicitud con una foto de una persona eran más propensas a ponerla en un sobre y enviarla cuando esta persona era atractiva y era de su misma raza (blanca). Podéis ver los resultados del experimento en la siguiente tabla:

Ved también

En la segunda parte de este módulo encontraréis más información sobre el papel del atractivo y de la similitud en nuestras relaciones.

Porcentaje de ayuda en función del sexo del sujeto y del atractivo, raza y sexo del objetivo

	Características del objetivo							
	Atractivo				No atractivo			
	Hombre		Mujer		Hombre		Mujer	
Sexo del sujeto	Negro	Blanco	Negra	Blanca	Negro	Blanco	Negra	Blanca
Hombre	42,4	49,0	44,8	55,8	37,1	41,4	29,4	36,4
	(59)*	(55)	(58)	(52)	(54)	(58)	(51)	(55)
Mujer	38,1	55,0	35,0	47,6	25,0	40,0	30,0	30,0
	(21)	(20)	(20)	(21)	(20)	(20)	(20)	(20)

* Las cifras entre paréntesis indican el número de sujetos en cada grupo. Fuente: extraído de Benson, Karabenick y Lerner (1976).

Por otro lado, también se ha visto cómo las personas que piden dinero a peatones que visten de una manera similar a ellas reciben más dinero que las que lo piden a gente que viste de una manera bastante diferente (Emswiller, Deaux y Willits, 1971).

De hecho, si tendemos a ayudar más a aquellas personas que percibimos que forman parte de nuestro grupo, tal como predicen las **teorías de la identidad social**, es porque, entre otras razones, tendemos a disminuir las diferencias, es decir, a aumentar la similitud percibida entre miembros del endogrupo. Además, ayudar en el interior del grupo aumenta las expectativas de reciprocidad futura. Lo más interesante de considerar la percepción de pertenencia al grupo como un determinante fundamental de la ayuda es que nos permite pensar que, si modificamos las fronteras del grupo, alteramos el número de personas a quienes ayudamos.

Por ejemplo, seremos más propensos a ayudar a otras personas si consideramos que nuestro grupo es más amplio que si lo consideramos restringido; de este modo, promover identidades sociales supragrupales puede aumentar significativamente las tasas de ayuda.

También se ha visto que un compromiso previo aumenta la tasa de ayuda. Si estamos en la playa, queremos ir a remojarnos en el agua y queremos que alguien nos vigile las cosas es mejor pedirlo que esperar que alguien las vigilará solo porque está al lado, incluso aunque hayamos hablado antes. Esto es lo que demostró Moriarty (1975) en otro experimento clásico.

Finalmente, las características personales tienen relación con la norma de responsabilidad social. Si como dice la norma tenemos que ayudar a quien depende de nosotros, entonces ayudaremos más a aquellas personas que consideramos más dependientes. Un efecto que puede ser positivo en el caso de niños, personas mayores y cualquier persona en situación vulnerable, pero que también está vinculado a estereotipos de género, unos estereotipos que hacen



Los judíos búlgaros durante la Segunda Guerra Mundial

En Bulgaria, durante la Segunda Guerra Mundial, dominaba la idea de que los judíos búlgaros eran búlgaros por encima de todo, y esto evitó su deportación a campos de concentración (Reicher y Haslam, 2010), mientras que, en el resto de países ocupados, la descripción de los judíos como un «otro» nacional hizo que la población colaborara más con su deportación o se resistiera menos.

que, por ejemplo, sea mucho más fácil que un hombre se pare a ayudar a una mujer cuyo coche se ha averiado que este mismo hombre se pare si quien necesita la ayuda es otro hombre.

1.3.5. La toma de decisiones

Esta variabilidad de situaciones, condiciones y factores que pueden afectar al comportamiento de ayuda hicieron que Latané y Darley (1970) propusieran que la ayuda se despliega en forma de **árbol de decisiones**. Ayudar no es, por lo tanto, una decisión inmediata, no es un acontecimiento espontáneo que nos sale del corazón, sino que requiere un cierto **procesamiento cognitivo** que puede ser más o menos rápido, pero que pasa siempre por una serie de etapas, cada una de las cuales puede derivar en la posibilidad de proseguir la decisión o abandonarla y no ayudar.

Ante una emergencia o demanda de ayuda

Paso 1 hacia la ayuda: *Hay que darse cuenta de que está pasando algo.*

Posible desviación 1 de la ayuda: Si algo nos preocupa, si tenemos prisa o si algo nos distrae, podemos no fijarnos, no procesar conscientemente, u olvidar rápidamente, el acontecimiento.

Paso 2 hacia la ayuda: *Hay que interpretar lo que pasa como emergencia o necesidad de ayuda.*

Posible desviación 2 de la ayuda: La situación es ambigua, nadie más parece preocupado, quizás es un tema familiar en el que uno/a no tiene que meterse.

Paso 3 hacia la ayuda: *Hay que asumir la responsabilidad de proporcionar la ayuda.*

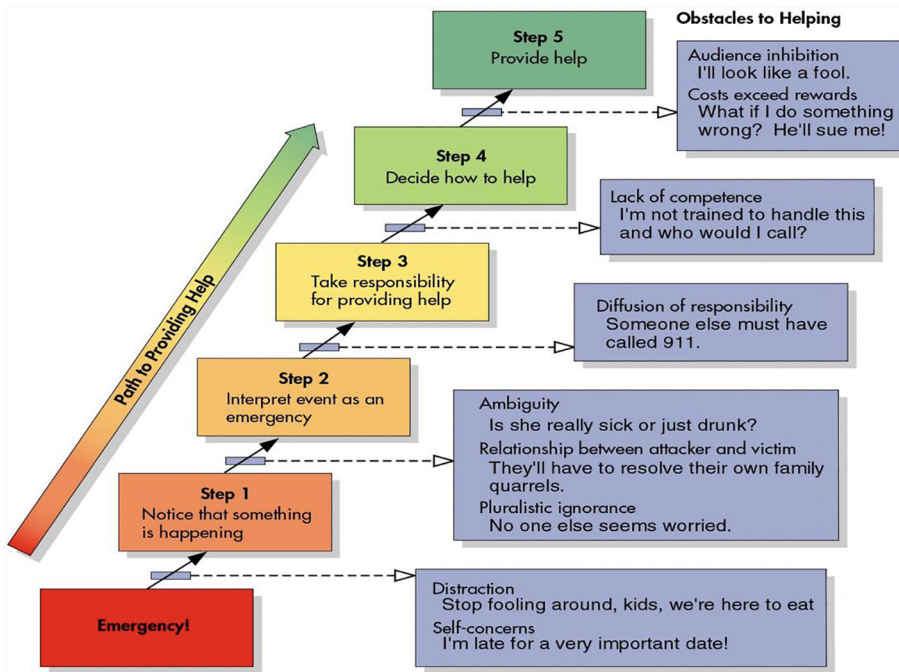
Posible desviación 3 de la ayuda: Difusión de la responsabilidad: como hay más gente presente en la situación, seguramente alguien más ayudará o podrá hacerlo mejor.

Paso 4 hacia la ayuda: *Hay que decidir qué hay que hacer y cómo ayudar.*

Posible desviación 4 de la ayuda: Falta de competencias o habilidades: quizás no estoy preparado para eso, no sé qué hay que hacer en estas ocasiones, no sé a quién avisar.

Paso 5 hacia la ayuda: *Hay que poner en marcha la ayuda.*

Posible desviación 5 de la ayuda: Hay gente mirando, quizás haré el ridículo. El coste es muy alto. ¿Y si lo hago mal? ¿Y si me pongo en peligro o la pongo en peligro?



1.4. Implicaciones para quien recibe la ayuda

Hasta ahora nos hemos centrado en los factores que pesan sobre el hecho de ofrecer ayuda, pero también deben mencionarse las consecuencias que tiene el recibir ayuda sobre quien la recibe. Como en cualquier otra interacción humana, dar y recibir ayuda tiene consecuencias sobre la relación entre las personas, pero también sobre **la identidad personal** de cada uno de los participantes en la interacción. De una manera simétrica, mientras que quien da se siente bien, porque muestra buena voluntad, despliega sus capacidades y habilidades y se muestra autónomo y, por lo tanto, **se siente poderoso**, quien recibe la ayuda está exactamente en la posición contraria. Su dependencia se ve reforzada por la ayuda que recibe, su falta de poder y su falta de capacidades o habilidades para salir de la situación en la que se encuentra quedan resaltadas. Su identidad, que, como sabéis, es un resultado de la interacción social, queda definida como víctima.

Por esta razón, recibir ayuda no siempre es bien recibido. De hecho, solo puede ser bien recibido si la ayuda crea una relación positiva entre quien ayuda y quien es ayudado, algo que solo se puede lograr si la relación se da en términos de igualdad de poder, es decir, que quien es ayudado tiene la capacidad (futura) de devolver el favor. Si no se tiene esta capacidad, entonces la persona queda en situación de deuda y lo único que puede hacer es mostrarse agradecida. Cuando esta ayuda comporta la posibilidad de subrayar la dependencia de la otra persona, lo más normal es que sea rechazada, o aceptada a disgusto, puesto que representa una amenaza para el autoconcepto del receptor. Si, además, la persona que nos ayuda forma parte de un grupo dominante (o simplemente nos cae mal), podemos percibir su intento de ayudarnos como un intento de manipulación y de creación de una alianza indeseable.

Más allá de las, importantes, cuestiones identitarias o simbólicas, encontramos las consecuencias materiales de la ayuda como sostenedora de relaciones de poder desiguales. Ofrecer ayuda es también una manera de **mantener la desigualdad**, al exacerbar la dependencia de la otra persona o grupo. Paradójicamente, cuanto más ayuda recibes, más ayuda necesitas si esta ayuda lo que hace es resolver el problema temporalmente, sin atacar las causas estructurales que provocan la necesidad.

Por esta razón, la caridad siempre ha sido un medio a través del cual las clases dominantes han sostenido la desigualdad en lugar de ponerle fin.

Quien ofrece caridad solo extrae beneficios, mientras que quien la recibe saca poca cosa de provecho. En cambio, cuando la ayuda es ofrecida entre iguales, lo que se ha denominado tradicionalmente *solidaridad*, y tiene como objetivo modificar las condiciones que generan la desigualdad, entonces no crea identidades deterioradas, sino que empodera porque elimina las causas que provocaban la necesidad de ayuda.

1.5. La acción colectiva como acción de ayuda

Como mencionábamos al final del punto anterior, la **solidaridad** es un tipo de comportamiento de ayuda que se manifiesta de una manera diferente a todo lo que hemos estado comentando hasta ahora. Si os fijáis, por ahora siempre hemos mantenido, en el imaginario de la ayuda, la idea de que estábamos ante una sola persona responsable de proporcionar la ayuda reclamada. De hecho, la mayor parte de experimentos que hemos comentado parten de la idea de que es el individuo quien tiene que encontrar la manera de ayudar, y hemos considerado problemático el hecho de que no consiga hacerlo. Aun así, no siempre nos comportamos como individuos; de hecho, pasamos la mayor parte de nuestra vida en grupos, y cuando actuamos lo hacemos como miembros de un grupo y de forma grupal. Por lo tanto, enfocar el nivel grupal a la hora de estudiar el comportamiento de ayuda puede llevarnos a entenderlo con más facilidad y a planificar mejor cómo podemos promoverlo (Manning, Levine y Collins, 2007; Reicher y Haslam, 2010).

