

EL ANALISIS SITUACIONAL DE LA RECIPROCIDAD

Erick Roth⁽¹⁾

Universidad Católica Boliviana

Con bastante frecuencia y no menos dedicación, los psicólogos sociales se han interesado principalmente en el comportamiento antisocial y sus múltiples manifestaciones que agobian a nuestras sociedades y han aportado cualitativamente al conocimiento de sus complejos procesos causales, con la esperanza de que puedan desarrollarse acciones correctivas en beneficio de la humanidad. De esta manera, actualmente se cuenta con valiosa información empírica sobre los fenómenos anómicos, la agresión y la violencia humanas, los excesos de la autoridad, y las amenazas a la libertad, poseemos mucha literatura sobre los prejuicios raciales, el conformismo, la sumisión y el egoísmo. Sin embargo, si bien la preocupación por la conducta pro-social tiene también una historia de larga data, el énfasis puesto en su estudio contrasta ampliamente con el interés que genera lo antisocial. Por lo tanto, el análisis de las expresiones de la empatía y la simpatía, la compasión, el altruismo y el sacrificio o el deseo de agradar al prójimo, es decir el otro pilar fundamental de la naturaleza humana, no ha merecido aún la atención de requiere.

Una de las manifestaciones más interesantes de la conducta pro-social es la reciprocidad. Es decir aquél proceso mediante el cual una persona que ha recibido un favor de otra, regresa dicho favor al benefactor original (Bar-Tal, 1980). Sin embargo, la reciprocidad –según el autor– se puede considerar un comportamiento pro-social siempre y cuando sea un *acto voluntario*, sin esperar restitución y *sin la anticipación de incentivos externos*. En otras palabras, el que reciproca debe decidir hacerlo *sin ninguna presión externa*.

Alrededor de esta premisa inicial se han desarrollado al menos cuatro propuestas teóricas que dan cuerpo al marco referencial de la reciprocidad. Revisemos brevemente cada una de ellas.

¹ eroth@ucb.edu.bo

El Modelo de la Justicia Distributiva. Este modelo popularizado por Homans (1961), descansa en la lógica de la aproximación del intercambio que asume que una persona que ofrece mucho a otros, trata también de obtener mucho de ellos; y las personas que obtienen mucho de otros, se encuentran bajo presión para ofrecer en consecuencia, mucho a las primeras. La teoría del intercambio postula que es de esperar que los individuos que reciben favores o ayuda, deban reciprocitar.

El modelo establece que los individuos que se encuentran en relación de intercambio, comparan las utilidades de dicha relación sustrayendo los costos (pérdida de tiempo, esfuerzo, dinero, etc.) de los beneficios (satisfacción, orgullo, dinero, etc.), en relación a su inversión (edad, educación, conocimiento, motivación, etc.). De manera esquemática, la relación se presenta de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Beneficios del receptor} - \text{costos}}{\text{Inversión del receptor}} > \frac{\text{Beneficios del donante} - \text{costos}}{\text{Inversión del donante}}$$

En esta relación de intercambio, el donante incurre en costos y el receptor recibe beneficios. Cuando la comparación de las ganancias del donante y las del receptor indican que el receptor lleva las de ganar, surge en éste la obligación de repagar al donante. Tal obligación resulta de del sentimiento de culpa que es proporcional a la magnitud de la ventaja recibida.

b) El Modelo de la Equidad. Este modelo propuesto por Adams (1965) establece que en toda interacción entre individuos, éstos intercambian insumos para generar productos. Los insumos son las contribuciones individuales que toda persona aporta en el intercambio y suelen ser: habilidades, esfuerzo, conocimiento, etc., mientras que los productos son los bienes que se obtienen en el intercambio; estos pueden ser positivos (dinero, satisfacción, prestigio, etc.), o negativos (insatisfacción, frustración, aburrimiento, etc.). De manera similar al planteamiento de Homans, Adams asume que los individuos en situación de intercambio, comparan sus insumos y productos con los de otros. Por lo tanto se asume la existencia de la inequidad cuando una

persona percibe que la razón de su producto a sus insumos no es igual a los productos de otros con respecto a sus insumos de aquellos.

