

UDS

LIBRO

COMPORTAMIENTO SOCIAL

PSICOLOGIA

CUARTO CUATRIMESTRE

Marco Estratégico de Referencia

ANTECEDENTES HISTORICOS

Nuestra Universidad tiene sus antecedentes de formación en el año de 1979 con el inicio de actividades de la normal de educadoras “Edgar Robledo Santiago”, que en su momento marcó un nuevo rumbo para la educación de Comitán y del estado de Chiapas. Nuestra escuela fue fundada por el Profesor de Primaria Manuel Albores Salazar con la idea de traer

Educación a Comitán, ya que esto representaba una forma de apoyar a muchas familias de la región para que siguieran estudiando.

En el año 1984 inicia actividades el CBTiS Moctezuma Ilhuicamina, que fue el primer bachillerato tecnológico particular del estado de Chiapas, manteniendo con esto la visión en grande de traer Educación a nuestro municipio, esta institución fue creada para que la gente que trabajaba por la mañana tuviera la opción de estudiar por las tarde.

La Maestra Martha Ruth Alcázar Mellanes es la madre de los tres integrantes de la familia Albores Alcázar que se fueron integrando poco a poco a la escuela formada por su padre, el Profesor Manuel Albores Salazar; Víctor Manuel Albores Alcázar en septiembre de 1996 como chofer de transporte escolar, Karla Fabiola Albores Alcázar se integró como Profesora en 1998, Martha Patricia Albores Alcázar en el departamento de finanzas en 1999.

En el año 2002, Víctor Manuel Albores Alcázar formó el Grupo Educativo Albores Alcázar S.C. para darle un nuevo rumbo y sentido empresarial al negocio familiar y en el año 2004 funda la Universidad Del Sureste.

La formación de nuestra Universidad se da principalmente porque en Comitán y en toda la región no existía una verdadera oferta Educativa, por lo que se veía urgente la creación de una institución de Educación superior, pero que estuviera a la altura de las exigencias de los jóvenes que tenían intención de seguir estudiando o de los profesionistas para seguir preparándose a través de estudios de posgrado.

Nuestra Universidad inició sus actividades el 18 de agosto del 2004 en las instalaciones de la 4ª avenida oriente sur no. 24, con la licenciatura en Puericultura, contando con dos grupos de cuarenta alumnos cada uno. En el año 2005 nos trasladamos a nuestras propias instalaciones en la carretera Comitán – Tzimol km. 57 donde actualmente se encuentra el campus Comitán y el Corporativo UDS, este último, es el encargado de estandarizar y controlar todos los procesos operativos y Educativos de los diferentes Campus, Sedes y Centros de Enlace Educativo, así como de

crear los diferentes planes estratégicos de expansión de la marca a nivel nacional e internacional.

Nuestra Universidad inició sus actividades el 18 de agosto del 2004 en las instalaciones de la 4ª avenida oriente sur no. 24, con la licenciatura en Puericultura, contando con dos grupos de cuarenta alumnos cada uno. En el año 2005 nos trasladamos a nuestras propias instalaciones en la carretera Comitán – Tzimol km. 57 donde actualmente se encuentra el campus Comitán y el corporativo UDS, este último, es el encargado de estandarizar y controlar todos los procesos operativos y educativos de los diferentes campus, así como de crear los diferentes planes estratégicos de expansión de la marca.

MISIÓN

Satisfacer la necesidad de Educación que promueva el espíritu emprendedor, aplicando altos estándares de calidad Académica, que propicien el desarrollo de nuestros alumnos, Profesores, colaboradores y la sociedad, a través de la incorporación de tecnologías en el proceso de enseñanzaaprendizaje.

VISIÓN

Ser la mejor oferta académica en cada región de influencia, y a través de nuestra Plataforma Virtual tener una cobertura Global, con un crecimiento sostenible y las ofertas académicas innovadoras con pertinencia para la sociedad.

VALORES

- Disciplina
- Honestidad
- Equidad
- Libertad

ESCUDO

El escudo de la UDS, está constituido por tres líneas curvas que nacen de izquierda a derecha formando los escalones al éxito. En la parte superior está situado un cuadro motivo de la abstracción de la forma de un libro abierto.



ESLOGAN

“Mi Universidad”

ALBORES



Es nuestra mascota, un Jaguar. Su piel es negra y se distingue por ser líder, trabaja en equipo y obtiene lo que desea. El ímpetu, extremo valor y fortaleza son los rasgos que distinguen.

COMPORTAMIENTO SOCIAL

Objetivo de la materia: Dotar al alumno de los elementos conceptuales y metodológicos imprescindibles para la comprensión de los "factores psicosociales", presentes en la intervención profesional del trabajador/educador Social

Tabla de contenido

UNIDAD I. EL COMPORTAMIENTO SOCIAL..... 10

1.1 COMPORTAMIENTO SOCIAL: DEFINICIÓN 10

1.2 ANÁLISIS SEMÁNTICO CONDUCTA COMPORTAMIENTO..... 11

1.3 TEORIAS DEL COMPORTAMIENTO SOCIAL 12

1.4 El componente psíquico en la Conducta 14

1.5 Una definición operativa. 17

1.6 COMPORTAMIENTO SOCIAL Y PENSAMIENTO SOCIAL. 18

1.7 REFLECTORES E ILUSIONES..... 20

1.8 AUTOCONCEPTO 22

1.9 AUTOCONOCIMIENTO 26

1.10 AUTOSABOTAJE Y AUTOCONTROL..... 29

1.11 JUICIOS SOCIALES 32

1.12 TIPOS DE PENSAMIENTOS..... 34

UNIDAD II 36

2.1 DEFINICION DE PREJUICIO 36

2.2 TIPOS DE PREJUICIOS 39

2.3 FUENTES SOCIALES DEL PREJUICIO..... 44

2.4 FUENTES MOTIVACIONALES DEL PREJUICIO 47

2.5 FUENTES COGNITIVAS DEL PREJUICIO..... 50

2.6 CONSECUENCIAS DE PREJUICIO..... 52

2.7 AGRESIÓN 56

2.8 TEORIAS DE LA AGRESIÓN 58

2.9 INFLUENCIAS DE LA AGRESIÓN..... 63

2.10 INFLUENCIA DE LOS VIDEOJUEGOS 68

2.11 ¿ES POSIBLE REDUCIR LA AGRESIÓN? 70

UNIDAD III 73

3.1 NECESIDAD DE PERTENENCIA..... 73

3.2 CONDUCCION A LA AMISTAD Y A LA ATRACCION 75

3.3 EL ATRACTIVO 77

3.4 EL AMOR 79

3.5 EL APEGO 82

3.6 EQUIDAD 83

3.7 CONFIDENCIA..... 86

3.8 EL INTERNET COMO CREADOR DE INTIMIDAD O AISLAMIENTO..... 90

3.9 DIVORCIO 93

3.10 EL PROCESO DE DESAPEGO 94

3.11 AYUDA..... 97

3.12 CIRCUSTANCIAS QUE IMPULSAN A AYUDAR 102

3.13 RASGOS Y VALORES QUE PREDICEN LA AYUDA RASGOS DE PERSONALIDAD Y ESTATUS..... 105

3.14 INCREMENTO DEL ALTRUISMO..... 109

3.15 SOCIALIZAR EL ALTRUISMO 111

UNIDAD IV 114

4.1 CONFLICTO..... 114

4.2 LA TRAGEDIA DE LOS COMUNES 118

4.3 COMPETENCIA 119

4.4 INJUSTICIA PERCIBIDA..... 121

4.5 PERCEPCIONES ERRONEAS	123
4.6 INFLUENCIA DEL CONTACTO.....	124
4.7 COOPERACION	126
4.8 EL GANAR.....	129
4.9 COMUNICACIÓN	132
4.10 CONCILIACIÓN Y GRIT	135
4.11 EL CONFLICTO ENTRE LOS DERECHOS INDIVIDUALES Y	137
COLECTIVOS	137
BIBLIOGRAFIA.....	139

UNIDAD I. EL COMPORTAMIENTO SOCIAL

1.1 COMPORTAMIENTO SOCIAL: DEFINICIÓN

Los seres humanos somos entidades bio-psico-sociales, lo que quiere decir que en cada uno de nosotros coexisten componentes de índole biológico, psicológico y social. En lo que respecta al comportamiento social, este será el resultado de la fusión entre las características genéticas (ADN) y los factores del medio ambiente que rodean a los individuos. Sin embargo, a la práctica no podemos separar un elemento del otro para estudiarlos de manera separada. Lo cierto es que aunque cada persona sea algo aparentemente aislado, todos nos definimos por el comportamiento social.

Desde la Antigüedad, filósofos tan relevantes en el pensamiento occidental como Aristóteles ya vislumbraron la importancia del comportamiento social y de la sociedad para la vida de las personas. Para el polímata, el ser humano era un animal social cuyas acciones individuales eran inseparables de las sociales, pues es en la sociedad que las personas donde nos formamos moralmente, siendo ciudadanos y relacionándonos con el entorno.

A partir de estas ideas podemos esbozar una definición sencilla de lo que es el comportamiento social: el conjunto de disposiciones conductuales en los que hay una gran influencia de las interacciones sociales.

El comportamiento procede del término latín *comportare*, que significa “resultado de llevar o cargar algo en compañía de alguien”. Puede ser consciente o inconsciente, voluntario o involuntario y consiste en el conjunto de respuestas que ofrece una persona en su relación con el entorno. Es la forma de actuar de cada persona. En cierto modo, el comportamiento es una categoría superior que representa una forma de clasificar las conductas de un individuo.

Existen cuestiones psicológicas, genéticas, culturales o económicas que pueden influir sobre el comportamiento. Estas cuestiones son las que provocan que una misma persona presente un comportamiento muy diferente según la situación o el entorno en el que esté. Puede ocurrir que, por ejemplo, el comportamiento sea muy diferente en el contexto laboral y en la vida familiar.

Queda claro que hay diferencia entre conducta y comportamiento: no son términos sinónimos. Las personas podemos adoptar una amplia variedad de conductas, mientras que el comportamiento hace referencia a algo mucho más concreto que está acotado a un fin, un estímulo, un momento y espacio determinado.

1.2 ANÁLISIS SEMÁNTICO CONDUCTA COMPORTAMIENTO

Por supuesto, la historia etimológica de los conceptos marca, de alguna manera, su posterior definición y utilización, produciendo generalmente restricciones semánticas muy difíciles de eliminar. Quizás la utilización primera de la palabra conducta se encuentre en el área de la química. Donde se refiere a la actividad de las sustancias; posteriormente, pasó a usarse en la biología, para hacer alusión a las manifestaciones de los seres vivos. Lo que ha conducido a comprensiones limitadas de este concepto en la psicología. Hecho que se avala precisamente por el significado casi idéntico con el que fue introducido en la psicología animal por Jennings.

En este punto, cabría preguntarse el por qué de la reputación que alcanzó este vocablo en las ciencias psicológicas. En primer lugar, la conducta encierra el conjunto de fenómenos que son observables o que son factibles de ser detectados. Es decir, es un concepto que al aplicarlo puede ser descrito y explicado en función de los fenómenos mismos y recurriendo a leyes de carácter mecanicista. La utilización de este término brinda, por lo tanto, la ansiada objetividad que se buscó en las ciencias psicológicas y satisface el deseo cuantificable de la mayoría de sus profesionales. Añadiéndosele, además, que devino sustantivo propio en la denominación de una de las escuelas psicológicas. Esto brindó una opción a la psicología como ciencia cuando amenazaba con encerrarse en el subjetivismo.

Etimología Conducta

Etimológicamente, la palabra conducta proviene del latín significando conducida o guiada; es decir, que todas las manifestaciones que se comprenden dentro de sí suponen que son conducidas por algo que bien pudiera ser interno o externo.

Partiendo de la anterior idea y de las diferentes soluciones que se dedican al problema psicofísico, la conducta puede ser guiada tanto por los fenómenos psíquicos como por la influencia que ejerce el medio social sobre el sujeto.

Desde una perspectiva idealista se sugiere que la conducta es el resultado de los fenómenos psíquicos que se expresan mediante manifestaciones corporales en el medio externo donde el sujeto se desarrolla.

En contraposición con la anterior teoría, la concepción materialista expone que la conducta es un resultado de la influencia social a la que el sujeto está sometido y que se expresa a partir de las condiciones psíquicas del mismo. Sin embargo, ampararse en uno u otro enfoque minimiza la riqueza y enclaustra la comprensión que puede brindar un término que en la actualidad constituye un punto de análisis primordial para comprender al ser humano. Esto hace necesario examinarlo en su propio movimiento y desarrollo a través de las diferentes posiciones psicológicas.

1.3 TEORIAS DEL COMPORTAMIENTO SOCIAL

1. Teoría de la influencia social

La influencia social es un proceso psicológico social en el cual uno o varios sujetos influyen en el comportamiento de los demás. En este proceso se tienen en cuenta factores como la persuasión, la conformidad social, la aceptación social y la obediencia social.

Por ejemplo, en la actualidad es común ver cómo en las redes sociales los denominados “influencers” influyen de manera significativa en el comportamiento social, sobre todo en los adolescentes. Dicha influencia puede ser de dos tipos:

Influencia informativa

Sucede cuando una persona cambia de pensamiento o comportamiento porque cree que la postura del otro es más correcta que la propia. Esto quiere decir que hay un proceso de conversión.

Influencia normativa

A diferencia de la informativa, se da cuando una persona no está del todo convencida por la postura del otro, y sin embargo, por querer ser aceptada por los demás, termina actuando en contra de sus propias creencias.

2. Teoría del condicionamiento clásico

Iván Pávlov afirma que a un estímulo le corresponde una respuesta innata, pero sostiene que si ese estímulo es asociado a otros eventos, podemos obtener un comportamiento diferente. Según Pávlov, a través de estímulos inducidos se pueden cambiar las conductas de las personas.

De aquí es principalmente de donde se nutre el marketing. Por ejemplo, si en una campaña publicitaria el producto es asociado a un estímulo agradable para las personas (sonrisas, playas, belleza) esto se verá traducido en una mayor cantidad de ventas.

3. Teoría del condicionamiento operante

Desarrollada por B. F. Skinner, el condicionamiento operante es una manera de aprendizaje a base de recompensas y castigos. Este tipo de condicionamiento sostiene que si la conducta trae consigo una consecuencia, ya sea de premio o castigo, la consecuencia de nuestra conducta nos llevará al aprendizaje.

Este tipo de condicionamiento se estudia frecuentemente durante el aprendizaje en edades tempranas del desarrollo (la infancia), pero es capaz de explicar muchas otras conductas.

4. Teoría del aprendizaje vicario

En el aprendizaje vicario (aprendizaje por imitación), el refuerzo es de otra característica; se enfoca principalmente a procesos imitativos cognitivos del

individuo que aprende con una figura modelo. En los primeros años, los padres y educadores serán los modelos básicos a imitar.

El concepto lo propuso el psicólogo Albert Bandura en su Teoría del aprendizaje social en 1977. Lo que propone es que no todo el aprendizaje se logra experimentando personalmente las acciones.

5. Teoría Sociocultural

La Teoría Sociocultural de Vygotsky hace énfasis en la interacción de los jóvenes con el entorno que los rodea, entendiendo al desarrollo cognoscitivo como el resultado de un proceso multicausal.

Las actividades que realizan de forma conjunta brindan a los niños la posibilidad de internalizar las formas de pensamiento y comportamiento de la sociedad donde se encuentran, adaptándolas como propias.

1.4 El componente psíquico en la Conducta

Subyacentes a estos planteamientos que hoy pueden observarse como verdades de Perogrullo; puede entreverse un aspecto esencial para la comprensión de la conducta: la dualidad que en ella se manifiesta, en tanto, no constituye solo una expresión fenoménica, sino que también contiene lo psíquico. Es un proceso profundamente mediatizado que en su multideterminación también actúa como autodeterminante.

Sin embargo, el carácter contradictorio de la conducta no continuó trabajándose en esta línea del pensamiento. Se dirigió posteriormente a la clasificación de la misma en dos niveles principales:

Conductas inconscientes, que se basan en las condiciones de existencia biológicas. Se forman en el proceso de adaptación del organismo a su medio.

Conductas conscientes, que se basan en las formas de existencia histórica. Se forman en el proceso de actividad y que a su vez modifican el medio en el que el sujeto se desarrolla (Rubinstein, 1979).

Petrovski

Petrovski clasifica la conducta tomando en consideración las diferentes etapas de desarrollo por las que esta transita, estas son:

Conducta impulsiva: limitada a las conductas innatas sencillas de defensa

Investigativa: durante el primer año de vida. Cuando comienzan a formarse los impulsos condicionales, aparece la acumulación de información acerca de las propiedades del mundo externo.

Conducta práctica: a partir ya del primer año y bajo la influencia de la educación que se le brinda al niño. Surge la relacionada con la asimilación de los métodos humanos de utilización de los objetos y su significación en la sociedad.

En vinculación con estas conductas se desarrolla la conducta comunicativa. Relacionada con la comunicación del niño con su medio, a través de formas preverbales. Permitiendo el intercambio de información-; y, por último, dando seguimiento a la maduración de esta última está la conducta verbal -relacionada directamente con el lenguaje. Se crean premisas para la distinción de la significación de los objetos-. Estas tipologías constituyen un intento de explicar el tránsito desde los actos más instintivos hasta la autorregulación comportamental.

En estas categorizaciones se yuxtaponen de cierta manera los procesos instintivos de la concienciación. Se vuelve a plantear la dicotomía, esta vez desde una óptica diferente, lo externo y lo interno. La conducta se comprende aún como la expresión de lo psíquico.

De lo interno; sin embargo, debe comprenderse que «el comportamiento no es solo el modo de existencia, es la existencia misma, es la única forma de existencia» (Calviño, 2000: 116)

Tres niveles en lo psicológico

En una posición más integradora, se hace necesario comprender lo psicológico en tres instancias:

Dimensión psicodinámica

Sonde se evidencian contenidos profundamente inconscientes, donde debe destacarse que no por su impronta inconsciente se hallan exentos de la influencia del medio y de la propia personalidad.

Personológica

Se instauran ciertos componentes que regulan de manera bastante consciente el comportamiento y constituyen mediadores potentes para el propio desarrollo personológico.

Dimensión interactiva o adaptativa

Donde se contienen y se hacen palpables las emociones, actitudes, creencias, valores, en la relación sujeto medio (véase Calviño, 2000).

Sin embargo, la sola enunciación de estas instancias no salva el problema. Es preciso definir su interrelación, pues solo en la praxis se puede comprender el funcionamiento de la conducta humana comportamiento.

Las anteriores instancias funcionan en el principio de la unidad, su relativa independencia e interdependencia. El hecho de que existan tres instancias no implica su funcionamiento excluyente, sino que precisamente este se basa en las instancias precedentes, conteniéndolas, pero a la vez son capaces de funcionar con determinada libertad. Este carácter relativamente independiente salva el análisis conductual de los sesgos psicoanalíticos. Donde la base de toda la conducta se hallaba en «intenciones inconscientes», pero a la vez, lo libera de la concienciación hiperbolizada.

La conducta se ve expresada fundamentalmente en la dimensión interactiva. Más no se reduce a la misma, contiene las instancias precedentes. Por esta razón, su externalización es simplemente una comprensión simplificada de lo psicológico, desconociendo los demás mediadores. La conducta es, en sí misma, una categoría compleja que demanda de la comprensión de otras instancias psicológicas para su análisis.

1.5 Una definición operativa.

Dar una definición formal de casi cualquier disciplina es tarea compleja. En el caso de la psicología social, esta dificultad aumenta por dos factores: su amplio espectro y rápida velocidad de cambio. Los psicólogos sociales poseen un gran abanico de intereses. A pesar de ello, la mayoría de estos profesionales se centran principalmente en la siguiente tarea: entender cómo y por qué los individuos se comportan, piensan y sienten en situaciones sociales que involucran a otras personas (reales o imaginarias). En respuesta a este hecho, definimos la psicología social como la disciplina científica que busca entender la naturaleza y las causas del comportamiento y del pensamiento individual en situaciones sociales. Observemos con detalle diversos aspectos de esta definición.

La psicología social es científica por naturaleza

¿Qué es la ciencia? Muchas personas parecieran creer que este término refiere sólo a disciplinas como química, física y biología, que utilizan el tipo de equipamiento Si compartes ¿Por qué es frecuente que pensemos que los demás nos prestan más atención de la que en realidad están poniendo en nosotros? El efecto de reflector significa que pensamos estar en el centro del escenario, por lo que de manera intuitiva sobreestimamos el grado en que los demás dirigen su atención a nosotros.

Esta opinión, puede que te desconciertes ante nuestra propuesta de la psicología social como disciplina científica. ¿Cómo un área que busca estudiar la naturaleza del amor, las causas de la agresión, y todo lo existente entre ambos puede ser científica en el mismo sentido que física, bioquímica e informática? La respuesta es sorprendentemente simple. En realidad, el término ciencia no se refiere a un grupo especial de disciplinas muy avanzadas. Más bien alude a dos cosas: (1) un conjunto de valores, y (2) diversos métodos que pueden usarse para estudiar un amplio conjunto de temas.

En el momento de decidir si una disciplina dada es o no científica, la cuestión fundamental es: ¿Adopta estos valores y métodos? Si lo hace, su naturaleza es

científica. En la próxima sección, examinaremos los procedimientos de investigación utilizados por psicólogos sociales; en este apartado nos centraremos en los valores fundamentales que debe adoptar todo campo para ser considerado de naturaleza científica. De estos valores, los más importantes son:

Exactitud: el compromiso de recoger y evaluar información acerca del mundo (incluyendo pensamiento y comportamiento sociales) de la manera que mejor garantice cuidado, precisión y estar libre de errores.

Objetividad: el compromiso de obtener y evaluar dicha información, en lo humanamente posible, libre de sesgos.

Escepticismo: el compromiso de aceptar hallazgos como precisos sólo en la medida en que hayan sido verificados una y otra vez.

Ausencia de prejuicios: el compromiso de cambiar la propia visión (por más fuertemente arraigada que esté), si las evidencias existentes sugieren que estas ideas preconcebidas no son exactas.

La psicología social como disciplina está profundamente comprometida con estos valores, y los aplica en un esfuerzo por entender la naturaleza del comportamiento y del pensamiento social. Por esta razón, resulta lógico pensar en esta disciplina como de orientación científica. Por el contrario, aproximaciones que no son científicas realizan afirmaciones del mundo y las personas, que no están sujetas a la evaluación y análisis cuidadosos implícitos en los valores descritos anteriormente.

1.6 COMPORTAMIENTO SOCIAL Y PENSAMIENTO SOCIAL.

El título de esta sección suministra la clave del aspecto central de nuestra definición. Esto es, los psicólogos sociales están interesados en primer lugar por los muchos factores y condiciones que conforman el comportamiento y el pensamiento de los individuos acciones, sentimientos, creencias, recuerdos e inferencias en relación con otras personas. Obviamente, un gran número de variables desempeña su papel en este aspecto. Sin embargo, la mayoría de estas variables cae en uno de los cinco grandes apartados descritos a continuación.

LAS ACCIONES Y CARACTERÍSTICAS DE OTRAS PERSONAS.

Imagina los siguientes eventos: Estás haciendo la cola en la taquilla del cine; de repente, otra persona avanza y se adelanta para colocarse justo frente a ti. La persona con la que has estado saliendo en los últimos seis meses te dice de golpe y porrazo: «Creo que es mejor que lo dejemos e intentemos conocer a otras personas». Estás jugando en el computador y dos personas extranjeras muy atractivas se acercan y comienzan a verte jugar con gran interés.

Estas acciones de los demás, ¿tendrán algún efecto en tu conducta o pensamiento? Indiscutiblemente. Es decir, queda claro que con frecuencia nos vemos fuertemente afectados por las acciones de otras personas. Por añadidura, también estamos bajo la influencia de la apariencia física de los demás. ¿Te has sentido incómodo ante la presencia de personas con alguna discapacidad? ¿Te comportas distinto frente a personas con gran atractivo físico, en relación con personas de menor atractivo? ¿Y ante personas mayores frente a los jóvenes? ¿Y qué hay de las personas que pertenecen a grupos raciales y étnicos distintos a los tuyos?

Con toda probabilidad, tu respuesta a varias de estas preguntas es sí, dado que con frecuencia reaccionamos ante características visibles de los demás como la apariencia (por ejemplo, McCall, 1997; Twenge y Manis, 1998). De hecho, hallazgos de Hassin y Trope (2000) señalan que no podemos ignorar la apariencia de los demás, aun cuando lo intentemos conscientemente. Estos investigadores mostraron a los participantes de sus estudios fotografías de personas que se suponía eran candidatos a varios puestos de trabajo (por ejemplo, administrativo de banco, empleado de óptica, electricista). También se suministró información acerca de la experiencia previa de los candidatos, y la tarea de los participantes consistía en calificar la idoneidad de las personas para el puesto de trabajo.

A la mitad de los participantes se les pidió que ignorasen las fotos a la hora de tomar una decisión, mientras que el resto no recibió esta instrucción. Las fotografías se eligieron en función de si los aspirantes representaban o no a la persona «típica» que desempeñaba cada empleo (investigaciones previas habían revelado la apariencia de estas personas «típicas»). Los resultados indicaron que los individuos que lucían en las fotografías como los empleados típicos de cada puesto recibieron las mayores puntuaciones.

Esto ocurrió incluso en los participantes a quienes se advirtió específicamente que ignorasen las fotos al suministrar las puntuaciones. Hallazgos como éstos sugieren que nuestras reacciones ante los demás están fuertemente influenciadas por la apariencia externa.

1.7 REFLECTORES E ILUSIONES

Timothy Lawson (2010) exploró el efecto de reflector pidiéndoles a estudiantes universitarios que se pusieran una sudadera estampada con el águila de Estados Unidos antes de reunirse con un grupo de compañeros. Casi 40% estaban seguros de que los observadores recordarían lo que decía su sudadera, pero de hecho solo 10% lo recordó. La mayoría de los observadores ni siquiera se percató de que los estudiantes se cambiaron las sudaderas después de salir de la habitación por unos cuantos minutos. En otro experimento, incluso la vestimenta vergonzosa, como una camiseta con la imagen del cantante Barry Manilow, provocó que solo 23% de los observadores la notaran, muchos menos del 50% estimado por los estudiantes que portaban en su pecho al cantante de la década de 1970 (Gilovich et al., 2000).

Lo que es válido acerca de nuestra ropa rara y nuestros malos peinados también es válido en cuanto a nuestras emociones: ansiedad, irritación, asco, engaño o atracción hacia alguien más (Gilovich et al., 1998). Son menos las personas que lo notan de lo que suponemos. Al estar profundamente conscientes de nuestras emociones, a menudo sufrimos de una ilusión de transparencia. Si estamos felices y lo sabemos, entonces de seguro nuestro rostro lo mostrará. Y suponemos que los demás se darán cuenta. De hecho, podemos ser más confusos de lo que pensamos (véase: “Acercamiento a la investigación: estar nervioso de parecer nervioso”). Además de pensar que nuestras emociones son transparentes, también sobreestimamos la visibilidad de nuestras equivocaciones sociales y deslices mentales en público. Cuando detonamos la alarma de la biblioteca o insultamos de manera accidental a alguien, es posible que nos sintamos mortificados (“Todo el mundo creerá que soy un desgraciado”). Pero la investigación demuestra que aquello que nos atormenta es algo que los demás apenas notan y que pronto olvidan (Savitsky et al., 2001). El

efecto de reflector y la ilusión relacionada de transparencia son solo dos ejemplos de la interacción entre nuestro sentido del yo y nuestros mundos sociales. Estos son unos cuantos más: □ Los entornos sociales afectan nuestra autoconciencia. Cuando somos el único miembro de nuestra raza, género o nacionalidad dentro de un grupo, nos damos cuenta de cómo diferimos de los demás y de la manera en que ellos reaccionan hacia nuestra diferencia. Una vez, un amigo estadounidense blanco me dijo [DM] lo cohibido que se sentía por ser blanco mientras vivía en una villa rural de Nepal; una hora después, una amiga afroestadounidense me dijo lo cohibida que se sintió por ser estadounidense mientras estuvo en África.

- El interés propio tiñe nuestro juicio social. Cuando surgen problemas en una relación estrecha, en general atribuimos más responsabilidad a nuestros compañeros que a nosotros mismos. Cuando las cosas van bien en casa, en el trabajo o en las actividades recreativas, consideramos que somos más responsables de ello.
- La preocupación por uno mismo motiva nuestro comportamiento social. Con la esperanza de crear una impresión positiva, nos atormentamos sobre nuestra apariencia. Como políticos experimentados, también vigilamos el comportamiento y las expectativas de los demás para adaptar nuestra conducta en consonancia.
- Las relaciones sociales ayudan a definir nuestro sentido del yo. En nuestras diversas relaciones, tenemos yoes diversos, como señalan Susan Andersen y Serena Chen (2002). Es posible que tengamos un yo para nuestra mamá, otro para los amigos, otro para los maestros. Nuestra manera de pensar acerca de nosotros mismos se relaciona con la persona con la que estamos en el momento. Y cuando las relaciones cambian, es posible que también cambie nuestro autoconcepto. Los estudiantes universitarios que se separaron recientemente de su pareja cambiaron sus autopercepciones y se sintieron menos seguros de quiénes eran, que es una de las razones por las que los rompimientos amorosos provocan angustia emocional (Slotter et al., 2010).

Como sugieren estos ejemplos, el tránsito entre nosotros y los demás corre en ambos sentidos. Nuestro sentido de nosotros mismos afecta cómo respondemos a los demás y los demás ayudan a moldear nuestro sentido del yo. En la actualidad no existe en la psicología mayor tema de investigación que el yo. En 2016, la palabra “yo” apareció en 26 016 resúmenes de libros y artículos en PsycINFO (el archivo electrónico de las investigaciones psicológicas), lo cual representa 25 veces más de lo que aparecía en 1970. Nuestro sentido del yo organiza nuestros pensamientos, sentimientos y acciones y nos permite recordar nuestro pasado, evaluar nuestro presente y proyectar nuestro futuro y, por ende, comportarnos en forma adaptativa.

En capítulos posteriores verá que muchos aspectos de nuestra conducta no están controlados de manera consciente, sino que, más bien, son automáticos y poco relacionados con la conciencia de nosotros mismos. Sin embargo, el yo sí permite la planeación a largo plazo, el establecimiento de metas y el control. Imagina alternativas, se compara a sí mismo con los demás y se ocupa de gestionar su reputación y relaciones. Lo que es más, como señaló Mark Leary (2004a) en su libro apropiadamente titulado *The*

Curse of the Self (La maldición del yo), a veces el yo puede ser un impedimento para una vida satisfactoria. Esa es la razón por la que las prácticas de meditación religiosas o espirituales buscan eliminar las preocupaciones egocéntricas del yo, aquietando al ego, reduciendo sus atracciones hacia los placeres materiales y redirigiéndolas. El psicólogo Jonathan Haidt (2006) añade que “El misticismo, siempre y en todo lugar, se refiere a la pérdida del yo, trascender al yo y fusionarse con algo más grande que el yo”. En lo que resta del capítulo, examinamos nuestro autoconcepto (cómo llegamos a conocernos a nosotros mismos) y al yo en acción (la forma en que el yo impulsa nuestras actitudes y acciones).

1.8 AUTOCONCEPTO

El aspecto más importante de uno mismo es el propio yo. Para descubrir de dónde proviene ese sentido del yo, los neurocientíficos han explorado la actividad cerebral que subyace a nuestra sensación constante de ser uno mismo. La mayoría de los estudios sugieren que el hemisferio derecho tiene un papel importante (Van Veluw y Chance, 2014). Si lo pone a dormir (con un anestésico inyectado en su carótida derecha) es posible que tenga problemas para reconocer su propio rostro. Un paciente con daño en el hemisferio derecho era incapaz de reconocer que su mano

izquierda era suya y que la estaba controlando (Decety y Sommerville, 2003). Aparentemente, la corteza prefrontal media, que es una vía neuronal localizada en la hendidura en medio de sus hemisferios cerebrales justo por detrás de sus ojos, ayuda a integrar su sentido del yo. Se activa más cuando usted piensa en sí mismo (Farb et al., 2007; Zimmer, 2005). Los elementos de su autoconcepto, las creencias específicas según las cuales se define a usted mismo, son sus esquemas del yo (Markus y Wurf, 1987). Los esquemas son patrones mentales según los cuales organizamos nuestros mundos. Nuestros esquemas del yo (la percepción de nosotros mismos como atléticos, con sobrepeso, listos o cualquier otra cosa) afectan de manera poderosa cómo percibimos, recordamos y evaluamos a otras personas y a nosotros mismos. Si ser atlético es uno de sus esquemas del yo, entonces tenderá a percatarse de los cuerpos y habilidades de los demás, recordará con rapidez las experiencias relacionadas con deportes y recibirá con gusto la información que sea consistente con su esquema como atleta (Kihlstrom y Cantor, 1984). Debido a que es frecuente que los cumpleaños formen piezas esenciales de información dentro de los esquemas del yo, si el cumpleaños de un amigo es cercano al suyo, es más probable que lo recuerde (Kesebir y Oishi, 2010). Los esquemas del yo que conforman nuestros autoconceptos nos ayudan a organizar y recuperar nuestras experiencias.

Comparaciones sociales

¿Cómo decidimos si somos ricos, inteligentes o chaparros? Una manera es a través de las comparaciones sociales (Festinger, 1954). Los demás nos ayudan a definir los estándares según los cuales nos definimos como ricos o pobres, listos o tontos, altos o bajos: nos comparamos con ellos y consideramos en qué diferimos. La comparación social explica por qué los estudiantes de preparatoria tienden a considerarse mejores estudiantes si sus compañeros tienen un desempeño promedio (Marsh et al., 2000; Wang, 2005) y la manera en que el autoconcepto se ve amenazado después de la graduación cuando un estudiante que sobresalió en la preparatoria promedio ingresa a una universidad selectiva en términos académicos. El pez gordo ya no está en un estanque pequeño. Gran parte de la vida gira alrededor

de las comparaciones sociales. Nos sentimos guapos cuando otros parecen poco atractivos, inteligentes cuando los demás parecen simplones, atentos cuando los otros parecen insensibles. Más dinero no siempre conduce a mayor felicidad, pero tener más dinero que aquellos que lo rodean sí puede hacerlo más feliz (Solnick y Hemenway, 1998). Cuando atestiguamos el desempeño de un compañero, no podemos resistir compararnos implícitamente (Gilbert et al., 1995). Por ende, es posible que nos complazca de manera íntima el fracaso de un compañero, en especial cuando le sucede a alguien que envidiamos y cuando no nos sentimos vulnerables a tal infortunio (Lockwood, 2002; Smith et al., 1996). Es posible que haya escuchado el término en alemán para esto: Schadenfreude.

A veces, la comparación social se basa en información incompleta. ¿Alguna vez ha estado en Facebook y ha pensado: “Todos mis amigos se divierten mucho más que yo”? Si es así, no está solo. Los estudiantes universitarios que pasaban más tiempo en Facebook tenían mayor probabilidad de creer que las demás personas eran más felices y tenían vidas mejores que ellos (Chou y Edge, 2012). Por supuesto que no puede ser cierto que todos se diviertan más que cualquier otra persona, sino que los usuarios de Facebook publican los aspectos más emocionantes y positivos de sus vidas. Como era de esperarse, los usuarios de Facebook que se comparaban socialmente con otras personas en ese sitio tenían mayor probabilidad de deprimirse, un fenómeno que los investigadores llamaron “ver las tomas de los momentos destacados de todos los demás” (Steers et al., 2014). Esta comparación social sesgada podría ser una de las razones por las que era más frecuente que los jóvenes adultos que usaban Facebook se sintieran más ansiosos, más solos y menos satisfechos con sus vidas (Huang, 2017; Kross et al., 2013). Un experimento encontró el mismo resultado: las personas asignadas en forma aleatoria a no ingresar a Facebook durante una semana terminaron la semana sintiéndose más felices que aquellos que siguieron utilizando el sitio (Tromholt, 2016). Las comparaciones sociales también pueden reducir nuestra satisfacción en otros sentidos. Cuando experimentamos un aumento en riqueza, estatus o logro, nos “comparamos en sentido ascendente”; es decir, subimos los estándares según los cuales evaluamos nuestros logros y nos comparamos con otras personas que tienen resultados incluso

mayores. Cuando ascendemos por la escalera del éxito, tendemos a mirar hacia arriba, no hacia abajo (Gruder, 1977; Suls y Tesch, 1978; Wheeler et al., 1982). Cuando enfrentamos una competencia, a menudo protegemos nuestro frágil autoconcepto percibiendo que nuestro competidor tiene mayores ventajas. Por ejemplo, los nadadores universitarios creían que sus competidores tenían mejores entrenadores y mayor tiempo de práctica (Shepperd y Taylor, 1999). Incluso la actividad sexual está sujeta a la comparación social. Los adultos que tienen sexo con mayor frecuencia son más felices, ¡lo cual es fácil de suponer! Pero luego entran en juego las comparaciones sociales: las personas que tienen mucho sexo son menos felices si sus pares tienen más sexo que ellos (Wadsworth, 2014). En apariencia, no juzgamos únicamente cuánto nos estamos divirtiendo, sino cómo se compara eso con la diversión que disfrutaban todos los demás.

