



¿Por qué las decisiones impuestas vienen de arriba? Poder, control y la dimensión vertical

Julio Santiago

Dept. de Psicología Experimental y Fisiología del Comportamiento, Universidad de Granada, España

Tipo de artículo: Actualidad.

Disciplinas: Psicología, Lingüística, Antropología, Sociología.

Etiquetas: poder, control, relaciones intergrupales, organizaciones, embodiment.

Poder y altura se relacionan a menudo en el lenguaje habitual y en multitud de convenciones sociales y culturales. Estudios recientes demuestran que esta asociación tiene efectos sutiles, profundos y automáticos en nuestro razonamiento social, y sugieren un posible origen, ligado a experiencias humanas universales.



(cc) jurvetson

superiores, a mayor altura mientras mayor es el poder detentado. Igual sucede con su posición en el organigrama de la empresa, que se suele presentar organizado de arriba a abajo desde las posiciones de mayor poder a las de menor poder. Cuando un país o ciudad decide edificar una construcción que simbolice

El lenguaje coloquial está repleto de expresiones que relacionan el poder y los poderosos con las alturas, o al menos, con lugares situados a mayor altura que la que ocupan los demás. Así, las decisiones impuestas a menudo “vienen de arriba”, los poderosos “miran hacia abajo” a la gente normal, y cuando hemos conseguido controlar algo, decimos que lo tenemos “bajo control”. Si miramos a las manos de las personas cuando hablan veremos gestos consistentes, como, p.ej., señalar con el dedo hacia arriba cuando se habla de “el jefe”.

Es posible encontrar manifestaciones de esta asociación entre poder y altura en una gran variedad de convenciones culturales. Al ganador de una competición se le sitúa en lo alto del podio, seguido por los ocupantes del segundo y tercer puesto en posiciones cada vez más bajas. En los edificios de oficinas de las grandes compañías es común situar los despachos de los ejecutivos en los pisos

su poder, suele optar por un edificio muy alto. De ahí también que el ataque terrorista del 11-S a las Torres Gemelas de Nueva York tuviera un impacto simbólico especial.

Pero una cosa es que existan estas convenciones lingüísticas, sociales y culturales, y otra muy diferente es que afecten de modo automático e inconsciente a nuestro modo de pensar acerca de las relaciones de poder. Sólo recientemente los psicólogos sociales han comenzado a evaluar experimentalmente esta hipótesis. Schubert (2005) localizó pares de nombres de grupos sociales caracterizados por tener bastante poder o poco, como “empresario - trabajador” y “profesor - estudiante”. Los presentó en una pantalla de ordenador una a una, y pidió a sus participantes que decidieran si cada una de las palabras se refería a un grupo más poderoso o menos poderoso, presionando las teclas del cursor con flecha hacia arriba o hacia abajo. En una condición experimental se asignó la tecla de la flecha arriba a la respuesta “más poderoso” y la de la flecha abajo a “menos poderoso”. En otra condición se usó la asignación contraria. Los resultados mostraron que los participantes fueron más rápidos en dar su respuesta con la primera asignación que con la segunda. Estos resultados muestran que es más fácil juzgar algo como poderoso mediante una respuesta manual dirigida hacia el espacio superior, y algo como menos poderoso utilizando una respuesta hacia el espacio inferior, que a la inversa. Este resultado indica que los participantes activan automáticamente la dimensión vertical del espacio cuando piensan sobre el poder.

De la misma forma que las personas parecen activar la dimensión vertical para expresar el poder de ciertos grupos, también la utilizan para deducir el poder que tiene un agente social. Giessner y Schubert (2007) presentaron descripciones de distintas empresas a sus participantes, acompañadas de un organigrama. En esta representación gráfica del organigrama, en una de las condiciones experimentales, el vínculo que unía el puesto de mayor poder y el siguiente nivel subordinado era corto, y en otra condición largo (véase la Figura 1). Esta pequeña diferencia fue suficiente para que los participantes juzgaran a los ejecutivos del organigrama largo con más poder sobre sus empleados que a los ejecutivos del organigrama corto.