Por lo tanto, la interacción que resulta en que el receptor es ayudado por el donante, suele ser percibida como inequitativa; la razón de los productos a los insumos del receptor excede a los del donante:

$$\frac{\text{Productos del Receptor}}{\text{Insumos del Receptor}} > \frac{\text{Productos del donante}}{\text{Insumos del donante}}$$

La inequidad percibida, según el autor genera sentimientos de insatisfacción y éstos son mayores en la medida en que la inequidad es también mayor. La falta de equidad y los sentimientos asociados pueden reducirse cambiando los productos del donante, reciprocando el favor recibido del donante o mediante respuestas cognitivas mediante las cuales puede decidir que el donante “necesita “ ofrecer favores o argumentando que el recibir la ayuda supuso un costo excesivo, con lo que reduce sus propios productos.

El Modelo de la Reciprocidad. Este fue formulado por Gouldner (1960) quien parte de que la reciprocidad responde a una norma universal soportada por dos premisas socialmente condicionadas. La primera afirma que la gente ayudará a quienes le ayudaron con anticipación y la segunda asume que la gente no provocará daño alguno a quienes le ayudaron en el pasado. Este comportamiento surge, a decir del autor, de la internalización de una norma que obliga al receptor a retribuir al benefactor. Gouldner afirma también que la norma de la reciprocidad juega un rol muy importante en la estabilización de las relaciones humanas en una sociedad porque *“genera motivos para regresar los beneficios aún cuando las diferencias de poder puedan invitar la explotación.....Esta norma sirve para inhibir la emergencia de las relaciones de explotación”*. (P. 174). Por lo tanto, una persona que inicia una relación de intercambio ayudando a otra, usualmente tiene la seguridad de que el receptor reciprocará. La sociedad genera esta norma aplicando sanciones a los receptores que no devuelven sus deudas.

El modelo del Adeudo. Greenberg (1968) plantea el concepto de la norma de la reciprocidad en términos de un estado psicológico de adeudo o de sentirse en deuda; esto es cuando una persona se siente obligada a devolver un favor recibido. Esta obligación a decir del autor, genera un estado de activación displacentera, similar a la experimentada en el estado de disonancia cognitiva. Dicha situación se resuelve sólo cuando se ha podido reciprocitar. La magnitud del adeudo suele estar en función de cuatro factores:

De la cantidad y calidad del favor recibido: a mayor favor recibido por el receptor, mayor el costo del mismo para el donante y por lo tanto mayor adeudo.

De la ubicación de la causa del favor recibido. Si se percibe que el origen del favor recibido es quien en efecto lo recibe, la sensación de adeudo será mayor que si la ubicación de la causa es el contexto del individuo o el propio donante.

De la percepción por parte del receptor de los motivos del donante para ofrecer el favor. Mayor será el adeudo si la intención de ofrecer ayuda tiene un sentido personal.

De las señales ofrecidas por terceros. Si el receptor recibe señales de otras personas en sentido de que debe devolver el favor, dicha presión social aumenta la sensación de adeudo.

El modelo de Greenberg considera la magnitud del adeudo experimentada por el receptor como determinada por la evaluación cognitiva de ciertas condiciones situacionales asociadas al intercambio que compromete la reciprocidad. Por ejemplo, Greenberg y Shapiro (1971) demostraron que las personas estaban mayormente predispuestas a solicitar ayuda si percibían que eran capaces de devolver fácilmente el favor recibido.

Si bien los modelos presentados poseen claras especificidades, mantienen como postulado común el que la reciprocidad tiene que ver con la urgencia a reciprocitar de una persona, determinada por un favor recibido de otra. No obstante, existen múltiples interpretaciones acerca de los procesos causales comprometidos con el fenómeno. Así, Berkowitz y Daniels (1964) identifican a la tendencia a reciprocitar con la norma de responsabilidad social; Greenberg, Block y Silverman (1971) por su lado, la asocian con el proceso de la atracción social y Blau (1964) sugiere que la reciprocidad puede estar causada por el deseo del receptor de recibir futuros favores de parte del donante.