Los juicios de otras personas

Cuando la gente piensa bien de nosotros, pensamos, a la vez, bien de nosotros mismos. Los niños a los que otras personas consideran intelectualmente dotados, trabajadores o cooperativos tienden a incorporar esas ideas dentro de sus autoconceptos y conducta. Los niños a los que se elogia por “ser colaboradores” (en lugar de “por colaborar”) posteriormente colaboran más; eso se convierte en parte de su identidad (Bryant et al., 2014). Si los estudiantes de minorías raciales se sienten amenazados por estereotipos negativos acerca de sus capacidades académicas, o las mujeres se sienten amenazadas por las bajas expectativas en cuanto a su desempeño en matemáticas y ciencias, es posible que no se identifiquen con estos ámbitos. En lugar de luchar contra esos prejuicios, posiblemente pongan sus intereses en otra parte (Steele, 2010). El yo espejo fue la forma en que el sociólogo Charles H. Cooley (1902) describió la manera en que usamos las percepciones de los demás como un espejo para percibirnos a nosotros mismos. Otro sociólogo llamado George Herbert Mead (1934) redefinió este concepto, señalando que lo importante para nuestro autoconcepto no es cómo nos ven realmente los demás, sino la manera en que imaginamos que nos ven. En general, la gente se siente con mayor libertad de elogiar que de criticar; expresan sus cumplidos y refrenan sus ofensas. En consecuencia, es

posible que sobreestimemos la aprobación de los demás, inflando nuestra autoimagen. Por ejemplo, las personas tienden a considerarse como más atractivas en el aspecto físico de lo que son (Epley y Whitchurch, 2008).

1.9 AUTOCONOCIMIENTO

“Conócete a ti mismo” exhortaba un antiguo oráculo griego. Seguramente lo intentamos. Formamos con facilidad creencias acerca de nosotros mismos y quienes pertenecemos a las culturas occidentales no dudamos en explicar por qué nos sentimos y actuamos como lo hacemos. Pero ¿qué tan bien nos conocemos a nosotros mismos?

Predicción de nuestro comportamiento

Uno de los errores más comunes en la predicción del comportamiento consiste en subestimar cuánto tiempo llevará hacer una tarea (conocido como la falacia de la planificación). El proyecto de la autopista Big Dig de Boston, que supuestamente requeriría 10 años, tardó en realidad 20. El Teatro de la Ópera en Sydney, que se suponía que tardaría seis años, en realidad requirió 16. Los estudiantes universitarios que redactaban su tesis concluyeron tres semanas después de su estimación “más realista” y una semana después de su estimación del “peor escenario posible” (Buehler et al., 2002). Sin embargo, sus amigos y maestros pudieron predecir cuánto se retrasarían estos trabajos. De modo que, ¿cómo puede mejorar sus proyecciones personales? La mejor forma es ser más realista sobre cuánto tiempo necesitó para sus tareas en el pasado. En apariencia, la gente subestima el tiempo que le tomará hacer algo porque recuerdan incorrectamente que las tareas anteriores requirieron menos tiempo del que en realidad se ocupó en ellas (Roy et al., 2005). Otra estrategia útil es estimar cuánto tiempo se necesitará para cada paso de un proyecto. Las parejas comprometidas que describieron en mayor detalle los pasos de sus planes para la boda, predijeron con mayor precisión cuánto tiempo requeriría el proceso (Min y Arkes, 2012). ¿La gente es igual de mala para predecir cuánto dinero gastará? Johanna Peetz y Roger Buehler (2009) encontraron que la respuesta era afirmativa. Los estudiantes de pregrado en Canadá predijeron que gastarían 94 dólares en la

siguiente semana, pero de hecho gastaron 122. Al considerar que habían gastado 126 dólares en la semana previa al estudio, su suposición debería haber sido más precisa. Cuando regresaron una semana después, seguían pronosticando que gastarían solo 85 dólares en la semana siguiente. Era más probable que los estudiantes que dijeron que deseaban ahorrar predijeran que gastarían menos, pero terminaron gastando la misma cantidad que todos los demás. Así que de la misma manera como pensamos que terminaremos las tareas con rapidez, también pensamos que ahorraremos dinero. La dificultad estriba en lograrlo. Si Lao Tse tenía razón: “Quien conoce a los demás alcanza la sapiencia. Quien se conoce a sí mismo alcanza la iluminación”, entonces parecería que la mayoría de la gente tiene más sapiencia que iluminación.

Predicción de nuestros sentimientos

Muchas de las grandes decisiones de la vida implican la predicción de nuestros sentimientos futuros. ¿Casarse con esa persona conducirá a estar contento el resto de su vida? ¿Ingresar a esta profesión conducirá a un trabajo satisfactorio? ¿Ir a esas vacaciones producirá una experiencia feliz? ¿O los resultados más probables serán el divorcio, el agotamiento laboral y la decepción vacacional?

A veces sabemos cómo nos sentiremos si reprobamos el examen, ganamos ese gran juego o aliviamos nuestras tensiones con una caminata de media hora. Sabemos qué nos entusiasma y qué nos provoca ansiedad o aburrimiento. Otras veces, es posible que pronostiquemos incorrectamente nuestras respuestas. Al preguntarles cómo se sentirían si les hicieran preguntas con carga sexual en una entrevista de trabajo, la mayoría de las mujeres que estudiaron Julie Woodzicka y Marianne LaFrance (2001) dijeron que se enojarían. Sin embargo, cuando de hecho se les hicieron esas preguntas, experimentaron miedo con más frecuencia. Los estudios sobre predicción afectiva revelan que la gente tiene muchas dificultades para predecir la intensidad y la duración de sus emociones futuras (Wilson y Gilbert, 2003). Las personas predicen erróneamente cómo se sentirían algún tiempo después de un rompimiento con su pareja, de recibir un regalo, de perder una elección, de ganar un juego y de recibir

un insulto (Gilbert y Ebert, 2002; Loewenstein y Schkade, 1999). Daniel Gilbert y Timothy Wilson (2000) señalan que en realidad es frecuente que nos equivoquemos en lo que deseamos. Pensamos que si gana nuestro candidato o nuestro equipo, estaremos encantados por largo tiempo. Pero un estudio tras otro revelan nuestra vulnerabilidad al sesgo de impacto: sobreestimar el impacto perdurable de sucesos que provocan emociones. Los residuos emocionales de tales buenas noticias se desvanecen más rápido de lo que esperamos.

Somos especialmente propensos al sesgo de impacto después de sucesos negativos. Convirtamos esto en un asunto personal. Gilbert y Wilson le invitan a imaginar cómo se podría sentir un año después de perder su mano no dominante. En comparación con el día de hoy, ¿qué tan feliz estaría? Es posible que se haya enfocado en lo que significaría tal calamidad: no podría aplaudir, no podría atarse los zapatos, no podría jugar en competencias de baloncesto, no podría escribir tan rápido en el teclado. Aunque es probable que lamentaría por siempre la pérdida, su felicidad general algún tiempo después del hecho se vería influida por “dos cosas: (a) el suceso y (b) todo lo demás” (Gilbert y Wilson, 2000). Al enfocarnos en el hecho negativo, no tomamos en cuenta la importancia de todo lo demás que contribuye a la felicidad y, en consecuencia, predecimos en exceso nuestra infelicidad duradera. “Ninguna de las cosas en las que enfoque su atención provocará una diferencia tan grande como piensa”, escriben los investigadores David Schkade y Daniel Kahneman (1998).

Wilson y Gilbert (2003) añaden que la gente pasa por alto la velocidad y el poder de sus mecanismos de afrontamiento, que incluyen racionalizar, descartar, perdonar y limitar el trauma emocional. Como no estamos conscientes de la velocidad y fortaleza de nuestro afrontamiento, nos adaptamos a las discapacidades, los rompimientos de pareja, los fracasos en exámenes, los despidos, y las derrotas personales y de un equipo con mayor facilidad de lo que esperaríamos. Irónicamente, como informan Gilbert y sus colaboradores (2004), los sucesos negativos importantes (que activan nuestras defensas psicológicas) pueden ser menos angustiantes de manera duradera que las molestias menores (que no activan

nuestras defensas). En la mayoría de las circunstancias somos asombrosamente resilientes.

1.10 AUTOSABOTAJE Y AUTOCONTROL

AUTOSABOTAJE

A veces la gente sabotea sus oportunidades de éxito creando impedimentos que hacen que el éxito sea menos probable, lo cual se conoce como autosabotaje. Imagínese en la posición de los participantes de la Universidad Duke que trabajaron con Steven Berglas y Edward Jones (1978). Su labor es adivinar las respuestas de algunas preguntas difíciles sobre aptitudes y le dicen: “¡Sus puntuaciones fueron unas de las mejores que hemos visto hasta el momento!”. Sintiéndose muy afortunado, le ofrecen la opción entre dos fármacos antes de responder más de esos reactivos. Uno de los fármacos le ayudará en su desempeño intelectual, mientras que el otro lo inhibirá. ¿Cuál fármaco prefiere? La mayoría de los estudiantes quisieron el medicamento que supuestamente alteraría su pensamiento, lo cual les proporcionaba una cómoda excusa para un mal desempeño. Los investigadores han documentado otras maneras en que las personas se autosabotean. Al temer el fracaso, la gente:

Reduce su preparación para importantes eventos atléticos individuales (Rhodewalt et al., 1984).

Le da ventaja a sus oponentes (Shepperd y Arkin, 1991). tiene un bajo desempeño al final de una tarea para no crear expectativas inalcanzables (Baumgardner y Brownlee, 1987).

no hace tanto esfuerzo como podría durante una tarea difícil que implica al ego (Hormuth, 1986; Pyszczynski y Greenberg, 1987; Riggs, 1992; Turner y Pratkanis, 1993). Lejos de ser deliberadamente autodestructivas, esas conductas tienen de manera típica una finalidad de autoprotección (Arkin et al., 1986; Baumeister y Scher, 1988; Rhodewalt, 1987): “En realidad no soy un fracaso, me hubiera ido bien

si no fuera por este problema”. Por desgracia, en general, esta estrategia es contraproducente: los estudiantes que se autosabotean terminan con promedios generales inferiores (Schwinger et al., 2014). ¿Por qué la gente se sabotearía con comportamientos contraproducentes? Recuerde que ansiosamente protegemos nuestra autoimagen atribuyendo los fracasos a factores externos. De este modo, al temer al fracaso, las personas podrían sabotearse yéndose de fiesta toda la noche antes de una entrevista de trabajo o jugando videojuegos en lugar de estudiar antes de un examen importante. Cuando la autoimagen se vincula con el desempeño, puede ser más desmoralizante hacer un esfuerzo intenso y fallar que posponer y tener una excusa fácil. Si fallamos cuando tenemos algún tipo de desventaja, podemos aferrarnos a una sensación de competencia; si tenemos éxito en esas condiciones, eso simplemente elevaría nuestra autoimagen. Las desventajas protegen tanto la autoestima como la imagen pública al permitirnos atribuir los fracasos a algo temporal o externo (“Me sentía mal”; “Anoche me quedé despierto hasta muy tarde”), en lugar de por una falta de talento o capacidad.

AUTOCONTROL

La capacidad del yo para la acción tiene límites, indican Roy Baumeister y colaboradores (1998, 2000; Baumeister y Tierney, 2011; Muraven et al., 1998). Considere lo siguiente:

Las personas que ejercen autocontrol, obligándose a comer rábanos en lugar de chocolates o suprimiendo pensamientos prohibidos, se dan por vencidas más pronto cuando se les presentan acertijos irresolubles.

Las personas que tratan de controlar sus respuestas emocionales ante una película angustiante exhiben menor vigor físico; por ejemplo, al soltar la empuñadura después de menos tiempo. También se vuelven más agresivas y tienen mayor probabilidad de pelear con sus parejas (DeWall et al., 2007; Finkel y Campbell, 2001).

Las personas que han ejercido autocontrol en alguna otra cosa también muestran menor control en sus pensamientos y comportamientos sexuales. Cuando se les pide

expresar intimidad con su pareja, aquellos con una fuerza de voluntad mermada están en mayor probabilidad de besar apasionadamente a sus parejas e, incluso, a quitarse parte de la ropa justo allí, en el laboratorio (Gaillot y Baumeister, 2007).

Es más probable que las fallas en el autocontrol aparezcan cuando hacemos algo agobiante, difícil o desagradable (como seguramente lo son los acertijos irresolubles). Cuando a la gente se le recompensó por una tarea o se involucró personalmente en ella, su desempeño no se resintió después de ejercer autocontrol (Boksem et al., 2006; Legault et al., 2009). Agotar el autocontrol puede conducir a la gente a dedicar sus recursos limitados a actividades más placenteras o significativas. El agotamiento del autocontrol, que lo lleva a fallar, quizá sea una ocurrencia únicamente occidental: en India, las personas que trabajaron en tareas más extenuantes mostraron después un aumento en el autocontrol, en lugar de la disminución que se encontró en los participantes estadounidenses (Savani y Job, 2017). El principio del agotamiento del autocontrol también tiene otro lado: de la misma manera en que se puede agotar, también se le puede fortalecer, como ocurre con un músculo (Baumeister y Exline, 2000; Muraven et al., 1999). En un experimento, los estudiantes universitarios aprendieron un programa de habilidades de estudio basadas en la planeación y el autocontrol, como crear un programa y llevar un diario de su tiempo de estudio. Como era de esperarse, estos alumnos estudiaron durante más horas que un grupo control que no aprendió esas habilidades. Pero los estudiantes que aprendieron cómo planear cosecharon los beneficios del aumento en su autocontrol en otras áreas: tuvieron menor probabilidad de fumar o beber alcohol, menor probabilidad de dejar los platos sucios o la ropa sucia tirada por todas partes y mayor probabilidad de comer alimentos más sanos. En otras palabras, la práctica del autocontrol en un área mejoró su autocontrol en general (Oaten y Cheng, 2006). De modo que si quiere aumentar su fuerza de voluntad, no haga una larga lista de propósitos de Año Nuevo e intente realizarlos todos de una vez en enero. Como sugieren las investigaciones, una mejor estrategia es iniciar con un área y luego dejar que el aumento en su autocontrol se difunda en todas las áreas de su vida recién mejorada. Otro consejo: no haga cosas que no debería hacer y así reducirá la posibilidad de verse tentado: no deje las

galletas sobre el mostrador de la cocina y mantenga su teléfono fuera de su alcance (Milyavskaya et al., 2015). Como escribieron Roy Baumeister y John Tierney en su libro *Willpower (Fuerza de voluntad)*: “La mejor manera de reducir el estrés en su vida es dejar de estropearla” (2011, p. 238). Un poco de autocontrol ahora significa que necesitará menos autocontrol más tarde.

En uno de los estudios más famosos de la psicología, los niños que pudieron resistirse a comer un malvavisco durante unos cuantos minutos, posteriormente tuvieron más éxito en la escuela y el trabajo (Moffitt et al., 2011). En otros estudios, el autocontrol es uno de los mejores factores de predicción de las conductas sanas (Raynor y Levine, 2009), de una vida más larga (Friedman et al., 2014) y del buen desempeño laboral (Barrick et al., 2001). De ese modo, aumentar la fortaleza de su autocontrol podría ser una de las mejores formas de mejorar su vida.

1.11 JUICIOS SOCIALES

Las respuestas discrepantes de aquellos con creencias distintas, hallazgos que se replican en las percepciones políticas a lo largo y ancho del planeta, ilustran la forma en que construimos las percepciones y creencias sociales mientras

- juzgamos eventos, basándonos en reglas implícitas que guían nuestros juicios apresurados, así como en nuestros estados de ánimo;
- percibimos y recordamos sucesos a través de los filtros de nuestras propias suposiciones;
- explicamos eventos que en ocasiones atribuimos a la situación y en otras a la persona; y
- esperamos ciertos eventos, por lo que a veces ayudamos a que sucedan. El presente capítulo explora la forma en que juzgamos, percibimos y explicamos nuestros mundos sociales y las razones por las que nuestras expectativas importan.

FACILITACIÓN

Las cosas que ni siquiera notamos de manera consciente pueden influir en el modo en que interpretamos y recordamos eventos. Imagine que trae puestos unos audífonos y que se está concentrando en oraciones habladas ambiguas tales como “Acudimos al banco a hacer una donación”. Cuando una palabra pertinente (sangre o dinero) se envía de manera simultánea al otro oído, usted no la escuchará de manera consciente. Sin embargo, esta palabra no escuchada facilita la interpretación de la oración, de manera muy similar a leer los elementos de la figura (izquierda) de arriba abajo o de izquierda a derecha, lo que facilita la interpretación del carácter central (Baars y McGovern, 1994). Nuestro sistema de memoria es una red de asociaciones y la preparación o facilitación despierta o activa ciertas asociaciones. Algunos experimentos demuestran que facilitar un pensamiento, incluso sin estar conscientes de ello, puede influir en otro pensamiento o, incluso, en una acción (Herring et al., 2013). John Bargh ha equiparado esta facilitación con campanas que solo los mayordomos mentales (que se encargan de las cosas inconscientes poco importantes) pueden oír (Bargh, 2017). En un sinnúmero de estudios, los efectos de facilitación suceden incluso cuando los estímulos se presentan de forma subliminal, con demasiada brevedad para que se perciban de manera consciente. El corazón no necesariamente deja de sentir aquello que no ve. Un choque eléctrico demasiado ligero como para sentirse puede aumentar la intensidad percibida de un choque posterior. Si la palabra “pan” se muestra tan rápido que se encuentra justo por debajo de nuestra conciencia activa, usted detectará una palabra relacionada, como “mantequilla” con mucha más velocidad que una palabra sin relación alguna, como “burbuja” (Epley et al., 1999; Merikle et al., 2001). Las personas religiosas a las que se expone de manera subliminal a palabras relacionadas con religión tendrán mayores probabilidades de ayudar a otras (Shariff et al., 2016). En cada caso, una imagen o palabra invisible facilita una respuesta ante una tarea posterior. En otro experimento, algunos estudiantes tuvieron mayores probabilidades de tambalearse sobre una viga de equilibrio en una habitación en la que había cartelones de cerveza o vodka que ante imágenes de jugo de manzana o naranja (Cox et al., 2014). Los sucesos que pasan inadvertidos también pueden facilitar nuestros pensamientos y conductas de maneras sutiles. Rob Holland y colaboradores (2005) observaron que

algunos estudiantes holandeses que se vieron expuestos al aroma de un limpiador doméstico identificaron palabras relacionadas con la limpieza con mayor velocidad, recordaron más actividades relacionadas con la limpieza al describir su día e incluso mantuvieron sus escritorios más en orden al comer una galleta muy quebradiza. Otro equipo de investigadores holandeses encontró que las personas expuestas al aroma de un producto de limpieza tuvieron menores probabilidades de provocar un desorden (De Lange et al., 2012). Y en un experimento de laboratorio, la exposición a un aroma a pescado ocasionó que las personas sintieran sospechas unas de otras y que cooperaran menos, facilitando ideas relacionadas con tratos dudosos como “malolientes” (Lee y Schwarz, 2012). Todos estos eventos sucedieron sin que los participantes estuvieran conscientes por completo del aroma y de su influencia. Los experimentos de facilitación tienen sus contrapartes en la vida cotidiana, informa John Bargh (2006): □ Ver una película de miedo a solas en la casa puede activar emociones que, sin que nos demos cuenta, ocasionan que interpretemos los ruidos de una caldera como un posible intruso. Yo [JT] experimenté una versión de esto último: de regreso a mi habitación de Nueva Orleans después de un “tour de fantasmas” me percaté de una sombra ominosa que no había visto antes. Una inspección adicional arrojó no un fantasma, sino una mesa de noche colocada en un ángulo inusual.

1.12 TIPOS DE PENSAMIENTOS

HEURÍSTICA: ATAJOS MENTALES

Con tan poco tiempo para procesar tanta información, nuestro sistema cognitivo es veloz y económico. Se especializa en atajos mentales. Con impactante facilidad, formamos impresiones, hacemos juicios e inventamos explicaciones. Lo hacemos por medio de la heurística: una serie de estrategias sencillas y eficientes de pensamiento. La heurística nos permite tomar decisiones de rutina con un mínimo de esfuerzo (Shah y Oppenheimer, 2008). En la mayoría de las situaciones, nuestras generalizaciones apresuradas de sistema 1: “¡Eso es peligroso!, son adaptativas. La velocidad de estas pautas intuitivas promueve nuestra supervivencia. El propósito

biológico de pensar no es que tengamos la razón: es mantenernos con vida. No obstante, en algunas situaciones, esta premura deriva en errores.

PENSAMIENTO CONTRAFÁCTICO

Los eventos que se encuentran disponibles con facilidad también influyen en nuestras experiencias de culpa, consternación, frustración y alivio. Si nuestro equipo pierde (o gana) un juego importante por un solo punto, nos es fácil imaginar el desenlace contrario, por lo que sentimos desazón (o alivio). Imaginar alternativas peores hace que nos sintamos mejor. Cuando la esquiadora Lindsay Vonn perdió la Copa Mundial en la competencia de slalom por solo 0.03 segundos, se sintió feliz por su contendiente pero señaló: “Hubiera preferido que me ganara por un segundo completo”. Imaginar mejores alternativas, y reflexionar acerca de lo que podríamos hacer de manera diferente en la siguiente oportunidad, nos ayuda a prepararnos para tener un mejor desempeño a futuro (Epstude y Roese, 2008; Scholl y Sassenberg, 2014).

PENSAMIENTO ILUSORIO

Otra influencia sobre el pensamiento cotidiano es nuestra búsqueda de orden en los sucesos aleatorios, una tendencia que puede conducirnos a tomar toda serie de caminos errados. Correlación ilusoria Es fácil ver correlaciones donde no existen. Cuando esperamos encontrar relaciones significativas, es fácil que asociemos eventos aleatorios y que percibamos una correlación ilusoria. William Ward y Herbert Jenkins (1965) les mostraron a varias personas los resultados de un experimento hipotético de siembra de nubes de 50 días de duración. Les dijeron a los participantes en cuáles de los 50 días se habían sembrado las nubes y qué días había llovido. La información no era más que una colección azarosa de resultados: en ocasiones había llovido y en otras no. No obstante, los participantes se convencieron por completo, en conformidad con sus ideas acerca de los efectos de la siembra de nubes, que en verdad había existido una relación entre la siembra de nubes y la lluvia. Otros experimentos confirman este fenómeno de correlación

ilusoria: es fácil que las personas perciban de manera errónea los eventos aleatorios como confirmaciones de sus creencias (Crocker, 1981; Ratliff y Nosek, 2010; Troler y Hamilton, 1986). Si creemos que existe una correlación, es más probable que notemos y recordemos ejemplos que lo confirmen. Si creemos que las premoniciones se correlacionan con eventos, notaremos y recordaremos cualquier ocurrencia conjunta de la premonición y de la ocurrencia posterior del suceso.

UNIDAD II

2.1 DEFINICION DE PREJUICIO

Cada una de las situaciones que se describieron antes involucraba una evaluación negativa de algún grupo de personas. Y esa es la esencia del prejuicio; un juicio negativo preconcebido acerca de un grupo y de sus miembros individuales (algunas definiciones de prejuicio incluyen los juicios positivos, pero casi todos los usos del término “prejuicio” se refieren a aquellos que son negativos).

El prejuicio es una actitud: una combinación de sentimientos, inclinaciones a actuar y creencias. Se puede recordar con facilidad si pensamos en los tres elementos esenciales de las actitudes: afecto (sentimientos), tendencia a la conducta (inclinación a actuar) y cognición (creencias). Una persona prejuiciosa podrá sentir desagrado por aquellos que son diferentes a ella y comportarse de formas discriminatorias contra ellos al creer que son ignorantes y peligrosos.

Las valoraciones negativas que caracterizan al prejuicio a menudo se ven sustentadas por creencias sociales que se denominan estereotipos. Estereotipar es generalizar: los británicos son reservados; los estadounidenses son dinámicos. A las mujeres les fascinan los niños; los hombres adoran los deportes. Los profesores son distraídos. Las personas mayores son frágiles.

Tales generalizaciones pueden ser verdaderas en mayor o en menor grado (y no siempre son negativas). Es cierto que las personas mayores suelen ser frágiles en términos generales. Las personas pueden estereotipar a los asiáticos como buenos para las matemáticas y a personas de ascendencia africana como atletas

maravillosos (Kay et al., 2013). A menudo, estos estereotipos surgen a partir de los roles ocupacionales que vemos representar a las personas (Koenig y Eagly, 2014). En efecto, los hombres negros tienen 40 veces más probabilidades de ser jugadores de básquetbol en la NBA que los hombres blancos (Stephens-Davidowitz, 2017). Así, los estereotipos pueden ser precisos (y pueden reflejar una sensibilidad a la diversidad). Las personas perciben que los australianos tienen una cultura más desenfadada que los británicos; y es cierto que utilizan muchas más malas palabras en sus millones de publicaciones en Facebook (Kramer y Chung, 2011). Estereotipar a los británicos como más preocupados con la puntualidad que los mexicanos es comprender qué esperar y cómo llevarse con otras personas de cada cultura. “La precisión domina los sesgos”, señala Lee Jussim (2012, 2017). “El vaso de la percepción social (de personas que juzgan a otras) está lleno en cerca de 90%”. El problema con 10% de los estereotipos surge cuando se sobregeneralizan o cuando están sencillamente errados, como cuando liberales y conservadores sobreestiman las posturas extremistas del otro o cuando las personas suponen que los hombres negros son más altos y musculosos y, por ende, en potencia más peligrosos que los hombres blancos de talla similar (Graham et al., 2012; Wilson et al., 2017). Suponer que la mayoría de las personas que se benefician de los servicios de bienestar social de Estados Unidos son negras es hacer una sobregeneralización, ya que no es así. Suponer que las personas solteras son menos escrupulosas y más neuróticas que las que tienen pareja, como lo hizo un estudio alemán, es incorrecto porque en realidad no es así (Greitemeyer, 2009c). Suponer que las personas discapacitadas son incompetentes y asexuales, como afirmaron investigadores de Oregón en otro estudio, es una tergiversación de la realidad (Nario-Redmond, 2010). Estigmatizar a las personas obesas como lentas, perezosas e indisciplinadas es incorrecto (Puhl y Heuer, 2009, 2010). Presuponer que los musulmanes son terroristas, que los sacerdotes son pedófilos y que los cristianos evangélicos detestan a los homosexuales es hacer una sobregeneralización de lo peor que existe dentro de cada uno de esos grupos. Y es, en especial, cuando tenemos puntos de vista arraigados acerca de las diferencias grupales, como si decimos que las mujeres tienen habilidades empáticas superiores

para leerles la mente a los demás, que nuestras creencias terminan siendo una exageración de la realidad (Eyal y Epley, 2017).

El prejuicio es una actitud negativa; la discriminación se refiere a comportamientos negativos. La conducta discriminatoria con frecuencia tiene sus orígenes en las actitudes prejuiciosas (Dovidio et al., 1996; Wagner et al., 2008). Lo anterior se evidenció cuando algunos investigadores analizaron las respuestas a 1 115 correos electrónicos redactados de manera idéntica que se enviaron a caseros angelinos para solicitar información de departamentos en renta. Se recibieron respuestas alentadoras a 89% de los correos firmados como “Patrick McDougall”, a 66% con la de “Said Al-Rahman” y a 56% con la de

“Tyrell Jackson” (Carpusor y Loges, 2006). Cuando 4 859 legisladores estatales de Estados Unidos recibieron correos electrónicos poco antes de las elecciones de 2008 preguntándoles el proceso para registrarse para votar, “Jake Mueller” recibió más respuestas que “DeShawn Jackson” (Butler y Broockman, 2011). Del mismo modo, estudiantes israelíes judíos parecieron menos propensos a alertar al remitente de un correo electrónico enviado de forma incorrecta que provenía de una persona con nombre y domicilio árabe (“Muhammed Yunis de Ashdod”) que de uno proveniente de alguien de su propio grupo (“Yoav Marom de Tel Aviv”) (Tykocinski y BareketBojmel, 2009).

No obstante, actitudes y comportamiento con frecuencia se relacionan de manera poco estrecha. Las actitudes prejuiciosas no generarán por necesidad actos hostiles ni toda la opresión proviene del prejuicio. El racismo y el sexismo son prácticas institucionales que discriminan, incluso cuando no hay intención prejuiciosa. Puede haber racismo sin racistas y sexismo sin sexistas. Considere: si las prácticas de contratación de boca en boca de negocios con solo empleados blancos tuvieran el efecto de excluir a empleados potenciales no blancos, la práctica se denominaría racismo; incluso si el empleador no hubiera tenido la intención de discriminar. Mucha discriminación refleja daños no deliberados; tan solo es favoritismo hacia personas que se parecen a nosotros (Greenwald y Pettigrew, 2014). Y quizá eso explique la razón por la que 1 000 películas populares recientes (las 100 principales

de cada año desde 2007 hasta 2016) hayan tenido una directora mujer por cada 24 directores hombres (Smith et al., 2017). Considere lo siguiente: los anuncios de vacantes de empleos dominados por varones contienen palabras asociadas con estereotipos masculinos (“Somos una dominante empresa de ingeniería en busca de individuos que puedan desempeñarse en un ambiente muy competitivo”). Y los anuncios para vacantes de empleos dominados por mujeres exhiben lo contrario (“Buscamos individuos que puedan ser sensibles a las necesidades de nuestros clientes y que puedan desarrollar relaciones cálidas con ellos”). El resultado de este tipo de anuncio puede ser el sexismo institucional. Sin pretender ningún tipo de prejuicio, el fraseo sesgado ayudará a sustentar la inequidad de género (Gaucher et al., 2011).

2.2 TIPOS DE PREJUICIOS

PREJUICIO: IMPLÍCITO Y EXPLÍCITO

El prejuicio ilustra nuestro sistema de actitud dual. Como lo han mostrado cientos de estudios que utilizan el Test de Asociación Implícita (IAT) podemos tener actitudes explícitas (conscientes) e implícitas (inconscientes) distintas hacia un mismo objetivo (Benaji y Greenwald, 2013). Como se explicó en el capítulo 4, la prueba, que a partir del 2018 se ha respondido más de 20 millones de veces, evalúa la cognición implícita; lo que usted sabe sin saber que lo sabe. Lo hace mediante la medición de la velocidad de las asociaciones de las personas. De modo similar a la forma en que asociamos un martillo más rápido con un clavo que con una cubeta, así la prueba puede medir la rapidez con la que asociamos la palabra “blanco” con “bueno” y “negro” con “bueno”. Así, muchas personas retienen, desde su infancia, un temor o desagrado habitual e involuntario hacia personas por las que en la actualidad expresan respeto y admiración. Aunque las actitudes explícitas pueden cambiar de manera drástica mediante la educación, las actitudes implícitas pueden perdurar, cambiando solo a medida que formamos nuevos hábitos a través de la práctica (Kawakami et al., 2000).

Los críticos sostienen que el Test de Asociación Implícita (IAT) no predice el comportamiento del modo lo bastante adecuado como para evaluar o clasificar

individuos (Blanton et al., 2006, 2009, 2015; Oswald et al., 2013, 2015). Quizá el poder predictivo modesto de la prueba solo refleje asociaciones culturales comunes, de manera muy similar a su asociación más rápida de pan con mantequilla, a diferencia de pan con zanahorias, que no revela un prejuicio en contra de las verduras.

La prueba es más adecuada para las investigaciones que han mostrado, por ejemplo, que los sesgos implícitos son moderadamente predictivos de conductas que van desde actos de amistad a evaluaciones laborales. En las elecciones presidenciales del 2008 en Estados Unidos, los prejuicios tanto implícito como explícito predijeron el apoyo de los votantes por Barack Obama y su elección llevó, a su vez, a cierta reducción del prejuicio implícito (Bernstein et al., 2010; Columb y Plant, 2016; Goldman, 2012; Payne et al., 2010). Y, al igual que en las elecciones, incluso un pequeño efecto en el prejuicio implícito puede, a lo largo del tiempo y con diferentes personas, acumularse para crear un gran efecto social (Greenwald et al., 2015). Así, aunque el IAT, como la mayoría de las mediciones psicológicas, solo predice los actos individuales en forma moderada, anticipa los resultados promedio de mejor manera. Por ejemplo, las áreas metropolitanas con mayores puntuaciones de sesgo implícito también han tenido mayores diferencias raciales en tiroteos policíacos (Heyman et al., 2018).

PREJUICIO RACIAL

En un contexto mundial, cada raza es una minoría. Por ejemplo, los blancos no hispanos representan una quinta parte de la población del mundo y representarán apenas una octava parte antes de que pase otro medio siglo. Gracias a la movilidad y la migración a lo largo de los últimos dos siglos, en la actualidad las razas del mundo se entremezclan en relaciones que a veces son hostiles y otras, cordiales. Para un biólogo molecular, el color de piel es una característica humana trivial, controlada por una diferencia genética diminuta. Y no solo eso: la naturaleza no agrupa a las razas en categorías nítidamente diferenciadas. Son las personas, no la naturaleza, quienes indican que Barack Obama (hijo de una mujer blanca y un hombre negro) y

que la duquesa de Sussex, Megan Markle (hija de una mujer negra y un hombre blanco) son negros (para aquellas personas que se han visto expuestas sobre todo a rostros negros, es un poco más probable que clasifiquen a las personas de raza mestiza como “blancas” [Lewis, 2016]).

Prejuicio racial sutil

A pesar de la animadversión persistente, el problema de mayor peso en la actualidad no es el prejuicio abierto y consciente. La mayoría de las personas están a favor de la igualdad racial y detestan la discriminación. Sin embargo, tres de cada cuatro personas que contestan el Test de Asociación Implícita muestran una tendencia involuntaria e inconsciente a asociar a las personas blancas con palabras favorables, más que a las negras (Banaji y Greenwald, 2013). El prejuicio moderno también aparece de manera sutil en nuestras preferencias por aquello que nos es familiar, semejante y cómodo (Dovidio et al., 1992; Esses et al., 1993a; Gaertner y Dovidio, 2005). Las actitudes prejuiciosas y el comportamiento discriminatorio salen a la superficie cuando pueden ocultarse detrás de la cortina de un motivo adicional. En Australia, Gran Bretaña, Francia, Alemania y Holanda, el prejuicio franco se ha visto reemplazado por el prejuicio sutil (la exageración de las diferencias étnicas, sentir menor admiración y afecto por minorías inmigrantes, rechazo a estas por razones supuestamente no raciales) (Pedersen y Walker, 1997; Tropp y Pettigrew, 2005a). Algunos investigadores llaman a este prejuicio sutil “racismo moderno” o “racismo cultural”. También podemos encontrar el sesgo en diferentes comportamientos:

- Discriminación laboral. Investigadores de MIT enviaron 5 000 currículos en respuesta a 1 300 anuncios para trabajos diversos (Bertrand y Mullainathan, 2004). Los solicitantes a los que de manera aleatoria se les asignaron nombres blancos (Emily, Greg) recibieron una respuesta por cada 10 currículos enviados; los que recibieron nombres negros (Lakisha, Jamal) recibieron una respuesta por cada 15 currículos enviados. Como si hubiese estado al tanto de estos resultados, Barack Obama les recordó a los estadounidenses que debían “estar atentos al impulso sutil de hablarle a Johnny para una entrevista, pero no hacerlo con Jamal”.

- Favoritismo generalizado. Experimentos similares han encontrado – que los anfitriones de Airbnb tienen menos probabilidades de aceptar solicitudes de huéspedes potenciales con nombres de origen africano (Edelman et al., 2017). – tiempos de espera mayores en Uber y en Lyft, así como más cancelaciones de pasajeros con nombres negros (Ge et al.,

2016) y – menos de la mitad de la disposición por parte de conductores de autobuses en Australia a aceptar que ingresen a la unidad personas de piel oscura que no tienen saldo en sus tarjetas de transporte (Mujcic y Frijters, 2014).