Ampliar el foco, alejándolo del individuo y centrándolo en los grupos, nos obliga a pensar en la ayuda de una manera muy diferente. Para empezar, la ayuda no es un problema individual, sino que es una cuestión colectiva. Si alguien necesita ayuda, lo más probable es que sea porque el colectivo le ha fallado, y solo de una manera colectiva se podrá resolver esta situación. Por eso, los **movimientos sociales** son una de las formas de ayuda más presentes en nuestra sociedad, y también una de las formas de ayuda más ignoradas por la psicología social tradicional de orientación psicológica.

Si las causas que provocan que alguien necesite ayuda suelen estar arraigadas en las desigualdades sociales, las soluciones justas no pasan por los comportamientos individuales, sino por las acciones colectivas.

Si la solidaridad es más efectiva que la caridad es porque incluye procesos de identificación social que pueden modificar relaciones de poder reales. Cuando la categoría social a la cual pertenecemos tiene un valor social bajo y, por lo tanto, esta pertenencia no nos ayuda a obtener una identidad social positiva, y, además, es muy complicado cambiar de categoría (es el caso de las categorías generadas alrededor de características presuntamente naturales e inmutables, como «ser mujer», «ser negro/a», o el caso de las categorías a las que no queremos renunciar porque compartimos sus valores, como ser miembro de una determinada religión), entonces lo que hace falta es emprender acciones colectivas para empoderarse y modificar el valor de la categoría (Tajfel, 1984). Es decir, en el fondo, y en consecuencia, actuar para garantizar que todas las personas que forman parte de la categoría vean mejoradas sus condiciones de vida.

La solidaridad es el motor más importante de la ayuda, puesto que es una manera de construir el mundo que modifica las categorías que lo conforman. A través de la comprensión de cómo funciona la solidaridad, podremos ver cómo la modificación de los procesos de identificación social alteran el significado de las categorías sociales y las condiciones de vida de las personas asignadas a cada categoría, al estimular acciones colectivas dirigidas a la consecución de esta transformación.

Comportamientos y acciones

Es importante remarcar la diferencia que hay entre hablar de comportamientos o hablar de acciones. Cuando hablamos de comportamientos o conductas subrayamos el carácter individual y obviamos el carácter significativo (una conducta puede ser entendida como un automatismo o un instinto). Cuando hablamos de acción destacamos el carácter significativo e intencional. Como decía Weber, una acción solo puede ser interpretada, porque está basada en una atribución radicalmente subjetiva de significado y del valor que tiene (Weber, 1975, pág. 67), una atribución de sentido que se produce siempre de una manera colectiva.

2. Atracción, intimidad y género

2.1. Introducción

Relacionarnos, tener amigos, querernos, compartir ratos o la vida, abrazarnos, cogernos de la mano, besarnos o tener relaciones sexuales son elementos importantes de nuestra vida. No solo importantes, sino capitales, puesto que buena parte de nuestra salud psicológica a menudo puede depender de la posibilidad de establecer relaciones más o menos íntimas. Pero poderlas tener depende de procesos de atracción interpersonal: depende de tener alguna o algunas personas que nos gusten y a quienes gustemos, de tener gente con quien tengamos ganas de estar y que tenga ganas de estar con nosotros.

Reflexión

- ¿Cómo sabemos si alguien nos gusta?
- ¿Cómo lo hacemos para gustar a alguien?
- ¿Buscamos gustar siempre del mismo modo?
- ¿Es el mismo tipo de atracción el que sentimos por todo el mundo?
- ¿Todo el mundo vive el proceso de una manera similar?
- ¿Partimos todos de las mismas condiciones?

Si queréis, podéis dedicar cinco minutos a tratar de responder estas preguntas; será un buen ejercicio para dar sentido a lo que leeréis a continuación.

Lo primero que tenéis que saber es que estudiaremos la atracción desde la **psicología social**. Es decir, que la observaremos desde el estudio de esta capa social y cultural que recubre todas las actividades humanas. Para hacerlo, haremos un repaso de cómo la psicología social ha enfocado este estudio. Empezaremos por las primeras teorías del intercambio social, de inspiración conductista; continuaremos por las críticas que recibieron desde posiciones más cognitivistas y culturales; después le daremos un vistazo desde una psicología social menos psicologista y más sociológica, centrándonos en la mirada que nos ofrecerá el concepto de *norma social*, y acabaremos centrándonos en las preocupaciones más recientes, desde ópticas más críticas, de tipo constructivista social, centradas en cómo, en el juego de la atracción, de atraer y de sentirnos atraídos o atraídas, ocupamos diferentes posiciones de género que acaban construyendo lo que significa ser hombre y ser mujer en nuestra sociedad.

La segunda cosa que tenéis que saber es que, cuando hablamos de atracción interpersonal, no solo hablamos del grado de atracción física que podemos sentir por alguien, sino que utilizamos la palabra atracción de manera más amplia. No hace falta que alguien sea atractivo físicamente según los cánones de nuestra época para que nos atraiga. El hecho de que consideremos a alguien interesante o simpático o que tengamos ganas de estar con él o de formar equipo de trabajo o que esté en nuestro grupo de amistades, también es un indicador de su grado de atractivo. Por lo tanto, si a lo largo del texto os

preguntáis **cómo se mide el atractivo** de alguien en un experimento, no es muy complicado: solo hay que preguntar a los participantes de una situación cualquiera (por ejemplo, en un experimento) a quién escogerían para trabajar en equipo o bien para ir de fiesta, de quien les gustaría ser amigo o amiga o directamente qué puntuación le pondrían en una escala numérica sobre belleza, interés, simpatía, etc.

2.2. Primeras aproximaciones: las teorías del intercambio social

Las **teorías del intercambio social** parten de una metáfora economicista de la persona y, en este sentido, son fruto de su tiempo. Se desarrollaron durante los años sesenta del siglo xx (Thibaut y Kelley, 1959; Homans, 1961) en un entorno teórico en el cual predominan la **psicología conductual**, que recordamos que es una psicología del aprendizaje centrada en la idea de que las personas aprendemos a base de castigos y recompensas (dicho más técnicamente, a base de refuerzos negativos o positivos), y la **psicología cognitiva**, según la cual nuestros pensamientos salen sesgados de fábrica en direcciones predeterminadas. A la vez, son el producto de un largo periodo de crecimiento económico en los Estados Unidos, hecho que les hace pensar que efectivamente una metáfora de costes y beneficios puede ser una buena descripción de la conducta humana.

La lógica de este planteamiento llevaba a los psicólogos sociales de la época a comprender la atracción interpersonal como un proceso de intercambio social: si tú me recompensas, yo te encuentro atractivo o atractiva.

Y esta recompensa podía ser el hecho de que tu presencia hiciera la situación agradable o bien que cumplieras el canon estético deseable de la época (es decir, proporcionaras una recompensa estética), o bien que me reafirmaras en mis actitudes y opiniones (me ayudes a creer que no estoy equivocado o que soy buena persona). Como decía Homans (1974):

«Nos gustan las personas cuya conducta nos proporciona la máxima recompensa y el mínimo coste».

Un ejemplo paradigmático de este planteamiento son los conocidos experimentos de William Griffitt, en los cuales quería mostrar que nos gustan las personas que asociamos a experiencias agradables (aunque no sean las causantes de esta experiencia).

Por ejemplo, en uno de estos experimentos, los sujetos hacen una tarea cualquiera al final de la cual se los castiga (se les dice que la han hecho mal) o se los recompensa (se les dice que la han hecho muy bien), todo ello ante una persona que hace de testigo y que no interviene. Al finalizar la sesión, entre otras tareas, se pide a los sujetos que evalúen el atractivo del testigo mediante una escala *ad hoc*. Los resultados de Griffitt muestran cómo los sujetos que reciben una recompensa encuentran más atractiva la persona que hacía de testigo que los que son castigados (Griffitt y Guay, 1969).

Griffitt y Veicht plantearon otras situaciones similares; por ejemplo, en lugar de castigar a los sujetos, en un caso alteraron las condiciones climáticas de la sala de forma que un grupo hiciera la tarea en condiciones agradables y otro no. En otro experimento, les hacían escuchar una buena noticia o una mala noticia. En ambos casos, los resultados indicaron que los sujetos preferían el testigo cuando las condiciones ambientales eran más agradables o bien cuando recibían buenas noticias (Griffitt y Veitch, 1971; Veitch y Griffitt, 1976).

2.2.1. Críticas a las teorías del intercambio social

A pesar de que la simplicidad de este planteamiento y el hecho de que encaje con ciertas ideas dominantes sobre cómo son las personas lo hacen interesante, es evidente que esta sencillez es también su talón de Aquiles. A continuación, os plantearemos un par de matices y alguna crítica más profunda que se les ha hecho.

Un primer matiz procede del campo del cognitivismo y de las **teorías de la equidad** (Walster, Berscheid y Walster, 1973). Es difícil imaginar que este cálculo de costes y beneficios se haga de manera exclusivamente inconsciente, simplemente a base de condicionamientos por asociación de estímulos. Pero si introducimos la conciencia, entonces hay que introducir factores culturales, es decir, los que tienen que ver con las maneras como pensamos. Por ejemplo, un sesgo cognitivo bastante reconocido es el hecho de que las personas, al menos en países capitalistas y occidentalizados, tendemos a creer que las relaciones tienen que tener cierta justicia distributiva y que, por lo tanto, este cálculo de costes y beneficios no es un cálculo neto, no es una balanza, sino que pasa necesariamente por pensar que, para mantener una relación, tienes que aportar lo mismo (o algo equivalente) a lo que aporta la otra persona.

Por ejemplo, si aportas belleza y elegancia, difícilmente tolerarás que la otra persona no tenga una belleza parecida o no se cuide tanto como tú lo haces. O bien, si aportas cuidados, exigirás que el otro también te cuide, si no en la misma dimensión al menos en alguna; por ejemplo, que aporte económicamente.

Si no hay esta percepción de estar en una relación justa, la atracción que sentiremos hacia esta persona necesariamente disminuirá.

Un segundo matiz proviene de las **teorías del afecto**, que exploran las necesidades de filiación de los seres humanos. Fijaos en el siguiente experimento:

Schachter (1959) propone a una serie de personas que participen en un experimento en el transcurso del cual tendrá que administrárseles una sustancia totalmente inocua, pero que es administrada a través de una inyección que puede ser dolorosa. Antes de la inyección, les ofrece esperarse en una sala solos o bien con otro participante desconocido. La mayor parte de personas optan por estar con alguien, aunque sea una persona desconocida.

Su conclusión es que queremos estar acompañados porque necesitamos a los otros para aclarar nuestros sentimientos. Los necesitamos para comparar nuestras conductas y opiniones y, de este modo, establecer la manera socialmente aprobada de pensar y comportarse en una situación potencialmente amenazante.