Escritos más recientes destacan (Kahan, 2003) hacen énfasis en el modelo de la reciprocidad considerando al individuo como entidad moral y emocional. La mayoría de las personas se ven a sí mismas –dice el autor—como personas cooperativas y dignas de confianza y en tal medida se encuentran siempre dispuestas a contribuir para el bienestar colectivo. No obstante, al mismo tiempo, si perciben que se quiere sacar beneficio de esta buena disposición, harán cualquier cosa para evitar el sentimiento de ser explotados.

Actualmente, la teoría de la reciprocidad, cuya consideración ha pasado a ser una preocupación interdisciplinaria compartida por juristas (interesados en el tema de la equidad y la justicia) y de economistas (preocupados por la dinámica del intercambio), es un campo fértil para la evidencia experimental. De esta manera, los denominados experimentos sobre “bienestar público”, construcciones de laboratorio diseñados para simular los problemas de acción colectiva, han demostrado consistentemente que la disposición de los individuos a realizar contribuciones costosas a favor del bien público, es altamente condicional a la percepción de que otros también están dispuestos a hacerlo. De esta manera, se ha demostrado (Fehr y Gächter, 1999; Gintis, Bowles, Boyd y Fehr, 1998) que los individuos se muestran más dispuestos a reciprocitar cuando constatan que otros hacen lo propio. En efecto, las personas actúan con reciprocidad incluso en términos económicos; por ejemplo, cuando las empresas compensan el esfuerzo de sus trabajadores de manera generosa, sus empleados en reciprocidad tienden a trabajar más y con mayor voluntad (Akerlof, 1982).

La Naturaleza Contextual de la reciprocidad.

La diversidad de enfoques al estudio de la reciprocidad y la contradictoria evidencia experimental existente parece sugerirnos que el fenómeno en cuestión depende al mismo tiempo de varios factores, o dicho de otra manera, la tendencia a reciprocitar varía de individuo a individuo dependiendo de las circunstancias que rodean a la situación de intercambio. De esta manera, una persona puede estar más dispuesta a devolver un favor recibido si, digamos el donante es a la vista, una persona de escasos recursos. La misma persona, por otro lado puede expresar una fuerza de reciprocidad menor si acaso sospecha que la persona que le ofrece el

favor tiene intenciones de pedirle posteriormente algo a cambio. En este caso puede ser que el favor lejos de determinar una obligación genere más bien hostilidad hacia el donante.

De esta manera, hablar de los determinantes de la reciprocidad equivale a considerar la influencia contextual que gravita tanto de manera objetiva como subjetiva en la persona que recibe el favor y no simplemente de las relaciones mecánicas entre favor recibido y obligación creada para devolverlo. Analizar la influencia contextual significa tomar en cuenta las múltiples variables emergentes de la situación de la donación, variables que son estrictamente situacionales como la forma de entrega del favor, las verbalizaciones que acompañan al hecho, el estado emocional presente del receptor, sus atribuciones, su percepción acerca del grado de pertinencia del favor y su valoración que hace del costo y el beneficio del intercambio, su percepción acerca del clima que rodea al favor etc.

En esta dirección Bar-Tal (1980) identificó una serie de posibles variables que influyen sobre la disposición a reciprocitar y si bien no las consideró multidimensionalmente, su incorporación en el tratamiento de la situacionalidad de la reciprocidad abre nuevas perspectivas conceptuales. De esta manera, el autor planteó lo que llamó el “*modelo de la toma de decisiones para la reciprocidad*” incorporando al análisis las variables del receptor, las del donante, las variables relacionadas con el beneficio, las de la situación y las variables culturales.

Por lo tanto según el modelo, cuando se recibe un favor, el receptor valora el hecho, le atribuye un motivo y realiza la consideración del costo-beneficio del mismo para luego tomar la decisión de reciprocitar o no o de cuánto reciprocitar. Ahora bien, al momento de calcular beneficios y costos y de hacer la atribución del caso, entran en juego, las variables antes mencionadas afectando el valor de la atribución y de la relación costo-beneficio y alterando la probabilidad de la conducta de reciprocitar.

El presente estudio tiene como propósito fundamental –en el marco de la lógica contextual– explorar los efectos de la importancia percibida del beneficio sobre la disposición de los beneficiarios a reciprocitar el favor recibido.