- Controles viales. En un análisis, los afroestadounidenses y estadounidenses de origen latino tuvieron cuatro veces mayores probabilidades que los blancos de que se les cateara, dos veces más posibilidades de que se les arrestara y tres veces mayores de que se les esposara y sometiera a un uso excesivo de la fuerza (Lichtblau, 2005). Otro análisis encontró que los negros tenían mayores probabilidades que los blancos de que se les detuviera y agarrara físicamente o de que se les tirara al piso durante encuentros con la policía (Fryer, 2016). Y en un análisis de las grabaciones de cámaras corporales de 918 detenciones de tránsito de rutina de la policía de Oakland, los oficiales de todas las razas mostraron menos respeto por los conductores negros que por los conductores blancos (Voigt et al., 2017).

- Condescendencia. El prejuicio moderno incluso aparece en la forma de una sensibilidad racial que conduce a reacciones desmedidas hacia personas pertenecientes a minorías aisladas; exagerando al elogiar sus logros y al criticar sus errores y no advirtiéndoles a los estudiantes negros, del mismo modo en que lo harían con los estudiantes blancos, acerca de potenciales dificultades académicas (Crosby y Monin, 2007; Fiske, 1989; Hart y Morry, 1997; Hass et al., 1991). En la Universidad de Stanford, Kent Harber (1998) les dio un ensayo mal escrito a corregir a estudiantes blancos. Cuando los estudiantes pensaron que el estudiante era negro, lo calificaron más alto que cuando se les hizo pensar que el autor era blanco, y en raras ocasiones ofrecieron críticas duras. Los evaluadores, quizás esperando evitar la apariencia de un sesgo, trataron a los autores negros de manera condescendiente

al utilizar estándares inferiores. Tal “exageración del elogio e insuficiencia de críticas” puede obstaculizar el aprovechamiento de los estudiantes minoritarios, destacó Harber. En una investigación de seguimiento, Harber y sus colaboradores (2010) encontraron que los blancos preocupados por parecer discriminadores no solo evaluaron y comentaron de manera más favorable los ensayos que atribuyeron a estudiantes negros, sino que también recomendaron menos tiempo para el desarrollo de habilidades. Para proteger su propia autoimagen no prejuiciosa, hicieron hasta lo imposible por dar una realimentación positiva y carente de desafíos.

Prejuicio racial involuntario

¿El prejuicio involuntario (implícito) tiene la misma importancia que el explícito? Los críticos señalan que las asociaciones inconscientes quizá solo indiquen suposiciones culturales, quizá carentes de prejuicio (que implica sentimientos y tendencias conductuales negativas). O quizá las respuestas reflejas de las personas se deban a la familiaridad o a verdaderas diferencias raciales (Tetlock, 2007). Pero algunos estudios han encontrado que el sesgo implícito puede colarse en el comportamiento. En el caso de aquellas personas que exhiben prejuicios implícitos en el IAT, al tomarse más tiempo para identificar palabras positivas como paz y paraíso como “buenas” cuando se asocian con rostros negros en lugar de blancos, se ha observado que también juzgan a solicitantes laborales blancos de manera más favorable, recomiendan mejores tratamientos a pacientes blancos en salas de urgencias que para pacientes negros y son más veloces en percibir enojo en caras negras (Green et al., 2007; Hugenberg y Bodenhausen, 2003; Rooth, 2007).

PREJUICIO DE GÉNERO

¿Qué tan generalizado se encuentra el prejuicio en contra de las mujeres? Ya en otro capítulo examinamos las normas de roles de género: las ideas de las personas acerca de cómo deberían comportarse hombres y mujeres. A continuación, analizaremos los estereotipos de género: las creencias de las personas acerca de cómo es que

hombres y mujeres se comportan en realidad. Las normas son prescriptivas; los estereotipos son descriptivos

2.3 FUENTES SOCIALES DEL PREJUICIO

El prejuicio surge de una infinidad de fuentes. Puede surgir de las personas que difieren en cuanto a su estatus social y que desean justificar y mantener tales diferencias. También podemos aprenderlo de nuestros padres cuando nos enseñan las diferencias sociales que ellos creen que importan entre las personas. Nuestras instituciones sociales también pueden mantener y apoyar el prejuicio. Primero, considere el modo en que el prejuicio funciona en defensa de la propia posición social.

INEQUIDADES SOCIALES: ESTATUS DESIGUAL Y PREJUICIO

Un principio a recordar: la desigualdad en estatus genera prejuicio. Los amos esclavistas consideraban que los esclavos eran perezosos, irresponsables y que carecían de ambición; afirmaban que contaban con aquellas características que justificaban de manera precisa la esclavitud. Los historiadores se debaten en cuanto a las fuerzas que crean las desigualdades de estatus. Pero una vez que existen tales desigualdades, el prejuicio ayuda a justificar la superioridad económica y social de aquellos que detentan la riqueza y el poder. Díganos la relación económica que existe entre dos grupos y prediciremos las actitudes intergrupales.

SOCIALIZACIÓN

El prejuicio surge a partir de la desigualdad de estatus y de otras fuentes sociales, incluyendo nuestros valores y actitudes adquiridos. La influencia de la socialización familiar aparece en los prejuicios infantiles, que a menudo son un reflejo de los que perciben en sus madres (Castelli et al., 2007). Por ejemplo, los adolescentes suecos muestran un creciente prejuicio en contra de los inmigrantes al paso del tiempo si sus padres expresan tales prejuicios (Miklikowska, 2017). Incluso las actitudes raciales implícitas de los niños reflejan los prejuicios explícitos de sus padres (Sinclair et al., 2004). Nuestras familias y culturas nos heredan todo tipo de información:

cómo encontrar una pareja, cómo conducir autos y dividir las labores el hogar, y las personas en las que no debemos confiar y que no deben agradarnos. Las actitudes parentales evaluadas poco después del nacimiento de sus hijos predicen las actitudes de sus hijos 17 años después (Fraley et al., 2012).

La personalidad autoritaria

En el decenio de 1940, en la Universidad de California en Berkeley, un grupo de investigadores, dos de cuyos integrantes habían huido de la Alemania nazi, se propusieron la urgente misión de investigar y descubrir las raíces psicológicas del ponzoñoso antisemitismo que había provocado la matanza de millones de judíos. En estudios de adultos estadounidenses, Theodor Adorno y colaboradores (1950) descubrieron que la hostilidad hacia los judíos con frecuencia se acompañaba de hostilidad hacia otras minorías. En aquellos fuertemente prejuiciados, este prejuicio parecía constituir toda una cosmovisión en relación con aquellos que eran diferentes o marginados. Estas personas etnocéntricas compartían ciertas tendencias: una intolerancia por la debilidad, una actitud punitiva y un respeto sumiso hacia las autoridades de su propio grupo, como se reflejaba en su acuerdo con afirmaciones tales como “la obediencia y el respeto por la autoridad son las virtudes más importantes que puede aprender un niño”. Adorno y colaboradores (1950) concluyeron que tales tendencias definían una personalidad autoritaria propensa al prejuicio.

Religión y prejuicio racial

Considere a aquellos que se benefician de las desigualdades sociales al tiempo que juran y perjuran que “nos crearon iguales a todos”. Necesitan justificar que las cosas permanezcan como están. ¿Y qué podría ser una justificación más poderosa que creer que Dios ha dictado el orden social existente? Para toda cantidad de actos crueles, señala William James, “la devoción es la máscara” (1902, p. 264). En casi cualquier país, los líderes invocan la religión para santificar el orden actual. El uso de la religión para apoyar la injusticia ayuda a explicar un par de hallazgos consistentes

relacionados con la cristiandad estadounidense: (1) los feligreses blancos han expresado un mayor prejuicio racial que aquellos que no pertenecen a esta religión y (2) quienes profesan creencias fundamentalistas expresan más prejuicio que aquellos que profesan creencias progresistas (Hall et al., 2010; Johnson et al., 2011).

Conformidad

Una vez establecido, el prejuicio se verá mantenido sobre todo por inercia. Si el prejuicio es aceptado desde el punto de vista social, las personas seguirán la ley del menor esfuerzo y se conformarán con la moda. No actuarán tanto por una necesidad de odiar como por la necesidad de que se les quiera y acepte. Así, es más probable que las personas favorezcan (o se opongan) a la discriminación después de escuchar que alguien más lo hace, y apoyen menos a las mujeres después de escuchar bromas sexistas (Ford et al., 2008; Zitek y Hebl, 2007). Durante la década de 1950, Thomas Pettigrew (1958) estudió a personas blancas de Sudáfrica y del Sur de Estados Unidos. Su descubrimiento: aquellos que se conformaban más a otras normas sociales también eran los más perjudiciados; aquellos que se conformaban menos reflejaban menos prejuicio circundante.

APOYOS INSTITUCIONALES

Las instituciones sociales (escuelas, gobiernos, medios, familias) pueden sustentar el prejuicio a través de políticas abiertas tales como la segregación, o de manera pasiva a través del reforzamiento del statu quo. Hasta la década de 1970, muchos bancos negaban sistemáticamente créditos hipotecarios a mujeres solteras y a solicitantes pertenecientes a minorías, el resultado era que la mayoría de los propietarios de casas eran parejas blancas casadas. Los medios también pueden fortalecer estereotipos. En diversos estudios, la exposición a noticias de musulmanes descritos como terroristas se asoció con el aumento en la percepción de los musulmanes como agresivos y el mayor apoyo a acciones militares en territorios musulmanes y en políticas perjudiciales contra los musulmanes (Saleem et al., 2017).

2.4 FUENTES MOTIVACIONALES DEL PREJUICIO

Existen diversas motivaciones que subyacen al prejuicio, pero las motivaciones también pueden conducir a las personas a evitarlo.

FRUSTRACIÓN Y AGRESIÓN: LA TEORÍA DEL CHIVO EXPIATORIO

La frustración (ocasionada por el bloqueo de metas) alimenta la hostilidad. Cuando la causa de nuestra frustración es intimidante o desconocida, es frecuente que redirijamos nuestra hostilidad. El fenómeno de “agresión desplazada” (inculpación expiatoria) contribuyó al linchamiento de afrodescendientes en el Sur de Estados Unidos después de la Guerra Civil. Entre 1882 y 1930, se dieron más linchamientos en los años en los que los precios del algodón se redujeron y, presumiblemente, la frustración económica aumentó (Hepworth y West, 1988; Hovland y Sears, 1940). Cuando se incrementa el estándar de vida, las sociedades tienden a ser más abiertas a la diversidad y a la aprobación y aplicación de leyes en contra de la discriminación (Frank, 1999). Es más fácil conservar la paz étnica durante los tiempos de prosperidad. Los blancos de esta agresión varían. Después de su derrota en la Primera Guerra Mundial y el caos económico resultante, muchos alemanes vieron a los judíos como villanos. Mucho antes de que Hitler ascendiera al poder, un líder alemán explicó: “El judío es tan solo conveniente... Si no existieran los judíos, los antisemitas los hubieran inventado” (citado por Allport, 1958, p. 325).

TEORÍA DE LA IDENTIDAD SOCIAL: SENTIRSE SUPERIOR A LOS DEMÁS

Los humanos somos una especie social. Nuestra historia ancestral nos prepara para alimentarnos y protegernos, para vivir, en grupos. Los humanos vitoreamos a nuestros grupos, matamos por ellos y morimos por ellos. La evolución nos prepara, al vernos confrontados con desconocidos, a hacer un juicio inmediato: ¿amigos o enemigos? Tendemos a que nos agraden aquellos que pertenecen a nuestro grupo, que se asemejan a nosotros, incluso que suenan como nosotros, con acentos como los nuestros, al instante (Gluszek y Dovidio, 2010; Kinzler et al., 2009).

Y no es de sorprender, como lo señalan los psicólogos sociales John Turner (1981, 2000), Michael Hogg (1992, 2010, 2014) y sus colaboradores, que también nos definamos por

nuestros grupos. El autoconcepto, nuestro sentido de quién somos, contiene no solo una identidad personal (el sentido propio de nuestros atributos y actitudes personales), sino también una identidad social (Chen et al., 2006; Haslam, 2014). Fiona se identifica como mujer, australiana, laborista, estudiante de la Universidad de Nueva Gales del Sur y como miembro de la familia McDonald. En colaboración con el psicólogo social británico Henri Tajfel, Turner (1947-2011), un nativo de Polonia que perdió a sus familiares y amigos en el Holocausto y que después dedicó gran parte de su carrera al estudio del odio étnico, propuso la teoría de la identidad social. Turner y Tajfel observaron que

- **Categorizamos:** nos resulta útil colocar a las personas, incluyéndonos a nosotros mismos, en distintas categorías. Etiquetar a alguien como hindú, escocés o conductor de autobuses es un modo breve de decir otras cosas más acerca de la persona.
- **Nos identificamos:** nos asociamos con ciertos grupos (o endogrupos) y aumentamos nuestra autoestima al hacerlo.
- **Comparamos:** contrastamos nuestros grupos con otros (exogrupos), con un sesgo favorable a favor del grupo al que pertenecemos. Desde los años de educación preescolar, los humanos dividimos a los demás de manera natural en aquellos que están dentro y fuera de nuestro propio grupo (Buttelmann y Böhm, 2014; Dunham et al., 2013). También nos valoramos a nosotros mismos, en parte, a través de nuestra membresía a diferentes grupos.

Sesgo endogrupal

La definición social de quién es uno, el género, raza, religión, estado civil, profesión, también implica una definición de lo que uno no es. El círculo que nos incluye a “nosotros” (el endogrupo) los excluye a “ellos” (el exogrupo). Mientras los turcos étnicos en Holanda se ven a más sí mismos como turcos o musulmanes, menos se verán a sí mismos como holandeses (Verkuyten y Yildiz, 2007). La mera experiencia de conformarnos en un grupo puede promover el sesgo endogrupal. Pregúntele a un niño: “¿Quiénes son mejores, los niños de tu escuela o los niños de [cualquier otra escuela cercana]?”. Casi todos dirán que su propia escuela es la que tiene a los mejores niños.

EL SESGO ENDOGRUPAL APOYA EL AUTOCONCEPTO POSITIVO

El sesgo endogrupal es un ejemplo más de la búsqueda humana por encontrar un autoconcepto positivo. Cuando nuestro grupo logra el éxito, podemos hacernos sentir mejor identificándonos más poderosamente con él. Los estudiantes universitarios cuyo equipo acaba de ganar, con frecuencia afirman: “¡Ganamos!”. Si su equipo sufre una derrota, es más probable que digan: “Perdieron”. Disfrutar de la gloria ajena de un endogrupo exitoso es más común entre aquellos que acaban de experimentar algún golpe a su ego, por ejemplo, al enterarse de que tuvieron un mal desempeño en una “prueba de creatividad” (Cialdini et al., 1976). También podemos disfrutar de la gloria ajena del logro de algún amigo; a menos de que ese amigo tenga un mejor desempeño que nosotros en algo que es pertinente para nuestra identidad (Tesser et al., 1988). Si usted se considera un excelente estudiante de psicología, es probable que obtenga mucho más placer de la excelencia de alguno de sus amigos en las matemáticas.

EL SESGO ENDOGRUPAL ALIMENTA EL FAVORITISMO

Tenemos tal conciencia grupal que, dada cualquier excusa para que pensemos en nosotros mismos como grupo, lo haremos; y entonces exhibiremos el sesgo endogrupal. Incluso la formación de grupos conspicuos sin base lógica alguna, por ejemplo, tan solo por componer los grupos X y Y al arrojar una moneda, producirá cierta cantidad de sesgo endogrupal (Billig y Tajfel, 1973; Brewer y Silver, 1978; Locksley et al., 1980).

En distintos experimentos, Tajfel y Michael Billig (1974; Tajfel, 1970, 1981, 1982) exploraron aún más lo poco que se necesita para provocar el favoritismo hacia nosotros y la injusticia hacia ellos. En un estudio, Tajfel y Billig les pidieron a adolescentes británicos que valoraran por sí mismos pinturas modernas abstractas y después les informaron que ellos y algunos otros adolescentes habían favorecido el arte de Paul Klee sobre el de Wassily Kandinsky, mientras que otros habían favorecido más a Kandinsky. Más tarde, sin siquiera haber conocido a los miembros del grupo favorecedor de Klee, cada adolescente dividió cierta cantidad de dinero

entre los grupos que favorecían a uno u otro de los pintores. En este y otros experimentos, los grupos definidos incluso de esta manera totalmente trivial produjeron el favoritismo endogrupal. David Wilder (1981) resumió el resultado típico: “Al darles la oportunidad de dividir 15 puntos [que valían cierta cantidad de dinero], los sujetos por lo general le dieron 9 o 10 puntos a su propio grupo y 5 o 6 puntos al otro”.

2.5 FUENTES COGNITIVAS DEL PREJUICIO

¿De qué manera la forma en que pensamos sobre el mundo influye en nuestros estereotipos? ¿Y cómo es que nuestros estereotipos afectan nuestros juicios cotidianos?

Las creencias estereotipadas y actitudes prejuiciadas existen no solo a causa de la educación o porque desplazan hostilidades, sino también como subproductos de los procesos de pensamiento normales. Los estereotipos surgen menos por malicia de corazón que por la maquinaria de la mente. Al igual que las ilusiones perceptuales, que son subproductos de nuestros trucos para interpretar al mundo, los estereotipos pueden ser subproductos de los modos en que simplificamos nuestros mundos complejos.

CATEGORIZACIÓN: CLASIFICACIÓN DE PERSONAS EN GRUPOS

Una de las maneras en que simplificamos el mundo es a través de la categorización; organizamos al mundo acumulando objetos en grupos (Macrae y Bodenhausen, 2000, 2001). Un biólogo cataloga plantas y animales. Los seres humanos clasificamos personas. Después de hacerlo, nos es más fácil pensar en ellas. Si las personas de un grupo comparten algunas semejanzas, si la mayoría de los miembros de MENSA son inteligentes, y la mayoría de los jugadores de basquetbol son altos, conocer sus membresías de grupo puede darnos información útil con un mínimo de esfuerzo (Macrae et al., 1994). En ocasiones, los estereotipos ofrecen “una proporción benéfica de la información obtenida contra el esfuerzo realizado” (Sherman et al., 1998). Los estereotipos representan una eficiencia cognitiva. Son esquemas ahorradores de energía para hacer juicios veloces y predecir la manera en que otras personas pensarán y actuarán. Juzgamos a las personas provenientes de exogrupos

con velocidad; al evaluar a los miembros individuales de nuestro endogrupo, nos tomamos más tiempo para formarnos una impresión (Vala et al., 2012). Así, es posible que los estereotipos y los sesgos exgrupales hayan tenido funciones evolutivas que les permitían a nuestros ancestros manejar situaciones y sobrevivir (Navarrete et al., 2010).

Categorización espontánea

Nos es fácil y eficaz en especial depender de los estereotipos cuando estamos:

- bajo presiones de tiempo (Kaplan et al., 1993);
- distraídos (Gilbert y Hixon, 1991);
- cansados (Bodenhausen, 1990; Ghumman y Barnes, 2013), o;
- emocionalmente estimulados (Esses et al., 1993b; Stroessner y Mackie, 1993).

SINGULARIDAD: PERCEPCIÓN DE PERSONAS QUE SE HACEN NOTAR

Existen otras maneras en que nuestras percepciones sociales normales generan estereotipos. Las personas únicas y los sucesos vívidos o extremos a menudo capturan la atención y distorsionan nuestro juicio. Personas peculiares ¿Alguna vez se ha encontrado en una situación en la que era la única persona de su género, raza o nacionalidad? En tal caso, su diferencia respecto de los otros tal vez la haya hecho más reconocible y objeto de mayor atención. Una persona negra en un grupo conformado por blancos, un hombre en un grupo constituido por mujeres o una mujer en un grupo compuesto por hombres parece más prominente e influyente, así como con cualidades buenas y malas a un grado exagerado (Crocker y McGraw, 1984; S. E. Taylor et al., 1979). Cuando se destaca a una persona dentro de un grupo, tendemos a ver a esa persona como la causante de lo que sea que suceda (Taylor y Fiske, 1978). Si estamos posicionados para ver a Joe, incluso si Joe es un miembro promedio del grupo, parecerá que tiene una influencia superior al promedio sobre dicho grupo. ¿Alguna vez ha notado que las personas también lo definen según sus

rasgos y comportamientos peculiares? Cuénteles a las personas acerca de alguien que es paracaidista y jugador de tenis, informan Lori Nelson y Dale Miller (1995), y pensarán en la persona como paracaidista. Si se les pide que elijan un libro que regalarle a la persona, elegirán un libro acerca del paracaidismo antes que un libro acerca del tenis. Una persona que haya comprado una serpiente y un perro como mascotas se considera más como dueño de una serpiente que como dueño de un perro.

ATRIBUCIÓN: ¿ES SOLO UNA PALABRA?

Al explicar las acciones de otros es frecuente que cometamos el error fundamental de atribución: atribuimos los comportamientos de otros a sus disposiciones internas a tal grado que no tomamos en cuenta las fuerzas situacionales importantes. En parte, el error sucede porque nuestra atención se centra en la persona, no en la situación. La raza o sexo de la persona son notables y llaman nuestra atención; las fuerzas situacionales que operan sobre dicha persona suelen ser menos visibles. Era frecuente que la esclavitud se pasara por alto como explicación del comportamiento de los esclavos; en lugar de ello, la conducta se atribuía a la naturaleza misma del esclavo. Hasta hace poco, lo mismo sucedía con la manera en que se explicaban las diferencias percibidas entre hombres y mujeres. Debido a que las limitaciones del rol de género eran difíciles de percibir, los comportamientos de hombres y mujeres se atribuían exclusivamente a sus presuntas características innatas. Mientras las personas más asumen que los rasgos humanos son características fijas, más fuertes son sus estereotipos y mayor su aceptación de las desigualdades raciales (Levy et al., 1998; Williams y Eberhardt, 2008).

2.6 CONSECUENCIAS DE PREJUICIO

¿De qué manera los estereotipos crean su propia realidad? ¿De qué modo los prejuicios limitan el desempeño? El prejuicio tiene consecuencias así como causas.

JUICIOS PREVIOS QUE SE PERPETÚAN A SÍ MISMO

El prejuicio implica juicios preconcebidos. Es inevitable que se den: ninguno de nosotros es un narrador desapasionado de los sucesos sociales que apuntan la evidencia a favor y en contra de nuestros sesgos. Y estos juicios antecedentes son importantes. Los juicios previos guían nuestra atención y nuestros recuerdos. Las personas que aceptan los estereotipos de género con frecuencia tienen recuerdos erróneos de sus propias calificaciones escolares en formas consistentes con tales estereotipos. Por ejemplo, las mujeres a menudo recuerdan haber obtenido peores calificaciones en matemáticas y mejores calificaciones en artes de las que en realidad obtuvieron (Chatard et al., 2007). Además, una vez que juzgamos que algo pertenece a una categoría tal como una raza o sexo en particular, nuestra memoria de lo mismo cambia después hacia las características que asociamos con dicha categoría. En un experimento, unos estudiantes belgas observaron una cara que tenía una mezcla de 70% rasgos de un hombre típico y 30% de los rasgos de una mujer típica (o viceversa). Más tarde, aquellos a los que se les mostró la cara 70% masculina recordaron haber visto un hombre (como se esperaba), pero recordaron dicha cara de manera errónea como más prototípicamente masculina; por ejemplo, como un rostro 80% masculino (Huart et al., 2005). Los juicios previos se perpetúan a sí mismos. Siempre que el miembro de un grupo se comporta como se esperaba, notamos el hecho de modo puntual; nuestras creencias se ven confirmadas. Cuando un miembro del grupo viola nuestras expectativas, es posible que interpretemos o justifiquemos el comportamiento como ocasionado por circunstancias especiales (Crocker et al., 1983). Quizá recuerde alguna ocasión en la que, sin importar lo mucho que se haya esforzado, no haya podido cambiar la opinión que alguien tenía de usted; cuando sus acciones se malinterpretaban sin importar lo que hiciera. Estas malas interpretaciones son probables cuando alguien espera tener un encuentro desagradable con usted (Wilder y Shapiro, 1989). William Ickes y sus colaboradores (1982) demostraron esto último en un experimento con pares de hombres universitarios. A medida que llegaban, los experimentadores advertían falsamente a uno de los miembros de cada par que la otra persona era “una de las personas menos amistosas con las que he hablado en los últimos tiempos”. Se presentaba a los dos hombres y se les dejaba a solas por cinco minutos. A los estudiantes en una condición

experimental diferente, se les hacía pensar que el otro participante era amistoso de modo inusual. Aquellos que esperaban que fuera poco amistoso se desvivieron por portarse de manera amistosa y este comportamiento evocó una respuesta de calidez. Pero a diferencia de los estudiantes positivamente sesgados, el que esperaran toparse con una persona poco amistosa los condujo a atribuir esta calidez recíproca a su propio trato escrupuloso con la persona. Más tarde, expresaron una mayor desconfianza y un mayor desagrado por la persona y calificaron su comportamiento como menos amistoso. A pesar de la verdadera cordialidad de su pareja, este sesgo negativo indujo a los estudiantes a ver hostilidades ocultas bajo sus “sonrisas forzadas”. Jamás lo hubieran visto si no lo hubiesen creído. Si advertimos la información que es notablemente inconsistente con un estereotipo, pero incluso esta información tiene un menor impacto del que podríamos esperar. Cuando nos centramos en un ejemplo atípico, podemos rescatar el estereotipo creando una nueva categoría de él (Brewer y Gaertner, 2004; Hewstone, 1994; Kunda y Oleson, 1995, 1997). La imagen positiva que los escolares británicos tienen de los amistosos oficiales de policía escolar (a quienes perciben como pertenecientes a una categoría especial) no mejora la imagen que tienen de los oficiales de policía en general (Hewstone et al., 1992). Esta subtipificación (ver a las personas que se desvían del estereotipo como excepciones) ayuda a mantener el estereotipo de que los oficiales de policía son poco amistosos y peligrosos. Las personas muy prejuiciosas tienden a subtipificar a los miembros positivos del exogrupo (considerándolos como excepciones atípicas); las personas con pocos prejuicios, subtipifican con más frecuencia a los miembros negativos del exogrupo (Riek et al., 2013). Una manera diferente de incorporar la información inconsistente es establecer un nuevo estereotipo para aquellas personas que no se ajustan al estereotipo original. Al reconocer que el estereotipo no se aplica a todos los que forman parte de una categoría, los dueños de casas que tienen vecinos negros “deseables” pueden crear un estereotipo nuevo y diferente para “negros profesionales de clase media”. Este subagrupamiento, la formación de un nuevo estereotipo de subgrupo, tiende a llevar a cambios modestos en el estereotipo original a medida que este se vuelve más diferenciado (Richards y Hewstone, 2001).

Los subtipos son excepciones del grupo; los subgrupos se reconocen como parte del grupo diverso más general.

EL IMPACTO DE LA DISCRIMINACIÓN: LA PROFECÍA AUTOCUMPLIDA

Es posible que las actitudes coincidan con la jerarquía social no solo como justificación de su existencia, sino también porque la discriminación afecta a sus víctimas. “La propia reputación, escribió Gordon Allport, no puede machacarse, machacarse y machacarse en la propia cabeza sin que le suceda algo al propio carácter” (1958, p. 139). Si con un chasquido de los dedos pudiésemos acabar con toda la discriminación, resultaría ingenuo que la mayoría blanca le dijera a las personas negras: “¡Se acabaron los malos ratos, amigos! Ahora todos pueden ser ejecutivos y profesionales de traje y corbata”. Cuando la opresión se acaba, sus efectos perduran, como si se tratara de una cruda social. En La naturaleza del prejuicio, Allport catalogó los 15 posibles efectos de la victimización y creía que estas reacciones podían reducirse a dos tipos básicos: aquellas que implicaban culparse a sí mismo (aislamiento, odio propio, agresión en contra del propio grupo) y aquellas que implicaban culpar a las causas externas (resistirse, desconfianza, aumento en el orgullo grupal). Si la victimización tiene consecuencias, por ejemplo, mayores tasas de criminalidad, las personas pueden utilizar ese resultado para justificar la discriminación: “si dejamos que esas personas vivan en nuestro vecindario, la plusvalía se irá a los suelos”. ¿Es cierto que la discriminación afecta a sus víctimas? Las creencias sociales sí pueden resultar en una afirmación propia, como se demostró en un par de ingeniosos estudios de Carl Word, Mark Zanna y Joel Cooper (1974). En el primer experimento, algunos hombres voluntarios blancos de la Universidad de Princeton entrevistaron a asistentes de investigación blancos y negros que hicieron las veces de solicitantes de un empleo. Cuando el solicitante era negro, los entrevistadores se sentaron a mayor distancia, terminaron la entrevista 25% más pronto y cometieron 50% más errores al hablar que cuando el solicitante era blanco. Imagine que lo entreviste una persona que se sienta lejos de usted, tartamudea y finaliza la entrevista con relativa velocidad. ¿Afectaría su desempeño o sus sentimientos respecto al entrevistador? Para averiguarlo, los investigadores

Llevaron a cabo un segundo experimento en el que unos entrevistadores capacitados trataron a las personas como los entrevistadores en el primer experimento habían tratado a los solicitantes ya fueran blancos o negros. Más tarde, cuando se valoraron videocintas de las entrevistas, aquellas personas a las que se había tratado como a los negros del primer experimento parecían más nerviosas y menos eficaces. No solo eso, los entrevistados mismos podían percibir la diferencia: aquellos a los que trataron como a los negros juzgaron que los entrevistadores eran menos idóneos y menos amistosos. Los experimentadores concluyeron que parte del “problema” del desempeño negro se encuentra... dentro del entorno mismo de la interacción”. Como en el caso de otras profecías autocumplidas, el prejuicio afecta a sus víctimas.

2.7 AGRESIÓN

Los thugs* originales, miembros de una secta en el norte de India, estaban siendo agresivos cuando entre 1550 y 1850 estrangularon a más de dos millones de personas, lo cual afirmaban hacer en honor a la diosa Kali. Pero la gente también utiliza el término “agresivo” para describir a un vendedor dinámico. Los psicólogos distinguen entre la conducta de seguridad en sí mismo, energía y logro del vendedor del comportamiento que lesiona, daña o destruye. La primera es asertividad y la segunda es agresión. Para un psicólogo social, la agresión es el comportamiento físico o verbal que pretende causar daño. Esta definición excluye el daño no intencional, como en los accidentes automovilísticos o colisiones en la acera; también excluye los actos que pueden implicar dolor como efecto secundario inevitable al ayudar a alguien, como los tratamientos dentales o, en su aspecto extremo, el suicidio asistido. La definición de agresión incluye patadas y cachetadas, amenazas e insultos, chismes o comentarios despectivos, y “troleo”, como los insultos y el acoso en línea (Cheng et al., 2017). Incluye la conducta grosera beligerante, como levantar el dedo medio para insultar a otro conductor o gritarle a alguien que camina demasiado lento (Park et al., 2014). Incluye las decisiones durante los experimentos acerca de cuánto lastimar a alguien, como el grado de choque eléctrico que se impondrá. También comprende destruir la propiedad, mentir y otros comportamientos que pretenden dañar. Como ilustran estos ejemplos, el concepto de agresión incluye tanto la agresión física (herir el cuerpo de

otro) como la agresión social (como el acoso directo y el ciberacoso, los insultos, los chismes dañinos o la exclusión social que lastiman los sentimientos [Dehue et al., 2008]). La agresión social puede tener graves consecuencias, ya que las víctimas sufren de depresión y a veces, como ha sucedido en varios casos muy difundidos, se suicidan. Dan Olweus y Kyrre Breivik (2013), quienes investigaron el acoso, describen sus consecuencias como “lo opuesto al bienestar”. Sin embargo, la definición de agresión de la psicología social no incluye las microagresiones, que en general se definen como palabras o actos que transmiten, sin intención, el prejuicio hacia grupos marginados; para encajar en la definición de agresión, deben ser intencionales. Por esa y otras razones, algunos recomiendan abandonar el término “microagresión” y reemplazarlo con algún otro término que capture mejor la naturaleza no intencional, como “ofensas raciales inadvertidas” (Lilienfeld, 2017). Los psicólogos también distinguen entre la agresión hostil (que se deriva del enojo y pretende lesionar) y la agresión instrumental (que también pretende lesionar, pero que se comete en búsqueda de otra meta). Tanto la agresión física como la social pueden ser hostiles o instrumentales. Por ejemplo, el acoso puede ser hostil (una adolescente está enojada con otra porque le robó el novio) o instrumental (una estudiante de preparatoria cree que puede volverse popular rechazando a una chica impopular [Juvonen y Graham, 2014; Prinstein y Cillessen, 2003]). La mayoría del terrorismo es agresión instrumental. “Lo que tienen en común la mayoría de las campañas terroristas es una meta secular y estratégica específica”, concluye Robert Pape (2003) después de estudiar todos los bombardeos suicidas desde 1980 hasta 2001. Esa meta es “obligar a las democracias liberales a retirar las fuerzas militares del territorio que los terroristas consideran como su patria”. Es poco común que el terrorismo lo cometa alguien con una enfermedad mental, señalaron Arie Kruglanski y sus colaboradores (2009); en lugar de ello, los terroristas buscan destacar personalmente, por ejemplo, al alcanzar el estatus de héroes o mártires. El terrorismo también es una herramienta estratégica utilizada durante el conflicto. Al explicar la finalidad de los ataques del 11 de septiembre, Osama bin Laden indicó que por un costo de solo 500 000 dólares, infligieron un daño de 500 mil millones de dólares en la economía estadounidense (Zakaria, 2008). La mayoría de las guerras

son agresión instrumental. En 2003, los líderes de Estados Unidos y Gran Bretaña justificaron el ataque en Irak no como un esfuerzo hostil para matar iraquíes, sino como un acto instrumental de liberación y autodefensa en contra de las supuestas armas de destrucción masiva. Los adolescentes que acosan a otros, ya sea verbal o físicamente, también realizan agresión instrumental, porque a menudo buscan demostrar su dominio y estatus elevado. En la extraña jerarquía de la adolescencia, ser infame y desagradable a veces puede provocar que uno sea popular y admirado (Salmivalli, 2009). La mayoría de los homicidios son agresión hostil. Alrededor de la mitad provienen de discusiones y otros son resultado de triángulos amorosos o de peleas que implican la influencia del alcohol o las drogas (Ash, 1999). Tales asesinatos son exabruptos impulsivos y emocionales, lo cual ayuda a explicar por qué los datos de 110 países muestran que la pena de muerte no conduce a la disminución de homicidios (Costanzo, 1998; Wilkes, 1987). No obstante, algunos asesinatos y muchos otros actos violentos de venganza y coacción sexual son instrumentales (Felson, 2000). La mayoría de los más de 1 000 homicidios en Chicago realizados por el crimen organizado durante la época de la prohibición y en los años posteriores fueron agresiones frías e instrumentales cuyo propósito era eliminar a un rival.