Si aplicamos estas teorías al mundo de la atracción interpersonal, es fácil darse cuenta de que, otra vez, no nos encontramos ante un posible cálculo puro de costes y beneficios, sino que este cálculo también estará sesgado a favor de **mantener la relación**, aunque esto pueda tener más costes que beneficios.

Finalmente, una crítica importante es que las teorías del intercambio social simplifican enormemente el **proceso de etiquetado** de lo que es gratificante. Es decir, para que algo sea un coste o bien un beneficio, tiene que ser interpretado como tal por la persona. No es un proceso automático en ningún caso, sino que intervienen los discursos que compartimos sobre qué es bueno y qué es malo, qué es positivo y qué es negativo, qué es bello y qué es feo y quién lo es o lo puede ser. Discursos que, como sabéis, se construyen socialmente a través de la circulación de significados. Y, todavía más, antes hemos afirmado que era un beneficio el hecho de que alguien pensara como nosotros y nos reafirmara en nuestras opiniones y valores; aun así, ahora podemos plantear la duda de qué quiere decir que alguien piense como yo. ¿Cómo lo sé? ¿En todos los temas? ¿En todas sus dimensiones y aspectos? El proceso a través del cual etiquetamos a alguien como parecido a nosotros no es, por lo tanto, ni directo ni inmediato, como parecían presuponer las teorías del intercambio.

2.3. Factores sociales que median la atracción

Como habéis podido ver, podemos afirmar que las teorías del intercambio social no consideran un gran número de factores sociales: las creencias, la identidad, las normas sociales, los discursos, la posición social, el deseo, las tradiciones, la formación... todos son elementos sociales que tendrían que ser considerados en cualquier teoría sobre la atracción interpersonal. Por esta razón, dedicaremos las siguientes páginas a reflexionar sobre algunos de estos elementos. Empezaremos por el etiquetado de nuestras sensaciones fisiológicas; seguiremos pensando cuál es el papel que tienen sobre la atracción interpersonal el grado de conocimiento y familiaridad entre las personas; después hablaremos de la belleza o atractivo físico y de la similitud personal, y, finalmente, de la reciprocidad y las muestras de consideración que recibimos. Todos son temas que la psicología social ha tratado a lo largo de los años.

2.3.1. El etiquetado de la activación fisiológica

Imaginad por un momento que estáis en la Columbia Británica en 1974, que sois un hombre cisgénero y que os invitan a participar en la evaluación de un paisaje. Para tal hecho, os invitan a cruzar y pararos en medio de un puente colgante, de 140 m de largo, a 70 m de altura sobre el río Capilano, que tenéis justo debajo. Esto es lo que les pasó a

Relaciones de maltrato

De hecho, este matiz abre la puerta a una crítica muy importante a las teorías del intercambio social, y es que no se corresponden en nada con la experiencia, desgraciadamente muy frecuente, de las **relaciones de maltrato**, en las que la gente mantiene relaciones a un coste muy alto. Especialmente, en el caso de las mujeres en relaciones heterosexuales que se encuentran atrapadas en una red estructural de relaciones de poder que las hace más dependientes y, por lo tanto, más vulnerables a los riesgos que comporta finalizar una relación. Por ejemplo, es fácil que pierdan los recursos económicos de los que dependen y parte de las redes de afecto que conforman las familias y/o amistades que quizás verían con desagrado la decisión.

una serie de hombres, mientras que a otros les invitaron a hacer lo mismo, pero en otro lugar, encima de un puente corto, estable y bajo. Ahora estáis en medio del puente y se os acerca una mujer atractiva, según los cánones dominantes de la época y sus lógicas binarias, y os pide que llenéis un cuestionario sobre el paisaje que veis. Al acabar, la mujer os ofrece su teléfono por si tenéis cualquier duda y os despedís.

Esto es lo que organizaron Dutton y Aron (1974), y la pregunta que se hicieron era: ¿qué grupo de hombres llamará en mayor proporción? ¿Vosotros qué haríais? ¿Creéis que estar encima de un puente o de otro os afectaría? Pues bien, la verdad es que sí: los hombres que cruzaron el puente alto llamaron mucho más a la mujer que los del puente bajo. La razón que dan Dutton y Aron tiene que ver con la **teoría bifactorial de las emociones de Schachter y Singer**¹:

Cuando una persona está activada fisiológicamente y no sabe muy bien que lo está, ni por qué razón, ni lo relaciona con la situación presente, entonces puede etiquetar la emoción de muchas maneras.²

⁽¹⁾La teoría de Schachter y Singer se denomina bifactorial porque considera que una emoción requiere de dos factores: activación fisiológica y etiqueta cognitiva, y que si falla uno de los dos no podemos hablar de emociones.

⁽²⁾De hecho, tenemos muchas emociones y, en cambio, un rango menor de expresiones fisiológicas posibles, de forma que a diferentes emociones les corresponden a menudo activaciones fisiológicas similares.

Podemos etiquetar las cosquillas que sentimos en el estómago como miedo o como enamoramiento; en el supuesto que nos ocupa, la masculinidad hace más difícil reconocer el miedo y, en cambio, facilita la activación provocada por el puente como activación provocada por el atractivo de la chica. De aquí que un número superior de hombres del grupo del puente inestable llamara a la mujer.

2.3.2. Proximidad

Quizás os habéis fijado alguna vez que la gente suele acabar emparejándose con personas de su entorno más inmediato. Esto es lo que Festinger y sus colaboradores denominaron *propinquity effect*, es decir, el efecto que tiene sobre la atracción el hecho de que alguien esté cerca nuestro o esté en un entorno cercano, que sea más **accesible**. Ciertamente, es de sentido común que solo podemos sentirnos atraídos por alguien que conozcamos, y que por eso hace falta que sea alguien de nuestro entorno. Aun así, a pesar de que puede parecer una afirmación sencilla, tanto sus causas como las consecuencias que se derivan de ella son más interesantes de lo que parece.

En cuanto a las consecuencias, el hecho de que nos emparejamos prioritariamente con personas de nuestro entorno es capital para la reproducción de la estructura social. Cuando las únicas personas con quienes finalmente formamos una familia y tenemos hijos son de nuestro propio grupo, lo que hacemos es mantenernos, a nosotros y a nuestros descendientes, dentro de este grupo. Para decirlo claramente, si los grupos de afinidad los creamos con gente de nuestro barrio o de nuestros clubes deportivos o de nuestros espacios de ocio, lo que hacemos es reproducir nuestra clase social.

Más allá del hecho de que en la cultura occidental, para poder empezar una relación con alguien, lo tengamos que conocer (algo que no pasa en todas las sociedades), podemos reflexionar sobre esta cuestión a través de diferentes estudios que medían el atractivo de personas en diferentes situaciones.

En una serie de estudios que Festinger, Schachter y Back llevaron a cabo en 1950 en edificios donde vivían estudiantes universitarios, los autores descubrieron que las personas más populares eran las que vivían cerca de los buzones. Teniendo en cuenta que en 1950 los buzones de un edificio eran un lugar de paso obligado diariamente para recoger la correspondencia, mucho más abundante que hoy en día, lo que pasaba era que te cruzabas mucho más a menudo con aquellas personas que vivían cerca. También descubrieron que la gente se relacionaba más con compañeros de piso o compañeros de planta, excepto en el caso de los apartamentos cercanos a las escaleras. Posteriormente, en otro estudio, también vieron que en entornos suburbanos de casas unifamiliares, las amistades solían surgir entre los vecinos con entrada por el patio central, mientras que los que entraban por detrás no eran tan populares. Como podéis sospechar, la causa de todo era la frecuencia con la que se cruzaban con alguien.

Festinger y sus colaboradores especularon con la idea de que este efecto de la accesibilidad tenía que ver con tres cosas:

- Las **recompensas**: porque recompensamos a la gente que vemos más a menudo con más muestras de afecto y de interés y, por lo tanto, las personas con quienes nos cruzamos más son aquellas a quienes saludamos más y también quienes nos saludan más.
- Las **expectativas**: porque sentimos una presión normativa para establecer un vínculo positivo con quien veremos más a menudo. Es decir, que la expectativa de una interacción continua hace que sintamos la necesidad de tener una buena relación y esto se puede asegurar modificando, en positivo, nuestra percepción sobre el grado de atractivo de esta persona.
- La **familiaridad**: la constante repetición de la presencia de alguien nos otorga una sensación de familiaridad que nos tranquiliza, puesto que nos hace creer que las subsiguientes acciones de esta persona son, de alguna manera, más previsibles, haciéndonos pensar que tenemos algún tipo de control sobre la situación. La familiaridad supone una reducción de la posible tensión que nos puede ocasionar enfrentarnos a alguien desconocido.

En cuanto a este último punto, los **efectos de la familiaridad** se han comprobado varias veces.

Por ejemplo, Zajonc (1968) llevó a cabo un estudio en el cual mostraba una serie de fotografías de personas a sus participantes. Cada foto aparecía en diferentes series de presentaciones, a veces con más frecuencia y a veces con menos. Cuando, al final, les pedía que marcaran el grado de atractivo de cada foto, los participantes valoraban como más atractiva una foto si esta había sido expuesta con más frecuencia.

Otro estudio de Mita, Dermer y Knight (1977) muestra como preferimos nuestras fotografías invertidas, es decir, cuando nos son presentadas con efecto espejo, porque nos enseñan nuestro rostro tal como lo vemos cada día en el espejo. Moreland y Beach (1992) muestran como los profesores tienen preferencia por las personas que asisten más a clase, incluso sin ser conscientes de ello: cuando se les muestran las fotos de estudiantes, cómplices del experimenta-

dor que no han asistido a clase o que han asistido en diferente medida, la preferencia es por aquel quien ha asistido a más clases, a pesar de no recordar explícitamente a ninguno.

Si os fijáis, como familiaridad equivale a **confianza**, no es extraño que las personas candidatas a elecciones se peleen por el control del tiempo de exposición mediática que tienen o por el número de calles en las que habrá carteles suyos. Pasa algo similar con los éxitos musicales, que lo son a base de repetirlos y no por su calidad (al menos tal como la definirían los melómanos). A medida que se repite una canción por la radio, más familiar nos es, es decir, más asociada queda a situaciones diversas. La familiaridad es también la razón por la cual funcionan muchos anuncios que consideramos «malos»; en realidad, lo que hace falta es que se hable del producto, aunque se hable mal. Con el tiempo, las críticas concretas se desvanecen y se olvidan, mientras que nos queda el recuerdo vago de que alguien nos ha hablado del producto en algún momento, y esto es suficiente para comprarlo en un entorno saturado de ofertas variadas entre las cuales es difícil distinguir.

Para finalizar el tema de la proximidad, comentaremos brevemente la cuestión de las **distancias interpersonales**. Disfruta de bastante reconocimiento el estudio de Edward Hall (1966) sobre esta cuestión. Hall mostró cómo la distancia que mantenemos con alguien al hablar cambia según las culturas. La proximidad no es, por lo tanto, arbitraria, sino que tiene significados diferentes. Esto lo podemos ver en el interior mismo de nuestra cultura, si nos fijamos en cómo cambian las distancias interpersonales en función del grado de conocimiento que tenemos de alguien. De hecho, dado que hablamos más cerca de las personas que nos son más familiares, la distancia es también una manera de definir conjuntamente, en el transcurso de la interacción, cuál es nuestro grado de intimidad. Es posible que, precisamente por esta razón, entre otras, las discotecas sean espacios en los que sea relativamente sencillo resignificar una relación en íntima, a partir de la necesidad de tenernos que hablar de muy cerca para podernos oír.