En otras palabras, O que recibe un don de P porque necesita objetivamente dicho don, puede generar una reciprocidad diferencial, dependiendo de la percepción de O sobre la relevancia o trascendencia del don. Ello supone que debería ser posible jerarquizar la relevancia del favor recibido o don a partir de la percepción de O, para luego medir la disposición a reciprocitar y la importancia que se asigna a la reciprocidad ofrecida. *La fuerza de reciprocidad se entiende entonces, como el producto de la diferencia entre la magnitud de la reciprocidad que O está dispuesto a ofrecer a P, y la relevancia percibida del favor recibido.*

De esta manera, podemos ensayar a manera de hipótesis que la fuerza de la reciprocidad aumenta en relación directa con la *relevancia percibida del favor o don ofrecido*, cuando O recibe un don de P y cuando O necesita objetivamente dicho don.

METODO.

Participantes. Participaron en el presente estudio 16 estudiantes universitarios voluntarios, alumnos de la carrera de Psicología de la Universidad católica Boliviana, elegidos de manera intencional. Cinco varones y once mujeres con edades entre los 20 y los 26 años, enrolados en la asignatura “Medición en Psicología”.

Instrumento. Con el propósito de medir la fuerza de la reciprocidad como variable dependiente, se construyó una doble escala tipo diferencial semántico. La primera de ellas, conformada en base a 10 puntos, pretendió cuantificar la relevancia percibida del don recibido por O. La segunda, de 15 puntos, buscaba cuantificar la estimación de los participantes acerca de la magnitud del favor que debía ser devuelto como parte del intercambio de reciprocidad.

De esta manera, cada participante debía emitir dos respuestas ante cada una de las cuatro situaciones hipotéticas que le fueron presentadas. La fuerza de la reciprocidad fue obtenida, para cada participante, restando el puntaje otorgado a la importancia percibida del don recibido (escala A) del puntaje que representaba la magnitud del favor retribuido (escala B). De esta manera, si se pensaba que el don recibido era muy importante (digamos 8 de diez) y la magnitud

de la retribución era puntuada con 5, la fuerza de la reciprocidad resultante era de -3. Este valor podía diferir si digamos, la importancia del favor recibido era relativamente alto (por ejemplo 8) y la magnitud de la reciprocidad era de 13. En este caso la fuerza de la reciprocidad sería de +5.

Por lo tanto, si la tendencia a devolver el favor era igual o mayor que la percepción del favor recibido, los participantes podían expresar una fuerza alta y positiva de reciprocidad; por el contrario, si la tendencia a devolver el don era menor que la percepción del favor recibido, la fuerza sería menor (baja o negativa).

Procedimiento. Se evaluó la fuerza de la reciprocidad de los participantes producida por la exposición a cuatro situaciones que presentaban contextos de intercambio lo suficientemente diferentes como para establecer con ellos una jerarquía subjetiva de relevancia relativa. En otras palabras, se presentaba a cada sujeto las cuatro situaciones de intercambio con diferentes historias en las que O recibía un favor de parte de P, y se les pedía que las ordenaran según su importancia percibida, de menos a más relevantes. Esta operación determinó que cada participante tenga una secuencia propia de situaciones de intercambio jerarquizadas, secuencia que no era la misma para todos.

Posteriormente, se pidió a cada participante que juzgara tanto la relevancia del favor recibido por O como la magnitud del favor a ser reciprocado para obtener la fuerza de la reciprocidad en cada situación. Si la hipótesis era correcta, la fuerza de la reciprocidad debería ir en aumento a medida que el participante avance de la situación considerada como de menos relevancia a la más relevante. Las cuatro situaciones fueron las siguientes:

Situación A

O se encuentra preparando una cena para invitar a un grupo de amigos, unos conocidos y otros que no lo son. La preparación de la cena se ha demorado y O se dio cuenta que falta un ingrediente indispensable para terminar de cocinarla. Uno de los invitados que es un vecino no muy conocido, se ofrece para traer de su casa el ingrediente faltante, con lo que el preparado de la cena puede completarse sin mayores demoras.