2.8 TEORIAS DE LA AGRESIÓN

AGRESIÓN COMO FENÓMENO BIOLÓGICO

Los filósofos han debatido si la naturaleza humana es fundamentalmente la de un “noble salvaje” benigno y satisfecho, o la de una bestia. El primer punto de vista, que planteó el filósofo del siglo XVIII, Jean-Jacques Rousseau (1712-1778), atribuye los males sociales a la sociedad, no a la naturaleza humana. La segunda idea, que se asocia con el filósofo inglés, Thomas Hobbes (1588-1679), atribuye a la sociedad la capacidad de limitar a la bestia humana. En el siglo XX, Sigmund Freud, el fundador del psicoanálisis, postuló en Viena la perspectiva de la “bestialidad”, que el impulso agresivo es innato y, por ende, inevitable, mientras que Konrad Lorenz, experto en comportamiento animal, lo hizo en Alemania. El comportamiento instintivo y la psicología evolutiva Freud especuló que la agresión humana proviene de un impulso autodestructivo y que se redirige a los demás la energía del impulso primitivo de

muerte (la pulsión de muerte). Lorenz, experto en conducta animal, consideraba a la agresión como adaptativa, en lugar de autodestructiva. Los dos coincidieron en que la energía agresiva era instintiva (innata, no aprendida y universal). Si no se descarga, supuestamente se va acumulando hasta explotar, o hasta que un estímulo apropiado la “libera”, como un ratón se escapa de una trampa. La idea de que la agresión es un instinto se desplomó a medida que la lista de supuestos instintos humanos creció hasta incluir casi cualquier conducta humana concebible. En 1924 se hizo una revisión en libros de ciencias sociales y se enumeraron cerca de 6 000 supuestos instintos (Barash, 1979). Los científicos sociales han tratado de explicar la conducta social nombrándola. Es tentador jugar a este juego de explicar las cosas por medio de darles un nombre: “¿Por qué las ovejas se mantienen juntas?”. “Porque tienen un instinto de rebaño”. “¿Cómo sabes que tienen un instinto de rebaño?”. “Solo míralas: ¡siempre están juntas!”. La idea de que la agresión es instintiva tampoco explica las variaciones en agresividad de una persona a otra y de una cultura a otra. ¿Cómo puede explicar un instinto agresivo compartido de los seres humanos la diferencia entre los pacíficos iroqueses antes de la llegada de los invasores blancos y los iroqueses hostiles después de la invasión (Hornstein, 1976)? Aunque la agresión tiene una influencia biológica, la propensión humana a agredir no cumple con los requisitos de conducta instintiva. Sin embargo, a veces la agresión tiene sus raíces en los impulsos evolutivos básicos. A lo largo de gran parte de la historia humana, la agresión ha sido en especial adaptativa para los varones, señalan los psicólogos evolutivos como John Archer (2006) y Francis McAndrew (2009). La agresión deliberada mejoró las probabilidades de supervivencia y reproducción. Los perdedores, indicó McAndrew, “corrían el riesgo de aniquilación genética”.

Influencias neurales

Debido a que la agresión es una conducta compleja, no hay un sitio específico del cerebro que la controle. Pero los investigadores han encontrado sistemas neurales en el cerebro tanto de animales como de humanos que facilitan la agresión. Cuando los científicos activan estas áreas cerebrales, la hostilidad aumenta; cuando las desactivan, la hostilidad disminuye. En consecuencia, es posible provocar furia en

animales dóciles y someter a los animales furiosos, en general, al estimular su hipotálamo (Falkner et al, 2016; Falkner y Lin, 2014). En un experimento, los investigadores colocaron un electrodo en un área inhibidora de la agresión en el cerebro de un mono dominante. Un mono de menor tamaño, al que se le dio un botón que activaba el electrodo, aprendió a presionarlo cada vez que el mono tiránico se volvía intimidante. La activación cerebral también funciona con los humanos. Después de recibir estimulación eléctrica indolora en su amígdala (un área cerebral central que participa en la emoción) una mujer se puso furiosa y estrelló su guitarra contra la pared, apenas a unos centímetros de la cabeza de su psiquiatra (Moyer, 1976, 1983).

Influencias genéticas

La herencia influye en la sensibilidad del sistema neural a las señales agresivas. Desde hace mucho tiempo se sabe que es posible criar a los animales de modo que sean agresivos. A veces esto se hace con propósitos prácticos (como la cría de gallos de pelea) y a veces con propósitos de investigación. La psicóloga finlandesa, Kirsti Lagerspetz (1979), tomó ratones albinos y crió juntos a los más agresivos; luego hizo lo mismo con los menos agresivos. Después de repetir el procedimiento por 26 generaciones, tuvo un conjunto de ratones feroces y uno de ratones mansos. La agresividad también varía entre individuos (Asher, 1987; Bettencourt et al., 2006; Denson et al., 2006; Olweus, 1979). Nuestros temperamentos (qué tan temperamentales somos y qué tanto reaccionamos) son en parte algo que traemos con nosotros a este mundo, influidos por la capacidad de reacción de nuestro sistema nervioso simpático (Kagan, 1989; Wilkowski y Robinson, 2008). En general, el temperamento que exhibe una persona en la infancia perdura (Larsen y Diener, 1987; Wilson y Matheny, 1986). Un niño de 3 años que tiene poco autocontrol será más vulnerable al abuso de drogas y tendrá más probabilidades de ser arrestado cuando tenga 32 años (Moffitt et al., 2011). Un niño que no es agresivo a los 8 años muy probablemente seguirá siendo poco agresivo a los 48 (Huesmann et al., 2003). Por ende, cuando se interroga por separado a los gemelos idénticos, tienen mayor probabilidad de coincidir en un temperamento violento o de haber estado en peleas,

en comparación con los gemelos fraternos (Rowe et al., 1999; Rushton et al., 1986). De los delincuentes convictos que son gemelos, la mitad de sus gemelos idénticos (pero solo uno de cada cinco gemelos fraternos) también tiene antecedentes delictivos (Raine, 1993, 2008).

Influencias bioquímicas

Las sustancias químicas en la sangre también influyen en la sensibilidad neural a la estimulación agresiva. ALCOHOL Tanto los experimentos de laboratorio como los datos policíacos indican que el alcohol desata la agresión ante una provocación (Bushman, 1993; Taylor y Chermack, 1993; Testa, 2002). Un enorme análisis de estudios confirmó que el consumo del alcohol se asocia con mayores niveles de agresión, en especial en los varones (Duke et al., 2018)

TESTOSTERONA

Las influencias hormonales parecen ser mucho más fuertes en otros animales que en los seres humanos. Pero la agresividad humana sí se correlaciona con la testosterona, la hormona sexual masculina. Considere lo siguiente: □ Los fármacos que reducen las concentraciones de testosterona en varones humanos violentos refrenarán sus tendencias agresivas. □ Después de que los hombres llegan a los 25 años, sus concentraciones de testosterona y sus tasas de delitos violentos disminuyen a la par. □ Las concentraciones de testosterona son más altas en individuos encarcelados por delitos violentos planeados y no provocados, en comparación con aquellos condenados por delitos no violentos (Dabbs, 1992; Dabbs et al., 1995, 1997, 2001).

DIETA DEFICIENTE

Cuando el investigador británico, Bernard Gesch, hizo su primer intento por estudiar el efecto de la dieta en la agresión, se paró frente a cientos de internos en una prisión inglesa pero, sin importar cuánto gritara, ninguno de ellos lo escuchó. Al final habló en privado con “papi”, el “tipo rudo” que era líder de los internos, y 231 internos se

inscribieron para recibir suplementos nutricionales o placebo. Los prisioneros que recibieron la nutrición adicional participaron en 35% menos incidentes violentos (Gesch et al., 2002; Zaalberg et al., 2010). Es posible que tales programas también ayuden a la larga a las personas que no están en prisión, porque muchas personas tienen una dieta deficiente en nutrimentos importantes, como los ácidos grasos omega 3 (que se encuentran en el pescado y son importantes para el funcionamiento cerebral) y el calcio (que protege contra la impulsividad).

AGRESIÓN COMO RESPUESTA A LA FRUSTRACIÓN

Una de las primeras teorías psicológicas de la agresión, la popular teoría de frustración-agresión, dice que sí. La frustración es cualquier cosa (como la máquina expendedora defectuosa) que nos impide lograr una meta. La frustración aumenta cuando nuestra motivación para lograr una meta es muy fuerte, cuando esperamos gratificación y cuando el bloqueo es completo.

No es necesario que la energía agresiva explote de manera directa contra su fuente. La mayoría de la gente aprende a inhibir la represalia directa, en especial cuando otros podrían desaprobársela o castigarla; en lugar de ello, desplazamos o redirigimos nuestras hostilidades hacia objetivos más seguros. El desplazamiento ocurre como en la antigua anécdota acerca del hombre que, humillado por su jefe, reprende a su esposa, quien entonces le grita a su hijo, quien patea al perro y, en consecuencia, este muerde al cartero (quien se va a casa y reprende a su esposa...). En los experimentos y en la vida real, es más probable que la agresión se desplace cuando el objetivo comparte alguna semejanza con el instigador y cuando este comete algún acto irritante menor que desata la agresión desplazada (MarcusNewhall et al., 2000; Miller et al., 2003; Pedersen et al., 2000, 2008). Cuando alguien contiene enojo por una provocación previa, incluso una ofensa trivial puede producir una sobrerreacción explosiva (como quizá vea usted mismo si alguna vez le gritó a su compañero de cuarto después de perder dinero en una máquina expendedora defectuosa).

Aprendizaje observacional

Albert Bandura (1997) propuso una teoría del aprendizaje social de la agresión. Creía que aprendemos la agresión no solo al experimentar sus beneficios, sino también al observar a otros. Como con la mayoría de los comportamientos sociales, aprendemos la agresión observando cómo actúan otras personas y percatándonos de las consecuencias. Imagine esta escena de uno de los experimentos de Bandura (Bandura et al., 1961). Se pone a una niña preescolar a trabajar en una actividad artística interesante. Una adulta está en otra parte de la habitación, donde hay juegos de construcción, un mazo y un enorme muñeco “Bobo” inflable. Después de un minuto de jugar con los juegos de construcción, la adulta se levanta y durante cerca de 10 minutos, ataca al muñeco inflable. Lo golpea con el mazo, lo patea y lo arroja, mientras grita “Pégale en la nariz... Tíralo... Patealo”. Después de observar este arranque, se lleva a la niña a una habitación diferente con muchos juguetes muy atractivos. Pero después de dos minutos, el experimentador interrumpe diciendo que estos son sus mejores juguetes y que debe “guardarlos para los demás niños”. Ahora, la niña frustrada va a una tercera habitación con diversos juguetes diseñados para juego agresivo y no agresivo, dos de los cuales son un muñeco Bobo y un mazo. Los niños que no estuvieron expuestos al modelo adulto agresivo rara vez mostraron cualquier tipo de juego o plática ofensivos. Aunque estaban frustrados, de todos modos jugaron tranquilamente.

2.9 INFLUENCIAS DE LA AGRESIÓN

Considere algunas influencias específicas: incidentes aversivos, estimulación, medios de comunicación y contexto grupal.

INCIDENTES AVERSIVOS Las recetas para la agresión a menudo abarcan algún tipo de experiencia aversiva. Estas incluyen dolor, calor incómodo, un ataque o aglomeración.

Dolor

El investigador Nathan Azrin (1967) estaba realizando experimentos con ratas de laboratorio en una jaula alambrada para que administrara choques eléctricos a las patas de los animales. Azrin quería saber si eliminar los choques reforzaría las

interacciones positivas de dos ratas. Planeaba encender el choque y luego, cuando las ratas se acercaran una a la otra, eliminar el dolor. Para su gran sorpresa, el experimento resultó imposible. En cuanto las ratas sentían dolor, se atacaban antes de que el experimentador pudiera apagar el choque. Mientras mayor era el choque (y el dolor), más violento era el ataque. El mismo efecto ocurrió entre una larga lista de especies, que incluye gatos, tortugas y serpientes. Los animales no eran selectivos en cuanto a los objetivos de su ataque. Atacaban a los animales de su propia especie y a los de especies diferentes, a muñecos rellenos o incluso a pelotas de tenis.

Calor

Las variaciones climáticas temporales pueden afectar la conducta. Los olores desagradables, el humo del tabaco y la contaminación del aire se han vinculado con comportamiento agresivo (Rotton y Frey, 1985). Pero el irritante ambiental más estudiado es el calor. William Griffitt (1970; Griffitt y Veitch, 1971) encontraron que, en comparación con estudiantes que respondieron cuestionarios en una habitación a temperatura normal, aquellos que lo hicieron en un salón incómodamente caluroso (más de 90 °F/32 °C) informaron sentirse más agotados y agresivos, y expresaron mayor hostilidad hacia un desconocido. Los experimentos de seguimiento revelaron que el calor también activa las represalias en respuesta a un ataque o lesión (Bell, 1980; Rule et al. 1987) y que conduce a agresión solo después de que las personas sensibles enfrentan un rechazo social (Fay y Maner, 2014).

Ataques

Sufrir un ataque o un insulto es especialmente provocador de agresión. Varios experimentos confirman que los ataques intencionales engendran ataques en represalia. En la mayoría de estos experimentos, una persona compite con otra en un concurso de tiempos de reacción. Después de cada ensayo, el ganador elige el nivel de choque que se administrará al perdedor. De hecho, cada persona está jugando contra un oponente programado que aumenta de modo uniforme la

cantidad de choque. ¿Los participantes reales responden de manera caritativa? Es difícil. La respuesta más probable es la de “ojo por ojo” (Ohbuchi y Kambara, 1985).

ESTIMULACIÓN

Hasta el momento, vimos que varios estímulos aversivos estimulan el enojo. ¿Otros tipos de estimulación, como la que ocurre durante el ejercicio o la excitación sexual, tienen un efecto similar? Imagine que después de terminar una carrera estimulante, Lourdes llega a casa y descubre que la persona que vería en su cita esa noche llamó para avisar que tenía otros planes. ¿Es más probable que Lourdes estalle en un ataque de furia después de correr que si hubiera encontrado el mismo mensaje luego de despertar de una siesta? O, debido a que se acababa de ejercitar, ¿eso alejará su agresión? Para descubrir la respuesta, considere cómo interpretamos y clasificamos nuestros estados físicos. En un famoso experimento, Stanley Schachter y Jerome Singer (1962) encontraron que podemos experimentar un estado físico de estimulación de maneras diferentes. En la Universidad de Minnesota, estimularon a hombres utilizando inyecciones de epinefrina. El fármaco produce rubor, palpitaciones y frecuencia respiratoria más rápida. Cuando se les advertía por anticipado sobre los efectos del fármaco, los hombres sintieron poca emoción, aun cuando estaban sentados junto a una persona hostil o eufórica. Por supuesto, podían atribuir fácilmente sus sensaciones físicas al fármaco. Schachter y Singer le hicieron creer a otro grupo de hombres que la inyección no producía esos efectos secundarios. Luego los colocaron también en compañía de una persona hostil o eufórica. ¿Cómo se sintieron o actuaron? Se enojaron cuando estaban en compañía de la persona hostil y se divirtieron cuando estaban con la eufórica. El principio parece ser el siguiente: un estado de estimulación se puede interpretar de diferentes modos, dependiendo del contexto.

SEÑALES DE AGRESIÓN

Como indicamos antes cuando hablamos de la hipótesis de frustración-agresión, la violencia es más probable cuando las señales agresivas liberan el enojo reprimido.

Leonard Berkowitz (1968, 1981, 1995) y otros encontraron que la vista de un arma es una de esas señales. En un experimento, los niños que acababan de jugar con armas de juguete presentaron mayor disposición a tirar los bloques de construcción de otro niño. En otro experimento, algunos varones enojados de la Universidad de Wisconsin administraron más choques eléctricos a sus agresores cuando tenían cerca un rifle y un revólver (que supuestamente se dejaron allí en un experimento anterior) que cuando se dejaron unas raquetas de bádmiton (Berkowitz y LePage, 1967). En un experimento más reciente, las personas que utilizaron un simulador de conducción de automóviles mientras tenían una pistola (en lugar de una raqueta de tenis) en el asiento del pasajero, manejaron en forma más agresiva (Bushman et al., 2017). En un metaanálisis de 78 estudios independientes, la mera presencia de armas aumentó los pensamientos y comportamientos agresivos, lo cual se conoce como “efecto de las armas” (Benjamin et al., 2018). Aquello que tenemos a la vista está en nuestra mente.

INFLUENCIAS MEDIÁTICAS: PORNOGRAFÍA Y VIOLENCIA SEXUAL

En la actualidad, la pornografía es un negocio más importante en Estados Unidos que el fútbol americano, el baloncesto y el béisbol profesionales combinados, gracias a unos 13 mil millones de dólares gastados en las cadenas de cable y satelitales de la industria, cines y películas de pago por evento, y películas en cuartos de hotel, sexo telefónico, revistas sexuales y sitios de internet (D’Orlando, 2011). La fácil disponibilidad de pornografía en la internet aceleró su popularidad. En una encuesta reciente con hombres estadounidenses de 18 a 26 años, 87% dijeron que veían pornografía por lo menos una vez al mes, y cerca de la mitad la veían una vez por semana. Sin embargo, solo 31% de las mujeres informaron ver pornografía en absoluto (Carroll et al., 2008). El uso de pornografía es más común entre varones jóvenes, menos religiosos y que tienen más parejas sexuales que el promedio. El uso de pornografía por parte de los hombres en Estados Unidos aumentó entre 1993 y 2010 (Wright, 2013). La investigación sociopsicológica acerca de la pornografía se ha enfocado sobre todo en las representaciones de violencia sexual, que es común en los videos pornográficos (Sun et al., 2008). Un típico episodio sexual violento presenta a un hombre que fuerza a una mujer a tener relaciones sexuales. Al

principio ella se resiste e intenta defenderse de su atacante. De manera gradual, a medida que ella se resiste y él insiste, ella se excita sexualmente y su resistencia se desvanece. Al final, ella alcanza el éxtasis, pidiendo más. Por supuesto que el problema es que en realidad las mujeres no responden de ese modo a la violación o al acoso sexual: este escenario es pura fantasía. Los psicólogos sociales informan que ver tales escenas ficticias de un hombre que domina y excita a una mujer puede: (a) distorsionar las percepciones de los hombres (y tal vez de las mujeres) acerca de la respuesta real de las mujeres a la coacción sexual y (b) aumentar la agresión masculina hacia las mujeres.

INFLUENCIAS MEDIÁTICAS: TELEVISIÓN, PELÍCULAS E INTERNET

Hemos visto que ver a una persona agresiva que modela un ataque contra un muñeco Bobo puede desatar los impulsos agresivos de los niños y enseñarles nuevas formas de agredir. También vimos que después de ver películas que presentan violencia sexual, muchos varones enojados actuarán de manera más violenta contra las mujeres. ¿Ver los programas cotidianos en televisión tiene cualquier efecto similar? En la actualidad, en gran parte del mundo industrializado, casi todos los hogares (99.2% en Australia, por ejemplo) tienen un televisor. En 2009, el hogar promedio en Estados Unidos tenía tres aparatos de televisión, lo cual ayuda a explicar por qué es frecuente que padres e hijos den informes diferentes de lo que los niños ven (Nielsen, 2010). En algunos hogares de nuestros tiempos, cada miembro de la familia tiene su propia tableta, lo cual dificulta todavía más a los padres que vigilen el uso que le dan sus hijos a los medios. Dicho esto, los televisores proyectan sus ondas electromagnéticas a los globos oculares de los niños durante más horas de crecimiento de las que pasan en la escuela, de hecho, más horas de las que pasan en cualquier otra actividad durante la vigilia. En un análisis de contenido de los melodramas televisivos que se transmitieron en 2012-2013, un arma de fuego, cuchillo o espada apareció en pantalla cada tres minutos. Los niños que vieron cuatro episodios del programa “Mentes criminales” en el verano de 2012 estuvieron expuestos a cerca de 53 actos de violencia por episodio, a una tasa de uno por cada minuto con ocho segundos (PTC, 2013). La agresión social (como el acoso escolar y

la exclusión social) es igual de frecuente; en los 50 programas más populares de televisión entre niños de 2 a 11 años, 92% presentaban por lo menos algún tipo de agresión social. Con frecuencia, este acoso escolar provenía de algún perpetrador atractivo, presentado como divertido y que no recibía recompensa ni castigo (Martins y Wilson, 2012a).

Efectos de los medios en el razonamiento

Nos enfocamos en el efecto de la televisión en el comportamiento, pero los investigadores también han examinado los efectos cognitivos de la exposición a la violencia: ¿la exposición prolongada nos desensibiliza frente a la crueldad? ¿Los programas televisivos de crímenes en horarios de máxima audiencia nos dan guiones de cómo actuar? ¿Esto distorsiona nuestras percepciones de la realidad? ¿Facilita que tengamos pensamientos agresivos?

- Desensibilización
- Guiones sociales □
- Percepciones alteradas □
- Facilitación cognitiva.

2.10 INFLUENCIA DE LOS VIDEOJUEGOS

Las preocupaciones sobre los videojuegos violentos aumentaron después de que los asesinos adolescentes en diversos tiroteos masivos reprodujeron la horrible violencia con la que habían jugado con tanta frecuencia en pantalla. Adam Lanza, quien le disparó a 20 niños de primero de primaria y a seis maestros en la Sandy Hook Elementary School en Connecticut en 2012, pasaba muchas horas jugando el videojuego de guerra Call of Duty (Kleinfield et al., 2013). En 2013, un niño de ocho años disparó contra una mujer de 90 años y la mató después de jugar Grand Theft

Auto IV (Stegall, 2013). Y entonces la gente se preguntó: ¿Qué aprenden los jóvenes en las interminables horas de role-playing sobre ataques y desmembramientos? ¿Y se logró algo cuando algunas tiendas en Noruega retiraron los videojuegos violentos de sus anaqueles en respuesta al asesinato de adolescentes en 2011 a manos de un tirador adicto a los videojuegos (Anderson, 2011)? La mayoría de los fumadores no mueren de cáncer de pulmón. La mayoría de los niños que sufren abuso no terminan siendo abusadores. Y la mayoría de la gente que pasa cientos de horas ensayando la matanza de personas, llevan vidas tranquilas. Es posible que algunos declaren: “Yo juego videojuegos violentos y no soy agresivo”. Esto permite que los defensores de los videojuegos, como los fabricantes de tabaco y los productores de televisión, digan que sus productos son inocuos. El problema con este argumento común es que un ejemplo aislado no prueba nada: no es un estudio científico. El hecho de que un tirador masivo juegue videojuegos no muestra que estos causen agresión y una persona no violenta que usa videojuegos tampoco muestra que estos no causen agresión. Un mejor abordaje consiste en examinar a grandes muestras de personas para averiguar si, en promedio, los videojuegos violentos aumentan la agresión. Gentile y Anderson (2003) ofrecen algunas razones por las que los videojuegos violentos podrían tener un efecto más tóxico que ver televisión violenta. Con los videojuegos, los jugadores: □ se identifican con, y representan el papel de, un personaje violento; □ ensayan la violencia de modo activo, en lugar de verla pasivamente;

□ participan en toda la secuencia de recreación de la violencia, al seleccionar a las víctimas, adquirir armas y municiones, acechar a la víctima, apuntar el arma, tirar del gatillo; □ se involucran en la violencia y las amenazas de ataque de manera continua; □ repiten los comportamientos violentos una y otra vez; □ reciben recompensa por los actos violentos.

Por tales razones, es frecuente que las organizaciones militares preparen a los soldados para disparar en combate a través de involucrarlos en juegos de simulación de ataques. La investigación que examina grandes muestras de personas deja en

evidencia que jugar videojuegos violentos sí aumenta, en promedio, el comportamiento, pensamientos y sentimientos agresivos fuera del juego. Al combinar los datos de 381 estudios con 130 296 participantes, Craig Anderson y sus colaboradores (2010) encontraron un efecto claro: el uso de videojuegos violentos aumentó la agresión: en niños, adolescentes y jóvenes adultos; en Norteamérica, Japón y Europa occidental; y en tres diferentes diseños de investigación (correlativo, experimental y longitudinal). Eso significa que los videojuegos violentos causaron agresión, incluso cuando se asignaron de manera aleatoria a los participantes para jugarlos (en comparación con un videojuego no violento), lo cual descarta la posibilidad de que (por ejemplo) a las personas agresivas les guste jugar juegos agresivos. Los videojuegos violentos conducen a acciones agresivas, aunque la magnitud del efecto es motivo de debates (Hilgard et al., 2017; Kepes et al., 2017).

2.11 ¿ES POSIBLE REDUCIR LA AGRESIÓN?

¿Podemos reducir la agresión? Demos una mirada a las sugerencias de las teorías e investigaciones en cuanto a los modos de controlar la agresión.

¿CATARSIS?

En la ciudad de Nueva York, las personas que quieren descargar su enojo pueden pagar por el privilegio de romper platos, laptops y televisores con un bate de metal en un establecimiento conocido como el Wrecking Club (Club del Destrozo). A su vez, Dallas tiene un Anger Room (Salón del Enojo) y Toronto, Budapest, Singapur, Australia y Gran Bretaña cuentan con Rage Rooms (salones de la ira) (Green, 2017). Algunas personas creen que estas expresiones de enojo deberían servir para reducir después la agresión. Si una persona “reprime su rabia, tenemos que encontrarle una salida. Tenemos que darle una oportunidad de desahogarse”, aseveraba el psiquiatra Fritz Perls (1973). Luego de que el uso de videojuegos violentos estuvo relacionado con un tiroteo masivo en 2012, un defensor de los juegos escribió: “¿podría ser que los videojuegos violentos sean una importante salida para la agresión? ¿Que en general estos videojuegos y la ‘violencia de fantasía’ nos permitan expresar el enojo y la agresión de una manera segura?” (Gilsdorf,

2013). Tales declaraciones suponen un “modelo hidráulico” en el que la energía agresiva acumulada, como el agua de una presa, necesita liberarse. En general, el concepto de catarsis se atribuye a Aristóteles. Aunque este filósofo no dijo nada acerca de la agresión, sí afirmó que podemos deshacernos de las emociones experimentándolas y que, por ende, ser un espectador de las tragedias clásicas facilitaba una catarsis (purga) de la pena y el temor. Creía que excitar una emoción significaba liberarla (Butcher, 1951). La hipótesis de la catarsis se amplió para incluir la descarga emocional que supuestamente se obtiene no solo al observar los dramas teatrales, sino también al recordar y revivir sucesos pasados, expresar emociones y mediante nuestras acciones. Al suponer que la acción o la fantasía agresiva drenan la agresión acumulada, algunos terapeutas y líderes de grupo han alentado a la gente a expresar la agresión reprimida poniéndola en acción al golpearse unos a otros con bates de hule espuma o golpeando una cama con una raqueta de tenis al tiempo que se grita. Si se les hace creer que la catarsis descarga con eficacia las emociones, la gente reaccionará de manera más agresiva ante un insulto como un modo de mejorar su estado de ánimo (Bushman et al., 2001). Al creer que la catarsis es terapéutica, algunos psicólogos aconsejan a los padres que alienten a sus hijos a descargar la tensión emocional a través de juego agresivo. Como vio antes, ese también es un argumento común para defender los videojuegos violentos. Pero, ¿la catarsis funciona? ¿Aquellos que descargan su enojo se vuelven menos (o más) agresivos? En pruebas de laboratorio acerca de la catarsis, los participantes enojados golpearon un saco de boxeo mientras rumiaban sobre alguien que les había hecho enojar o sobre lograr una mejor condición física. Un tercer grupo no golpeó el saco de boxeo. Cuando se les dio la oportunidad de transmitir descargas fuertes de ruido contra una persona que los había hecho enojar, aquellos que golpearon el saco mientras rumiaban su enojo se sintieron más furiosos y fueron más agresivos. Es más, no hacer nada en absoluto redujo de manera más eficaz su agresión que “desahogarse” golpeando el saco (Bushman, 2002). Dar rienda suelta al enojo provocó más agresión, no menos. Los experimentos de la vida real produjeron resultados similares. Un estudio examinó a usuarios de la internet que visitaban con frecuencia sitios para despotricar, donde se insta a la gente a expresar su enojo. ¿La oportunidad de expresar su hostilidad la redujo? No. Su hostilidad y enojo aumentaron y su felicidad disminuyó (Martin et al., 2013). Expresar hostilidad engendrará más hostilidad. Varios estudios encontraron que los espectadores canadienses y estadounidenses de fútbol americano, lucha y hockey exhiben más hostilidad después de ver el evento que antes (Arms et al., 1979; Goldstein y Arms, 1971; Russell, 1983). En lugar de reducir su enojo, ver estos deportes agresivos lo aumentó. Como indicó Brad Bushman (2002), “desahogarse para reducir el enojo es como usar gasolina para apagar un incendio”. Los actos crueles engendran actitudes crueles. Es más, los pequeños actos agresivos pueden engendrar su propia justificación. La gente denigra a sus víctimas, racionalizando sus futuras agresiones. Es posible que, a corto plazo, la represalia reduzca la tensión e, incluso, que dé placer (Ramirez et al., 2005). Pero a la larga, alimenta más sentimientos negativos. Como informaron Bushman y colaboradores (1999, 2000, 2001), aunque las personas a quienes se ha provocado golpeen un saco de boxeo y crean que fue catártico, el efecto es el contrario, al conducirles a exhibir mayor crueldad. “Es como el viejo chiste, reflexionó Bushman (1999). ¿Cómo llegas a Carnegie Hall? Practica, practica, practica. ¿Cómo te conviertes en una persona muy iracunda? La respuesta es la misma: practica, practica, practica”. En consecuencia, ¿deberíamos reprimir el enojo y los impulsos

agresivos? Malhumorarse en silencio difícilmente es más eficaz, porque permite que continuemos pensando en nuestras quejas mientras conducimos conversaciones dentro de nuestra cabeza. Bushman y colaboradores (2005) experimentaron con el efecto tóxico de tales reflexiones. Después de que un experimentador desagradable los provocó con insultos como “¿qué no sabe seguir instrucciones? ¡Hable más fuerte!”, a la mitad de los participantes se les dio una distracción (al pedirles que escribieran un ensayo sobre el paisaje en su campus) y a la mitad se le indujo a rumiar su enojo (al escribir un ensayo sobre sus experiencias como participantes de la investigación). A continuación, un supuesto compañero participante (de hecho, un cómplice del experimentador) los insultó levemente, y su respuesta fue enviarle una dosis de salsa picante que esa persona debía consumir. Los participantes a quienes se distrajo, y cuyo enojo inicial había amainado, enviaron una dosis baja de la salsa. Aquellos que seguían furiosos por meditar en los insultos desplazaron su impulso agresivo y recetaron el doble de salsa.

UNIDAD III

3.1 NECESIDAD DE PERTENENCIA

Como ya se ha dicho, los humanos somos animales sociales. Necesitamos pertenecer. Como en el caso de otras motivaciones, buscamos la pertenencia cuando no la tenemos y menos cuando nuestras necesidades se encuentran satisfechas (Baumeister y Leary, 1995; DeWall et al., 2009, 2011). Cuando sí pertenecemos, al sentirnos apoyados por relaciones cercanas e íntimas, tendemos a sentirnos más sanos y felices. Si se satisface la necesidad de pertenencia en equilibrio con otras dos necesidades humanas, la necesidad de sentir autonomía y competencia, el resultado típico será una profunda sensación de bienestar (Deci y Ryan, 2002; Milyavskaya et al., 2009; Sheldon y Niemiec, 2006). La felicidad es sentirnos conectados, libres y capaces. El psicólogo social Kipling Williams (2001, 2011; Wesselmann y Williams, 2017) ha explorado qué sucede cuando nuestra necesidad de pertenencia se ve frustrada por el ostracismo (el acto de excluir o ignorar a una persona). Los humanos de todas las culturas, sea en las escuelas, en el trabajo o en sus hogares, utilizan el ostracismo para regular el comportamiento social. Algunos de nosotros sabemos lo que se siente que se nos rechace, que nos eviten, desvíen la mirada al vernos o que nos “apliquen la ley del hielo” o no nos dirijan la palabra. Este uso del silencio es “abuso emocional” y “un arma terrible de utilizar”, dicen aquellos que lo han experimentado por parte de algún familiar o compañero de trabajo. En algunos experimentos, las personas a las que se deja fuera de un simple juego como el de atrapar la pelota se sienten disminuidas y estresadas. El ostracismo es doloroso y el dolor social se experimenta en forma aguda; más de lo que aquellos a los que jamás se ha condenado al ostracismo podrían saber (Nordgren et al., 2011). El ostracismo puede ser incluso peor que el acoso; este último, aunque en forma extrema negativo, al menos reconoce la existencia e importancia de la persona, mientras que el

ostracismo trata a la persona como si no existiera en absoluto (Williams y Nida, 2009). En un estudio, los niños a los que se condenó al ostracismo, pero que no padecieron de acoso escolar, se sintieron peor que los niños que padecieron acoso escolar y no se les condenó al ostracismo (Carpenter et al., 2012). Si tan solo pudiésemos empatizar de manera más cercana con las personas que sufren rechazo, habría una menor tolerancia al ostracismo. En ocasiones, el desánimo puede tornarse extremo, como cuando las personas agreden precisamente a aquellos cuya aceptación buscan (Reijntjes et al., 2011) o cuando participan en conductas autodestructivas. En diversos experimentos, estudiantes asignados en forma aleatoria al rechazo de sus pares (en comparación con quienes se aceptó) tuvieron mayores probabilidades de llevar a cabo conductas autodestructivas (como perder el tiempo leyendo revistas) y menos capaces de regular su conducta (como cuando comían galletas [Baumeister et al., 2005; Twenge et al., 2002]). En apariencia, la conducta estereotipada de comer helado después de una separación no es tan descabellada, ni tampoco el lugar común de la persona que ahoga sus penas en alcohol: las personas que padecieron el rechazo social de aquellos cercanos a ellas bebieron mucho más alcohol después de lo sucedido (Laws et al., 2017).

Estos excesos en bebida y alimentos pueden ser el resultado del colapso del autocontrol: las personas que padecen el ostracismo muestran deficiencias en los mecanismos cerebrales que inhiben las conductas indeseadas (Otten y Jonas, 2013). Fuera del laboratorio, los niños que sufrieron rechazo tuvieron mayores probabilidades, dos años después, de tener más problemas de autocontrol, como no finalizar tareas y no escuchar indicaciones (Stenseng et al., 2014), y también de actuar de manera más agresiva (Stenseng et al., 2014). En experimentos de laboratorio, las personas socialmente rechazadas también tuvieron mayores probabilidades de despreciar o agredir con ruidos desagradables a las personas que las habían insultado, estaban menos dispuestas a ayudar a los demás y tenían mayores probabilidades de engañar y robar (Kouchaki y Wareham, 2015; Poon et al., 2013; Twenge et al., 2001, 2007). Si una breve experiencia de laboratorio en que se “votaba para que dejaran la isla” podía producir este tipo de agresión, señalaron los investigadores, no queda más que preguntarse qué tendencias agresivas y

antisociales “podrían surgir de una serie de rechazos importantes o de la exclusión crónica”. Williams y Steve Nida (2011) se sorprendieron al descubrir que incluso el “ciberostracismo” por parte de personas desconocidas a las que jamás conoceremos tiene un efecto. Su procedimiento experimental se vio inspirado por la experiencia de Williams en un día de campo en el parque. Cuando un frisbee aterrizó cerca de sus pies, Williams lo arrojó de regreso a otras dos personas, que lo incluyeron en su juego por un momento. Cuando de repente dejaron de arrojar el disco en su dirección, Williams quedó sorprendido ante lo herido que se sintió por su rechazo (Storr, 2018).

3.2 CONDUCCION A LA AMISTAD Y A LA ATRACCION

Empecemos con aquellos factores que conducen a la amistad y después consideremos aquellos que sustentan y profundizan una relación.

PROXIMIDAD

Un predictor poderoso de si cualesquiera dos personas hacen amistad es la simple proximidad. La proximidad también puede fomentar la hostilidad: la mayoría de los ataques físicos y asesinatos involucran a personas que viven cerca unas de otras. Pero, con mucha mayor frecuencia, la proximidad genera agrado. Mitja Back y sus colaboradores de la Universidad de Leipzig (2008) confirmaron esto asignando a estudiantes de manera aleatoria a asientos en su primera clase y después pidiendo que cada uno se presentara de manera breve al resto del salón. Un año después de esta designación de asientos de una sola ocasión, los estudiantes informaron tener una amistad más cercana con aquellos que por casualidad se habían sentado junto o cerca de ellos durante esa primera clase. En el béisbol, los ampáyers tienen menores probabilidades de cantar un strike contra aquellos jugadores junto a los que han estado parados a lo largo del juego (Mills, 2014). Aunque pueda parecerle trivial a aquellos que meditan acerca de los misteriosos orígenes del amor romántico, hace ya mucho tiempo que los sociólogos averiguaron que la mayoría de las personas se casa con alguien que viva en su mismo vecindario, que trabaje en la misma empresa o trabajo, que se sienta en el mismo salón de clases o que visite el mismo sitio

favorito (Bossard, 1932; Burr, 1973; Clarke, 1952; McPherson et al., 2001). En una encuesta de Pew (2006) de personas casadas o en una relación de largo plazo, 38% se conocieron en el trabajo o en la escuela y algunos de los otros se conocieron cuando sus caminos se cruzaron en el vecindario, iglesia o gimnasio, o mientras crecían. Mire a su alrededor. Si se casa, es más que probable que lo haga con alguien que haya vivido, trabajado o estudiado a corta distancia de usted.