Estos resultados validan experimentalmente datos correlacionales bien asentados en psicología de las organizaciones que indican que las personas más altas tienden a ganar mayores salarios, tener puestos de más responsabilidad, e incluso, si se presentan a presidentes de EEUU, tienen más posibilidad de ganar las elecciones (Judge & Cable, 2004).

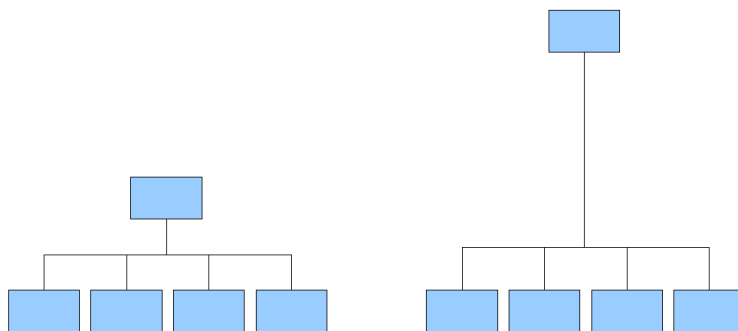


Figura 1.- Organigramas usados por Giessner y Schubert (2007).

Se podría argumentar que, en realidad, no es el poder lo que se asocia con la dimensión vertical, sino la evaluación afectiva. Intuitivamente, situamos lo bueno en el espacio superior, y lo malo en el espacio inferior. Como con el poder, el lenguaje cotidiano abunda en expresiones que reflejan este vínculo: “me estoy hundiendo en la miseria”, “salir del hoyo”, “mantener alto el estado de ánimo”. Si el poder se valora positivamente y la falta de poder se valora negativamente, es de esperar que se sitúen por igual a lo largo del eje vertical. Sin embargo, Schubert (2005) consiguió disociar el efecto del poder en la dimensión vertical del efecto de la valencia. Para ello utilizó ejemplos de grupos sociales y personas con mucho poder, pero valoradas negativamente, p.ej., “dictador”. Sus resultados, de nuevo, indican mayor velocidad de respuesta a estas palabras cuando los participantes tienen que responder a los poderosos con la flecha arriba y a los menos poderosos con la flecha abajo que al revés. En contraste, cuando se pidió a las personas que juzgaran si las palabras eran positivas o negativas, las respuestas a palabras como “dictador” fueron más rápidas con la flecha hacia abajo que con la flecha hacia arriba. Estos resultados sugieren que el poder, independientemente de su asociación habitual con las evaluaciones, activa la dimensión vertical.

¿Cuáles pueden ser las causas de esta relación entre poder y altura, que parece tener influencias tan profundas y sutiles en el razonamiento social? Muchos teóricos coinciden en que podría estar relacionada con experiencias vitales tan básicas como la sensación de control relacionada con el tamaño físico de las personas. Desde pequeños, sentimos temor al enfrentarnos a niños o adultos de mayor tamaño que nosotros, y sentimos poder y control cuando el adversario es de menor tamaño. Estas experiencias primarias pueden haber dado lugar a reificaciones culturales y lingüísticas que han servido para perpetuarlas, de modo que percepción, lenguaje y cultura se afectan y refuerzan mutuamente. Esta propuesta se ve apoyada por el hecho de que la relación entre poder y altura parece ser universal (Fiske, 1992).

Referencias

- Fiske, A. P. (1992). The four elementary forms of sociality: Framework for a unified theory of social relations. *Psychological Review*, 99, 689-723.
- Giessner, S. R. & Schubert, T. W. (2007). High in the hierarchy: How vertical location and judgments of leaders' power are interrelated. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 104, 30-44.
- Judge, T. A., & Cable, D. M. (2004). The effect of physical height on workplace success and income: preliminary test of a theoretical model. *Journal of Applied Psychology*, 89, 428-441.
- Schubert, T. W. (2005). Your highness: Vertical positions as perceptual symbols of power. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 1-21.