2.3.3. Atractivo físico

En este punto, nos centraremos en una de las dimensiones más importantes de la atracción interpersonal, aquella que de manera popular se ha denominado **atractivo físico** y que, a pesar de que a menudo no es nada más que un eufemismo de atracción sexual, también hace referencia a la atracción que sentimos por aquellas personas que consideramos estéticamente bellas. Es evidente que no entraremos ahora a discutir quién es atractivo y quién no, ni cómo lo hace la gente para ser atractiva, ni qué nos hace atractivos, porque lo primero que tenéis que tener claro es que no hay ninguna característica que nos haga más atractivos a los ojos de los otros de una manera universal. Es decir, que desde la psicología social no se postula que alguien concreto pueda gustar a cualquier persona en todas partes. Esta negación se hace desde la constatación, muy sencilla, de que hay diferencias enormes entre a quien se

considera atractivo físicamente y a quien no. Diferencias entre culturas, entre épocas, entre generaciones e incluso en una misma persona según el momento del ciclo vital en que se encuentre.

A través de los medios de representación visual (cuadros, dibujos, fotografía...), es fácil darse cuenta de los cambios que ha habido en lo que se considera físicamente atractivo. Es especialmente visible en las representaciones de mujeres, desgraciadamente a menudo presentes como objeto de consumo visual para la mirada masculina (Berger, 1972).

Un trabajo muy interesante de Anna Giordano os permite comparar cómo serían algunos cuadros clásicos si se hubieran pintado hoy en día: (<<http://www.annautopiagiordano.it/venus-ita.html>>)

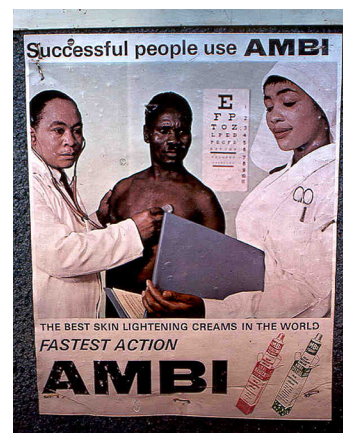


Pero no hay que ir tan lejos ni en el espacio ni el tiempo para encontrar estas diferencias. Las personas que nuestros abuelos y abuelas consideran atractivas no coinciden con las de la generación más joven. Del mismo modo, a lo largo de la vida, vamos cambiando en consideración de a quien encontramos atractivo y a quien no, no solo por los cambios culturales y sociales en los cánones de belleza, sino sobre todo porque nuestras expectativas de relación modifican los juicios de atractivo que hacemos. Así es evidente que, cuando una persona de sesenta años encuentra muy atractiva a otra persona de su edad, su criterio no será compartido por las personas más jóvenes de su entorno.

Efectos del atractivo físico

Sea como fuere, ser considerado alguien atractivo o no tiene consecuencias importantes sobre las personas. La percepción y la construcción social del atractivo tienen consecuencias personales importantes, no solo sobre la imagen que una persona tiene de sí misma y la autoestima que se pueda derivar, sino, como veremos a continuación, sobre sus posibilidades reales de desarrollo en una determinada sociedad.

Ciertamente, como decíamos más arriba, el atractivo físico no es solo una cuestión de atracción sexual, sino que hace referencia a muchos aspectos de la vida cotidiana: como muchos estudios demuestran, preferimos a las personas guapas, evaluamos más positivamente su conducta, son ejemplos para nosotros y somos más indulgentes con sus errores. ¡Hasta el punto que una metedura de pata de alguien muy atractivo (guapo, inteligente, simpático...) lo hace todavía más atractivo! ¡Mientras que una metedura de pata de alguien que no lo es se añade a su lista de defectos! Si lo interpretamos en términos de identidad



Publicidad de un emblanquecedor de pieles oscuras

social, lo que pasa es que el error en la persona atractiva la hace menos perfecta y, por lo tanto, la acerca a nuestro endogrupo, mientras que el error en la persona no atractiva todavía la aleja más de nosotros y la sitúa claramente en el exogrupo.

Clifford y Walster (1973) demostraron que los niños más guapos despiertan mejores expectativas en su profesorado y que, debido al *efecto Pigmalión*, ¡esto los hace más listos! Fijaos también en el hecho de que es mucho más elevada la probabilidad que el profesorado considere más guapo el alumnado proveniente de clases acomodadas que del resto, simplemente porque este alumnado cumplirá mucho más fácilmente con los estereotipos de ser *guapo*: sea por el color de la piel y del pelo, por la higiene personal, por tener acceso a médicos y dentistas o bien por el tipo de ropa que lleve. De forma que el atractivo físico se convierte, también en la infancia, en un factor de reproducción social de las clases dominantes, que son las que tienen capacidad de influencia sobre el canon de belleza del momento.

Este efecto se reproduce también en la evaluación de los compañeros y compañeras.

Por ejemplo, Landy y Sigall (1974) hacen un experimento en que dos trabajos, supuestamente escritos por dos chicas, son evaluados por otros estudiantes hombres, con la peculiaridad que los dos trabajos tienen grapada una foto de quien los ha escrito, de forma que diferentes estudiantes reciben los trabajos acompañados de fotos de una mujer valorada como atractiva, de una mujer valorada como no atractiva o sin foto (grupo control). Además, de estos dos trabajos, hay uno de mejor calidad y uno de peor. Ahora fijaos, en la siguiente tabla, en cómo interaccionan estas dos variables, calidad del ensayo y atractivo de la autora:

Calidad del ensayo	Atractivo físico			Media total
	Atractiva	Control	No atractiva	
Bueno	6,7	6,6	5,9	6,4
Malo	5,2	4,7	2,7	4,2
Total	6	5,5	4,3	

Como podéis ver, en el caso del ensayo bueno, el no atractivo baja la nota, mientras que el atractivo simplemente mantiene la nota del grupo control. Pero seguramente el efecto más discriminador tiene lugar sobre el ensayo malo, un ensayo que llega por poco al aprobado (4,7 sobre 9) en el grupo control y que supuestamente escrito por una mujer atractiva hace que sea claramente aprobado (5,2 sobre 9), pero que, en cambio, cuando es escrito por una mujer no atractiva se le suspende con rotundidad (2,7 sobre 9).

De hecho, lo que pasa es que el atractivo físico participa de un estereotipo muy difundido por el cual, a las personas que cumplen esta característica, se les atribuyen otras características de personalidad.

Los diferentes estudios muestran cómo las personas «guapas» son vistas también como más felices, con éxito, agradables, simpáticas, inteligentes ¡e incluso más buenas personas! (Dion, Berscheid y Walster, 1972). Por ejemplo, po-

El efecto Pigmalión

El efecto Pigmalión, descubierto por Rosenthal y Jacobson (1968), consiste en el hecho de que, cuando el profesorado tiene expectativas sobre el rendimiento de alguien, tienden a cumplirse. Si son bajas, el rendimiento de los estudiantes baja; si son altas, su rendimiento sube. Hay cuatro razones que se utilizan para explicar este fenómeno: los cambios que el profesorado introduce en el clima del aula, el tiempo que dedica a los estudiantes en función de la expectativa de si lo aprovecharán o no, el número de veces que les pregunta o les pide la opinión y la calidad de las respuestas que da a las preguntas que los estudiantes formulan.

déis buscar los famosos experimentos de Kenneth Clark (sobre la preferencia de niños y niñas afroamericanos estadounidenses por las muñecas blancas) y de los cuales se han hecho algunas réplicas, también en otros países, que se pueden encontrar fácilmente haciendo una búsqueda de vídeos por Internet.

Experimento de Kenneth Clark de 1947.



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

En el caso de la psicología jurídica, hay una larga lista de estudios (p. ej. Abwender y Hough, 2001; Darby y Jeffers, 1988; Downs y Lyons, 1991; Moore, 1990) que muestra de manera muy consistente cómo el atractivo físico condiciona las condenas que los jurados otorgan a los acusados. Sistemáticamente, las personas atractivas reciben condenas menores, con una sola excepción: cuando para la comisión del delito se ha utilizado el atractivo físico, por ejemplo cuando se trata de una estafa en la que se ha usado la seducción para llevarla a cabo; entonces la condena es superior para las personas consideradas atractivas (Sigall y Ostrove, 1975), como si las penalizara el hecho de haber utilizado de manera irresponsable su «poder».

Algunas consideraciones sobre el papel del atractivo físico

Si, como hemos comentado, lo que se considera físicamente atractivo cambia según los grupos sociales, entonces es importante preguntarse de qué manera los grupos sociales definen el canon de belleza cultural. Podemos pensar, por

ejemplo, cuál es el canon de belleza en nuestro entorno más inmediato y de donde procede. No es complicado, en una sociedad tan mediatizada como la nuestra, reconocer el papel que tienen los medios a la hora de difundir este canon, de forma que circula muy rápidamente entre diferentes capas de población y acaba reproduciéndose en nuestras conversaciones, apreciaciones y valoraciones cotidianas. Aun así, los medios no son propiamente el origen del canon, sino que lo que hacen es recoger las valoraciones de diferentes agentes sociales. Estos agentes sociales no son otra cosa que las personas que tienen un acceso privilegiado a los medios, o bien porque son protagonistas o bien porque son a quienes los trabajadores de los medios preguntan su opinión. Como podéis sospechar, esto no pasa de manera transversal y democrática, por lo tanto, solo un cierto tipo de personas, las que pertenecen a las clases dominantes de la sociedad, las que tienen más recursos económicos, más formación o más red social entre gente acomodada, son las que acaban creando este canon.

Es importante, pues, saber reconocer cuál es el canon de belleza de nuestro entorno social, y a quien beneficia, ya que cumplirlo otorga beneficios sociales importantes, como hemos podido constatar en el punto anterior.

El canon de belleza es, por lo tanto, un mecanismo más a través del cual se reproduce el dominio de ciertos grupos encima de otros, lo que hace que preguntarnos qué podemos hacer para cambiarlo se convierta en una pregunta casi revolucionaria.

Una última consideración sobre el atractivo físico, pero de la cual no hay resultados concluyentes es que, a pesar de que este suele ser un factor bastante importante en el inicio de una relación, dado que puede actuar como desencadenante, no es suficiente para explicar la **continuidad de la relación**. Es decir, que parece que el atractivo físico por sí solo no tiene suficiente peso como para garantizar la continuidad de la relación. Sin embargo, hay un factor asociado al género que afecta claramente esta cuestión: las personas socializadas como hombres o como mujeres no valoran del mismo modo el atractivo físico de su pareja, de forma que el atractivo físico suele ser un factor más importante para los que se sienten hombres que para los que se sienten mujeres. Esto nos describe de una manera bastante diáfana la sociedad patriarcal en la cual nos encontramos: es más importante para las mujeres heterosexuales tenerse que adecuar a los cánones de belleza de la feminidad para encontrar una pareja masculina, si así lo desean, que para los hombres heterosexuales, con los que las personas de otros géneros suelen ser más flexibles en cuanto a la importancia de su atractivo. Del mismo modo, a medida que las personas se hacen mayores, es menos importante para las mujeres heterosexuales la pérdida de atractivo de sus parejas masculinas, mientras que a los hombres heterosexuales les cuesta más aceptar que su pareja ya no se adecue a los cánones vigentes.