Interacción

Todavía más significativa que la distancia geográfica es la distancia funcional: la frecuencia con que se cruzan los caminos de las personas. Nos volvemos amigos de aquellos que usan las mismas entradas, estacionamientos y áreas de esparcimiento. Existen muchas mayores probabilidades de que los compañeros de cuarto universitarios asignados de manera aleatoria y quienes interactúan con frecuencia se vuelvan amigos que enemigos (Newcomb, 1961). En la universidad en la que soy catedrático [DM], hombres y mujeres solían vivir en extremos diferentes del campus. De manera poco sorprendente, las amistades intersexuales eran poco comunes. Ahora que viven en residencias integradas y que comparten aceras, salas e instalaciones de lavandería, las amistades entre hombres y mujeres son más comunes. La interacción permite que las personas exploren sus semejanzas, intuyan sus agrados y aprendan más los unos de los otros y que se perciban a sí mismos como parte de una unidad social (Arkin y Burger, 1980). En un estudio, los desconocidos sentían más agrado entre sí mientras más tiempo hablaban (Reis et al., 2011).

Anticipación de interacción

La proximidad permite que las personas descubran puntos en común y que compartan recompensas. Pero la mera anticipación de la relación potencia el agrado. John Darley y Ellen Berscheid (1967) lo descubrieron cuando les dieron a mujeres de la Universidad de Minnesota información ambigua acerca de otras dos mujeres, con una de las cuales tenían la expectativa de hablar en forma íntima. Al preguntarles cuánto les agradaba cada una de ellas, las mujeres prefirieron a la persona a la que habrían de conocer. Las expectativas de salir con alguien también potencian el

agrado (Berscheid et al., 1976). Incluso los votantes que están en el lado perdedor de una contienda electoral encontrarán que la opinión que tienen del candidato ganador, que es a quien tendrán que tolerar, va en aumento (Gilbert et al., 1998).

Mera exposición

La proximidad conduce al agrado no solo porque permite la interacción y el agrado anticipatorio, sino también por una razón más sencilla: más de 200 experimentos revelan que, a diferencia de lo que reza el viejo proverbio, la confianza no da asco. Más bien, fomenta el cariño (Bornstein, 1989, 1999). La mera exposición a toda serie de estímulos novedosos —palabras sin sentido, caracteres de caligrafía china, selecciones musicales, caras—, aumentan las calificaciones que las personas otorgan a ellos. ¿Las “palabras” nansoma, saricik y afworbu significan algo mejor o peor que iktitaf, biwojni y kadirga? Al decirles que estas eran palabras turcas (cosa que no son), los estudiantes de la Universidad de Michigan que Robert Zajonc (1968, 1970) sometió a prueba, prefirieron el grupo de palabras que habían visto con mayor frecuencia. Mientras más tiempo habían visto la palabra sin sentido o un ideograma chino, más probable fue que afirmaran que significaba algo bueno (figura 11.1).

3.3 EL ATRACTIVO

¿Qué es lo que busca (o buscaba) en una pareja potencial? ¿Sinceridad? ¿Integridad? ¿Sentido del humor? ¿Atractivo físico? Las personas sofisticadas e inteligentes no hacen el más mínimo caso a las cualidades tan superficiales como la belleza física: saben que “la belleza no lo es todo” y que “no debes juzgar un libro por su cubierta”. Por lo menos, saben que eso es lo que deberían sentir. Como aconsejó Cicerón: “Resiste a la apariencia”. La creencia de que el físico no es importante puede ser otro ejemplo de cómo negamos lo que en verdad influye en nosotros, dado que en la actualidad ya existe todo un archivero lleno de investigaciones que muestran que la apariencia importa. La consistencia y generalidad de sus efectos es impactante. El atractivo físico es un valor. Atractivo y citas Nos guste o no, el atractivo físico de una joven mujer y de un hombre joven es un factor de predicción moderadamente bueno de la frecuencia con la que saldrán en citas (Berscheid et al., 1971; Reis et al., 1980,

1982; Walster et al., 1966). Sin embargo, más mujeres que hombres dicen que prefieren una pareja que sea poco atractiva, pero cariñosa que a alguien que tenga atractivo pero que sea distante (Fletcher et al., 2004). En una encuesta mundial de internet de la BBC con casi 220 000 personas, los hombres, más que las mujeres, clasificaron el atractivo físico como importante en una pareja, mientras que más mujeres que hombres le asignaron importancia a la honestidad, el sentido del humor, la gentileza y la responsabilidad (Lippa, 2007). En una investigación longitudinal que estudió a parejas heterosexuales por cuatro años, el atractivo físico de la esposa predijo la satisfacción marital del marido más de lo que el atractivo físico del marido predijo la satisfacción de la mujer. En otras palabras, las esposas atractivas conducen a maridos más felices, pero los esposos atractivos tuvieron un menor efecto en la felicidad de sus esposas (Meltzer et al., 2014). Los hombres gay y las mujeres lesbianas también exhibieron estas diferencias sexuales, por lo que los hombres tanto gay como heterosexuales valoraron la apariencia física más que las mujeres, ya fueran lesbianas o heterosexuales (Ha et al., 2012). ¿Será que estos autoinformes indican, como lo han supuesto muchos, que las mujeres acatan más los consejos de Cicerón? ¿O que nada ha cambiado desde 1930, cuando el filósofo inglés Bertrand Russell (1930, p. 139) escribió: “¿En términos generales, las mujeres aman a los hombres por su carácter mientras que los hombres aman a las mujeres por su apariencia?” ¿O es que esto sucede porque es más frecuente que los hombres inviten a las mujeres? Si las mujeres indicaran sus preferencias entre varios hombres, ¿su apariencia física sería igual de importante para ellas de lo que lo es para los hombres? En un estudio clásico, Elaine Hatfield y colaboradores (1966) emparejaron a 752 alumnos de primer año de la Universidad de Minnesota para un baile como parte de la “Semana de Bienvenida”. Los investigadores le aplicaron una prueba de aptitudes y de personalidad a cada alumno, pero formaron a las parejas de manera aleatoria. La noche del baile, las parejas bailaron y hablaron por dos y media horas y después evaluaron sus citas. ¿Qué tan bien predijeron la atracción las pruebas de personalidad y de aptitudes? ¿A las personas les atrajo más una persona con alta autoestima o con baja ansiedad o diferente de sí mismas en cuanto a sociabilidad? Los investigadores examinaron una larga lista de posibilidades, pero hasta donde

podieron determinar, importó una sola cosa: lo atractiva que era la persona (según valoración previa de los investigadores). Mientras más atractiva fue la mujer, más agradó al hombre y más dispuesto a estaba a volver a salir con ella. Y mientras más atractivo el hombre, más le agradó a la mujer y más quiso volver a salir con él. Lo bonito agrada. Estudios más recientes han obtenido datos de noches de citas relámpago, en las que la gente interactúa con una variedad de parejas potenciales durante algunos minutos y después indica las personas a las que le gustaría volver a ver (si ambas personas indican que “sí”, se les proporciona la información de contacto). El procedimiento se fundamenta en investigaciones que muestran que podemos formar impresiones perdurables de otros con base en “rebanadas delgadas” de su comportamiento social de algunos segundos de duración (Ambady et al., 2000). En investigaciones relacionadas con las citas relámpago, los hombres (a diferencia de las mujeres) pensaron que les importaría más el atractivo físico de la pareja potencial, pero cuando llegó el momento en que debían decidir con quién querían salir, el atractivo del candidato fue igual de importante tanto para hombres como para mujeres (Eastwick y Finkel, 2008a, b).

3.4 EL AMOR

El amor es más complejo que el agrado y, por ende, más difícil de medir y más confuso de estudiar. Las personas lo añoran, viven por él y mueren por él. La mayoría de los investigadores de la atracción han estudiado aquello que es más sencillo de estudiar: las respuestas durante encuentros breves con desconocidos. Las influencias de nuestro agrado inicial por alguien más, proximidad, atractivo, semejanza, sentir que agradamos y otras características que representan recompensas, también influyen en las relaciones cercanas a largo plazo. Así, las impresiones que las personas rápidamente se forman unas de otras proporcionan una pista acerca de su futuro a largo plazo (Berg, 1984; Berg y McQuinn, 1986). De hecho, si los romances de Estados Unidos florecieran de manera aleatoria, sin consideración por la proximidad y la semejanza, la mayoría de los católicos (que representan una minoría en ese país) se casarían con protestantes, la mayoría de las personas negras se casaría con blancos y los graduados universitarios (que también representan una minoría) tendrían las mismas probabilidades de casarse con

desertores escolares que con otros graduados universitarios. Así pues, las primeras impresiones son importantes. No obstante, el amor a largo plazo no es una mera intensificación del agrado inicial. Por ello los psicólogos sociales estudian las relaciones duraderas y cercanas.

AMOR PASIONAL

El primer paso para estudiar el amor romántico de manera científica, como en el estudio de cualquier variable, es decidir cómo definirlo y medirlo. Tenemos maneras de medir la agresión, el altruismo, el prejuicio y el agrado... pero, ¿cómo se mide el amor? “¿Cómo te amo? Déjame contar las formas”, escribió Elizabeth Barrett Browning. Los científicos sociales han contado diversas maneras. El psicólogo Robert Sternberg (1998) considera que el amor es un triángulo que consiste en tres componentes: pasión, intimidad y compromiso.

Algunos de los elementos del amor son comunes a toda relación amorosa: comprensión mutua, dar y recibir apoyo, disfrutar de la compañía del amado. Algunos elementos son distintivos. Si experimentamos el amor pasional, lo expresamos de manera física, esperamos que la relación sea exclusiva y sentimos una intensa fascinación por nuestra pareja. Puede verse en nuestros ojos. Zick Rubin (1973) lo confirmó. Aplicó una escala del amor a cientos de parejas de la Universidad de Michigan. Después, desde el otro lado de un vidrio de visión unilateral en la sala de espera de un laboratorio, cronometró el contacto ocular entre parejas con “amor débil” y con “amor fuerte” (la mirada mutua comunica agrado y evitar la mirada comunica ostracismo [Wirth et al., 2010]). De modo que los resultados de Rubin no lo sorprenderán: las parejas con amor fuerte se delataron a sí mismas mirándose a los ojos largo tiempo. Al hablar, también asienten con la cabeza, sonríen de manera natural y se inclinan hacia adelante (Gonzaga et al., 2001). Al observar a parejas en citas relámpago, no se lleva más que unos segundos hacer una suposición razonablemente precisa de si una persona está interesada en otra (Place et al., 2009).

AMOR SOCIABLE O DE COMPAÑÍA

Aunque el amor pasional es ardiente, como una especie de cohete relacional, tiende a estabilizarse una vez que la relación alcanza una órbita estable. La euforia del romance puede durar algunos meses, o incluso un par de años. Pero no es para siempre. “Cuando estás enamorado, son los dos días y medio más gloriosos de tu vida”, bromeaba el comediante Richard Lewis. La novedad, la intensa absorción mutua, la chispeante emoción del romance y la embelesada sensación de “flotar como en las nubes” desaparece. Después de un par de años de matrimonio, los cónyuges expresan su afecto alrededor de la mitad del tiempo que cuando se acababan de casar (Huston y Chorost, 1994). Alrededor de los cuatro años después de casarse, las tasas de divorcio alcanzan su máximo en las diferentes culturas alrededor del mundo (Fisher, 1994). Si ha de persistir una relación cercana, terminará por apaciguarse y convertirse en la cálida sensación de bienestar conocida como amor sociable o de compañía. Las hormonas facilitadoras de la pasión (testosterona, dopamina y adrenalina) disminuyen al tiempo que la oxitocina sustenta el apego y la confianza (Taylor et al., 2010). A diferencia de las emociones desenfrenadas del amor pasional, el amor sociable es menos estridente; es un apego profundo y afectuoso. Activa distintas partes del cerebro (Aron et al., 2005). Y es igual de verdadero. Nisa, una mujer del pueblo !Kung San del desierto del Kalahari en África, explica: “cuando dos personas están juntas por primera vez, sus corazones arden y su pasión es enorme. Después de un tiempo, el fuego se enfría y así permanece. Siguen amándose, pero de manera diferente: cálida y confiable” (Shostak, 1981). El vaivén del amor romántico sigue el patrón de la adicción a la cafeína, al alcohol y a otras drogas (Burkett y Young, 2012). Al principio, la droga provoca una reacción poderosa, una sensación de euforia. Con la repetición, las emociones contrarias adquieren fuerza y se desarrolla una tolerancia. La cantidad que antes era muy estimulante ya no produce excitación. Sin embargo, dejar de usar la sustancia no lo regresa al punto al que estaba de inicio. Más bien, produce síntomas de abstinencia: malestar, depresión y sensaciones de desagrado. Es frecuente que suceda lo mismo en el caso del amor. El subidón apasionado está destinado a templarse. La relación ya no romántica se da por sentada... hasta que termina. Entonces, el amante abandonado, el viudo, el divorciado, se sienten sorprendidos de lo vacía que ahora parece la vida

sin la persona por la que hace tanto tiempo dejaron de sentirse vinculados de forma apasionada. Al haberse centrado en aquello que no estaba funcionando, dejaron de notar aquello que sí funcionaba (Carlson y Hatfield, 1992).

3.5 EL APEGO

El amor es un imperativo biológico. Somos criaturas sociales, destinadas a vincularnos con otros. Nuestra necesidad de pertenencia es adaptativa. La cooperación promueve la supervivencia. En el combate uno a uno, nuestros ancestros no eran los depredadores más poderosos; pero como cazadores-recolectores y en sus capacidades de defensa contra los depredadores, su fuerza se encontraba en los números. Debido a que quienes vivían en agrupaciones sobrevivían y se reproducían, en la actualidad, contamos con genes que nos predisponen a formar esos tipos de vínculos. Los investigadores han encontrado que las diferentes formas de un gen en particular predicen la vinculación de parejas entre mamíferos. En el campañol, un roedor de campo muy similar al ratón, así como en los humanos, las inyecciones de hormonas tales como la oxitocina (que liberan las mujeres mientras amamantan y cuando se aparean) y la vasopresina producen sensaciones de bienestar que incitan la vinculación entre miembros del sexo opuesto (Donaldson y Young, 2008; Young, 2009). En los seres humanos, los genes asociados con la actividad de la vasopresina predicen la estabilidad marital (Walum et al., 2008). Tal es la biología del amor perdurable. Nuestra dependencia como lactantes fortalece los vínculos humanos. Poco después de nuestro nacimiento, exhibimos diversas respuestas sociales: amor, temor, enojo. Pero la primera y más importante de todas ellas es el amor. Como bebés, preferimos rostros y voces familiares casi de inmediato. Emitimos gorgoritos y sonreímos cuando nuestros padres nos dan atención. Alrededor de los ocho meses de edad, gateamos hacia nuestra madre o padre y por lo común emitimos chillidos cuando se nos separa de ellos. Al reunirnos, nos aferramos a nuestros progenitores. Al mantener a los lactantes cerca de sus cuidadores, el poderoso apego social funge como importante impulso de supervivencia.

Si se les priva de apegos conocidos, en ocasiones bajo condiciones de descuido intenso, los niños pueden volverse aislados, miedosos y silenciosos. Después de estudiar la salud mental de niños abandonados en nombre de la Organización Mundial de la Salud, el psiquiatra John Bowlby concluyó: “el apego íntimo a otros seres humanos es el centro alrededor del cual se mueve la vida de una persona... A partir de estos apegos íntimos [es que la gente obtiene] fuerza y disfruta de la vida”. Los investigadores han comparado el apego y el amor en diversas relaciones cercanas: entre padres e hijos, entre amigos y entre cónyuges o amantes (Davis, 1985; Maxwell, 1985; Sternberg y Grajek, 1984). Existen algunos elementos en común en todo apego amoroso: comprensión mutua, dar y recibir apoyo, valorar y disfrutar de estar con el ser amado. Las mismas áreas cerebrales que se asocian con el apego materno también se activan cuando los adultos piensan en su pareja romántica (Acevedo et al., 2012). Sin embargo, el amor pasional cuenta con algunas características adicionales: afecto físico, expectativas de exclusividad y una intensa fascinación por el ser amado. El amor pasional no solo es para los amantes. El amor intenso de los padres por sus hijos, y viceversa, se considera como una forma de amor pasional. Los lactantes de un año de edad, al igual que los amantes adultos jóvenes, reciben de manera grata el afecto físico, sienten angustia al estar separados, expresan un afecto intenso al volver a reunirse y obtienen un intenso placer de la atención y aprobación del otro significativo (Shaver y Mikulincer, 2011). Por supuesto, los lactantes varían en cuanto a la forma en que se relacionan con sus cuidadores, como también sucede en el caso de los adultos y de la forma en que se relacionan con sus parejas románticas. Esto hizo que Phillip Shaver y Cindy Hazan (1993, 1994) se preguntaran si los estilos de apego infantil pueden extenderse a las relaciones adultas.

3.6 EQUIDAD

Si cada miembro de una pareja busca satisfacer sus deseos sin ton ni son, la relación no prosperará. Por ello nuestra sociedad nos enseña a intercambiar recompensas a través del principio de equidad de la atracción: lo que usted y su pareja obtienen de su relación debe ser proporcional a lo que cada quien invierte en ella (Hatfield et al., 1978). Si las dos personas han de recibir desenlaces equitativos, deben contribuir de igual manera; de lo

contrario, uno u otro sentirá que hay injusticia. Si ambos sienten que los resultados corresponden a los activos y esfuerzos con los que cada uno contribuye, ambos percibirán que existe equidad. Los desconocidos y las amistades casuales mantienen la equidad mediante el intercambio de beneficios: tú me prestas tus apuntes de clase y, más adelante, yo te prestaré los míos. Yo te invito a mi fiesta; tú me invitas a la tuya. Las personas que se encuentran en relaciones duraderas, incluyendo compañeros de cuarto y aquellos que están enamorados, no se sienten obligados a intercambiar beneficios similares; apuntes por apuntes, fiestas por fiestas (Berg, 1984). Se sienten en mayor libertad de mantener la equidad mediante el intercambio de una variedad de beneficios (“¿Cuando vengas a traer tus apuntes, por qué no te quedas a cenar?”) y, al paso del tiempo, dejan de contabilizar quién le debe qué a quién. La sensación de equidad subyace a casi la totalidad de las cualidades que un grupo de estudiantes universitarios identificó como “motivo de ruptura” en la consideración de parejas a largo plazo. La mayoría indicó que no considerarían quedarse con alguien que fuera desatento o poco afectuoso, desdeñoso de sus intereses o que ya estuviera en otra relación o estuviera casado (Jonason et al., 2015). Equidad a largo plazo ¿Parece grotesco suponer que la amistad y el amor se basan en un intercambio equitativo de recompensas? ¿No hay ocasiones en las que damos en respuesta de las necesidades de nuestro amado sin esperar nada a cambio? De hecho, aquellos involucrados en una relación equitativa a largo plazo no se preocupan en lo absoluto de la equidad a corto plazo. Margaret Clark y Judson Mills (1979, 1993; Clark, 1984, 1986) argumentan que las personas incluso se esmeran por evitar el cálculo de cualquier intercambio de beneficios. Cuando ayudamos a un buen amigo, no queremos que nos devuelva el favor al instante. Si alguien nos invita a cenar, esperamos antes de corresponderles a fin de evitar que la persona atribuya el motivo de nuestra invitación correspondiente como el mero pago de una deuda social. Los amigos verdaderos están al tanto de las necesidades mutuas incluso cuando resulta imposible corresponder (Clark et al., 1986, 1989). De manera similar, las parejas felizmente casadas tienden a no llevar una cuenta de cuánto están dando y cuánto están recibiendo (Buunk y Van Yperen, 1991; Clark et al., 2010). A medida que las personas observan que sus parejas son desprendidas, crece su sentido de confianza en ellas (Wieselquist et al., 1999). En experimentos con estudiantes de la Universidad de Maryland, Clark y Mills confirmaron que no ser calculador es una señal de amistad. Los intercambios

equitativos aumentaban el agrado de las personas cuando la relación era relativamente formal, pero disminuían el agrado cuando ambas partes buscaban formar una amistad. Clark y Mills suponen que los contratos de matrimonio, en los que cada miembro de la pareja especifica lo que se espera de cada quien, tendrían mayores probabilidades de minar, más que enriquecer, el amor. Solo cuando la conducta positiva del otro es voluntaria es que podemos atribuirle al amor. Ya antes habíamos señalado que existía un principio de equidad en el fenómeno de la formación de parejas: las personas suelen llegar a sus relaciones románticas con activos equivalentes. A menudo, coinciden en cuanto a atractivo, estatus y así en forma sucesiva. Si no coinciden en un área, como en el caso del atractivo, suelen no coincidir en alguna otra área, como en el estatus. Pero en cuanto al total de sus activos, existe una coincidencia equitativa. Nadie dice, y mucho menos piensa: “te cambio mi atractivo físico por tus enormes ingresos”. Pero, en especial en las relaciones duraderas, la equidad es la regla.

Equidad percibida y satisfacción

En una encuesta, “compartir tareas del hogar” se encontró en el tercer lugar (después de “fidelidad” y “relaciones sexuales felices”) entre las nueve cosas que las personas consideraban como señales de un matrimonio exitoso (Pew Research Center, 2007b). De hecho, aquellas personas dentro de una relación equitativa suelen sentirse satisfechos (Fletcher et al., 1987; Hatfield et al., 1985; Van Yperen y Buunk, 1990). Aquellos que perciben que su relación es inequitativa sienten incomodidad: el que lleva la mejor parte puede sentirse culpable y el que siente que no está obteniendo lo que merece puede sentir una poderosa irritación (dado el sesgo en beneficio propio, la mayoría de los maridos perciben que contribuyen más a las tareas del hogar de lo que sus esposas piensan, la persona más beneficiada es menos sensible a la inequidad). Robert Schafer y Patricia Keith (1980) encuestaron a varios cientos de parejas casadas de todas las edades y señalaron aquellas que sentían que sus matrimonios eran algo injustos porque uno de los cónyuges contribuía demasiado poco a las labores de cocina, cuidado de la casa, crianza infantil o generación de ingresos. Las inequidades tenían consecuencias: aquellos que percibían inequidad también sentían mayor angustia y depresión. Durante los años

de crianza infantil, cuando las esposas a menudo se sienten carentes de beneficios y los maridos excedidos en cuanto a beneficios, la satisfacción marital tiende a bajar. Durante la luna de miel y cuando los hijos se independizan es más probable que los cónyuges perciban equidad y sientan satisfacción con sus matrimonios (Feeney et al., 1994). Cuando ambas partes dan y reciben en forma libre y toman decisiones conjuntas, las probabilidades de un amor sostenido y satisfactorio son excelentes. La inequidad marital percibida dispara las dificultades maritales, coincidieron Nancy Grote y Margaret Clark (2001) a partir de su seguimiento de parejas casadas a lo largo del tiempo. Pero también informaron que el tránsito entre inequidad y dificultades es de doble sentido: los problemas maritales exacerbaban la percepción de inequidad.

3.7 CONFIDENCIA

Las relaciones sociales y profundas son íntimas. Permiten que se nos conozca de la manera en que somos en realidad y que nos sintamos aceptados. Descubrimos esta deliciosa experiencia dentro de un buen matrimonio o de una amistad cercana: una relación en la que la confianza desplaza la ansiedad y donde estamos libres de abrirnos sin temor a perder el afecto del otro (Holmes y Rempel, 1989). Tales relaciones se caracterizan por la confianza (Derlega et al., 1993). A medida que una relación crece, los miembros de la pareja revelan más y más de sí mismos al otro; esta sinceridad permite que el conocimiento que tiene uno de otro penetre a niveles más profundos. En las relaciones que florecen, gran parte de esta confianza comparte éxitos y triunfos y el deleite mutuo relacionado con los sucesos felices (Gable et al., 2006). Cuando un amigo se regocija con nosotros a causa de alguna buena noticia, no solo aumenta nuestra felicidad en cuanto al suceso positivo, sino que también nos ayuda a sentirnos mejor acerca de la amistad (Reis et al., 2010). La mayoría de las personas disfruta de la intimidad. Es gratificante que nos elija alguien más para confesarnos algo íntimo. Sentimos agrado cuando una persona por lo común reservada nos dice que algo en nosotros lo “hizo sentir que podía abrirse” y comparte algún tipo de información confidencial (Archer y Cook, 1986; D. Taylor et al., 1981). No solo nos agradan aquellos que nos confiesan información, también tendemos a compartir información con aquellos que nos agradan. Y después de

compartir con ellos, nos agradan todavía más (Collins y Miller, 1994). Una manera de sentir intimidad y amor es hablar acerca de las propias emociones y puntos de vista. Las parejas que discutieron preguntas tales como “¿Si te dieran a elegir entre cualquier persona del mundo, a quién te gustaría invitar a cenar?” y

“¿Cuál es el logro más importante de toda tu vida?” sintieron un mayor amor pasional entre sí más adelante (Welker et al., 2014). Al carecer de oportunidades para la confidencia o al ocultar información preocupante, experimentamos el dolor de la soledad (Berg y Peplau, 1982; Solano et al., 1982; Uysal et al., 2010). Algunos experimentos han sondeado tanto las causas como los efectos de la confidencia. ¿Cuándo es que las personas están más dispuestas a proporcionar información íntima relacionada con “lo que te gusta y disgusta de ti mismo” o “aquello de lo que te sientes más avergonzado u orgulloso”? ¿Y qué efectos tienen dichas revelaciones sobre aquellos que las revelan y las reciben? El hallazgo más confiable es el del efecto de reciprocidad de confidencia: la confidencia genera confidencia (Berg, 1987; Miller, 1990; Reis y Shaver, 1988). Revelamos más a aquellos que se han mostrado abiertos con nosotros. Pero la confidencia rara vez es instantánea (de serlo, la persona podría parecer indiscreta e inestable). La intimidad apropiada progresa como si fuera un baile: yo revelo un poco, tú revelas un poco: pero no demasiado. Después tú revelas más y yo hago lo mismo. Para aquellas personas que están enamoradas, la profundización en la intimidad resulta emocionante. “La creciente intimidad crea una fuerte sensación de pasión”, señalan Roy Baumeister y Ellen Bratslavsky (1999). Esto ayuda a explicar las razones por las que aquellos que vuelven a casarse después de la pérdida de su cónyuge tienden a iniciar el nuevo matrimonio con un aumento en la frecuencia de relaciones sexuales y la razón por la que la pasión a menudo se acrecienta al máximo cuando la intimidad se restaura después de un conflicto importante. Algunas personas, mujeres en su mayoría, son “abridoros” en especial habilidosas: obtienen con facilidad información íntima de otros, incluso de aquellos que por lo regular no revelan gran cosa de sí mismos (Pegalis et al., 1994; Shaffer et al., 1996). Tales personas tienden a ser buenas escuchas. Durante la conversación, mantienen expresiones faciales de atención y dan la apariencia de estarse pasando un buen rato (Purvis et al., 1984). También es posible que expresen interés al pronunciar frases de apoyo mientras habla su interlocutor. Son lo que el psicólogo Carl Rogers (1980) llamaba escuchas “que promueven el crecimiento”; personas que son sinceras al revelar sus propios sentimientos, que aceptan los de los demás y que son escuchas empáticas, sensibles y reflexivas. ¿Cuáles son los efectos de este tipo de confidencia? El psicólogo humanista Sidney Jourard (1964) argumentaba que quitarnos nuestras máscaras y dejarnos percibir como somos nutre el amor. Asumía que resultaba gratificante abrirse ante otro para después recibir su confianza, lo que significaba ser franco con nosotros. Las personas se sienten mejor en los días en que han revelado algo significativo de sí mismas, como el ser lesbianas o gays, y se sienten peor cuando ocultan su identidad (Beals et al., 2009). Aquellas personas cuyos días incluyen conversaciones más profundas o sustanciales, más que solo plática insustancial, tienden a ser más felices. Justo eso es lo que encontraron Mathias Mehl y sus colaboradores (2010) después de equipar a 70 estudiantes universitarios con dispositivos de grabación que tomaban breves fragmentos conversacionales de 30 segundos cinco veces durante cada hora por un periodo de cuatro días. Tener una amistad

íntima con quien hablar sobre los peligros para nuestra autoimagen parece ayudarnos a sobrevivir el estrés (Swann y Predmore, 1985). Una verdadera amistad es una relación especial que nos ayuda a lidiar con nuestras otras relaciones. “Cuando estoy con mi amigo”, reflexionaba el dramaturgo romano Séneca, “pienso que me encuentro solo y en la misma libertad de decir cualquier cosa que de pensarla”. En el mejor de los casos, el matrimonio es una amistad de este tipo, confirmada por el compromiso. La confianza también representa uno de los deleites del amor sociable. Las parejas que salen o están casadas y que tienen más confianza tienden a disfrutar de las relaciones más satisfactorias y duraderas (Berg y McQuinn, 1986; Hendrick et al., 1988; Sprecher, 1987). Por ejemplo, en un estudio de parejas recién casadas enamoradas por igual, aquellas que se conocían más profunda y precisamente eran las que con mayor probabilidad disfrutaron de un amor perdurable (Neff y Karney, 2005). Las parejas casadas que coincidían con mayor frecuencia con la frase “trato de compartir mis pensamientos y sentimientos más íntimos con mi pareja” tendían a tener los matrimonios más satisfactorios (Sanderson y Cantor, 2001). Para las personas muy reticentes, el matrimonio puede no ser tan gratificante como para aquellos más dispuestos a compartir sus sentimientos (Baker y McNulty, 2010). Cuando suceden las inevitables desavenencias, las parejas que creen que el otro comprende su punto de vista, aunque no esté de acuerdo él, son las que mayor satisfacción informan dentro de su relación (Gordon y Chen, 2016). En una encuesta de matrimonios estadounidenses de Gallup, 75% de aquellos que rezaban con sus cónyuges (y 57% de aquellos que no lo hacían) informaron que sus matrimonios eran muy felices. Así también, aquellos que rezan juntos dicen con mayor frecuencia que hablan sobre su matrimonio con su pareja, que la respetan y que la consideran como amante hábil (Greeley, 1991). Las parejas que rezaban juntas sentían una mayor unidad y confianza con su pareja (Lambert et al., 2012). Entre creyentes, las oraciones que se comparten de corazón son una confianza sensible, íntima y conmovedora (Beach et al., 2011). Algunos investigadores también han encontrado que las mujeres están más dispuestas a comunicar sus temores y debilidades que los hombres (Cunningham, 1981).

Como lo dijo la escritora feminista Kate Millett (1975): “las mujeres expresan, los hombres reprimen”. No es de sorprender que tanto hombres como mujeres informan que las amistades con las mujeres tienden a ser más íntimas, disfrutables, educativas y que, en las redes sociales, tanto hombres como mujeres parecen preferir la amistad de las mujeres (Thelwall, 2008). No obstante, los hombres de hoy, en especial aquellos con actitudes igualitarias en cuanto a roles de género, parecen cada vez más dispuestos a revelar sus sentimientos íntimos y a disfrutar de las satisfacciones que acompañan las relaciones de confianza y confianza mutua. Y eso, indican Arthur Aron y Elaine Aron (1994), es la esencia misma del amor: dos seres, cada uno de los cuales conserva su individualidad, pero que comparten actividades, se deleitan en sus semejanzas y se apoyan entre sí. El resultado para muchas parejas románticas es la “integración yo-otro”: un entrelazamiento de

autoconceptos (Slotter y Gardner, 2009; figura 11.7). Si ese es el caso, ¿es posible cultivar una cercanía a través de las experiencias que se asemejan a la creciente cercanía de una amistad floreciente? Los Aron y sus colaboradores (1997) se lo preguntaron. Juntaron en parejas a estudiantes voluntarios que no se conocían para que interactuaran durante 45 minutos. Durante los primeros 15 minutos, compartieron pensamientos relacionados con una lista de temas de baja intimidad como “¿Cuándo fue la última vez que cantaste a solas?”. Los siguientes 15 minutos pasaron a temas más íntimos como “¿Cuál es tu recuerdo máspreciado?”. Los últimos 15 minutos provocaron todavía más confianza, con preguntas tales como “Completa la siguiente oración: ‘Me gustaría que tuviera a alguien con quien pudiera compartir...’” y “¿Cuál fue la última vez que lloraste frente a otra persona? ¿A solas?”. En comparación con participantes de control, que pasaron los 45 minutos hablando acerca de cosas insustanciales (“¿Qué te pareció tu preparatoria?” “¿Cuál es tu fiesta favorita?”), aquellos que experimentaron la confianza creciente terminaron su periodo sintiéndose cercanos de manera sorprendente a sus interlocutores; de hecho “la relación más cercana de toda la vida de 30% de estudiantes semejantes”, informaron los investigadores. Estas relaciones de seguro aún no estaban marcadas por la lealtad y compromiso de una verdadera amistad. No obstante, este experimento proporciona una demostración sorprendente de la facilidad con la que puede desarrollarse una sensación de cercanía con alguien más, dada la confianza abierta; algo que también puede ocurrir a través de la internet. (Vea “Enfoque: ¿La internet crea intimidad o aislamiento?”). A fin de promover la confianza en relaciones de citas, Richard Slatcher y James Pennebaker (2006) invitaron a uno de los miembros de 86 parejas a pasar 20 minutos al día, durante tres días, escribiendo sus pensamientos y sentimientos más profundos acerca de la relación (o, en la condición de control, escribiendo acerca de sus actividades diarias). Aquellos que escribieron acerca de sus sentimientos expresaron mayor emoción hacia sus parejas en los días que siguieron. Tres meses después, 77% seguía saliendo a citas (en comparación con 52% del grupo control).

3.8 EL INTERNET COMO CREADOR DE INTIMIDAD O AISLAMIENTO

Como lector del presente libro de texto universitario, es casi seguro que usted sea uno de los 3.7 mil millones de usuarios de la internet (según datos de 2017). Al teléfono le tomó siete décadas pasar de 1% a 75% de penetración en hogares estadounidenses. El acceso a la internet ha alcanzado una penetración de 75% en alrededor de siete años (Putnam, 2000). Disfruta de las redes sociales, de navegar en la red, de enviar mensajes de texto y, tal vez, de participar en listas de discusión o grupos de chat. ¿Qué cree usted: la comunicación mediada por computadora con comunidades virtuales es un sustituto deficiente para las relaciones interpersonales? ¿O es una forma maravillosa de ampliar nuestros círculos sociales? ¿La internet hace más por conectar a la gente o les quita tiempo a las relaciones cara a cara? Considere el debate.