Situación B

O es una persona que vive sola. Ahora está enferma y no puede levantarse de la cama. Un vecino que conoce poco compra comida para hacerle llegar los tres días que dura su enfermedad. O ofreció devolverle el dinero pero el vecino no aceptó

Situación C

O se encuentra viajando por el campo en su automóvil. Ya en horas de la noche, el automóvil de O sufre un desperfecto que O no puede reparar. Un automovilista que pasaba por el lugar advierte la dificultad de O y se ofrece a llevarlo al pueblo vecino (a 30 Km. de distancia) para recoger a un mecánico y llevarlos de regreso para que arregle el coche de O. O ofrece pagarle al automovilista pero éste no acepta el pago.

Situación D

O sufre un accidente y debe ser internado de emergencia en un hospital. El médico dice que para que se alivie debe recibir una transfusión de sangre, sangre que no está disponible en el hospital. La persona que presencié el accidente y llevó a O al hospital, (un desconocido para O), se ofrece para donar la sangre que facilitó la recuperación de O.

En todos los casos, la situación se acompañaba con las siguientes preguntas:

¿Qué tan relevante fue el favor recibido? Valóralo en una escala del 1 al 10, donde 1 = muy poco relevante y 10= muy relevante, marcando el número correspondiente.

Si crees que O debe devolver el favor a P, ¿qué tan importante debe ser el favor devuelto, respecto al recibido? Donde 1= muy poco importante y 15 = muy importante.

Debido a que cada participante iba a responder sucesivamente en cuatro ocasiones, configurándose una secuencia de medidas repetidas, existía el riesgo de invalidación debido a la interacción entre el orden de los tratamientos y la variable (la situación de intercambio). Por lo

tanto, con el fin de controlar el efecto espurio emergente del orden de presentación de las situaciones a cada participante, se procedió a presentárselas en un orden estrictamente aleatorio. De esta manera, si a pesar de ello persistía la tendencia de la fuerza de reciprocidad predicha, era evidencia suficiente para descartar el efecto de orden. Los datos fueron obtenidos en una sola sesión. Por lo tanto se aplicó un diseño cuasi-experimental intrasujeto de medidas repetidas y replicación, empleando la aleatorización para definir con cada sujeto el orden de presentación de los estímulos o situaciones:

Tipo de datos y su análisis. El tipo de escala que se aplicó para la toma de datos sólo permite la ordenación de las respuestas de los sujetos experimentales, por lo que se asume al menos una escala ordinal para tipificarlos. Los datos pudieron ser analizados gráficamente para advertir la relación entre relevancia percibida del don y la fuerza a reciprocitar. Se intentó una medida de relación entre ambas variables que se ajuste a requerimientos de una sola muestra. Debido a que contamos con datos de un grupo de sujetos medidos varias veces, ensayamos también comparaciones entre puntajes grupales Finalmente, para comparar entre grupos de sujetos con diferente fuerza ante relevancias diferentes, se aplicó la prueba no paramétrica de Wilcoxon para comparaciones de una sola muestra. El análisis se llevó a cabo con la ayuda del paquete SPSS.

RESULTADOS

En la tabla 1 que se presenta a continuación, se muestra la fuerza de reciprocidad exhibida por los participantes en las situaciones ordenadas según la relevancia del favor o don recibido. Adviértase que la fuerza de la reciprocidad en la situación número 4 es por lo general mayor que las exhibidas en las situaciones 1, 2 o 3.

Tabla 1. Datos relativos a la fuerza de reciprocidad obtenidos para todos los participantes según el orden de situación priorizada

| Sujeto | Situac.1 | Situac.2 | Situac.3 | Situac.4(*) |
|--------|----------|----------|----------|-------------|
| 1 | 2 | 2 | 1 | 2 |
| 2 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | 3 | 2 | 4 | 5 |
| 4 | 2 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 1 | -1 | 1 | 1 |
| 6 | 2 | 4 | 4 | 6 |
| 7 | 0 | 2 | 4 | 4 |
| 8 | 6 | 4 | 5 | 5 |
| 9 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 10 | 3 | -1 | 4 | 2 |
| 11 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 12 | 6 | 4 | 4 | 5 |
| 13 | -3 | 4 | 3 | 5 |
| 14 | -2 | 3 | -2 | 3 |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 16 | 2 | 2 | 6 | 4 |

(*) El número que acompaña el tratamiento señala el orden de relevancia percibido y no una situación (o estímulo) en particular

Pero también que los puntajes de la situación 1 son ciertamente más parecidos a los exhibidos en la situación 2 y los puntajes de la situación 3 se parecen a los de la situación 2 y los de la 4 difieren poco de los de la 3. En otras palabras, las diferencias de puntajes de situación a situación se acentúan a medida que expresan historias que los participantes consideran como más relevantes o como menos relevantes desde su muy particular punto de vista.