Documental recomendado

Os recomendamos el documental del 2002 *Searching for Debra Winger*, de Rosanna Arquette, sobre las dificultades de las actrices de más de cuarenta años para encontrar trabajo.

En una sociedad como la nuestra, en que la juventud se valora por encima de la experiencia y la madurez, es fácil adivinar sobre qué género recaen los mayores costes cuando se acaba la juventud.

2.3.4. La similitud personal

A pesar de que este apartado trata de la similitud personal, lo empezaremos mencionando el atractivo físico por última vez. Numerosos estudios clásicos (Walster, 1969; Berscheid, 1971; Huston, 1973) muestran cómo tendemos a buscar personas que percibimos que tienen un nivel de atractivo similar al nuestro. Así pues, parece que nuestro autoconcepto (es decir, la idea que tenemos sobre el tipo de persona que somos) tiene un papel importante en la atracción que podemos sentir por otras personas.

Dicho de otro modo: adaptamos nuestras aspiraciones a lo que creemos que merecemos.

En este sentido, el atractivo físico se comporta de la manera que predecían las teorías de la equidad: me siento atraído por personas que podrán responder de manera positiva a mis intenciones porque yo les ofrezco un «producto» similar.

Más allá del atractivo físico, la **similitud personal** es uno de los factores sociales que tenemos que tener en cuenta, porque supone una validación de nuestra identidad. Así pues, nos gustan las personas que tienen actitudes, valores, creencias o intereses similares a los nuestros porque su presencia nos los confirma. Es recompensador estar junto a alguien que valida nuestra manera de ser y de entender la vida. Tener unas habilidades personales o un cierto nivel de estudios similares a los de otra persona es también un factor de peso a la hora de encontrarla atractiva, porque la relación con ella nos permitirá compartir un determinado nivel de discusiones o algunas actividades sociales. Por lo tanto, también hay que considerar el estatus económico y social de una persona. Las personas tienden a relacionarse con otras de un mismo estatus, no solo porque comparten determinados espacios segregados (como hemos visto al hablar de la proximidad), sino porque también les parece que esto posibilitará una relación más fluida, partiendo de la idea que ya comparten, de inicio, determinadas convenciones y normas sociales. Por supuesto, en un mundo en que las desigualdades están muy presentes, la atracción debida a la similitud no se comporta de una manera simétrica, mientras que las personas asignadas a una categoría social poco valorada pueden sentir atractivo por personas de un estatus más alto, estas últimas difícilmente buscarán a alguien de estatus más bajo y, por lo tanto, el efecto de la similitud sobre la atracción será más fuerte sobre quien tiene más a perder a nivel de estatus.

Cuanto más alto sea el estatus, más se buscará una relación con alguien del mismo estatus y menos atracción se sentirá por las personas de uno de más bajo.

Algunas consideraciones sobre la similitud

Para empezar, cabe decir que, a diferencia del atractivo físico, la similitud es un factor que puede explicar mejor tanto el inicio de una relación como su continuidad. Parece que la similitud predice mejor que la relación continúe en el tiempo. Ahora bien, esta similitud puede serlo en algunos aspectos, pero no en todos. Para empezar, porque en nuestra sociedad, que se caracteriza por una exaltación de la individualidad y la originalidad, nos gustará siempre sentirnos únicos en alguna dimensión y no podremos hacerlo si nos rodeamos de personas que son casi idénticas a nosotros. En segundo lugar, porque las relaciones a largo plazo se pueden basar también en la habilidad de satisfacer los deseos del otro, es decir, en el hecho de que las personas de la pareja, si se trata de una pareja, sean complementarias en algún aspecto (Winch, 1955).

También hay que matizar que la similitud tiene que serlo en características personales que en nuestro entorno se consideren deseables. Por ejemplo, la amabilidad o la calidez personal las desean tanto las personas que las muestran como las que no. Del mismo modo, alguien con un autoconcepto negativo no tiene por qué sentirse atraído por personas con autoconcepto negativo. Y una persona con poca iniciativa puede sentirse atraída por las personas con iniciativa, puesto que esto está mejor valorado en nuestra sociedad.

Finalmente, debemos tener en cuenta el peso de los factores situacionales, puesto que no siempre consideraremos interesante que el otro se asemeje a nosotros. En clase, el profesorado atractivo es aquel que demuestra que sabe mucho más que su auditorio y no aquel que explica cosas que ya se saben. También hay que tener en cuenta el papel de los roles de género: en las relaciones heterosexuales tradicionales, los hombres que no saben cocinar no prefieren a las mujeres que, igual que ellos, no saben hacerlo.

2.3.5. Reciprocidad y consideración positiva

Como seres sociales que somos, nos duele que nos ignoren. Ignorar a alguien es un castigo, por lo que, cuando sabemos de alguien a quien gustamos nos sentimos recompensados. Gustar a alguien es un reconocimiento de nuestra existencia, del hecho de que no hemos pasado desapercibidos.

Por eso, es frecuente que nos atraigan las personas a quienes gustamos, porque nos halagan las muestras de consideración positiva (Greitemeyer, 2010).

De este hecho, se extraen algunas consecuencias, como por ejemplo, que el efecto es más importante en personas disímiles.

El elogio de un amigo es menos importante que el de un desconocido, puesto que el amigo ya nos reconoce habitualmente, mientras que el del desconocido supone un reconocimiento añadido. Sin embargo, el elogio de un desconocido no solo es más importante, sino que, a la vez, lo hace más atractivo, cosa que puede suponer un problema para las amistades o las parejas a largo plazo.

Quien no ha echado en cara a alguien —o le han echado en cara a él— haber hecho más caso de lo que dice cualquier desconocido que de lo que dice la pareja o el mejor amigo o amiga. A menudo, los otros se van volviendo más atractivos que la propia pareja... de quien ya somos amigos y de quien, por lo tanto, el reconocimiento no nos conmueve.

La investigación sobre la reciprocidad también muestra que es más importante que alguien que no se asemeja a ti te diga que le gustas que lo haga alguien al que te asemejes mucho, de quien ya se supone que le puedes gustar. De una manera parecida, el atractivo que podemos sentir hacia quien nos elogia es más potente si es una persona a quien inicialmente no caíamos bien o nos ignoraba.

Algunas consideraciones sobre la reciprocidad

Está claro que, para que el reconocimiento de alguien nos haga algún efecto, hace falta que esta muestra de interés nos parezca sincera. Si sospechamos que nos están manipulando, la persona adulatora ya no nos parecerá atractiva, sino más bien lo contrario.

Aun así, esto tiene una consecuencia importante: las personas con atributos sociales positivos son más proclives a pensar que las muestras de interés que reciben son interesadas.

Por ejemplo, si tienes mucho dinero, perteneces a un grupo de estatus alto o te consideras atractivo físicamente, entonces el efecto de la consideración positiva desaparece.

Es un ejemplo de ello el experimento de Major *et al.* (1984):

Diferentes participantes, algunos de los cuales se ven a sí mismos como atractivos y otros como no atractivos, escriben un texto creativo. A la mitad les dicen que los evaluadores los miran a través de un espejo unidireccional y a la otra mitad, no. Al terminar, todo el mundo recibe una nota muy positiva; aun así, a la hora de valorar la nota recibida, las personas atractivas que creen que han sido observadas no se creen su nota, es decir, consideran que está influenciada por su aspecto.

Si aplicáis aquí lo que sabéis sobre cómo se forma nuestra identidad a través de la imagen que los otros nos devuelven, podréis deducir fácilmente que esto puede convertirse en un problema serio para personas atractivas físicamente o ricas, porque la ambigüedad sobre las causas de las consideraciones positivas que reciben o el hecho de tender a pensar que no son nunca sinceras puede provocar ansiedad y una autoestima fluctuante, al generar dificultades para que se formen una imagen clara y estable de sí mismas.

2.4. La construcción social de la intimidad

A pesar de que, por definición, la intimidad pueda parecer un ámbito de la vida en el que somos espontáneos, un espacio discreto en el cual podemos decir y hacer lo que queramos, no deja de ser un espacio más en el cual se expresa nuestro carácter social. Las personas que forman parte de nuestro círculo más íntimo acaban siendo también las personas más importantes que configuran nuestra identidad. Y, por lo tanto, como diría Goffman (1959-1993), hay que actuar con ellas tal como se espera de nosotros, en cuanto que personas moralmente fiables.

Ser fiable quiere decir cumplir con las expectativas depositadas, es decir, respetar las normas sociales implícitas.

Las formas que toman las relaciones íntimas no son azarosas, sino que se construyen socialmente, varían a lo largo del tiempo y las culturas y se concretan en **normas de intimidad**.

Esto es así incluso cuando no hay nadie presente. Una actividad tan íntima y en general solitaria como puede ser la masturbación está sometida a un cierto número de normas sociales: por ejemplo, cuándo puedes hacerlo, dónde, con quién o con qué frecuencia te puedes masturbar son preguntas que se plantean a menudo los adolescentes. Preguntas que hacen para averiguar cuál es la normalidad en este asunto, es decir, cuáles son las normas sociales que la pueden convertir en una actividad adecuada.

Las normas que regulan la intimidad con las otras personas son muchas; por ejemplo, cuál es la edad adecuada para empezar a tener relaciones sexuales; la edad mínima para casarse y tener hijos; el número de parejas simultáneas que se pueden tener; cuándo y cómo se puede hacer una propuesta de relación sexual; cuál es la distancia interpersonal que tienes que sostener al hablar con alguien en función del grado de relación; cuál es el género correcto de la pareja sexual; si hace falta o no tener pareja; cuál es el uso de métodos profilácticos y/o anticonceptivos —si procede— (cuándo, con quiénes, quién lo pide, en qué momento se pone...); cómo es la vivencia, definición y momento adecuado del enamoramiento profundo para que no se considere obsesión enfermiza; cuál es la frecuencia adecuada de las relaciones sexuales; etc. Como explicaba

Lectura recomendada

Por ejemplo, podéis consultar los volúmenes de la *Historia de la vida privada* coordinados por Georges Duby y Philippe Ariès.

Lectura recomendada

Para ampliar información, podéis leer Laqueur, T. (2003). *Solitary Sex. A Cultural History of Masturbation*. Nueva York: Zone Books.

Michel Foucault (1976-2006), el dispositivo de poder, aplicado por los profesionales de la psicología o la enfermería, por moralistas, personas educadoras o tutoras legales convierte la sexualidad en el garante de nuestra normalidad como sujetos.

Matrimonio polígamo de personas de religión mormona en los Estados Unidos.