Punto: la internet, al igual que la imprenta y que el teléfono, expande la comunicación y esta habilita las relaciones. La imprenta redujo la narración de cuentos cara a cara y el teléfono redujo las conversaciones cara a cara, pero ambas nos permiten comunicarnos con las personas sin limitaciones de tiempo y distancia. Las relaciones sociales implican la creación de redes y la internet es la máxima red. Permite la conexión eficiente con la familia, los amigos y las personas con gustos similares; incluyendo a las que de otro modo jamás se hubieran encontrado, sean pacientes de esclerosis múltiple, coleccionistas de San Nicolás o fanáticos de Viaje a las estrellas. Contrapunto: Todo eso es cierto, pero la comunicación por computadora está empobrecida. Carece de los matices del contacto visual acompañado de claves no verbales y del contacto físico. Fuera de unos cuántos emoticones, los mensajes electrónicos carecen de gestos, expresiones faciales y tonos de voz. No es de sorprender que sea tan fácil malinterpretarlos. La ausencia de las emociones expresivas contribuye a la ambigüedad de emociones. Por ejemplo, los matices vocales pueden señalar si una afirmación se dice en serio, en broma o si es un sarcasmo. Es frecuente que los comunicadores piensen que su intención de “es broma” sea igual de transparente tanto a través de un correo electrónico como de forma hablada. Sin embargo, cuando se envía ese correo electrónico, es frecuente que la intención no sea tan clara (Kruger et al., 2006). Así también, gracias al

anonimato de las discusiones virtuales, hay veces que el resultado es una guerra de provocaciones hostil. Una encuesta con 4 000 usuarios de la internet de finales del decenio de 1990 encontró que 25% informó que su tiempo en línea había reducido el tiempo que pasaban en persona y por teléfono con familiares y amigos (Nie y Erbring, 2000): una cifra que podría considerarse como más elevada en la actualidad. La internet, al igual que la televisión, les quita tiempo a las relaciones verdaderas. Las discusiones por internet no son lo mismo que las conversaciones íntimas entre personas. El cibersexo es intimidad artificial. El entretenimiento individualizado basado en la internet desplaza las reuniones para participar en juegos. La artificialidad y el asilamiento son lamentables porque nuestra historia ancestral nos predispone a necesitar relaciones en tiempo real, repletas de gestos y sonrisas. Punto: pero la mayoría de las personas no percibe que la internet sea aislante. Dos tercios de los usuarios de la internet en el 2014 indicaron que las comunicaciones en línea habían fortalecido sus relaciones con amigos y familiares (Pew Research Center, 2014). Quizá el uso de la internet desplace la intimidad en persona, pero también reduce el uso de la televisión. Si las compras cibernéticas con un solo clic son malas para la librería local, dejan más tiempo para las relaciones. El trabajo a distancia hace lo mismo y les permite a las personas trabajar desde casa y, por ello, pasar más tiempo con sus familias. ¿Y por qué decir que las relaciones formadas por computadora no son reales? Dentro de la internet, el aspecto físico y la localización dejan de importar. La apariencia, la edad y la raza no impiden que las personas se relacionen con uno con base en lo que es más importante en forma genuina: los intereses y valores compartidos. En las redes de trabajo y profesionales, las conversaciones mediadas por computadora están menos influidas por el estatus, por lo que son más espontáneas y equitativamente participativas. La comunicación por computadora fomenta más la confianza espontánea que las conversaciones cara a cara (Joinson, 2001) y estas revelaciones se perciben como más íntimas (Jiang et al., 2013). La mayoría de los coqueteos por internet no llegan a nada. “Todo el mundo a quien conozco y que ha intentado las citas por internet [...] concuerda que es detestable pasar (¿desperdiciar?) horas platicando con alguien para después conocerlo y darte cuenta de que es un bicho raro”, observó una mujer de Toronto

(Dicum, 2003). Esta experiencia no sorprendería a Eli Finkel y a sus colegas psicólogos sociales (2012). Casi un siglo de investigaciones en cuanto a la compatibilidad romántica los ha llevado a concluir que es muy poco probable que las fórmulas de los sitios para citas en línea hagan lo que afirman poder hacer. Los mejores factores de predicción del éxito de las relaciones, como los patrones de comunicación y otros indicadores de compatibilidad, surgen solo después de que las personas se ven y llegan a conocerse. No obstante, las parejas casadas que se conocieron en línea tuvieron menores probabilidades de romper y mayores probabilidades de sentirse satisfechos con sus matrimonios (Cacioppo et al., 2013). Las amistades y relaciones románticas que se forman en línea tienen mayores probabilidades que las relaciones en vivo de durar al menos dos años (Bargh et al., 2002; Bargh y McKenna, 2004; McKenna et al., 2002; McKenna y Bargh, 1998, 2000). En un experimento, las personas revelaban más, con mayor honestidad y menos poses, cuando conocían a otras personas en línea. También sentían un mayor agrado por las personas con las que conversaban en línea por 20 minutos que con aquellos con los que se reunían por la misma cantidad de tiempo cara a cara. Esto resultó ser cierto incluso cuando, sin saberlo, se reunían con la misma persona en ambos contextos. De manera similar, las personas encuestadas sienten que las amistades por internet son tan verdaderas, importantes y cercanas como sus relaciones fuera de línea. Contrapunto: la internet permite que las personas sean quienes en realidad son, pero también que finjan que son quienes no son en realidad, a veces en aras de la explotación sexual. Los medios sexuales de la internet, al igual que las demás formas de pornografía, pueden distorsionar las percepciones de las personas en cuanto a la realidad sexual, disminuir el atractivo de su pareja de la vida real, preparar a los hombres para percibir a las mujeres en términos sexuales, hacer que la coerción sexual parezca más trivial, ofrecer guiones mentales de cómo actuar en relaciones sexuales, aumentar la excitación y conducir a la desinhibición e imitación de conductas sexuales carentes de amor.

Por último, sugiere Robert Putnam (2000), los beneficios de la comunicación mediada por computadoras se ven limitados por la “ciberbalcanización de internet” (o formación de tribus digitales). La internet podrá permitir que las personas con

problemas auditivos se comuniquen entre sí, pero también permite que los supremacistas blancos se encuentren y, por ende, contribuye a la polarización social y política. A medida que continúa el debate acerca de las consecuencias sociales de la internet, “la pregunta más importante”, afirma Putnam (p. 180) será” no lo que la internet nos hará a nosotros, sino lo que nosotros haremos con ella... ¿Cómo podemos aprovechar esta prometedora tecnología para engrosar los vínculos comunitarios? ¿Cómo podemos desarrollar la tecnología para enriquecer la presencia social, la realimentación social y las señales sociales? ¿Cómo podemos utilizar la perspectiva de una comunicación rápida y económica para enriquecer el ahora desgastado tejido de nuestras comunidades verdaderas?”

3.9 DIVORCIO

A fin de predecir las tasas de divorcio de una cultura, sirve saber sus valores (Triandis, 1994). Las culturas individualistas (donde el amor es un sentimiento y las personas se preguntan “¿qué es lo que dice mi corazón?” tienen más divorcios que las culturas comunitarias (donde el matrimonio implica una obligación y las personas se preguntan “¿qué dirán otras personas?”). Los individualistas se casan “hasta que la falta de amor los separe” y los colectivistas más con mayor frecuencia se casan de por vida. Los individualistas esperan más pasión y realización personal dentro del matrimonio, lo que coloca mayor presión sobre él (Dion y Dion, 1993). En un par de encuestas, “mantener el romance con vida” se calificó con la misma importancia para un buen matrimonio por 78% de mujeres estadounidenses y 29% de mujeres japonesas (American Enterprise, 1992). Eli Finkel y colaboradores (2014, 2017) argumentan que el matrimonio se ha vuelto más desafiante en los tiempos individualistas actuales a medida que las parejas esperan obtener una mayor satisfacción de su matrimonio, pero invierten menos recursos en él; una ecuación potencialmente imposible. No obstante, incluso en la sociedad occidental, aquellos que entran en una relación con una orientación de largo plazo y con la intención de persistir, sí experimentan relaciones más sanas, menos turbulentas y más duraderas (Arriaga, 2001; Arriaga y Agnew, 2001). Las relaciones duraderas están basadas en el amor y la satisfacción perdurables, pero también en el temor al costo de la terminación, un sentido de obligación moral y la inatención a posibles parejas

alternativas (Adams y Jones, 1997; Maner et al., 2009; Miller, 1997). En el caso de aquellos decididos a que su relación perdure, por lo general sucede. Aquellos cuyo compromiso con su unión sobrevive al deseo que le dio vida sobrellevarán momentos de conflicto e infelicidad. Una encuesta nacional encontró que 86% de aquellos que estaban infelizmente casados, pero que se aferraron a sus matrimonios se sentían, al volver a entrevistarlos cinco años después, “muy” o “bastante” felices con sus matrimonios (Popenoe, 2002). En contraste, las personas narcisistas empiezan relaciones con un menor compromiso y menos probabilidades de éxito relacional a largo plazo

(Campbell y Foster, 2002). El riesgo de divorcio también depende de quién se casa con quién (Fergusson et al., 1984; Myers, 2000a; Tzeng, 1992). Por lo general, las personas permanecen casadas si se casan después de los 20 años de edad, ambos crecen dentro de hogares estables biparentales, salen juntos por mucho tiempo antes de casarse, tienen una educación buena y similar, disfrutaban de un ingreso estable proveniente de un buen trabajo, viven en un pueblo pequeño o en una granja, no cohabitan y no se embarazan antes del matrimonio, tienen compromisos religiosos, son de edad, filiación religiosa y educación semejantes.

Ninguno de estos factores de predicción, en sí mismo, es esencial para un matrimonio estable. Además, son correlatos de matrimonios duraderos, no necesariamente sus causas. Pero si ninguno de estos factores es cierto para alguna persona, el rompimiento del matrimonio es cosa casi segura. Si todos son ciertos, es probable que permanezcan juntos hasta su muerte. Es posible que los ingleses hayan estado en lo correcto cuando, hace varios siglos, presumían que la intoxicación temporal del amor pasional era una base insustancial sobre la cual tomar decisiones matrimoniales permanentes. Era mejor, sentían, elegir a la pareja con base en una amistad estable y antecedentes, intereses, hábitos y valores compatibles (Stone, 1977).

3.10 EL PROCESO DE DESAPEGO

Nuestras relaciones cercanas ayudan a definir la identidad social que moldea nuestro autoconcepto (Slotter et al., 2010). Así, de manera muy parecida en la forma en que experimentamos los mejores momentos de nuestras vidas cuando las relaciones empiezan, al tener un bebé, al hacer nuevos amigos, al enamorarnos,

experimentamos algunos de los peores momentos de nuestras vidas cuando las relaciones terminan, ya sea por muerte o por la rotura del vínculo (Jaremka et al., 2011). Cortar vínculos produce una secuencia predecible de preocupación angustiada con la pareja perdida, seguida de una profunda tristeza para culminar, al paso del tiempo, en el inicio del desapego emocional, de un dejar ir lo viejo al tiempo que nos centramos en alguien nuevo y un renovado sentido de la propia identidad (Hazan y Shaver, 1994; Lewandowski y Bizzoco, 2007; Spielmann et al., 2009). Debido a que, con frecuencia, los seres humanos se unen con más de una pareja, debemos haber evolucionado en procesos psicológicos para el rompimiento de relaciones, un mecanismo que los psicólogos evolutivos denominaron “módulo de rechazo de la pareja” (Boutwell et al., 2015). No obstante, las relaciones profundas y duraderas rara vez terminan con velocidad; el desapego es un proceso, no un evento aislado. Entre parejas que están saliendo juntas, mientras más cercana y duradera la relación, y mientras menos las alternativas disponibles, más doloroso será el rompimiento (Simpson, 1987). De manera sorprendente, Roy Baumeister y Sara Wotman (1992) informan que meses o años más tarde, las personas recuerdan más el dolor de haber rechazado el amor de alguien que el dolor de haberse visto rechazados. Esta angustia surge de la culpa de haber lastimado a alguien, y varía desde una perturbación relacionada con la persistencia del amante rechazado hasta la incertidumbre de cómo responder. Entre parejas casadas, el rompimiento tiene costos adicionales: el pasmo de familiares y amigos, la culpa de las promesas rotas, la angustia relacionada con la disminución de ingresos del hogar y, con probabilidad, menos tiempo con los hijos. De todos modos, cada año millones de parejas están dispuestas a pagar estos costos con tal de librarse de lo que perciben como los costos mayores de seguir dentro de una relación dolorosa y con pocas recompensas. Tales costos incluyen, en un estudio de 328 parejas casadas, un aumento de 10 veces los síntomas de depresión cuando el matrimonio está marcado por la discordia más que por la satisfacción (O’Leary et al., 1994). Sin embargo, cuando el matrimonio es “muy feliz” la vida, en general, se percibe con el mismo sentimiento.

Cuando las relaciones sufren, aquellos sin mejores alternativas o que se sienten atados a una relación (por cuestiones de tiempo, energía, amistades mutuas,

posiciones y posiblemente hijos) buscarán alternativas a finalizar la relación. Caryl Rusbult y colaboradores (1986, 1987, 1998) exploraron tres formas de lidiar con una relación deteriorada (cuadro 11.1). Algunas personas exhiben lealtad: esperan que las condiciones mejoren. Los problemas son demasiado dolorosos para confrontarlos y el riesgo de separación es demasiado, de modo que la pareja leal persevera, esperando que regresen los buenos tiempos. Otros (en especial los hombres) exhiben negligencia: ignoran a la pareja y permiten que la relación se deteriore. Al ignorar las insatisfacciones dolorosas, se presenta una desvinculación insidiosa a medida que los miembros de la pareja hablan menos y empiezan a redefinir sus vidas el uno sin el otro. Otros más expresan sus preocupaciones y toman medidas activas para mejorar la relación mediante la conversación de los problemas, al buscar consejo y haciendo intentos por cambiar.

Estudio tras estudio, de hecho, 115 estudios con un total de 45 000 parejas, revelaron que las parejas infelices discrepan, ordenan, critican y denigran. Las parejas felices con mayor frecuencia concuerdan, aprueban, asienten y ríen (Karney y Bradbury, 1995; Noller y Fitzpatrick, 1990). Después de observar a 2 000 parejas, John Gottman (1994, 1998, 2005) observó que los matrimonios sanos no estaban libres de conflicto. Más bien, se caracterizaban por la capacidad de reconciliar diferencias y compensar las críticas con el afecto. En los matrimonios exitosos, las interacciones positivas (sonrisas, contacto físico, cumplidos, risas) superaban las interacciones negativas (sarcasmo, desaprobación, insultos) en una proporción de al menos 5 a 1. No son la angustia y las peleas lo que predice el divorcio, añaden Ted Huston y sus colaboradores (2001), quienes hicieron un seguimiento de parejas recién casadas a lo largo del tiempo (la mayoría de los recién casados experimentan conflictos). Más bien, son la frialdad, la desilusión y la desesperanza las que predicen un oscuro futuro marital. Esto es en particular cierto, indicaron William Swann y asociados (2003, 2006), cuando los hombres inhibidos se unen a mujeres críticas. Las parejas exitosas han aprendido, en ocasiones con la ayuda de capacitación en comunicación, a limitar las denigraciones ponzoñosas y reacciones viscerales, y a pensar y comportarse de manera más positiva (McNulty, 2010). Discuten de manera limpia (expresando sus sentimientos sin insultar al otro). Despersonalizan el conflicto con comentarios como

“Sé que no es tu culpa” (Markman et al., 1988; Notarius y Markman, 1993; Yovetich y Rusbult, 1994). Parejas asignadas de forma aleatoria a pensar de manera menos emocional y más como observadores durante sus peleas se sintieron más satisfechas con sus matrimonios más adelante (Finkel et al., 2013). ¿Las relaciones infelices mejorarían si los miembros de la pareja acordaran actuar más como lo hacen las parejas felices, quejándose y criticando menos? ¿Afirmando y coincidiendo más? ¿Destinando momentos para expresar sus preocupaciones y hacerlo de manera calmada? ¿Rezando o jugando juntos a diario? ¿Así como las actitudes siguen a las conductas, los afectos siguen a las acciones? Joan Kellerman, James Lewis y James Laird (1989) se lo preguntaron. Sabían que entre las parejas enamoradas de forma apasionada el contacto visual suele ser prolongado y mutuo (Rubin, 1973). ¿Las miradas íntimas podrían también despertar sentimientos entre aquellos que no estuvieran enamorados (de manera similar a los 45 minutos de confianza creciente que evocaron sentimientos de cercanía entre estudiantes que no se conocían)? Para averiguarlo, les pidieron a pares de hombres y mujeres desconocidos que miraran fijamente por dos minutos ya fuera a las manos del otro o a los ojos del otro. Al separarse, los que se miraron a los ojos informaron sentir atisbos de atracción y de afecto entre sí. Fingir el amor había empezado a despertarlo.

3.11 AYUDA

INTERCAMBIO SOCIAL Y NORMAS SOCIALES

Varias teorías sobre la ayuda concuerdan en que, a la larga, el comportamiento asistencial beneficia al que ayuda al igual que al que recibe la ayuda. ¿Por qué? Una explicación supone que las interacciones humanas están guiadas por la economía social. No solo intercambiamos bienes materiales y dinero, sino también bienes sociales: amor, servicios, información, estatus (Foa y Foa, 1975). Al hacerlo, buscamos minimizar los costos y maximizar las recompensas. La teoría del intercambio social no afirma que vigilemos de manera consciente los costos y recompensas, solo que tal consideración pronostica nuestra conducta. Supongamos que en su campus hay una campaña de donación de sangre y alguien le pide participar. De manera implícita podría ponderar los costos de donar (el pinchazo de

la aguja, su tiempo, fatiga) contra aquellos de no donar (culpa, desaprobación). También podría ponderar los beneficios de donar (sentirse bien de ayudar a los demás, refrigerio gratuito) contra los de no donar (ahorrarse tiempo, incomodidad y ansiedad). Según la teoría del intercambio social, tales cálculos sutiles anteceden las decisiones de ayudar o no hacerlo. Aumento de la emoción positiva Las recompensas que motivan la ayuda pueden ser externas o internas. El neoyorkino que saltó a las vías del metro para salvar a un hombre que se desmayó (“Pensé, si lo atropella el tren, no podré ir al trabajo”) estaba motivado por las recompensas externas de su paga de jornada y media en domingo (Weischelbaum et al., 2010). Cuando las empresas donan dinero para mejorar su imagen corporativa o cuando alguien ofrece un aventón con la esperanza de recibir reconocimiento o amistad, la recompensa es externa. Damos para recibir. Por ende, estamos mucho más dispuestos a ayudar a alguien atractivo para nosotros, alguien cuya aprobación deseamos (Krebs, 1970; Unger, 1979). En los experimentos, y en la vida cotidiana, la generosidad pública aumenta el propio estatus, mientras que la conducta egoísta puede conducir a un castigo (Hardy y Van Vugt, 2006; Henrich et al., 2006). Incluso puede llevar al sexo: un estudio encontró que las personas altruistas, en particular los varones, tenían más parejas sexuales y relaciones sexuales más frecuentes con sus parejas (Arnocky et al., 2017). Es posible que las recompensas también sean internas, enfocadas a menudo en aumentar las emociones positivas. Casi todos los donadores de sangre concuerdan en que hacerlo “te hace sentir bien contigo mismo” y “te da una sensación de autosatisfacción” (Piliavin, 2003; Piliavin et al., 1982). “Dona sangre”, aconseja un antiguo cartel de la Cruz Roja. “Lo único que te pasará es que te sentirás bien contigo mismo”. Sentirse bien ayuda a explicar por qué la gente que está lejos de casa es amable con desconocidos a quienes no verá nunca de nuevo. El estímulo que la ayuda provee para la propia valía explica este efecto de hacer bien/sentirse bien. Un estudio de un mes de duración con 85 parejas encontró que dar apoyo emocional a la pareja fue positivo para el dador, ya que elevó su estado de ánimo (Gleason et al., 2003). Los cónyuges en proceso de duelo se recuperan más rápido de sus sentimientos depresivos cuando participan en ayudar a otros (Brown et al., 2008, 2009). La gente que trabaja como voluntaria y ayuda a los demás informa

encontrar más significado en la vida (Klein, 2017). Algunos incluso sugieren que los profesionales de la atención médica deberían prescribir el voluntariado como método para mejorar el estado de ánimo y la salud física (Johnson y Post, 2017). Jane Piliavin (2003) y Susan Andersen (1998) revisaron estudios que mostraban que los jóvenes que colaboraban en proyectos de servicio comunitario, que participaban en aprendizaje de servicio en la escuela o que proporcionaban tutoría a niños desarrollaban habilidades sociales y valores sociales positivos. Tales jóvenes tienen de forma notable un menor riesgo de delincuencia, embarazo y deserción escolar, y tienen más probabilidad de convertirse en ciudadanos participativos. Del mismo modo, el voluntariado beneficia la moral y la salud, en especial cuando lo inicia la propia persona en lugar de demandarse de ella (Weinstein y Ryan, 2010). Aquellos que hacen el bien tienden a sentirse bien. Lo mismo puede decirse de donar dinero. Hacer donativos activa áreas cerebrales relacionadas con la recompensa (Harbaugh et al., 2007). Las personas generosas son más felices que aquellas cuyo gasto se enfoca en sí mismas. En un experimento, a algunas personas a las que se les dio un sobre con dinero se les dijo que lo gastaran en sí mismas, en tanto que a otros se les indicó gastar el dinero en otras personas. Al final del día, quienes gastaron su dinero en los demás fueron más felices (Dunn et al., 2008, 2013; Geenen et al., 2014). Las personas a las que se instruyó que ayudaran a otros experimentaron una mejora en su sistema inmunitario, mientras que aquellos que se dedicaron a enfocar la ayuda en sí mismos no tuvieron el mismo resultado (Nelson-Coffey et al., 2017). Otra investigación confirma que dar aumenta la felicidad:

□ Una encuesta con más de 200 000 personas en 136 países encontró que virtualmente en todas partes, la gente informa sentirse más feliz después de gastar.

Reducción de la emoción negativa

Los beneficios de ayudar también incluyen reducir o evitar las emociones negativas. Cuando estamos cerca de alguien angustiado, es posible que sintamos angustia. El grito de una mujer fuera de su ventana lo agitará y angustiará. Las películas de terror nos angustian porque empatizamos con las víctimas atemorizadas. Si usted no puede

reducir su agitación interpretando el grito como un chillido juguetón, entonces es posible que investigue y preste ayuda, con lo cual reduce su propia angustia (Piliavin y Piliavin, 1973). El investigador del altruismo, Dennis Krebs (1975; vea Detalles de la historia: Dennis Krebs habla de la experiencia de vida y del estudio del altruismo) encontró que los varones en la Universidad de Harvard cuyas respuestas psicológicas y autoinformes revelaban la mayor agitación en respuesta a la angustia de otra persona también prestaron más ayuda a la persona. En efecto, los cerebros de los “altruistas extraordinarios”, personas que donaron un riñón a un desconocido, reaccionaron con mayor intensidad a las imágenes de rostros atemorizados. Sus amígdalas (la parte del cerebro que reacciona ante el temor) eran también más grandes que el promedio (Marsh et al., 2014).

Normas sociales A menudo no ayudamos a los demás porque hayamos calculado de manera consciente que tal comportamiento es en interés propio, sino debido a una forma más sutil de interés propio: porque algo nos dice que debemos hacerlo. Debemos ayudar a nuestro nuevo vecino a mudarse. Debemos regresar la cartera que encontramos. Debemos proteger del daño a nuestros compañeros de combate. Las normas, los “debes” de nuestra vida, son expectativas sociales. Prescriben el comportamiento apropiado. Los investigadores que estudian la conducta de ayuda identificaron dos normas sociales que motivan el altruismo: la norma de reciprocidad y la norma de responsabilidad social.

NORMA DE RECIPROCIDAD

Un principio moral universal es la norma de reciprocidad: a aquellos que nos ayudan deberíamos retribuirles con ayuda, no con daño (Gouldner, 1960). “Invertimos” en los demás y esperamos dividendos. Los políticos saben que aquel que hace un favor puede esperar que le hagan favores después. A veces, las encuestas y peticiones por correo incluyen un pequeño regalo, como dinero o etiquetas personalizadas con la dirección, debido a la suposición de que algunas personas retribuirán el favor. Incluso los lactantes de 21 meses muestran reciprocidad al estar más dispuestos a ayudar a alguien que trató de darles un juguete (Dunfield y Kuhlmeier, 2010). La norma de reciprocidad también aplica dentro del matrimonio. En ocasiones es

posible dar más de lo que se recibe pero, a la larga, el intercambio debería equilibrarse. En todo este tipo de interacciones, recibir sin dar a cambio viola la norma de reciprocidad. La reciprocidad dentro de las redes formadas en una sociedad define al capital social (las conexiones de apoyo, el flujo de información, la confianza y los actos de cooperación) que mantienen sana a una comunidad. Los vecinos que vigilan las casas de los demás representan el capital social en acción. La norma opera de modo más eficiente a medida que la gente responde de forma pública a las acciones realizadas hacia ellos. Tanto en los juegos de laboratorio como en la vida diaria, los encuentros pasajeros de una sola vez producen mayor egoísmo que las relaciones sostenidas. Pero incluso cuando la gente responde en forma anónima, a veces hacen lo correcto y retribuyen el bien que se les hizo antes (Burger et al., 2009). En un experimento, los estudiantes universitarios estuvieron más dispuestos a comprometerse a contribuir a una obra de caridad cuando se los pide alguien que antes les compró dulces (Whatley et al., 1999; figura 12.2). Cuando la gente no puede retribuir, es posible que se sienta amenazada y denigrada por aceptar auxilio. De modo que las personas orgullosas y con alta autoestima con frecuencia son renuentes a buscar ayuda (Nadler y Fisher, 1986). Recibir ayuda sin pedirla puede reducir en cierto grado la autoestima (Schneider et al., 1996; Shell y Eisenberg, 1992). Los estudios han encontrado que esto puede suceder con los beneficiarios de los programas de discriminación positiva, en especial cuando estos no afirman la competencia de la persona y sus posibilidades de éxito futuro (Pratkanis y Turner, 1996). En consecuencia, los asiáticos, para quienes los vínculos sociales y la norma de reciprocidad son más fuertes que para los estadounidenses, tienen mayores probabilidades de negarse a recibir un regalo de un conocido casual para evitar la necesidad percibida de retribución (Shen et al., 2011). La moraleja práctica es que deberíamos ofrecer el apoyo necesario a nuestros hijos y amigos, pero no darles tanto apoyo que disminuya su sentido de competencia (Finkel y Fitzsimmons, 2013). El apoyo debe complementar, en lugar de sustituir, las acciones de los otros.

3.12 CIRCUSTANCIAS QUE IMPULSAN A AYUDAR

El 13 de marzo de 1964, Kitty Genovese, una mujer de 28 años, gerente de un bar, fue atacada a cuchilladas por un hombre cuando regresaba de su trabajo a su departamento en Queens, Nueva York, a las tres de la mañana. Sus gritos de terror y ruegos de ayuda: “¡Dios mío, me acuchilló! ¡Por favor, ayúdenme! ¡Por favor, ayúdenme!”, despertaron a sus vecinos. Supuestamente, algunos se acercaron a sus ventanas y vieron por breves momentos al atacante que se iba y que luego regresaba para reanudar la agresión. No fue sino hasta que el atacante se fue por segunda vez que alguien llamó a la policía. Poco después, Kitty murió. Algunos análisis posteriores negaron el informe inicial del New York Times acerca de que 38 testigos observaron el asesinato y, no obstante, permanecieron inactivos (con probabilidad fue una docena y dos de ellos sí llamaron a la policía) (Cook, 2014; Pelonero, 2014). Sin embargo, la historia inicial ayudó a inspirar la investigación sobre la inacción del espectador, que se ilustra en otros incidentes. Eleanor Bradley se tropezó y se rompió una pierna mientras estaba de compras. Aturdida y con dolor, rogaba ayuda. Durante 40 minutos, el flujo de peatones por la acera solo se abría y seguía pasando a su lado. Al final, un taxista le ayudó a llegar a un médico (Darley y Latané, 1968). En marzo de 2017, un grupo de hombres de Chicago utilizó Facebook para transmitir en vivo su violación tumultuaria de una chica de 15 años. Cuarenta personas lo vieron en tiempo real, pero nadie llamó a la policía (Haberma, 2017). O consideremos cómo respondería usted si viera que alguien se cae a las vías desde el andén del metro mientras se acerca el tren. ¿Reaccionaría como aquellos que en 2012 estaban en el andén atiborrado del metro en Nueva York y no hicieron nada cuando alguien empujó a un hombre a las vías, donde un tren lo mató? ¿O haría lo mismo que David Capuzzo, quien en 2017 vio que un hombre caía a las vías y saltó para ayudarlo? Después, Capuzzo dijo que recordaba el viejo anuncio de servicio público que evoca el caso de Kitty Genovese: “veinte personas están pensando que alguien más llamó para informar sobre la fuga de gas” (Wilson, 2017). Los psicólogos sociales tenían curiosidad y preocupación acerca de la inacción de los espectadores, de modo que emprendieron experimentos para identificar cuándo es que la gente ayudará en una urgencia. Después ampliaron su pregunta a “¿quién tiene probabilidades de ayudar

en situaciones que no son urgencias, con acciones tales como regalar dinero, donar sangre o contribuir con su tiempo?” Vemos lo que hemos descubierto, examinando primero las circunstancias que aumentan la conducta de ayuda y, luego, las personas que ayudan.

NÚMERO DE ESPECTADORES

La pasividad del espectador durante las urgencias impulsó a los comentaristas sociales a lamentarse por la “enajenación”, “apatía”, “indiferencia” e “impulsos sádicos inconscientes” de la gente. Al atribuir la falta de intervención a las disposiciones de los espectadores, podemos tranquilizarnos de que, como personas atentas, nosotros sí hubiéramos ayudado. ¿Pero los espectadores eran individuos tan inhumanos? Los psicólogos sociales Bibb Latané y John Darley (1970) no estaban convencidos (vea Detalles de la historia: John M. Darley habla de las reacciones del espectador). Escenificaron ingeniosas urgencias y descubrieron que un solo factor situacional, la presencia de otros espectadores, reducía en gran medida la intervención. Para 1980, habían realizado cuatro docenas de experimentos que comparaban la ayuda prestada por los espectadores que se percibían ya fuera como solos o como acompañados por otros. Era igual de probable que una persona recibiera ayuda de un espectador solitario que cuando la observaban varios espectadores (Latané y Nida, 1981; Stalder, 2008). De igual manera, en las comunicaciones por la internet, las personas tienen mayor probabilidad de responder de manera servicial a una solicitud de ayuda (como la de alguien que busca el vínculo a la biblioteca del campus) si creen que la solicitud les llega solo a ellos y no también a varias otras personas (Blair et al., 2005). A veces, la víctima tenía, de hecho, menos probabilidad de recibir ayuda cuando mucha gente estaba alrededor. Cuando Latané, James Dabbs (1975) y 145 colaboradores dejaron caer “accidentalmente” monedas y lápices en 1 497 recorridos en elevador, recibieron ayuda 40% de las veces cuando solo los acompañaba una persona y menos de 20% cuando había seis pasajeros en el elevador. En un metaanálisis de 105 estudios, la presencia de más personas durante situaciones cruciales redujo las probabilidades de que la gente ayudara (Fischer et al., 2011). Incluso los niños desde los cinco años

tienen menor probabilidad de ayudar cuando hay otros niños presentes (Plötner et al., 2015). ¿Por qué la presencia de otros espectadores inhibe en ocasiones la ayuda? Latané y Darley conjeturaron que a medida que aumenta el número de espectadores cualquier espectador específico tiene menos probabilidad de notar el incidente, menos probabilidad de interpretar ese incidente como un problema o urgencia, y menos probabilidad de asumir responsabilidad de llevar a cabo una acción.

PRESIONES DE TIEMPO

Darley y Batson (1973) distinguieron otro determinante de la ayuda en la parábola del buen samaritano. El sacerdote y el levita eran, ambos, personas ocupadas e importantes que con probabilidad se apresuraban a cumplir con sus deberes. El humilde samaritano de seguro tenía menos presiones de tiempo. Para ver si las personas que llevan prisa se comportarían como el sacerdote y el levita, Darley y Batson escenificaron con gran astucia la situación que se describe en la parábola. Después de ordenar sus pensamientos antes de grabar una breve charla extemporánea (que para la mitad de los participantes trataba de hecho acerca de la parábola del buen samaritano), se dirigió a los estudiantes del seminario teológico de Princeton a un estudio de grabación en un edificio contiguo. En camino, pasaron junto a un hombre que estaba sentado, desplomado contra el quicio de una puerta, con la cabeza baja, tosiendo y quejándose. A algunos de los estudiantes se les envió con tiempo de sobra: “pasarán unos cuantos minutos antes de que estén listos para recibirlos, pero vale la pena que se vayan de una vez”. De ellos, casi dos terceras partes se detuvieron para dar su ayuda. A otros se les dijo: “ay, ya van tarde. Desde hace unos minutos que los están esperando... así que mejor apresúrense”. De ellos, solo 10% ofreció su ayuda. Al reflexionar sobre estos hallazgos, Darley y Batson señalaron que los participantes apresurados pasaron de largo junto a la persona en problemas, aunque iban en camino a “hablar de la parábola del buen samaritano, con lo cual inadvertidamente confirmaban el punto esencial de la parábola (de hecho, en varias ocasiones, ¡algún estudiante del seminario que iba a dar su charla sobre la parábola del buen samaritano literalmente pasó por encima de la víctima mientras caminaba con gran prisa!)”. ¿Estamos siendo injustos con los seminaristas que, después de todo, corrían para ayudar al experimentador? Quizá sentían muy

profundamente la norma de responsabilidad social, pero se encontraron en una situación que los ponía frente a dos opciones: hacia el experimentador y hacia la víctima. En otra escenificación de la situación del buen samaritano, Batson y colaboradores (1978) dirigieron a 40 estudiantes de la Universidad de Kansas a un experimento que se llevaría a cabo en otro edificio. A la mitad se les dijo que iban retrasados y a la otra mitad se les dijo que tenían tiempo de sobra. La mitad de cada uno de estos grupos pensaba que su participación era de suma importancia para el experimentador, y la otra mitad pensaba que no eran esenciales. Los resultados fueron que aquellos que iban con toda calma a una cita poco importante por lo regular se detuvieron a ayudar. Pero la gente rara vez se detuvo a ayudar si, como el Conejo Blanco de Alicia en el País de las Maravillas, iban tarde a una cita muy importante. ¿Podemos concluir que la gente que iba de prisa fue cruel? ¿Los seminaristas se percataron de la angustia de la víctima y luego decidieron de forma consciente que la ignorarían? No. Apresurados y preocupados por apurarse a ayudar al experimentador, tan solo no se tomaron el tiempo de sintonizarse con la persona necesitada. Como lo han señalado con tanta frecuencia los psicólogos sociales, su comportamiento tuvo una mayor influencia del contexto que de sus convicciones.

3.13 RASGOS Y VALORES QUE PREDICEN LA AYUDA RASGOS DE PERSONALIDAD Y ESTATUS

¿Quiénes son las personas que tienen probabilidad de brindar ayuda? Durante muchos años, los psicólogos sociales no fueron capaces de descubrir un solo rasgo de personalidad que predijera la ayuda con algo que se acercara al poder predictivo de los factores situacionales, de culpa y de estado de ánimo. Se encontraron relaciones poco significativas entre la ayuda y ciertas variables de personalidad, como la necesidad de aprobación social. Pero en líneas generales, las pruebas de personalidad no pudieron identificar a quienes brindan ayuda. Las medidas de actitudes y rasgos casi nunca predicen un acto específico, que es lo que miden la mayoría de los experimentos sobre el altruismo (en contraste con el altruismo que practica durante toda su vida una persona como la Madre Teresa). Pero sí predicen con mayor precisión el comportamiento promedio a lo largo de muchas situaciones.

Los investigadores de la personalidad respondieron al reto y resumen el efecto de la personalidad sobre el altruismo en tres sentidos: □ Encontraron diferencias individuales en el comportamiento de ayuda y mostraron que esas diferencias persisten con el tiempo y las perciben nuestros pares (Hampson, 1984; Penner, 2002; Rushton et al., 1981). En un estudio, los niños de cinco años que compartían con mayor facilidad sus dulces fueron, a las edades de 23 y 32 años, más socialmente progresistas en sus puntos de vista políticos (Dunkel, 2014). Algunas personas son más cooperativas de manera confiable. □ Los investigadores están reuniendo indicios de una red de rasgos que predisponen a la persona a brindar ayuda. Aquellos individuos con puntuaciones altas en emocionalidad positiva, empatía y autoeficacia tienen mayor probabilidad de preocuparse y ayudar (Eisenberg et al., 1991; Krueger et al., 2001; Walker y Frimer, 2007). En general, el rasgo de personalidad que predice mejor la disposición a ayudar es la cordialidad/amabilidad, indicativa de alguien que valora en gran medida tener buenas relaciones con los demás (Habashi et al., 2016). No es sorprendente que aquellos con rasgos de insensibilidad (como psicopatía) sean menos cooperativos y empáticos (Beussink et al., 2017). □ La personalidad influye en cómo reaccionan personas específicas a situaciones específicas (Carlo e 1991; Romer et al., 1986; Wilson y Petruska, 1984). Aquellos con autoobservación elevada están sintonizados con las expectativas de los demás y, por ende, brindan su ayuda si piensan que dicha ayuda recibirá una recompensa social (White y Gerstein, 1987). Las opiniones ajenas importan menos a las personas que tienen una guía interna y cuya autoobservación es baja. La sensibilidad también es importante. Las personas que son más compasivas hacia las víctimas en situaciones de urgencia responden más rápido cuando son los únicos presentes, pero son más lentas en hacerlo cuando hay otros espectadores (Hortensius et al., 2016). El estatus y la clase social también afectan el altruismo. En cuatro estudios, Paul Piff y sus colaboradores (2010) encontraron que las personas menos privilegiadas eran más generosas, confiadas y cooperativas que aquellos con más privilegios, tal vez porque sienten más compasión por los demás y menos sensación de merecimiento de trato especial (Piff, 2014; Stellar et al., 2012). En particular en situaciones privadas, cuando nadie está viéndolas, las personas con menor nivel socioeconómico tuvieron mayor

probabilidad de ayudar (Kraus y Callaghan, 2016). Las personas con un estatus social menor mostraron una mayor reacción en áreas cerebrales vinculadas con la sensibilidad hacia los demás (Muscatell et al., 2016) y fueron mejores para juzgar las emociones ajenas (Kraus et al., 2010). Incluso las personas asignadas de forma aleatoria a sentirse más poderosas mostraron una actividad cerebral que sugirió menor empatía (Hogeveen et al., 2014). Esta investigación sugiere que el estereotipo de la persona rica e insensible tiene cierto grado de verdad.