Tabla 2. Resultado de las comparaciones estadísticas entre las situaciones distantes y próximas, utilizando la prueba de Wilcoxon.

| Comparaciones entre Situaciones Distantes | No. De Rangos | Media de Rangos | Suma de Rangos | Prueba Estadística (z) |
|---|---------------|-----------------|----------------|------------------------|
| Situación 4 –Situación 1 | 16 | 7.83 | 70.50 | 0.013(*) |
| Situación 4 –Situación 2 | 16 | 6.50 | 78.00 | 0.002(*) |
| Situación 3 –Situación 1 | 16 | 6.69 | 53.50 | 0.065 |

(*) Diferencias estadísticamente significativas

| Comparaciones entre Situaciones Próximas | No. De Rangos | Media de Rangos | Suma de Rangos | Prueba Estadística (z) |
|--|---------------|-----------------|----------------|------------------------|
| Situación 4 –Situación 3 | 16 | 5.00 | 40.00 | 0.19 |
| Situación 2 –Situación 1 | 16 | 7.42 | 44.50 | 0.66 |
| Situación 3 –Situación 2 | 16 | 7.39 | 66.50 | 0.13 |

Las comparaciones realizadas entre los puntajes obtenidos en situaciones distantes (por ejemplo, situación 4 y situación 1, o situación 4 y situación 2) demostraron ser estadísticamente significativas según la prueba de Wilcoxon (Siegel, 1976); sin embargo, las comparaciones de los puntajes generados a propósito de situaciones consideradas próximas (por ejemplo situación 4 y situación 3, o situación 2 y situación 1) no lo fueron en absoluto, lo que refuerza la idea de que mientras más alta es la valoración del favor recibido, mayor es la tendencia de la gente a fortalecer su conducta a reciprocitar y por el contrario, mientras menor es la relevancia percibida, están también menos dispuestos a ofrecer altos valores de reciprocidad.

Complementariamente, la figura 1 permite la constatación gráfica del efecto obtenido mostrando la tendencia de agrupación de las respuestas en las diferentes situaciones. Nótese que la dispersión de los datos disminuye a medida que se pasa de una situación en la que se juzga

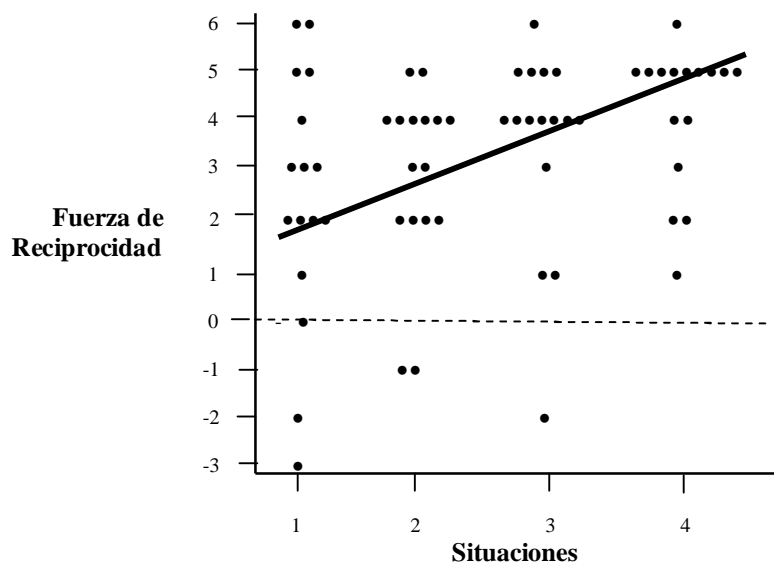


Figura 1. Tendencia de la fuerza a reciprocitar a lo largo de las cuatro diferentes situaciones del experimento.

el favor recibido como menos relevante, a otra que presenta situaciones que suponen favores más importantes, y tienden a concentrarse en los valores más altos de variable dependiente como lo muestra la línea de tendencia expuesta en dicha figura.