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

Por supuesto, las normas aplicables no son las mismas para todo el mundo, no solo porque cambian históricamente y culturalmente, sino también porque no se aplican del mismo modo a quienes ocupan diferentes posiciones sociales. Por ejemplo, a chicos y chicas no se les aplica la misma normativa sobre las horas y maneras de volver a casa después de salir, ni sobre la edad a la que pueden salir. Tampoco tiene el mismo valor su palabra. Mientras que el NO de un chico es un NO, las chicas saben que su NO no tiene la misma fuerza, de forma que, cuando son asediadas por alguien en un espacio de fiesta, constantemente tienen que reforzar su NO con argumentos reales o no: tengo pareja, soy lesbiana... A menudo, su palabra no es suficiente y las amigas la tienen que alejar del chico o los amigos hombres acaban interponiéndose. Las chicas no tienen el mismo derecho a la palabra, es decir, el derecho al hecho de que su palabra sea reconocida, tenga sentido y signifique lo que quieren decir.



Campaña publicitaria «Solo sí es sí».

Fuente: extraída de <https://www.elprat.cat/actualitat/noticies/campanya-municipalprevenir-agressions-sexistes-la-festa-major>.

2.4.1. Difusión de las normas sociales sobre la intimidad

Es interesante plantearse la siguiente pregunta: si los espacios íntimos también están llenos de normas sociales, pero por definición son espacios discretos, a menudo no explícitamente mencionados y de los cuales se habla poco, ¿de qué manera aprendemos las normas pertinentes? La respuesta la podemos encontrar en la **teoría de la comparación social** planteada por Leon Festinger (1954). Para saber si somos «normales», es decir, si nuestras opiniones y habilidades son las adecuadas, al no existir un medidor objetivo de normalidad, lo que hacemos es compararnos con las personas que nos rodean. Así pues, las personas cercanas son las primeras que nos informan, sin quererlo, de cuáles son las conductas adecuadas en cada situación. Por supuesto, no son las únicas; también lo pueden hacer las personas que conocemos a través de las redes sociales, las que vemos en los medios de comunicación e incluso los personajes de ficción de libros, películas, videojuegos o series.

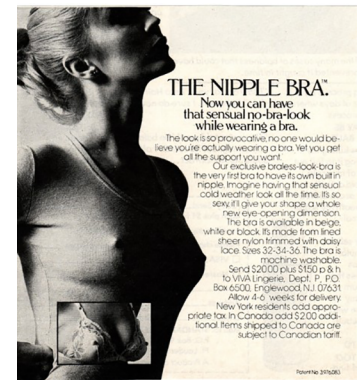
Todas, a pesar de que ciertamente en mayor grado las personas cercanas (no tenemos que magnificar el efecto de los medios de comunicación) son las que nos proporcionan el cúmulo de normas sociales que conforman el canon de belleza, es decir, nuestro grado de atractivo y el de los otros; los comportamientos esperados en las diferentes situaciones, también las íntimas; el significado de los gestos, es decir, de los códigos o señales no verbales; las consecuencias de nuestras acciones y las estrategias de relación; en definitiva, son las que nos ofrecen la información necesaria para saber hasta qué punto somos normales, pero también cómo convertimos en normales. La constante comparación social nos proporciona información sobre las relaciones interpersonales, nos ayuda a interpretar las relaciones amorosas y da forma a nuestros deseos.

¿Qué significa tu ropa?

La presión normativa sobre las chicas occidentales para que sean atractivas ha acabado convirtiendo la ropa que se ponen para ir a los espacios de ocio nocturno en un lenguaje que todo el mundo se siente con derecho a interpretar. De este modo, qué te pones, qué enseñas y qué no es un tema sujeto a límites y significados que son discutidos por las amigas antes de salir. Pero la pregunta pertinente no es para quién te vistes, si para los chicos o para ti, sino ¿quién pone los estándares? ¿Quién define lo que significa tu ropa? ¿De quién es el deseo que crea este significado?



Entre los bororos africanos son los hombres quienes se tienen que arreglar y maquillar para que las mujeres los encuentren atractivos. Así que no hay que buscar en la naturaleza humana la explicación del hecho de que sean las mujeres quienes tengan que arreglarse en nuestra sociedad.



Anuncio del Nipple Bra.
Hoy en día marcar pezones es vergonzoso (¡incluso hay redes que los prohíben!), pero no siempre ha sido así.



«Judgments» de Rosea Lake.
Fuente: <<http://roseaposey.tumblr.com/>>

En resumen, las normas sociales no solo regulan las relaciones interpersonales, sino que también permiten la reproducción de un determinado orden social.

2.5. Relaciones a largo plazo

Todas las relaciones que tenemos con otras personas nos marcan pasan a formar parte de lo que somos; podemos decir que estas personas pasan a ser un poco nosotros. Como se dice desde el interaccionismo simbólico, nos hacemos a través de las interacciones con los otros. Si esto es así, es evidente que cuando hablamos de relaciones íntimas todavía lo es más. Aquellas personas a quienes confiamos nuestros secretos y deseos más íntimos se constituyen en uno de los espejos más importantes en qué reflejarnos. Cuando la relación íntima dura meses y años, entonces el impacto sobre nuestra identidad es todavía mayor. Las relaciones profundas dejan rastros difíciles de borrar sobre quiénes somos.

Por eso, no es lo mismo hablar de relaciones superficiales que de relaciones profundas. Estas últimas pueden motivar cambios importantes en la vida de las personas, pueden incluso dar sentido a una vida. Levinger y Snoek (1972) proponen que el camino hacia la profundidad sigue unas etapas que son comunes a las culturas occidentales. De las primeras, ya hemos hablado, hay un momento necesario de **proximidad**, sin contacto, en que compartimos un entorno determinado, un momento de **conciencia mutua**, en que nos hacemos conscientes de la existencia del otro y en que juega principalmente el atractivo, y un tercer momento de **contacto superficial**, en que empezamos una relación y en que, además del atractivo, empieza a tener un papel la similitud personal. Lo que viene a continuación es la intimidad, que, en un orden social como el nuestro, en que la unidad primaria de las relaciones íntimas es todavía primordialmente la pareja, se caracteriza por tres procesos psicosociales (descritos, en parte, por Reis y Shaver, 1988):

1) **Compatibilidad de necesidades.** Descubrimos qué esperamos, qué queremos y qué necesitamos del otro.

2) **Apertura del yo o *disclosure*.** Le contamos al otro nuestros sentimientos y nuestras experiencias más íntimas, pensamientos y acontecimientos que quizás no hemos explicado nunca a nadie.

3) **Comprensión empática.** Los sentimientos de la otra persona se confunden con los nuestros; lo que el otro siente lo sentimos, sea tristeza, alegría o incluso dolor físico.

Estos procesos se suelen dar a lo largo de los meses y a menudo de los años: son indicadores de la profundidad de la relación de la pareja, pero también del impacto que tienen en nosotros y, por lo tanto, explican por qué es tan costoso romper una relación cuanto más tiempo dure. Porque aquello que se rompe no es solo la relación, sino también una parte íntima de nosotros. Cambiar la relación implica también cambiar quiénes somos. Al ser la pareja estable el

Ejemplo

Podéis escuchar la canción *Draps de cuina*, del grupo catalán Els Pets, para saborear una forma poética de describir estos rastros.

modelo de relación dominante, es fácil imaginar que para muchos esta situación pueda parecer atractiva y deseable, pero hay que pensar que, en caso de maltratos, no deja de ser un elemento más que dificulta el final de la relación y que, por lo tanto, la relación profunda puede ser también extremadamente problemática e incluso poner en peligro la supervivencia física de la parte más vulnerable de la pareja socialmente hablando, que, en parejas heterosexuales, casi siempre es la mujer.

Tenemos que evitar confundir los posibles desencadenantes del maltrato (el consumo de alcohol, antecedentes de abusos en la infancia, discusiones o peleas, una posible enfermedad mental, etc.) con su origen. Mientras que los desencadenantes inmediatos son factores que ayudan a su expresión, no son nunca la causa. La causa final hay que buscarla en el mundo de la ideología, de las creencias y de los imaginarios que construyen las mujeres como posesiones de los hombres, como personas que tienen que ser controladas y en la voluntad de las cuales no se puede confiar, ni son merecedoras de respeto. Este origen social tiene que ver con una estructura patriarcal basada en la familia como unidad social básica, en que las mujeres garantizan los cuidados y, por lo tanto, se convierten en imprescindibles para el sostenimiento de toda la sociedad. Este origen se ha visto agravado en los últimos dos siglos por el surgimiento, difusión y consolidación del ideal romántico.

El romanticismo no es la cena con velas y flores, sino la idea de la persona única, que afirma que una persona te está destinada, es exclusiva; si el amor es de verdad solo lo puedes sentir por una persona a la vez y para toda la vida, es decir, la eternidad del amor.

Es fácil entender que, cuando la relación está amenazada, sea por lo que sea, este ideal conduce fácilmente al maltrato por parte de quien tiene más poder (menos dependencia económica, por ejemplo) o a la depresión por parte de quien tiene menos, porque es todo el significado de la vida tal como la concebimos lo que se rompe. El estudio de Cubells y Calsamiglia (2015) sobre el repertorio del amor romántico concluye que este orienta las formas adecuadas de sentir, pensar y actuar, y favorece las relaciones heterosexuales, monógamas y de larga duración, con lo cual genera las condiciones de posibilidad para la violencia de género. Fijaos cómo el ideal romántico reproduce el mantenimiento del cisheteropatriarcado mediante las normas que hemos aprendido sin saberlo durante el proceso de socialización.

2.5.1. Tipo de relaciones amorosas a largo plazo

Pero, a todo esto, hay que añadir un matiz importante: la trayectoria comentada en el punto anterior puede ser la más frecuente en la cultura occidental contemporánea dominante, pero no es un universal. En otras culturas y momentos históricos, ha habido otros muchos modelos; por lo tanto, no es un

modelo inevitable. Por ejemplo, en sociedades en las cuales los matrimonios son acordados por la familia, es obvio que el camino es bastante diferente y que las relaciones no se construyen sobre las tres primeras etapas mencionadas anteriormente, sino que empiezan abruptamente en las tres últimas, aunque todo indica que las relaciones profundas pueden ser tanto o más satisfactorias.

Del mismo modo, los estudios históricos, como el de Finkel *et. al.* (2015), muestran cómo las expectativas sobre el matrimonio se han ido modificando en la historia reciente. A pesar de que el estudio de Finkel hace referencia a los Estados Unidos de América, es relativamente fácil de transponer a nuestro contexto.

1) Finkel describe una primera etapa de lo que denomina el **matrimonio institucional**. Desde el momento del inicio de la colonización del norte de América y hasta mediados del siglo XIX, el objetivo del matrimonio no era la búsqueda del amor ni de ningún tipo de conexión emocional, sino asegurarse la producción de alimentos, la construcción de una casa y la protección de la violencia en una sociedad eminentemente rural y, a la práctica, sin Estado.

2) Aun así, a partir de mediados del siglo XIX y hasta mediados del siglo XX, se consolida un nuevo tipo de matrimonio, el **matrimonio de compañeros**. La presencia de un Estado más fuerte y la urbanización creciente del país garantizaban mejor la supervivencia y también daban más tiempo de ocio a las personas, de forma que en el matrimonio se buscaba más una amistad, una persona a quien amar y con quien pudieras pasar la vida en compañía.