GÉNERO

La interacción de la persona y la situación también aparece en 172 estudios que compararon la conducta de ayuda de cerca de 50 000 individuos, hombres y mujeres. Después de analizar estos resultados, Alice Eagly y Maureen Crowley (1986) informaron que al enfrentarse con situaciones potencialmente peligrosas en las que personas desconocidas requieren ayuda (como una llanta desinflada o una caída en el metro), es más frecuente que los hombres ofrezcan ayuda. En 1912, el Titanic, que llevaba una combinación similar de pasajeros, chocó contra un iceberg y requirió cerca de tres horas para hundirse, y las mujeres tuvieron 53% más probabilidad de sobrevivir que los hombres. En este experimento natural, el tiempo facilitó el comportamiento prosocial y la activación de las normas de género. En situaciones más seguras, como prestarse como voluntario para ayudar en un experimento u ocupar tiempo con niños que tienen discapacidades del desarrollo, las mujeres tienen una probabilidad un poco mayor de ayudar. En una encuesta nacional de 2016 con 137 456 estadounidenses que entraban a la universidad, 72% de los hombres, y 82% de las mujeres, calificaron “ayudar a otras personas en dificultades” como “muy importante” o “esencial” (Eagan et al., 2017). Las mujeres tienen mayor probabilidad de describirse como cooperadoras (Nielson et al., 2017). Asimismo, las mujeres han tenido tanta probabilidad o más que los hombres de arriesgarse a morir como rescatistas en el Holocausto, como donadoras de un riñón y como voluntarias de los Cuerpos de Paz y Médicos del Mundo (Becker y Eagly, 2004). En consecuencia, la diferencia de género interactúa con (depende de) la situación. Al enfrentarse con los problemas de un amigo o amiga, las mujeres responden con mayor empatía y ocupan

más tiempo ayudando (George et al., 1998). Por último, las mujeres tienden a ser más generosas. Dan más apoyo a los programas de gobierno que distribuyen la riqueza y tienen mayor probabilidad de distribuir su propia riqueza. El Women's Philanthropy Institute en la Universidad de Indiana informa que: (1) las mujeres solteras donan más que los hombres solteros, (2) los hombres donan más si están casados con una mujer y (3) en todos los niveles de ingresos, los hogares encabezados por una mujer donan más que los hogares encabezados por un hombre (Mesch y Pactor, 2015). Adam Grant (2013) dice que no es gran sorpresa que, hace 20 años, el filántropo Bill Gates haya rechazado el consejo de establecer una organización de beneficencia, hasta que se casó, tuvo dos hijas y recordó que su madre "nunca dejó de presionarme de que hiciera más por los demás".

FE RELIGIOSA

Las cuatro religiones principales en el mundo, cristianismo, islamismo, hinduismo y budismo, enseñan la compasión y la caridad (Steffen y Masters, 2005). Sin embargo, ¿sus seguidores practican lo que predicán? La religiosidad es una mezcla, informan Ariel Malka y colaboradores (2011). A menudo se asocia con la oposición conservadora a las iniciativas de gobierno, incluyendo el apoyo a los pobres, pero al mismo tiempo promueve los valores prosociales. Considere qué sucede cuando la gente recibe una sutil "inducción" con pensamientos espirituales. Con la presencia de Dios en sus mentes, después de ordenar oraciones con palabras como espíritu, divino, Dios y sagrado, la gente se vuelve mucho más generosa en sus donativos (Pichon et al., 2007; Schumann et al., 2014; Shariff et al., 2015). Los estudios de seguimiento encontraron que la inducción religiosa aumenta otras "buenas" conductas, como la persistencia en una tarea asignada y acciones consistentes con las propias creencias morales (Carpenter y Marshall, 2009; Toburen y Meier, 2010). Pero la "religión" y "Dios" tienen efectos un tanto diferentes de inducción. La "religión" induce a la conducta de ayuda hacia miembros del endogrupo, en tanto que "Dios" induce hacia los miembros del exogrupo (Preston y Ritter, 2013).

3.14 INCREMENTO DEL ALTRUISMO

Como científicos sociales, nuestra meta es comprender el comportamiento humano, sugiriendo también las maneras de mejorarlo. Una manera de promover el altruismo es revertir aquellos factores que lo inhiben. En vista de que las personas preocupadas y apresuradas ayudan menos, ¿podemos pensar en formas de lograr que las personas reduzcan su prisa y dirijan su atención al exterior? Si la presencia de otros reduce el sentido de responsabilidad de cada espectador, ¿cómo podemos aumentar la responsabilidad? REDUCCIÓN DE LA AMBIGÜEDAD Y AUMENTO DE LA RESPONSABILIDAD

Si el árbol de decisión de Latané y Darley (figura 12.5) describe los dilemas que enfrentan los espectadores, entonces la ayuda debería aumentar si instamos a la gente a interpretar de forma correcta un incidente y asumir la responsabilidad. Leonard Bickman y sus colaboradores (Bickman, 1975, 1979; Bickman y Green, 1977) pusieron a prueba esa presuposición en una serie de experimentos acerca de los informes de delitos. En cada uno de ellos, escenificaron un incidente de robo en un supermercado o librería. En algunos de los comercios, colocaron anuncios dirigidos a sensibilizar a los espectadores hacia este tipo de robos e informándoles cómo reportarlo. Los investigadores encontraron que los anuncios tuvieron poco efecto. En otros casos, los testigos escucharon a un espectador que interpretaba el incidente: “oigan, miren a esa mujer. Está robando. Puso eso dentro de su bolsa”. Incluso otros escucharon que la persona añadía: “La vimos. Deberíamos reportarla. Es nuestra responsabilidad”. Ambos comentarios elevaron de forma sustancial la denuncia del delito. Los programas de entrenamiento que se dirigen a ayudar a los estudiantes universitarios a intervenir en posibles situaciones de agresión o acoso sexual enseñan técnicas similares, como aprender a interpretar la situaciones y denunciarlo (Katz y Moore, 2013).

CULPA Y PREOCUPACIÓN POR LA AUTOIMAGEN Antes señalamos que las personas que se sienten culpables actuarán para reducir su culpa y restaurar su valía propia. En consecuencia, ¿despertar la culpa de la gente aumenta su deseo de ayudar? Un equipo de investigación en la Universidad Reed, conducido por Richard Katzev (1978), experimentó con la ayuda inducida por la culpa. Cuando los visitantes al

Museo de Arte de Portland desobedecieron el anuncio de “No tocar”, los experimentadores regañaron a algunos de ellos: “Por favor, no toque los objetos. Si todo el mundo los toca, se deteriorarán”. De la misma forma, cuando los visitantes del zoológico de Portland alimentaron sin autorización a los osos, a algunos de ellos se les reprendió diciéndoles: “Oiga, no dé alimentos no autorizados a los animales. ¿No sabe que podría hacerles daño?”. En ambos casos, 58% de los individuos que ahora se sentían culpables ofrecieron pocos momentos después su ayuda a otro experimentador al que “accidentalmente” se le cayó algo. Entre aquellos que no recibieron reprimenda, solo un tercio ayudó. La gente que se siente culpable ayuda más. Esa fue mi [DM] experiencia hace poco, después de pasar junto a un hombre que luchaba por levantarse de una concurrida acera citadina mientras me apresuraba a llegar a un tren. Sus ojos vidriosos me trajeron a la mente la gran cantidad de borrachos a los que había ayudado durante mis épocas universitarias como asistente en la sala de urgencias. O... me pregunté luego de seguirme de largo... ¿estaría sufriendo una crisis de salud? Acosado por la culpa, recogí basura de la acera, le ofrecí mi asiento en el tren a una pareja de ancianos que buscaban sentarse juntos, y me prometí que la siguiente vez que me enfrentara con la incertidumbre en una ciudad desconocida, pensaría en llamar a los servicios de urgencia. Cialdini y David Schroeder (1976) ofrecen otra manera práctica de despertar la preocupación por la autoimagen: pida una contribución tan pequeña que sea difícil negarse sin parecer un tacaño. Cialdini (1995) lo descubrió cuando una mujer que hacía campaña por la asociación de organizaciones benéficas United Way llegó a su puerta. Mientras le solicitaba su contribución, Cialdini se preparaba mentalmente para negarse, hasta que la mujer dijo las palabras mágicas que derrumbaron su excusa económica: “incluso un centavo nos sirve”. “De forma me indujo a acatar su petición”, recordó Cialdini. “Y nuestro intercambio también tuvo otra característica interesante. Cuando dejé de toser (en realidad me estaba ahogando en mi intento de negarme), no le di el centavo que mencionó, sino la cantidad que por lo general dono a peticiones de organizaciones benéficas genuinas. En ese momento, me agradeció, sonrió de forma inocente y siguió con su camino”. ¿La respuesta de Cialdini fue atípica? Para averiguarlo, él y Schroeder enviaron a un solicitante a que abordara a

los habitantes de un suburbio. Cuando el solicitante dijo: “estoy recolectando dinero para la Sociedad Estadounidense contra el Cáncer”, 29% contribuyeron en promedio con 1.44 dólares. Cuando la persona añadió: “incluso un centavo nos sirve”, 50% contribuyeron y dieron un promedio de 1.54 dólares cada uno. Cuando James Weyant (1984) repitió este experimento, encontró resultados similares. El comentario de “incluso un centavo nos sirve” elevó el número de contribuyentes de 39 a 57%. Y cuando a 6 000 personas se les hizo la petición por correo de donar a la Sociedad Estadounidense contra el Cáncer, aquellos a los que se les pidieron cantidades pequeñas tuvieron mayor probabilidad de donar, y no dieron menos en promedio, que las personas a las que se les solicitaron cantidades más altas (Weyant y Smith, 1987). Hay que destacar una acotación: cuando se aborda a los donadores anteriores, las peticiones mayores (dentro de un rango razonable) sí producen donativos mayores (Doob y McLaughlin, 1989). Pero con las peticiones de puerta en puerta, se tiene más éxito con solicitudes de contribuciones pequeñas, que son difíciles de rechazar y que de todos modos permiten que la persona conserve su autoimagen altruista. Etiquetar a las personas como altruistas también fortalece su autoimagen como tales. Después de que habían hecho contribuciones caritativas, Robert Kraut (1971) les dijo a algunas de las mujeres en Connecticut: “ustedes son unas personas generosas”. Dos semanas después, estas mujeres estuvieron más dispuestas a contribuir a una beneficencia diferente que aquellas a las que no se les etiquetó de ese modo.

3.15 SOCIALIZAR EL ALTRUISMO

¿Cómo podríamos socializar el altruismo?.

Enseñanza de inclusión moral

Las personas que rescataron judíos en la Europa nazi, los líderes del movimiento antiesclavista y los misioneros médicos compartían cuando menos un rasgo en común: eran moralmente incluyentes. Su preocupación moral abarcaba a personas diversas. Una de las mujeres que salvó a los judíos fingió un embarazo para proteger

a una mujer judía embarazada, con lo cual incluyó al niño que estaba a punto de nacer dentro del círculo de las identidades de sus propios hijos (Fogelman, 1994).

La exclusión moral (omitir a ciertas personas del propio círculo de preocupación moral) tiene el efecto contrario. Justifica todo tipo de daño, desde la discriminación hasta el genocidio (Opotow, 1990; Staub, 2005a; Tyler y Lind, 1990). La explotación o la crueldad se vuelven aceptables, e incluso apropiadas, hacia aquellos a los que consideramos no merecedores o no personas. Los nazis excluyeron a los judíos de su comunidad moral. Cualquiera que participe en esclavitud, en escuadrones de la muerte o en prácticas de tortura ejerce una exclusión semejante. A menor grado, la exclusión moral describe a aquellos de nosotros que concentramos nuestras preocupaciones, favores y herencia económica en “nuestra gente” (por ejemplo, nuestros hijos), excluyendo a los demás. La mayor exclusión también describe las restricciones en la empatía pública hacia el costo humano de la guerra. Las bajas de guerra informadas se refieren por lo común a “nuestros muertos”. Las personas están más dispuestas a donar dinero para ayudar a un niño que para ayudar a dos (Västfjäll et al., 2014). El psiquiatra Robert Jay Lifton (1967) le llamó a esto “entumecimiento psíquico”, un término que acuñó después de estudiar a los sobrevivientes de las bombas atómicas arrojadas en Hiroshima y Nagasaki en 1945. Por ende, un primer paso a la socialización del altruismo se refiere a contrarrestar el sesgo natural a favor del endogrupo, que favorece al parentesco y a la tribu, personalizando y ampliando el rango de personas cuyo bienestar debería preocuparnos. Daniel Batson (1983) señala la manera en que lo logran las enseñanzas religiosas. Estas amplían el alcance del altruismo vinculado con el parentesco al instar al amor “fraterno” hacia todos los “hijos de Dios” en la “familia” humana completa. Como lo demuestra la investigación acerca de la “Identificación a escala de toda la humanidad”, si todos forman parte de nuestra familia, entonces todos están dentro del mismo grupo (McFarland et al., 2013). Los límites entre “nosotros” y “ellos” se diluyen. Invitar a las personas privilegiadas a ponerse en los zapatos de los demás, a imaginar cómo se sienten ellos, también es útil (Batson et al., 2003). Para “hacer a los demás lo que deseamos que hagan con nosotros”, uno debe asumir la perspectiva de los otros.

Modelamiento del altruismo

Antes señalamos que observar que los demás espectadores no responden provoca que estemos menos propensos a ayudar. Las personas criadas por padres extremadamente punitivos, como muchos delincuentes y criminales frecuentes, también muestran mucha menos de la empatía y preocupación basada en principios que son típicas de los altruistas.

MODELAMIENTO EN LA VIDA REAL

Sin embargo, si vemos o leemos sobre la ayuda que brinda alguien, tenemos más probabilidad de ofrecer asistencia. Si antes atestiguaron que alguien ayudaba a una mujer a la que se le caían unos libros, las compradoras en un experimento de la vida real presentaron una mayor probabilidad de asistir a alguien a quien se le cayó un dólar (Burger et al., 2014). Robert Cialdini y sus colaboradores (2003) dicen que es mejor no divulgar los actos flagrantes relacionados con evasión fiscal, tirar basura y abuso del alcohol entre adolescentes, y en lugar de ello enfatizar, para definir una norma, la honestidad, limpieza y abstinencia generalizada de la gente. Si se le habla a la gente sobre las personas que reciclan, votan, pagan sus impuestos a tiempo, reutilizan las toallas de los hoteles, y no contaminan, habrá más entre ellos que estarán dispuestos a hacer lo mismo. En uno de varios experimentos, se les pidió a los visitantes que no se llevaran la madera petrificada que está tirada junto a los senderos en el Parque Nacional del Bosque Petrificado. A algunos también se les dijo que “los visitantes anteriores se llevaban la madera petrificada”. A quienes se les dijo que “los visitantes anteriores dejaban la madera petrificada” para conservar el parque, tuvieron mucho menos probabilidad de recoger muestras colocadas a los lados de un sendero. Mejor aún, dígame a la gente lo mucho que están cambiando de forma favorable las normas. Si se les comunica una “norma dinámica”, diciéndoles que 30% de la población empezó a comer menos carne en los últimos cinco años, más personas expresarán un mayor interés en hacer lo mismo que si se les indica una “norma estática” de un 30% constante que intenta comer menos carne (Sparkman y Walton, 2018). Los efectos del modelamiento también fueron aparentes dentro de las familias de cristianos europeos que arriesgaron sus vidas para rescatar a los judíos, y entre los activistas de derechos civiles en Estados Unidos. De manera típica, estos altruistas excepcionales informaban tener relaciones cálidas

y estrechas con, cuando menos, uno de sus padres quien, de manera similar, era un “moralista” firme o estaba comprometido con causas humanitarias (London, 1970; Oliner y Oliner, 1988; Rosengan, 1970). Sus familias, y a menudo sus amigos e iglesias, les habían enseñado la norma de ayudar y cuidar de los demás. Esta “orientación de valor prosocial” les condujo a incluir a personas de otros grupos dentro de su círculo de preocupación moral y a sentirse responsables del bienestar de otros (Staub, 1989, 1991, 2015).

UNIDAD IV

4.1 CONFLICTO

Existe un discurso que se ha pronunciado en una variedad de idiomas por los líderes de diversas naciones. Va así: “Las intenciones de nuestra nación son por completo pacíficas. Pero hay otras naciones que nos amenazan. Por ello debemos defendernos en contra de sus ataques. Al hacerlo, estaremos protegiendo nuestra forma de vida y preservaremos la paz” (Richardson, 1960). Casi todas las naciones afirman preocuparse exclusivamente por la paz pero, al desconfiar de los demás países, se arman a fin de defenderse.

El resultado es un planeta que ha estado gastando casi cinco mil millones de dólares diarios en armamento y ejércitos, mientras incontables personas mueren de desnutrición y enfermedades no tratadas (SIPRI, 2017). Los elementos de cualquier conflicto (una incompatibilidad percibida de acciones o metas) son similares en muchos niveles, desde naciones hasta individuos. Las personas en conflicto perciben que la ganancia de una de las partes representa una pérdida para la otra:

- “Queremos paz y seguridad”. “Nosotros queremos lo mismo, pero ustedes nos amenazan”.

- “Queremos un mayor salario”. “No podemos costearlo”.
- “Quiero que apagues esa música”. “Yo quiero escucharla”.

Es probable que una organización o relación carente de conflictos sea apática. Ellos implican participación, compromiso e interés. Si los conflictos pueden comprenderse y reconocerse, pueden dar fin a la opresión y estimular una renovación en las relaciones. Sin los conflictos, las personas rara vez se enfrentan a sus problemas para resolverlos.

La paz genuina es mayor que la supresión de los conflictos abiertos, más que una calma frágil y superficial. Es el resultado de un conflicto manejado de manera creativa. Significa que las partes reconcilian sus diferencias percibidas y que alcanzan un acuerdo genuino. “Aumentaron nuestros salarios y ustedes lograron mayores ganancias. Ahora, cada uno está ayudando al otro a alcanzar las metas de la organización”.

¿QUÉ GENERA LOS CONFLICTOS?

Explique qué genera los conflictos. Algunos estudios de psicología social han identificado diversos ingredientes del conflicto. Lo que resulta notable (y simplifica nuestra tarea) es que estos ingredientes son comunes a todos los niveles de conflicto social, sea intergrupales

(nosotros contra ellos) o interpersonal (yo contra nosotros)

DILEMAS SOCIALES

Muchos de los problemas que amenazan nuestro futuro (armas nucleares, cambio climático, sobrepoblación, bajas reservas de peces oceánicos) surgen a medida que diferentes partes van en busca de sus intereses propios pero, en forma irónica, para perjuicio colectivo. Es posible que un individuo piense: “me costaría mucho invertir en los costosos controles para las emisiones de gases de invernadero. Además, las cantidades de gases de invernadero que yo genero, como individuo, son

insignificantes”. Muchas otras personas razonan de manera semejante y el resultado es el calentamiento del planeta, la desaparición de la cubierta de hielo, el aumento del nivel del mar y el clima más extremo. Cuando las elecciones individuales que recompensan se vuelven colectivamente punitivas, se presenta un dilema: ¿cómo pueden reconciliarse el interés individual con el bienestar colectivo? A fin de aislar y estudiar dicho dilema, los psicólogos sociales han utilizado juegos de laboratorio que exponen el núcleo de muchos de los conflictos sociales verdaderos. “Los psicólogos sociales que estudian el conflicto están en una posición muy semejante a la de los astrónomos”, señaló el investigador de conflictos, Morton Deutsch (1999). “No podemos llevar a cabo experimentos reales con sucesos sociales a gran escala. Pero podemos identificar las semejanzas conceptuales entre la gran escala y la pequeña, de la misma manera en que los astrónomos lo han hecho entre los planetas y la manzana de Newton. Esa es la razón por la que los juegos que las personas practican conflicto Incompatibilidad percibida de acciones o metas. paz Condición caracterizada por bajos niveles de hostilidad y agresión y por relaciones mutuamente benéficas. Como lo saben los líderes de los derechos civiles, los conflictos manejados de manera creativa pueden ofrecer resultados constructivos. Consideremos dos ejemplos de trampa social (una situación en la que dos partes en conflicto se ven implicadas en una conducta mutuamente destructiva): el dilema del prisionero y la tragedia de los comunes.

El dilema del prisionero

El dilema del prisionero se originó a partir de una narración de dos sospechosos a los que el fiscal, el abogado que puede levantar los cargos en su contra, interroga por separado (Rapoport, 1960). El fiscal sabe que son culpables, pero solo cuenta con la evidencia suficiente para condenarlos por un delito menor. De modo que crea un incentivo para que cada uno de ellos confiese de manera privada: Si el prisionero A confiesa, pero no lo hace el prisionero B, el fiscal le otorgará inmunidad a A y utilizará la confesión de A para condenar a B por un delito mayor (y viceversa en el caso de que confiese B y no confiese A). Si ambos confiesan, cada uno recibirá una sentencia moderada. Si ninguno de los dos confiesa, cada uno será condenado por un delito menor y recibirá una sentencia menos severa. Si usted fuera un prisionero

que se viera enfrentado con este dilema y sin posibilidad alguna de hablar con el otro, ¿confesaría? Muchas personas indican que confesarían, aunque la falta de confesión mutua conlleva una sentencia más leve que la confesión mutua. Quizá esto se deba a que (como se muestra en la matriz de la figura 13.1), sin importar lo que decida el otro prisionero, cada uno queda mejor si confiesa que si se le condena a solas. Algunos estudiantes universitarios han considerado variaciones del dilema del prisionero en experimentos de laboratorio, donde las elecciones son renunciar (elegir no cooperar) o cooperar, y donde los resultados son fichas, dinero o puntos de calificación. para cualquier decisión dada, lo mejor es que la persona renuncie (porque ese comportamiento aprovechará la cooperación del otro o protegerá al sujeto en contra de que el otro tome ventaja). Sin embargo, y ahí se encuentra el dilema, al no cooperar, ambas partes terminan mucho peor que si confiaran en el otro y, por ende, hubieran obtenido una ganancia conjunta. Este dilema con frecuencia atrapa a cada persona en un predicamento enloquecedor en el que ambos se percatan de que podrían obtener un beneficio mutuo. Pero, al no poder comunicarse o al no confiar en el otro, es frecuente que se “encierren” en una falta de cooperación. Fuera de la universidad hay un sinnúmero de ejemplos: conflictos costosos y en apariencia irremediables entre israelíes y palestinos en relación con sus fronteras, partidos políticos en relación con impuestos y déficits, y empleadores y huelguistas en relación con los salarios. Castigar la falta de cooperación del otro podrá parecer una estrategia inteligente, pero en el laboratorio a menudo resulta contraproducente (Dreber et al., 2008). De manera típica, el castigo genera represalias, lo que significa que aquellos que castigan tienden a escalar el conflicto, empeorando sus resultados, mientras que los tipos buenos salen adelante. Lo que los castigadores ven como una reacción defensiva, los castigados lo ven como escalada de agresiones (Anderson et al., 2008). Al defenderse, es posible que golpeen con más fuerza mientras que, todo el tiempo, tan solo consideran que están respondiendo con la misma moneda. En un experimento, los voluntarios utilizaron un dispositivo mecánico para ejercer presión sobre el dedo de alguien después de haberse visto sometidos a presión ellos mismos. Aunque hicieron el intento por responder con el mismo grado de presión, de manera típica respondieron con una

fuerza 40% mayor. Así, los toques pronto escalaron hasta convertirse en presiones crecientes, de manera muy similar a un niño que dice: “¡Yo nada más lo toqué y después él me pegó!” (Shergill et al., 2003).

4.2 LA TRAGEDIA DE LOS COMUNES

Muchos dilemas sociales involucran a más de dos partes. El cambio climático se deriva de la deforestación y del dióxido de carbono emitido por vehículos, hornos y plantas eléctricas que se alimentan con carbón. Cada automóvil hace una contribución infinitesimal al problema y el daño se esparce entre la totalidad de la población. Para modelar este tipo de predicamento social, los investigadores han desarrollado dilemas de laboratorio que incluyen a una diversidad de personas. Una metáfora para la naturaleza insidiosa de los dilemas sociales es lo que el ecólogo Garrett Hardin (1968) llamó la tragedia de los comunes. Tomó el nombre del pastizal que se localizaba al centro de los pueblos ingleses de la antigüedad. Imagine a 100 granjeros que rodean pastos comunes capaces de sustentar 100 vacas. Cuando cada uno de ellos lleva a una vaca a pastar, el pastizal comunitario se utiliza de manera óptima. Pero entonces, uno de los granjeros piensa, “si traigo a una segunda vaca al pastizal, puede duplicar mi producción a costo de apenas un 1% de sobrepastoreo”, y añade una segunda vaca. Lo mismo hacen los demás granjeros. ¿Y el resultado inevitable? La tragedia de los comunes: un lodazal rodeado de vacas que mueren de hambre. En el mundo actual, los “comunes” pueden referirse al aire, al agua, a los peces, a galletitas o a cualquier otro recurso compartido y limitado. Si todos utilizan el recurso con moderación, puede regenerarse con la misma velocidad con la que se cosecha. El pasto crecerá, los peces se reproducirán y el bote de las galletas podrá volver a llenarse. De lo contrario, ocurre la tragedia de los comunes.

De la misma manera, la contaminación ambiental es la suma de muchas contaminaciones pequeñas, cada una de las cuales beneficia a los contaminadores individuales mucho más de lo que podrían beneficiarse a sí mismos (y al ambiente) si dejaran de contaminar. Tiramos basura por todas partes, en las salas comunes de los dormitorios, en parques y en zoológicos, mientras que mantenemos limpios nuestros espacios particulares. Agotamos

nuestros recursos naturales porque los beneficios personales inmediatos de, por ejemplo, pararnos bajo la regadera caliente superan los costos en apariencia inconsecuentes. Los balleneros sabían que otros explotarían las ballenas si ellos no lo hacían y que cazar unas cuantas ballenas difícilmente podría agotar a la especie; y allí es donde radica la tragedia humana. Un asunto que nos incumbe a todos (la conservación) se convierte en un asunto que no le incumbe a nadie. ¿Este tipo de individualismo es estadounidense de manera exclusiva? En el contexto de una comunidad más colectiva, Japón, Kaori Sato (1987) dio a sus estudiantes la oportunidad de cultivar, por ganancias reales, árboles en un bosque simulado. Los estudiantes compartieron el costo de plantar el bosque de manera equitativa. Pero el resultado fue el mismo que en las culturas occidentales. Más de la mitad de los árboles se cosecharon antes de que crecieran a un tamaño más provechoso. El bosque de Sato me recuerda [DM] al bote de galletas de mi familia, que se volvía a llenar cada semana. Lo que debimos hacer fue conservar las galletas de manera que pudiéramos disfrutar dos o tres a diario. Pero ante la falta de reglas y temerosos de que los demás miembros de la familia pronto se acabarían el recurso, lo que hacíamos, de hecho, era maximizar nuestro consumo individual de galletas atragantándonos con una tras otra. El resultado era que las galletas se acababan al cabo de 24 horas y el bote quedaba vacío durante el resto de la semana. Cuando los recursos no se racionan, es frecuente que las personas consuman más de lo que se percatan (Herlocker et al., 1997). Cuando se pasa un platón de puré de papas alrededor de una mesa con 10 comensales, es más probable que los primeros se sirvan una ración desproporcionada que cuando se pasa un platón con 10 piernas de pollo. Los juegos del dilema del prisionero y de la tragedia de los comunes tienen varias características semejantes.

4.3 COMPETENCIA

Es frecuente que surjan hostilidades cuando los grupos compiten por trabajos, viviendas o recursos que escasean. Donde hay un choque de intereses, el conflicto surge. Sentirse intimidados, como por causa de amenazas terroristas o económicas, predice un creciente autoritarismo de derecha en los ciudadanos holandeses (Onraet et al., 2014). De manera similar, los bombardeos terroristas en Londres aumentaron los sentimientos antimusulmanes y antiinmigrantes en Gran Bretaña (Van de Vyver et al., 2016). Incluso las amenazas percibidas que son distantes, a causa del

crecimiento poblacional de otro grupo étnico o de una enfermedad pandémica, pueden aumentar la intolerancia de las personas (Beall et al., 2016; Bouman et al., 2015). Además, las amenazas percibidas no solo alimentan el prejuicio y el conflicto, el prejuicio mismo, en un círculo vicioso, también amplifica la percepción de una amenaza (Bahns, 2017). A fin de estudiar el efecto de la competencia, podríamos dividir a los participantes de manera aleatoria en dos grupos, hacer que compitan por un recurso escaso, y analizar lo que suceda. Eso es precisamente lo que hicieron Muzafer Sherif (1966) y sus colaboradores en una famosa serie de experimentos con niños de 11 y 12 años de edad. La inspiración para dichos experimentos se remontó a lo que Sherif atestiguó de adolescente cuando las tropas griegas invadieron su provincia de Turquía en 1919. Empezaron a matar personas a diestra y siniestra. [Eso] tuvo un enorme impacto sobre mí. Fue en ese preciso momento en que me interesé en comprender las razones por las que sucedían esas cosas entre los seres humanos... Quería aprender la ciencia o especialización que se necesitara para comprender este salvajismo entre grupos (citado por Aron y Aron, 1989, p. 131). Después de estudiar las raíces sociales del salvajismo, Sherif introdujo los elementos aparentemente esenciales en diversas experiencias de campamento de verano de tres semanas de duración. En un estudio, dividió a 22 niños de Oklahoma City, que no se conocían, en dos grupos, los llevó a un campamento de los Boy Scouts en camiones separados y los instaló en cabañas dormitorio situadas a casi un kilómetro de distancia en el Parque Estatal de Robber's Cave de Oklahoma. Durante la mayor parte de la primera semana, cada grupo permaneció ignorante de la existencia del otro. Al cooperar en diversas actividades, preparación de comidas, acampar en exteriores, arreglar un estanque para nadar, construir un puente de cuerda, cada grupo pronto se volvió muy unido. Se dieron nombres: Cascabeles y Águilas. Como demostración de los sentimientos positivos, apareció un cartel en una de las cabañas: "Hogar, dulce hogar". Una vez establecida la identidad grupal, se preparó el escenario para el conflicto. Cerca del final de la primera semana, los Cascabeles descubrieron a las Águilas "en 'nuestro' campo de béisbol". Cuando el personal del campamento propuso un torneo de actividades de competencia entre ambos grupos (juegos de béisbol, tirar de la cuerda, inspecciones de cabaña, búsquedas de tesoro

y así sucesivamente), ambos grupos respondieron con gran entusiasmo. Era una competencia en la que uno de los grupos tenía que perder. Los trofeos (medallas y navajas) irían, en su totalidad, al ganador de la contienda. ¿El resultado? El campamento degeneró hasta caer en la guerra abierta. Se convirtió en algo similar a *El señor de las moscas*, de William Golding, que muestra la desintegración social de unos muchachos atrapados en una isla. En el estudio de Sherif, el conflicto empezó cuando cada lado empezó a insultar al otro durante las actividades competitivas. Pronto escaló a “guerras de basura” en los comedores, a la quema de banderas, al saqueo de cabañas e, incluso, a peleas a puño limpio. Al pedirles que describieran al grupo contrario, los niños se referían a ellos como “tramposos”, “payasos” y “apestosos”, pero describían a su propio grupo como “valiente”, “fuerte” y “amistoso”. Fue una experiencia difícil que condujo a algunos de los niños a mojar sus camas, escaparse, sentir añoranza por sus hogares y recuerdos posteriores de una experiencia infeliz (Perry, 2014). La situación de ganar-perder había producido un conflicto intenso, imágenes negativas del exogrupo y fuerte cohesión y orgullo endogrupal. Sin duda, esta polarización grupal exacerbó el conflicto. En situaciones que fomentan la competencia, los grupos se comportan de maneras más competitivas de lo que lo hacen los individuos (Wildschut et al., 2003, 2007). Incluso después de escuchar mensajes a favor de la tolerancia, la discusión intragrupal con frecuencia aumenta mucho el desagrado por el grupo conflictivo (Paluck, 2010). Todo esto se dio sin que hubiera diferencias culturales, físicas o económicas entre ambos grupos y con muchachos que representaban la “crema y nata” de sus comunidades. Sherif señaló que si hubiéramos visitado el campamento en ese momento, hubiéramos concluido que “estos eran un montón de jóvenes maliciosos, trastornados y salvajes” (1966, p. 85). En realidad, su comportamiento malévolo se había visto detonado por una situación malévola. Por fortuna, como veremos, Sherif no solo convirtió a desconocidos en enemigos, sino que también transformó enemigos en amigos.

4.4 INJUSTICIA PERCIBIDA

“¡Eso es injusto!”, “¡Qué engaño!”, “¡Merecemos mucho más que eso!”. Este tipo de comentarios tipifica los conflictos que se generan por la injusticia percibida. Pero, ¿y

qué es la “justicia”? Según algunos teóricos de la psicología social, las personas perciben que la justicia es equivalente a la equidad: la distribución de recompensas en proporción a las contribuciones del individuo (Starmans et al., 2017; Walster et al., 1978). Si usted y “Jamie” tienen una relación (empleador-empleado, maestro-estudiante, esposa-esposo, colega-

colega),.

Si usted contribuye más y se beneficia menos que Jamie, se sentirá explotado e irritado; también es posible que Jamie se sienta como explotador y que experimente culpa. No obstante, es más probable que usted esté más sensibilizado a la equidad de lo que esté Jamie (Greenberg, 1986; Messick y Sentis, 1979). Es posible que coincidamos con la definición de justicia de acuerdo con el principio de equidad, pero que no concordemos con que la relación sea equitativa. Si dos personas son colegas, ¿qué consideraría como contribución relevante cada una de ellas?

Es posible que la que tenga mayor edad esté a favor de basar el pago según la experiencia, mientras que la de menor edad quiera hacerlo con base en la productividad real. Dado un desacuerdo como este, ¿qué definición tiene probabilidades de prevalecer? Por lo general, aquellos que cuentan con poder social se convencen a sí mismos y a otros que merecen lo que están obteniendo (Guinote, 2017; Mikula, 1984). A esto se le ha denominado la regla “de oro”: quien tiene el oro hace las reglas. Los críticos argumentan que la equidad no es la única definición concebible de justicia (tómese un momento: ¿se le ocurre alguna otra?) Edward Sampson (1975) argumentaba que los teóricos de la equidad suponen, de manera errónea, que los principios económicos que guían a las naciones capitalistas de Occidente no son universales.

Algunas culturas no capitalistas definen la justicia no como equidad, sino como igualdad o, incluso, como satisfacción de necesidades: “De cada uno según sus capacidades, a cada uno según sus necesidades” (Karl Marx). En comparación con los estadounidenses individualistas, los niños y adultos educados bajo la influencia de las culturas colectivistas como China, India y África rural, han definido la justicia más

como igualdad o satisfacción de necesidades (Hui et al., 1991; Leung y Bond, 1984; Schäfer et al., 2015). ¿Sobre qué base deberían distribuirse las recompensas? ¿Mérito? ¿Igualdad? ¿Necesidad? ¿Alguna combinación de todas las anteriores? El filósofo John Rawls (1971) nos invitó a considerar un futuro en el que nuestro propio sitio en la escalera económica fuese desconocido. ¿Qué estándar de justicia es el que preferiríamos?

4.5 PERCEPCIONES ERRONEAS

Recuerde que el conflicto es la incompatibilidad percibida de acciones o metas. Muchos conflictos contienen un pequeño núcleo de metas en verdad incompatibles; el problema mayor es el de las percepciones erróneas de los motivos y metas del otro. Las Águilas y los Cascabeles en realidad tenían algunas metas incompatibles. Pero sus percepciones magnificaron sus diferencias de manera subjetiva.