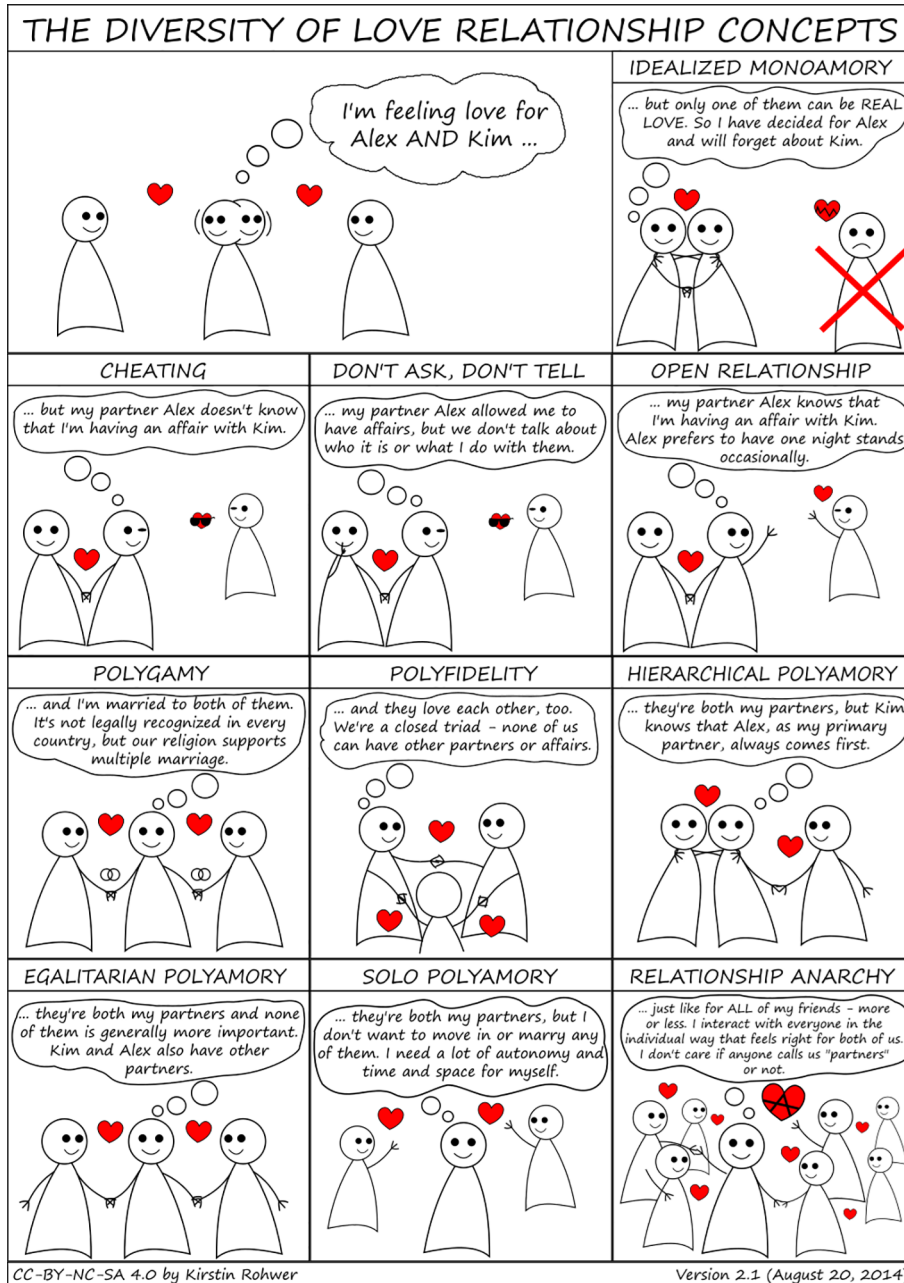
3) Pero a partir de los años sesenta del siglo XX, poco a poco las cosas fueron cambiando: la narrativa dominante de la contracultura llevó a los americanos a buscar el crecimiento personal (individual) y a buscar un sentido de plenitud personal en la vida. Finkel denomina **matrimonio de autoexpresión** al que surge en esta etapa, es decir, matrimonios que son optativos y no una etapa obligatoria de la vida, que tienen que ser útiles para el desarrollo personal de sus integrantes y que no pueden ser un obstáculo para lograrlo.

«A medida que los americanos han ido buscando que su matrimonio les ayudara a cumplir necesidades de autoexpresión idiosincrásicas, la proporción de matrimonios que no han cubierto las expectativas ha subido, cosa que ha incrementado las tasas de insatisfacción marital. Aun así, aquellos matrimonios que han tenido éxito al cubrir estas necesidades son particularmente satisfactorios, mucho más que los mejores matrimonios de las eras anteriores» (Finkel *et al.*, 2015, pág. 238).

Ahora que acabamos de empezar el siglo XXI, el modelo de matrimonio basado en la expresión de valores personales nos ha llevado a la apertura de un abanico de nuevas maneras de crear y definir las relaciones amorosas para que cubran la diversidad de expectativas individuales que tenemos. Para empezar, ya no se espera que el matrimonio sea únicamente entre un hombre y una mujer, y tampoco se espera que sea necesariamente entre dos personas, tal como lo reivindican los colectivos no monógamos, entre los cuales encontramos los **poliamorosos**. Los «matrimonios» o las relaciones a largo plazo se caracterizan

por ser más negociables que antes: las personas que los conforman tienen que definir conjuntamente, negociar y pactar cada vez más cuáles son sus límites y cuáles son los derechos y deberes de sus componentes, especialmente cuando la relación desborda o infringe los límites de la normatividad.

The diversity of love relationship concepts.



Fuente: Creative Commons, CC-BY-NC-SANO. Kirstin Rohwer, <<http://metakiki.net/relationship-concepts-cartoon>>

Pero hay que tener en cuenta que la apertura del modelo de matrimonio hacia «soluciones» poliamorosas no tiene por qué ser la solución a todas las dificultades amorosas, puesto que del mismo modo que la monogamia fue consecuencia de un modelo de organización social capitalista y estatal, algunas formas de poliamor también reflejan el nuevo capitalismo neoliberal, precarizador e individualizante (Vasallo, 2018). En otras palabras, el Estado moderno capitalista promovió la formalización de las relaciones amorosas dentro de un núcleo familiar reducido a dos personas porque era la manera en que podía conformar dos roles esenciales para su supervivencia: el hombre trabajador y la mujer que cuidara al trabajador (Esteban, 2011). Hoy en día, lo que necesita el Estado parte de la lógica de la persona consumidora al servicio del mercado, y el consumo puede serlo de cualquier cosa, incluso de relaciones afectivosexuales (Gil-Juárez, 2009), lo cual comporta una serie de posibles problemas, diferentes, en todo caso, a los de épocas anteriores.

2.5.2. Reproducción social/sexual

Si hemos insistido en hablar de relaciones a largo plazo, más allá, por lo tanto, del proceso inicial de atracción, es porque conforman la base del sistema social que hemos conocido hasta ahora en los países occidentales. La pareja heterosexual (formada por un hombre cisgénero y una mujer cisgénero) es la institución básica sobre la cual se fundamenta el sistema cisheteropatriarcal vigente. Si os fijáis, las normas de atracción de las que hemos hablado están básicamente dirigidas a la conformación de familias cisheterocéntricas. Aun así, más allá de esto, el hecho más interesante es que los procesos de atracción, como mediadores de las relaciones de amor y de amistad, construyen (fabrican literalmente) a los *hombres* y las *mujeres*. Digámoslo crudamente:

Para poder tener relaciones, el mandato cultural vigente presiona para que seas normativo; no solo con que tengas un comportamiento normativo, sino que tú seas normativo.

Este matiz es importante, porque nos muestra la importancia que tiene el sistema sexo/género dominante, un sistema pensado y creado de una manera dicotómica que no tiene en cuenta ni grados intermedios ni otras variaciones posibles.

Un breve recordatorio

Se suele distinguir entre *sexo* y *género*, pero, a pesar de que tenemos que evitar confundir ambos términos, no podemos pensar que son totalmente independientes el uno del otro y asumir que una denominación es social, es decir, que pertenece al mundo de la cultura, y la otra natural, es decir, que pertenece al mundo de la biología. En realidad, las dos nociones son construcciones sociales, pero con funciones diferenciadas. Mientras que la noción de *sexo* quiere representar aquellas características biológicas (anatomía, cromosomas, hormonas, etc.) **socialmente** asignadas que nos hacen definir como hombre o mujer, la noción de *género* nos habla de aquellas características sociales y psicológicas **socialmente** asignadas a la femineidad o a la masculinidad (Aguilar, 2008). Por esta razón, ponemos el prefijo latino *cis** cuando nos queremos referir a las personas cuya identidad

Lecturas recomendadas

Para poneros al día sobre el amor, os recomendamos estas lecturas y páginas web:

Para introducirse en el tema:

Varias autoras (2017). *En defensa d'Afrodita. Contra la cultura de la monogamia*. Manresa: Tigre de paper.

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

Para profundizar en el tema:

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

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

Páginas web recomendadas:

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

de género coincide con el sexo asignado al nacer y el prefijo trans* cuando no lo hace, siempre dentro de una lógica binaria que, sin embargo, no deja de ser problemática.

Por lo tanto, cuando hablamos de **identidad de género** o de **identidad sexual**, tenemos que entender que hablamos de una identidad social que adquirimos por el hecho de ser asignados a una de dos categorías sociales: hombre o mujer. Pero lo más interesante es que, como explica Judith Butler (1990-2017), esta matriz heterosexual tiene efectos performativos, es decir, que el hecho de que se nos designe como hombre o mujer nos crea como tales, al volcar sobre nuestra identidad toda una serie de expectativas de comportamiento. Pero no basta con esto, también hace falta que nosotros obedezcamos a este mandato de género y que reproduzcamos el género a través de nuestra conducta. Por esta razón, el género es también una *performance*: hace falta que lo actuemos para que exista.

Por esta razón, la atracción interpersonal y los procesos de identificación de género van unidos. El género es un conjunto de normas sociales, es decir, de expectativas sociales que regulan un gran número de aspectos de nuestra vida: nuestros movimientos, por ejemplo la manera de andar, la de sentarse, nuestras expresiones faciales, etc.; nuestros gustos, por ejemplo la ropa que nos gusta, si nos tiene que gustar o no el maquillaje, qué consideramos un hombre o una mujer bellos, o nuestras aficiones en los momentos de ocio; nuestros sentimientos, por ejemplo la importancia que tienen para nosotros las emociones o la propia expresión de la emocionalidad, es decir, cuándo, por qué y cómo podemos llorar; nuestros deseos sexuales, a quién desear y hasta qué punto desear; por ejemplo, el deseo sexual en los hombres se exagera mientras que se reprime en las mujeres, puesto que se asocia a maneras de ser prescritas y proscritas. De hecho, la propia ropa, como es el caso muy conocido de la longitud de la falda para las mujeres, nos crea como mujeres de un determinado tipo.

El 32º presidente de los Estados Unidos de América, Franklin D. Roosevelt (1882-1945) cuando era niño.



¿Hombre o mujer?



En este vídeo podéis constatar hasta qué punto nuestra actuación de género es profunda y regula todos y cada uno de los músculos de nuestra cara: Whatever Erika Linder for Crocker by J.C. Jeans Company. (<https://www.youtube.com/watch?v=6qf3wmzlvne>). Fuente: 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 matriz heterosexual es tan imperante en nuestra vida que cualquier posible actividad o característica suele estar asignada a un género, y obliga a quien no la hace o no la tiene a adaptarse o disimular. En cada actividad que hace, cualquier persona se posiciona en diferentes puntos de un continuo feminidad-masculinidad sin quererlo, pero, al hacerlo, actúa su género (Judith Butler diría que es el género el que performa la persona) y, en consecuencia, promueve su asignación a una de las dos categorías sexuales dominantes (West y Zimmerman, 1987) y, por lo tanto, las reproduce.

Interacciones/Experiencias/ /Prácticas/Deseos/ Identificaciones/Biología/ Expresiones	Hiperfeminidad.....Hipermasculinidad
	← (mundo occidental, S. XX y XXI) →
Sexo anatómico	mujer ----- (----- Intersexualidad -----) ----- hombre
Pelo en el cuerpo (caracteres secundarios.)	Poco ----- la mayoría ----- mucho
Preferencia (orientación) sexual	con hombres --con los dos/depende/con nadie -- con mujeres
Uso de nuevas tecnologías	x
Uso experto de TIC	x
Subir a los árboles	x
Apariencia	Falda-tacones-maquillaje ----- Pantalones-barba-musculación
Tener miedo de las arañas	x
Aparcar con una sola maniobra	x
Lavar la ropa, cocinar, cuidar de infantes y de mayores	x

Cuando hablamos de *hombres* y de *mujeres*, lo que hacemos es agrupar un puñado de características del sexo, la identidad de género, la expresión de género o la sexualidad (el sexo anatómico, los caracteres sexuales secundarios, la orientación o preferencia sexual, los roles sociales, las tradiciones culturales, las preferencias personales, los rasgos de personalidad, las expresiones, etc.) bajo una misma categoría sexual; aun así, si lo pensáis bien, veréis que ninguna de estas categorías es estrictamente dicotómica, sino que más bien se distribuyen a lo largo de una línea que no tiene soluciones de continuidad.

Por ejemplo, el hecho de que se considere que es normal que un *hombre* tenga pelo en el cuerpo, pero no que una *mujer* lo tenga, hace que muchas *mujeres* se depilen para adaptarse a un ideal cultural arbitrario. Al hacerlo, se reproduce la categoría sexual asignada: se mantiene la creencia que las *mujeres* no tienen pelo de una manera natural y se sostiene la idea de que una *mujer* atractiva no puede tenerlo.

Pasa algo similar con muchas actividades que hemos binarizado, considerándolas femeninas o masculinas, hecho que no quiere decir que no haya *hombres* o *mujeres* que no puedan o quieran llevar a cabo tareas o actividades asignadas tradicionalmente al otro sexo, pero sí que quiere decir que no pueden realizar tareas vinculadas al otro sexo sin que vean profundamente cuestionada su identidad de género. Como de momento, el grado de atracción todavía lo determina el grado de adecuación a ciertos modelos ideales de *hombre* y *mujer*, es más probable que quien no se adecúe perfectamente a los dos extremos de hiperfeminidad o hipermasculinidad se vea obligado a adoptar un sistema personal de «compensación» o «equilibrio» para evitar demasiada ambigüedad.

Por ejemplo, en el caso de una mujer cisgénero experta en tecnología que quizás viste en el trabajo más femeninamente de lo que le gustaría.

Esto pasa porque este sistema binario altamente normativizado provoca problemas de sentirse adecuado en los que tienen gustos diferentes o prefieren prácticas alternativas, precisamente porque existe un sistema de sanciones sociales implícito, a menudo autoaplicadas. A pesar de todo, feminidad y masculinidad son unos ideales sociales imposibles de cumplir a la perfección; de hecho, nuestras actuaciones cotidianas están llenas de errores, cuando no de voluntad de actuar de forma alternativa, y por esto el hecho de considerar que la feminidad y la masculinidad son categorías sexuales actuadas abre la puerta a pensar que otras actuaciones fuera de la dicotomía son posibles. Hay quien piensa —de hecho, lo quiere y desea— que el mundo está formado por *hombres* y *mujeres* como dos mundos claramente separados, sin confusión posible, porque entonces todo es muy sencillo, y el sistema cisheteropatriarcal parece natural o al menos lógico. Pero ni el sexo ni el género son dicotomías, sino grados, razón por la cual no hay dos sexos ni dos géneros, sino infinitas combinaciones.

Resumen

Junto con el tema de la agresividad y la violencia, la ayuda y la atracción interpersonal configuran el bloque clásico de estudios de psicología social dedicados a las relaciones interpersonales y a las formas de la interacción social. En este módulo, en primer lugar, hemos revisado diferentes versiones sobre el origen del comportamiento de ayuda, hemos pensado de qué manera los factores situacionales afectaban a este comportamiento por encima de nuestras disposiciones y hemos considerado de qué manera nuestra pertenencia a determinados grupos no solo condiciona la ayuda que ofrecemos, sino que también nos señala un camino de investigaciones a seguir, generando interés por las formas de ayuda colectiva y la solidaridad.

En segundo lugar, hemos revisado los diferentes factores que modulan la atracción entre personas, desde la atracción física hasta la reciprocidad, pasando por la proximidad y la similitud personal. Pero hemos alargado el tema hasta más allá de los procesos de atracción para mostrar cómo las normas sociales regulan nuestras interacciones más íntimas y cómo condicionan las formas que tenemos de entender las relaciones a largo plazo. Por último, hemos querido haceros notar cómo las formas que tenemos de atraer y de sentirnos atraídos no son más que actuaciones a través de las cuales reproducimos un determinado orden social y sexual.

Os hemos presentado estos temas siempre partiendo de la idea de que era importante que os familiaricéis con las formas de afrontarlos por parte de la psicología social más convencional, pero no únicamente. Por eso, no podemos dejar de haceros notar que la visión más convencional parte de paradigmas de estudio experimentales e individualistas, hecho que la limita considerablemente. Desde esta psicología social más psicológica (PSP), la interacción social se explica sobre todo gracias a las características psicológicas (miedo, angustia, seguridad, autoestima, personalidad...) de las personas que participan en la interacción y se explica menos en función de la influencia de normas de comportamiento establecidas socialmente. Por esta razón, hemos incluido una explicación más social, característica de una psicología social más sociológica (PSS), que lo que quiere es mostrar cómo actuamos en función de normas culturales transmitidas y cómo las personas interpretamos la situación en la que nos encontramos, es decir, definimos colectivamente la situación e interpretamos las normas de comportamiento que se deben aplicar.

A lo largo de estos dos temas, hemos podido ver como el punto de vista del cual partimos condiciona más las preguntas que nos podemos hacer sobre nuestro objeto de estudio que las respuestas que encontramos. Por ejemplo, en el caso de la ayuda, hemos visto como una mirada psicosocial individualista solo nos permite hacernos preguntas sobre cómo reaccionan los individuos

enfrentados a una situación de ayuda, condicionando nuestra mirada e impidiéndonos visualizar el papel de los grupos y de los colectivos. Por esta razón, hemos querido poner encima la mesa no solo el papel de las normas sociales, sino también la idea de que, a la hora de considerar qué es ayuda y qué no, la solidaridad y los movimientos sociales que la practican son elementos fundamentales a tener en cuenta, hasta el punto de que las formas de ayuda más efectivas pasan siempre por la organización colectiva más que por las reacciones puntuales de un individuo ante una situación de necesidad.

En el caso de la atracción, hemos querido mostraros cómo un planteamiento de la pregunta de investigación focalizada en el individuo (qué le gusta, qué desea y cómo se hace deseable) nos imposibilita ver que el sistema de deseo en el que habitamos tiene un fundamento cisheteropatriarcal destinado a mantener un determinado orden social. En cambio, si orientamos la mirada hacia las normas sociales que regulan estos deseos y las formas en que los usamos, esto nos permite darnos cuenta que finalmente hacerse atractivo es una manera de reproducir el binarismo de género al repetir las actuaciones que nos conforman como hombres y mujeres.

Todo ello tiene que haber servido para que profundizéis en la idea de que la dicotomía entre individuo y sociedad es falsa y que, de hecho, nuestra psicología individual está conformada socialmente, de forma que el lenguaje, los discursos, el momento histórico en que nos encontramos, la cultura de los grupos de los que formamos parte y las relaciones de poder conforman de una manera profunda quiénes somos, cómo nos sentimos y cómo actuamos.

Bibliografía

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, pág. 603-615). DOI: 10.1080/00224540109600574

Aguilar, T. (2008). «El sistema sexo-género en los movimientos feministas» [artículo en línea]. *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, pág. 409-415).

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

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

Butler, J. (1990-2017). *El género 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, pág. 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, pág. 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, pág. 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, pág. 100-108).

Dion, K.; Berscheid, E.; Walster, E. (1972). «What is beautiful is good». *Journal of Personality and Social Psychology*(núm. 24:3, pág. 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, pág. 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, pág. 510).

Emswiller, T.; Deaux, K.; Willits, J. E. (1971). «Similarity, Sex, and Requests for Small Favors». *Journal of Applied Social Psychology*(núm. 1:3, pág. 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, pág. 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, pág. 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, pág. 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, pág. 317-330).
- Griffitt, W.; Guay, P.** (1969). «'Object' evaluation and conditioned affect». *Journal of Experimental Research in Personality*(núm. 4:1, pág. 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, pág. 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*. Nueva 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, pág. 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, pág. 299).
- Laqueur, T.** (2003). *Solitary Sex. A Cultural History of Masturbation*. Nueva 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, pág. 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, pág. 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, pág. 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, pág. 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, pág. 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, pág. 255-276).
- Moriarty, T.** (1975). «Crime, commitment and the responsive bystander. Two field experiments». *Journal of Personality and Social Psychology*(núm. 31, pág. 370-376).
- Oliner, S. P.; Oliner, P.m.** (1988). *The Altruistic Personality. Rescuers of Jews in Nazi Europe*. Nueva 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*(pág. 523-563). Chichester: Wiley.
- Rosenhan, D. L.** (1970). «The natural socialisation of altruistic autonomy». A: J. Macaulay; L. Berkowitz (ed.). *Altruism and helping behavior*(pág. 251-258). Nueva York: Academic Press.

Rosenthal, R.; Jacobson, L. (1968). *Pygmalion in the Classroom*. Nueva 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 juridic judgment». *Journal of Personality and Social Psychology*(núm. 31:3, pág. 410-414).

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

Thibaut, J. W.; Kelley, H. H. (1959). *The social psychology of groups*. Nueva 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, pág. 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, pág. 69-75).

Walster, E; Berscheid, E.; Walster, G. W. (1973). «New directions in equity research». *Journal of Personality and Social Psychology*(núm. 25, pág. 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, pág. 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, pág. 52-56).

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