En capítulos anteriores hemos considerado las semillas de las percepciones erróneas:

- El sesgo en beneficio propio conduce tanto a individuos como a grupos a aceptar el crédito por sus buenas acciones y a evitar la responsabilidad por las malas acciones.
- Una tendencia a la autojustificación inclina a las personas a negar lo incorrecto de sus actos malévolos (“¿Y a eso le dices golpe? ¡Casi ni lo toqué!”).
- Gracias al error fundamental de atribución, cada parte ve la hostilidad del otro como reflejo de su mala disposición.
- Después, filtramos la información y la interpretamos para que se ajuste a nuestras preconcepciones.
- A menudo, los grupos polarizan estas tendencias sesgadas que los benefician a sí mismos y los justifican.
- Un síntoma del pensamiento grupal es una tendencia a percibir el propio grupo como moral y fuerte, y a la oposición como malévola y débil. Los actos de terrorismo

que a los ojos de la mayoría representan una brutalidad despreciable, otros los ven como una guerra santa.

De hecho, el mero acto de encontrarse al interior de un grupo detona un sesgo endogrupal.

Los estereotipos negativos del exogrupo, una vez formados, con frecuencia son resistentes a la evidencia que los contradice.

Así entonces, no debería sorprendernos, aunque sí nos debería dar mucho qué pensar, descubrir que las personas que se encuentran en conflicto se forman imágenes distorsionadas las unas de las otras. Sin importar el lugar del mundo en que usted viva, ¿no es verdad que la última vez que su país fue a la guerra se adornó de una virtud moral; que se preparó para la guerra mediante la demonización del enemigo; que la mayoría del pueblo aceptó el argumento a favor de la guerra que hizo el gobierno y que se reunió en torno a la bandera? Muestre a los psicólogos sociales Ervin Staub y Daniel Bar-Tal (2003) a un grupo enfrascado en un conflicto irresoluble y ellos le mostrarán a un grupo que

considera que sus propias metas son importantes en extremo, se

enorgullece de “nosotros” y los desprecia a “ellos”, cree que se le ha

victimizado, eleva el patriotismo, la solidaridad y la lealtad a las necesidades

de su propio grupo y celebra el sacrificio propio y reprime las críticas.

Aunque es más que probable que uno de los lados de un conflicto esté actuando con una mayor virtud moral, el punto es que las imágenes de los enemigos son predecibles. Incluso los tipos de percepciones erróneas son intrigantemente predecibles

4.6 INFLUENCIA DEL CONTACTO

¿Es posible que poner a dos individuos o grupos en conflicto en contacto cercano les permite conocerse y agradarse? Tal vez no: hemos visto cómo las expectativas

negativas pueden sesgar los juicios y crear profecías autocumplidas. Cuando las tensiones aumentan, el contacto puede generar una pelea. Pero también hemos visto que la proximidad —y la interacción acompañante, la anticipación de la interacción y la mera exposición— aumentan el agrado. Y señalamos cómo el prejuicio racial extremo disminuyó después de la abolición de la segregación, lo que demuestra que las actitudes siguen al comportamiento. Si este fenómeno de la psicología social ahora le parece más que evidente, recuerde: eso suele suceder con las cosas después de conocerlas. Para la Suprema Corte de Estados Unidos en 1896, la idea de que el comportamiento contra la segregación pudiera reducir las actitudes prejuiciosas era todo menos que evidente. En ese momento, lo que parecía evidente era que “la legislación es incapaz de erradicar los instintos raciales” (*Plessy v. Ferguson*). ¿El contacto predice las actitudes? En términos generales, el contacto predice la tolerancia. En un análisis concienzudo, investigadores reunieron datos de 516 estudios de 250 555 personas en 38 naciones (Tropp y Pettigrew, 2005a; Pettigrew y Tropp, 2008, 2011). En 94% de los estudios, el aumento del contacto predijo una disminución en los prejuicios.

Esto es especialmente cierto para las actitudes de grupos mayoritarios hacia las minorías (Durrheim et al., 2011; Gibson y Claassen, 2010). Algunas investigaciones más recientes, en Bosnia, Israel/Palestina, Turquía, Irlanda del Norte, Líbano, Liberia, Sudáfrica y Gran Bretaña (Wright et al., 2017), extienden otros estudios de la correlación entre el contacto y las actitudes positivas:

□ Sudáfrica. Mientras más contacto interracial tienen los sudafricanos negros y blancos, menos prejuicio sienten y más solidarias se vuelven sus actitudes políticas (Dixon et al., 2007, 2010; Tredoux y Finchilescu, 2010).

□ Orientación sexual e identidad transgénero. Mientras más contacto tienen las personas heterosexuales con gays y lesbianas, más tolerantes se tornan (Collier et al., 2012; Górska et al., 2017; Smith et al., 2009). Mientras más contacto tienen las personas con los individuos transgénero, menos prejuicios expresan en contra de estas personas (Norton y Herek, 2013). Lo que importa no es solo lo que se sabe de las personas homosexuales o transgénero, sino a quién se conoce.

□ Musulmanes. Mientras más contacto tuvieron con musulmanes los adolescentes holandeses, más tolerantes se volvieron hacia ellos (González et al., 2008).

□ Compañeros de cuarto y familiares. Para los estudiantes blancos, tener un compañero de cuarto que sea negro mejora sus actitudes raciales y conduce a que se sientan más cómodos con personas de otras razas (Gaither y Sommers, 2013). Otras conexiones potentes con un solo miembro del exogrupo, como en el caso de una adopción interracial o tener un hijo gay, vincula a las personas de manera similar con dicho exogrupo y reduce el prejuicio implícito (Gulker y Monteith, 2013).

□ Intergeneracional. Mientras mayor el contacto que tienen los jóvenes con adultos mayores, más favorables son sus actitudes hacia ellos (Drury et al., 2016).

□ Contacto indirecto. Incluso el contacto indirecto vicario, por medio de la lectura de cuentos o de la imaginación, o a través de una amistad que pertenece al exogrupo, tiende a reducir el prejuicio (Bilewicz y Kogan, 2014; Crisp et al., 2011; Turner et al., 2007a, b, 2008, 2010). Las personas que leen los libros de la serie de Harry Potter, con sus temas de contactos solidarios con grupos estigmatizados, tienen mejores actitudes hacia inmigrantes, homosexuales y refugiados (Vezzali et al., 2014). Este efecto indirecto de contacto, también llamado efecto de contacto extendido, puede difundir más actitudes positivas a través de un grupo de pares (Christ et al., 2010).

4.7 COOPERACION

Aunque el contacto en igualdad de estatus puede ser de ayuda, hay ocasiones en que no es suficiente. No sirvió de nada cuando Muzafer Sherif le dio fin a la competencia entre Cascabeles y Águilas y reunió a ambos grupos para llevar a cabo actividades no competitivas como ver películas, disparar cohetes y comer. Para ese momento, su hostilidad era tan intensa que el mero contacto solo ofrecía oportunidades para intercambiar burlas y ataques. Cuando un Águila de manera accidental rozaba a un Cascabel, sus compañeros lo alentaban a “quitarse su mugre de encima”. Unir a los dos grupos difícilmente promovió la integración social. En los casos en que existe este tipo de hostilidad tan arraigada, ¿qué puede hacer un pacifista? Piense de nuevo

en los esfuerzos tanto exitosos como fracasados por eliminar la segregación. La mezcla racial en compañías de infantería en el ejército no solo unió a blancos y a negros, los hizo depender unos de otros. Juntos estaban luchando en contra de un enemigo común, esforzándose para alcanzar una meta compartida. ¿Sugiere eso un segundo factor que prediga si el efecto de la eliminación de la segregación será favorable? ¿El contacto competitivo divide al tiempo que el contacto cooperativo une? Considere lo que sucede cuando las personas, en conjunto, se enfrentan a un predicamento en común. En el conflicto, en todos los niveles, desde parejas, hasta equipos rivales, pasando por naciones, las amenazas compartidas y las metas comunes fomentan la unidad. Las amenazas externas comunes desarrollan la cohesión ¿Alguna vez se ha visto atrapado con otras personas en una tormenta de nieve, castigados por un maestro o perseguidos y ridiculizados por su identidad social, racial o religiosa? Si tal es el caso, podrá recordar que se sintió cercano a aquellos con los que compartió el apuro. Quizá las anteriores barreras sociales hayan desaparecido al ayudarse mutuamente a salir de la nieve o a lidiar con el enemigo común. Los sobrevivientes del dolor compartido o de casos más extremos, como bombardeos, también con frecuencia informan de un espíritu de cooperación y solidaridad más que de pánico de sálvese quien pueda (Bastian et al., 2014; Drury et al., 2009). Este tipo de amistad es común entre personas que experimentan una amenaza compartida. John Lanzetta (1955) lo observó cuando puso a equipos de cuatro elementos de los cadetes navales de la Reserva a trabajar en tareas de solución de problemas para después empezar a informarles por el sistema de altavoces que sus respuestas eran incorrectas, su productividad inexcusablemente baja y su proceso de pensamiento deficiente. Otros grupos no recibieron el mismo tipo de acoso. Lanzetta observó que los miembros del grupo bajo presión se volvieron más amistosos entre sí, más cooperativos, menos argumentativos y menos competitivos. Todos estaban en un mismo barco y el resultado fue un espíritu de cohesión. Experimentos recientes confirman el aspecto rescatable de tener a un mal jefe: las personas maltratadas se vuelven mucho más cohesivas (Stoverink et al., 2014). El mal de muchos sí es el consuelo de todos. Tener un enemigo en común unificó a los muchachos en competencia en los experimentos de campamento de

Sherif; y en muchos experimentos posteriores (Dion, 1979). El mero recuerdo de la existencia de un exogrupo (de una escuela rival, digamos) aumenta la sensibilidad de las personas hacia su propio grupo (Wilder y Shapiro, 1984). La percepción de discriminación contra el propio grupo racial o religioso es sentirse más vinculado e identificado con él (Craig y Richeson, 2012; Martinovic y Verkuyten, 2012; Ramos et al., 2012). Reconocer que el propio grupo y otro han compartido experiencias de discriminación enriquece la relación entre los dos (Cortland et al., 2017). Estaremos dolorosamente conscientes de quiénes son “ellos”, pero también sabemos quiénes somos “nosotros”. Al enfrentarse a una amenaza externa bien definida durante la guerra, los sentimientos de “nosotros” se van por las nubes. La membresía de las organizaciones cívicas crece de manera exponencial (Putnam, 2000). Las amenazas compartidas también producen un efecto político de “congregarse en torno a la bandera” (Lambert et al., 2011). Los niños y jóvenes que sobreviven la exposición a las guerras más tarde exhiben un mayor espíritu de cooperación hacia su endogrupo (Bauer et al., 2014). Después del 11 de septiembre del 2001, “los viejos antagonismos raciales... se disiparon”, informó el New York Times (Sengupta, 2001). “Yo solía limitarme a pensar que era negro —afirmó Louis Johnson, de 18 años al reflexionar acerca de la vida antes de los ataques—.

Pero ahora siento que soy estadounidense, más que nunca antes”. En la ciudad de Nueva York, incluso las tasas de divorcio cayeron en el periodo posterior al 11 de septiembre (Hansel et al., 2011). Una muestra de conversaciones, al igual que otra de las conferencias de prensa del alcalde de Nueva York, Rudy Giuliani, antes y después de los ataques, encontró que se había duplicado la presencia de la palabra “nosotros” (Liehr et al., 2004; Pennebaker y Lay, 2002). Las tasas de aprobación del trabajo que estaba haciendo el presidente George W. Bush reflejaban este espíritu de unidad generado por la amenaza. A los ojos del público, el presidente aparentemente mediocre del 10 de septiembre se había convertido en el exaltado mandatario del 12 de septiembre: en “nuestro líder” en la lucha contra “aquellos que nos odian”. Más tarde, sus tasas de aprobación disminuyeron, aunque volvieron a elevarse cuando empezó la guerra en contra de Irak (figura 13.5). Incluso imaginar o temer la extinción del propio grupo a menudo sirve para fortalecer la solidaridad

endogrupal (Wohl et al., 2010). De la misma manera, el solo imaginar la amenaza compartida del calentamiento global redujo las asperezas internacionales (Pyszczynski et al., 2012). Por ello existe la posibilidad de que los líderes creen un enemigo externo amenazante como técnica para fortalecer la cohesión. La novela de George Orwell, 1984, ilustra la táctica: el líder de la nación protagonista utiliza los conflictos fronterizos con los otros dos poderes principales a fin de disminuir el conflicto interno. De vez en vez, el enemigo cambia, pero siempre hay un enemigo. De hecho, la nación parece necesitar que exista un enemigo. Para el mundo entero, para las naciones y para los grupos, tener un enemigo en común es poderosamente unificador. Las diferencias entre los musulmanes suniitas y chiiíta que se sienten enormes en Irak no les parecerán tan grandes a los musulmanes de países en donde ambos tienen que lidiar con las actitudes en contra de los musulmanes. De esta misma manera, ¿podría el planeta encontrar la unidad si se enfrentara a un enemigo en común? En 1987, el presidente de Estados Unidos, Ronald Reagan, observó: “en nuestra obsesión con los antagonismos del momento, es frecuente que olvidemos todo lo que une a los miembros de la humanidad. Quizá necesitemos de alguna amenaza universal externa que nos haga reconocer este vínculo en común”. Dos décadas más tarde, Al Gore (2007) coincidió y sugirió que con el espectro del cambio climático “Nosotros —todos nosotros— nos vemos enfrentados a una amenaza universal. Aunque no proviene de fuera de este mundo, sigue siendo de una escala cósmica” (a fin de considerar estas dinámicas sociales en las rivalidades deportivas, vea “Enfoque: ¿Por qué nos importa quién gana?”

4.8 EL GANAR

¿Cuál es la razón, para los fanáticos del deporte en cada rincón del planeta, de que importe tanto quién gana? Durante la “locura de primavera” anual del básquetbol de la NCAA, ¿cuál es la razón por la que adultos perfectamente normales se vuelven partidarios enloquecidos de su equipo y se deprimen si pierde? ¿Y cuál es la razón por la que, durante esa cúspide del deporte, la Copa Mundial de Fútbol, los fanáticos del mundo entero sueñan con ver a su país como triunfador? Las raíces de la rivalidad penetran a gran profundidad. Hay algo primordial que está operando cuando la muchedumbre explota en el momento en que los dos rivales salen a la cancha o al

terreno de juegos. Hay algo tribal en la pasión que se genera por el mero hecho de que una pelota de cuero vuele por los aires. Nuestros ancestros, que vivían en un mundo en que las tribus vecinas ocasionalmente hacían incursiones para despojar a los campamentos contrarios, sabían que había seguridad a partir de la solidaridad (aquellos que no se unían dejaban atrás a un menor número de descendientes). Sea durante las cacerías, la defensa o el ataque, más manos eran mejores que dos. Dividir al mundo en términos de “nosotros” y “ellos” implica costos significativos, como el racismo y la guerra, pero también ofrece los beneficios de la solidaridad comunal. Para identificarnos a nosotros y a ellos, de manera no tan alejada como los fanáticos rabiosos de la actualidad, nuestros ancestros se vestían o pintaban en ropajes y colores específicos del grupo. Los deportes y la guerra, señala el psicólogo evolutivo Benjamin Winegard (2010), los hacen principalmente los varones asociados con áreas geográficas y que utilizan uniformes que identifican a sus grupos. Ambos utilizan habilidades pertinentes para la guerra (correr, derribar, lanzar), y ambas ofrecen recompensas a los vencedores. Como animales sociales, vivimos en grupos, alentamos a nuestros grupos, matamos y morimos por ellos. También nos definimos a través de nuestros grupos. Nuestro autoconcepto, el sentido de quiénes somos, consiste no solo en los atributos y actitudes personales, sino también en la identidad social. Estas identidades sociales (saber quiénes somos “nosotros”) fortalece nuestro autoconcepto y orgullo, en especial cuando percibimos que “nosotros” somos superiores. Cuando carecen de una identidad individual positiva, muchos jóvenes encuentran una sensación de orgullo, poder e identidad en las pandillas. Muchos patriotas se definen a sí mismos por medio de sus identidades nacionales. La definición grupal de quienes somos también implica quiénes no somos. Algunos experimentos de psicología social revelan que conformarnos en grupos, incluso en grupos arbitrarios, promueve el sesgo endogrupal. Junte a personas en grupos definidos por poco más que sus fechas de nacimiento o, incluso, por el último número de sus licencias de conducir, y sentirán cierta relación con sus compañeros de número y mostrarán favoritismo hacia ellos. Tan poderosa es nuestra conciencia de grupo que “nosotros” nos parece mejor que “ellos”, incluso cuando “ellos” está definido en términos aleatorios. La solidaridad social aumenta al máximo cuando las

personas se enfrentan a un enemigo común. Como lo demostró tan vívidamente el experimento de los campamentos de Muzafer Sherif, la competencia crea enemigos. Motivados por la competencia y liberados por el anonimato de la muchedumbre, las pasiones pueden culminar en los peores momentos que puede atravesar un deporte: los fanáticos que se burlan de sus oponentes, que les gritan a los árbitros e, incluso, que atacan a estos arrojándoles botellas de cerveza. La identificación grupal aumenta vertiginosamente con el éxito. Los fanáticos encuentran la estima propia, por lo menos en pequeña medida, al estar asociados con los atletas victoriosos de su equipo cuando gana. Al preguntarles acerca de alguna importante victoria de fútbol, por lo común los estudiantes universitarios responden “ganamos” (Cialdini et al., 1976). Disfrutan de la gloria ajena. Si se les pregunta acerca del partido después de una derrota, los estudiantes tienden a distanciarse del equipo al decir “perdieron”. Resulta irónico que a menudo reservamos nuestras pasiones más intensas para los rivales que más se parecen a nosotros. Hace mucho tiempo, Freud reconoció que se creaban animosidades en torno a las pequeñas diferencias: “en el caso de dos pueblos vecinos, cada uno es el rival más celoso del otro; incluso un pequeño cantón mira a los demás con absoluto desdén. Las razas muy relacionadas se mantienen a distancia; los alemanes del sur no toleran a los alemanes del norte y los ingleses hablan pestes de los escoceses mientras que los españoles detestan a los portugueses”. Para las personas no musulmanas de la actualidad, los mahometanos sunnitas y chiítas parecen casi idénticos (ambos reverencian el Corán, siguen a Mahoma y le rezan a Alá). De la misma manera, para las personas no cristianas, los protestantes y católicos antes en guerra en Irlanda del Norte (y ambos de los cuales son seguidores del Príncipe de la Paz), parecen ser religiosa y étnicamente idénticos. Pero en el caso de aquellos que son cercanos a nosotros, nuestra atención se centra no en las considerables semejanzas, sino en las sutiles diferencias. Como residente ocasional de Escocia, he sido testigo de muchos ejemplos de la observación que hace la Xenophobe’s Guide to the Scots (Guía del xenófobo para entender a los escoceses); que los escoceses dividen a las personas que no son de Escocia “en dos categorías: (1) los ingleses; y (2) los demás”. De la misma manera en que los fanáticos furibundos de los Cachorros de Chicago se sienten felices si gana su equipo o si

pierden los Medias Blancas, los fanáticos apasionados del fútbol de Nueva Zelanda apoyan a su propio equipo y a cualquier otro que esté jugando contra Australia (Halberstadt et al., 2006). Del mismo modo, los futboleros apasionados de Escocia se deleitan ante una victoria de su equipo o ante una derrota inglesa. “¡Puff! Perdieron” exhibió un tabloide escocés después de que Inglaterra perdiera la EuroCopa de 1996, a manos de Alemania. Para un deportista fanático, pocas cosas parecen tan dulces como el infortunio de un archirrival. Tanto la derrota de un rival, como el triunfo del equipo propio activan las áreas cerebrales asociadas con el placer (Cikara et al., 2011). Las minorías numéricas, como lo son los escoceses en Gran Bretaña, están conscientes en especial de sus identidades sociales. Los cinco millones de escoceses, y sus descendientes, están más conscientes de su identidad nacional frente a los 53 millones de ingleses vecinos que viceversa (Estados Unidos y Canadá cuentan con solo nueve organizaciones inglesas y con 111 escocesas [Watson, 2015]). Del mismo modo, los cinco millones de neozelandeses están más conscientes de su identidad frente a los 24 millones de australianos, y es más probable que apoyen a los oponentes deportivos de Australia (Halberstadt et al., 2006).

4.9 COMUNICACIÓN

Las partes en conflicto tienen otras maneras de resolver sus conflictos. Cuando marido y mujer, o trabajadores y gerencia, o la nación X y la Y no coinciden, pueden negociar entre sí de manera directa. Pueden pedirle a una tercera parte que medie haciendo sugerencias y facilitando la negociación, o bien pueden arbitrar presentando su desacuerdo ante alguien que estudie el caso e imponga un acuerdo.

Negociación

Si usted desea comprar o vender un auto, ¿es mejor que adopte una postura ruda en la negociación y que inicie con una oferta extrema a fin de que al encontrar un punto medio obtenga un resultado favorable? ¿O acaso le conviene empezar con una oferta sincera “de buena fe”? Los experimentos no ofrecen una respuesta sencilla. Por una parte, aquellos que demandan más con frecuencia obtienen más.

Robert Cialdini, Leonard Bickman y John Cacioppo (1979) proporcionan un resultado típico: en la condición de control, se acercaron a diferentes agencias de Chevrolet y preguntaron el precio del Cupé Montecarlo deportivo nuevo. En la condición experimental, se acercaron a otras agencias y, de inicio, adoptaron una postura de negociación más firme pidiendo y rechazando el precio relacionado con otro vehículo (“Necesito un precio mucho menor a ese. Eso es demasiado”). Después, cuando preguntaron el precio del Montecarlo, exactamente de la misma manera que en la condición de control, recibieron cotizaciones que, en promedio, fueron de 200 dólares menos. La negociación firme puede reducir las expectativas de la otra parte, lo que hace que uno de los lados esté dispuesto a pactar por menos (Yukl, 1974). Pero hay ocasiones en que la dureza puede resultar contraproducente. Muchos conflictos tienen que ver con la repartición de un pastel que no es de tamaño fijo, sino que se reduce de tamaño si la negociación continúa. A menudo, una demora temporal es un escenario en el que todos pierden. Cuando una huelga se prolonga, los trabajadores pierden salarios y la gerencia pierde ganancias. Por ende, adoptar una posición firme es un escenario en el que, en potencia, todos pueden salir perdiendo. Si la otra parte responde con una postura igual de firme, es posible que ambas partes se vean atadas a posturas a las que nadie puede renunciar sin perder la apariencia. En las semanas anteriores a la Guerra del Golfo Pérsico en 1991, el primer presidente Bush amenazó, bajo el pleno resplandor de los reflectores de la publicidad, que “patearía el trasero de Saddam”. Saddam Hussein, no menos macho, amenazó con hacer que los “impíos” estadounidenses “nadaran en su propia sangre”. Después de este tipo de afirmaciones beligerantes, fue imposible que cualquiera de ambas partes evitara la guerra y conservaran las apariencias.

Mediación

Un tercero mediador puede ofrecer sugerencias que permitan que las partes en conflicto realicen concesiones y guarden las apariencias a un mismo tiempo (Pruitt, 1998). Si la concesión que estoy haciendo puede atribuírsele a un mediador, quien está obteniendo una concesión equivalente por parte de mi oponente, no podrá considerarse que ninguna de las partes esté cediendo por debilidad.

TRANSFORMAR UN GANAR-PERDER EN UN GANAR-GANAR

Los mediadores también ayudan a resolver conflictos facilitando la comunicación constructiva. Su primera tarea es ayudar a las partes a repensar el conflicto y a obtener mayor información relacionada con los intereses del otro. Típicamente, las personas de ambos lados tienen una orientación competitiva de “ganar-perder”: se considerarán exitosos si su oponente está infeliz con el resultado y no lo serán si su oponente se siente satisfecho (Thompson et al., 1995). El objetivo del mediador es reemplazar esta orientación ganar-perder con una orientación cooperativa ganar-ganar alentando a ambas partes a dejar de lado sus demandas conflictivas y, en lugar de ello, pensar en las necesidades, intereses y metas subyacentes de cada quien. Una clásica historia en la que todos salen ganando es la de dos hermanas que estaban peleándose por una naranja (Follett, 1940). Al final, deciden llegar a un compromiso y dividen la naranja por la mitad, momento en el cual una de las hermanas exprime su mitad para extraerle el jugo, mientras que la otra utiliza la cáscara de su mitad para hacer un pastel. Si las hermanas hubieran explicado por qué querían la naranja, lo más probable es que pudieron haber acordado compartirla, quedándose una de ellas con todo el jugo y la otra con toda la ralladura de la cáscara. Este es un ejemplo de acuerdo integrador (Pruitt y Lewis, 1975, 1977). A diferencia de las soluciones de compromiso, en las que cada parte sacrifica algo importante, los acuerdos integradores son más perdurables. Al recompensar mutuamente, conducen a relaciones más continuas (Pruitt, 1986).

DESHACER LAS PERCEPCIONES ERRÓNEAS POR MEDIO DE LAS COMUNICACIONES CONTROLADAS

Es frecuente que la comunicación ayude a reducir las percepciones erróneas autocumplidas. Quizá usted pueda recordar experiencias similares a la de esta estudiante universitaria: Con frecuencia, después de un periodo prolongado de falta de comunicación, percibo el silencio de Martha como señal del desagrado que siento por mí. Ella, a su vez, cree que mi silencio es el resultado del enojo que siento por ella. Mi silencio induce el suyo que, a su vez, me hace más silenciosa todavía... hasta

que este efecto de bola de nieve se ve deshecho por algún suceso que nos obliga a interactuar. Y entonces, la comunicación deshace por completo todas las malas interpretaciones que habíamos formado la una de la otra. El resultado de este tipo de conflicto con frecuencia depende de cómo es que las personas comunican sus sentimientos. Los psicólogos Ian Gotlib y Catherine Colby (1988) ofrecieron consejos a parejas sobre cómo evitar las peleas destructivas y convertirlas en discusiones positivas (cuadro 13.2). Por ejemplo, los niños pueden aprender que el conflicto es normal, que las personas pueden aprender a llevarse con aquellos que son diferentes a ellos, que la mayoría de las disputas pueden resolverse de manera en que todos salgan ganando y que las estrategias de comunicación no violenta son una alternativa a un mundo de acosadores y víctimas. Este “currículo de prevención de la violencia... no tiene nada que ver con la pasividad”, señala Deborah Prothrow-Stith (1991, p. 183). “Tiene que ver con utilizar el enojo no para lastimarse a uno mismo o a nuestros pares, sino para cambiar al mundo”. David Johnson y Roger Johnson (1995, 2000, 2003) ofrecieron alrededor de 12 horas de capacitación en resolución de conflictos a niños de primero a noveno grados con resultados alentadores. Antes de la capacitación, la mayoría de los estudiantes se involucraban en conflictos diarios (descalificaciones, insultos, pleitos relacionados con turnos en el patio de juegos, problemas relacionados con posesiones) disputas que casi siempre derivaban en ganadores y perdedores. Después de la capacitación, los niños encontraron con más frecuencia soluciones donde todos salían ganando, mediaron mejor en los conflictos entre amigos y retuvieron y aplicaron sus nuevas habilidades dentro y fuera de la escuela a lo largo del año escolar. Cuando esto se implementa con la totalidad del cuerpo estudiantil, el resultado es una comunidad de alumnos más pacífica y un aumento en el logro académico

4.10 CONCILIACIÓN Y GRIT

Hay ocasiones en que la tensión y las sospechas son tan generalizadas que incluso la comunicación, y mucho menos la resolución, se vuelve poco menos que imposible. Es posible que cada parte amenace, coaccione o tome represalias en contra de la otra. Por desgracia, tales actos tienden a corresponderse, lo que escala el conflicto. Entonces, ¿una estrategia de tranquilización de la otra parte por medio de la

cooperación incondicional produciría un resultado satisfactorio? A menudo no sucede. En juegos de laboratorio, aquellos 100% cooperativos con frecuencia son explotados. En términos políticos, el pacifismo unilateral suele estar más allá de toda cuestión.

GRIT

El psicólogo social Charles Osgood (1962, 1980) propuso una tercera alternativa, una que es conciliadora, pero lo bastante fuerte como para desalentar el abuso. La llamó “iniciativas graduales y recíprocas de reducción de la tensión”. Utilizó sus siglas, GRIT, que en inglés significan valor o temple, para ejemplificar la determinación que requerían. GRIT tiene la finalidad de revertir la espiral de conflicto detonando una desaceleración recíproca. Para lograrlo, aprovecha conceptos de la psicología social, como la norma de reciprocidad y la atribución de motivos. Las GRIT requieren que una de las partes inicie pequeñas acciones de desaceleración después de anunciar un intento de conciliación. El iniciador afirma su deseo por reducir las tensiones, declara cada acto de conciliación antes de llevarlo a cabo, e invita a su adversario a llevar a cabo acciones recíprocas. Tales anuncios crean el marco que ayuda al adversario a interpretar de manera correcta algo que, de lo contrario, podría interpretarse como una serie de medidas débiles o engañosas. También logran el cometido de ejercer presión pública sobre el adversario para que siga la norma de la reciprocidad.

A continuación, el iniciador establece su credibilidad y autenticidad llevando a cabo, exactamente como lo anunció, diversos actos conciliatorios verificables. Esto intensifica la presión para la reciprocidad. Diversificar los actos conciliatorios, quizá a través de ofrecer ayuda médica, cerrar una base militar o finalizar un embargo comercial, evita que el iniciador haga un sacrificio significativo en cualquier área específica y deja al adversario en libertad de elegir sus propios medios para corresponder. Si el adversario lo hace de manera voluntaria, su propio comportamiento conciliador puede ayudar a suavizar sus actitudes. Las GRIT sí son conciliadoras, pero no se trata de una “rendición a plazos”. Los aspectos restantes

del plan protegen el interés de cada parte al mantener las capacidades punitivas. Los pasos conciliatorios iniciales implican un pequeño riesgo, pero no ponen en peligro la seguridad de ninguna de ambas partes; más bien, están calculados para empezar a llevar a ambas partes a reducir la tensión. Si una de las partes lleva a cabo alguna acción agresiva, la otra responde de manera equivalente, dejando en claro que no tolerará el abuso. Pero el acto recíproco no es una respuesta excesiva que vuelva a escalar el conflicto. Si el adversario ofrece sus propios actos de conciliación, estos también corresponden entre sí de manera equivalente o, incluso, se exceden un poco. Morton Deutsch (1993) capturó el espíritu de las GRIT al aconsejar a los negociadores a que fueran “firmes, justos y amistosos”: firmes en su resistencia a la intimidación, abuso y trucos sucios; justos al sostener los propios principios morales y al no corresponder al comportamiento inmoral del otro a pesar de sus provocaciones; y amistosos en el sentido de que deben estar dispuestos a iniciar y corresponder a la cooperación”. ¿En verdad funcionan las GRIT? En una prolongada serie de experimentos en la Universidad de Ohio, Svend Lindskold y asociados (1976, 1986, 1988) encontraron “un apoyo considerable para los diferentes pasos en la propuesta GRIT”. En juegos de laboratorio, anunciar las intenciones de cooperación sí aumenta esta. Los repetidos actos conciliatorios o generosos sí generan mayor confianza (Klapwijk y Van Lange, 2009; Shapiro, 2010). Mantener una igualdad de poderes sí protege en contra del abuso. Lindskold no estaba tratando de afirmar que el mundo de los experimentos de laboratorio reflejaba el mundo más complejo de la vida cotidiana. Más bien, los experimentos nos permiten formular y verificar poderosos principios teóricos, como la norma de la reciprocidad y el sesgo en beneficio propio. Como señaló Lindskold (1981), “son las teorías, no los experimentos individuales, las que se utilizan para interpretar al mundo”.

4.11 EL CONFLICTO ENTRE LOS DERECHOS INDIVIDUALES Y COLECTIVOS

Muchos conflictos sociales son una competencia entre los derechos individuales y colectivos. El derecho de una persona a fumar entra en conflicto con el derecho de otra de vivir en un ambiente libre de humo. El derecho de un industrialista a llevar a cabo sus negocios sin reglamentación alguna entra en conflicto con el derecho que

tiene la comunidad al aire limpio. El derecho de una persona a poseer un arma de fuego entra en conflicto con el derecho a escuelas seguras de la comunidad. Con la esperanza de combinar los mejores valores individuales y colectivos, algunos científicos sociales han planteado una síntesis comunitaria que tiene por fin equilibrar los derechos individuales con el derecho colectivo al bienestar comunal. El comunitarismo acoge los incentivos provenientes de la iniciativa individual y aprecia la razón por la que se han venido abajo las economías marxistas. “Si me encontrara, digamos, en Albania en este momento —indicó el sociólogo comunitarista Amitai Etzioni (1991)—, tal vez argumentaría que hay demasiada comunidad y no los suficientes derechos individuales”. Pero los comunitarios también cuestionan el extremo contrario, el individualismo a ultranza y la autocomplacencia de la década de 1960 (“haz tu propia onda”), de 1970 (la “década de yo”), de 1980 (“la avaricia es buena”), de 1990 (“sigue tu felicidad”), del nuevo siglo (“un ejército de uno) y del 2010 (“No transijas jamás”). La libertad personal irrestricta, afirman, destruye el tejido social de la cultura; y la libertad comercial no reglamentada, añaden, ha saqueado nuestro ambiente compartido. A lo largo del último medio siglo, el individualismo occidental se ha intensificado. Los padres se han vuelto más propensos a valorar la independencia y autosuficiencia de sus hijos y a preocuparse menos por la obediencia (Alwin, 1990; Remley, 1988; Park et al., 2014). Es más frecuente que los niños tengan nombres inusuales (Twenge et al., 2010). Los estilos de la moda y el arreglo personal se han vuelto más diversos, las libertades personales han aumentado y los valores comunes han disminuido (Putnam, 2000; Schlesinger, 1991). El comunitarismo no aboga por un viaje nostálgico; por un retorno, por ejemplo, a los roles de género más restrictivos y desiguales del decenio de 1950. Más bien, propone un terreno intermedio entre el individualismo de Occidente y el colectivismo del Este, entre la independencia machista asociada de modo tradicional con los varones y el lazo afectuoso tradicionalmente asociado con las mujeres, entre las preocupaciones por los derechos individuales y el bienestar comunal, entre libertad y fraternidad, entre pensar en mí y pensar en nosotros. Como en el caso de las inspecciones del equipaje en los aeropuertos, las prohibiciones del tabaquismo en los aviones y los puntos de verificación de alcoholemia y límites de velocidad en

las calles, las sociedades aceptan ciertos ajustes a los derechos individuales a fin de proteger el bien común. De manera similar, las limitaciones ambientales a las libertades individuales (emitir gases de invernadero, cazar ballenas, deforestar) intercambian algunas libertades a corto plazo por beneficios comunitarios a largo plazo.

Algunos individualistas advierten que estas limitaciones a las libertades individuales pueden empujarnos por la pendiente resbaladiza que conduzca a la pérdida de libertades más importantes (si el día de hoy permitimos que revisen nuestro equipaje, el día de mañana estarán derribando las puertas de nuestras casas. Si el día de hoy censuramos los anuncios de cigarrillos y la pornografía en televisión, el día de mañana empezarán a eliminar libros de los estantes de las bibliotecas. Si el día de hoy prohibimos los rifles de asalto, el día de mañana nos quitarán nuestros rifles de caza). ¿Al proteger los intereses de la mayoría nos arriesgamos a limitar los derechos básicos de las minorías? El comunitarismo responde que si no equilibramos la preocupación por los derechos individuales con la preocupación por nuestro bienestar colectivo, nos arriesgamos a peores disturbios masivos que, a su vez, sí llevarán a llamados a favor de represalias autocráticas. Por lo menos, esto es seguro: a medida que continúa el conflicto entre los derechos individuales y colectivos, los estudios transculturales y de género puede iluminar los valores culturales alternativos y hacer visibles nuestros propios valores supuestos.

BIBLIOGRAFIA

M.T. (2019). *Psicología social* (13.ª ed., Vol. 1). Myers y Twenge.

Reynoso, P. D. (2020). *FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL: Bases y fundamentos (Spanish Edition)*. Independently published.

Elster, J. (2010). *La explicación del comportamiento social: Más tuercas y tornillos para las ciencias sociales (Cladema Sociología)* (1.ª ed.). Gedisa Editorial.

La influencia de sistema nervioso autónomo en nuestra conducta social. (2020, 21 diciembre).

[Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=mJXEkTNgPVA>

Indefensión aprendida (subtitulado). (2010, 30 octubre). [Vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=OtB6RTJVqPM>

El experimento de Solomon Asch sobre conformidad social. (2019, 23 septiembre). [Vídeo].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xO8xv6dtWO4>