Es importante señalar también que por lo general, quienes consideran que se recibe un favor, están siempre convencidos de que éste debe ser devuelto; la diferencia estriba en la fuerza de la reciprocidad manifestada por los sujetos ante diferentes valoraciones del favor recibido. La figura 2 permite apreciar las diferencias individuales en relación con la tendencia a reciprocitar.

Los sujetos 2, 3, 4, 6, 7, 9 y 13 exhiben un patrón relativamente similar e inequívoco de la tendencia que intentamos demostrar. En todos estos casos, se aprecia una tendencia creciente de la fuerza de reciprocidad, llegando al punto más alto ante la situación seleccionada como más relevante.

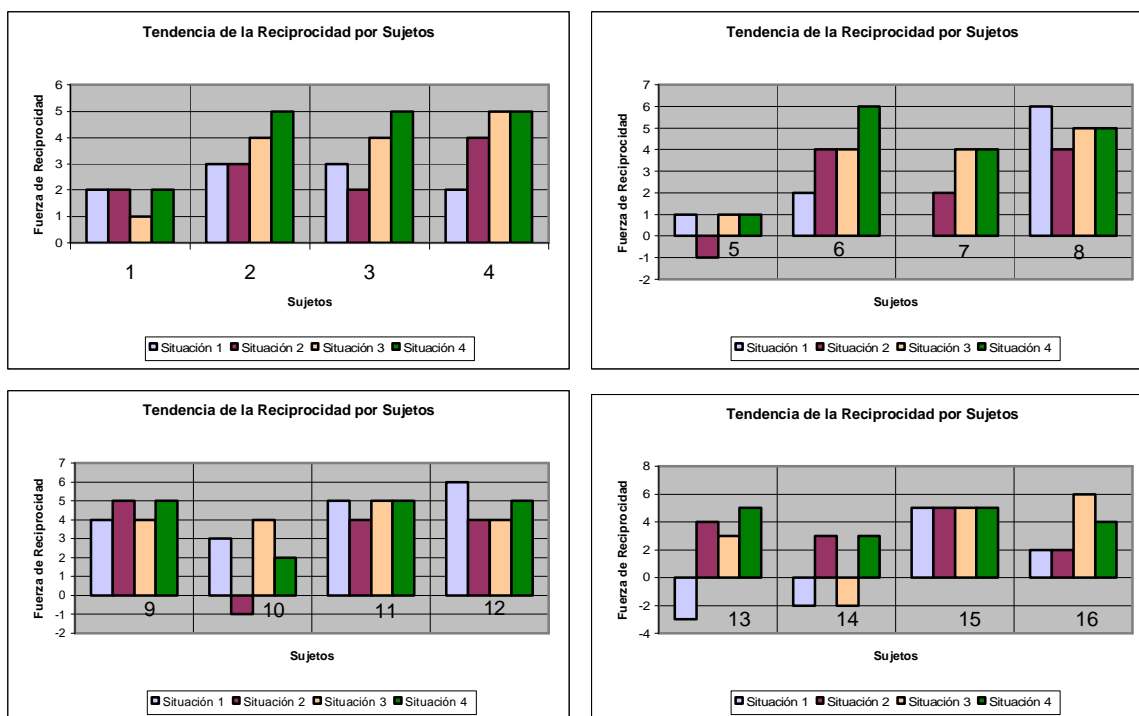


Figura 2. Tendencias de la fuerza de la reciprocidad encontrada en los sujetos de la muestra ante cuatro situaciones ordenadas según su percepción de relevancia del favor recibido.

Los sujetos 1, 5, 11 y 15 muestran una tendencia relativamente invariante de su fuerza a reciprocitar, independientemente de las situaciones y su relevancia percibida, lo que parece señalar que la tendencia a reciprocitar es parte de un principio personal; mientras que los sujetos 10 y 16 se comportaron contrariamente a los esperado, reduciendo su fuerza ante los favores recibidos,

considerados más relevantes. Finalmente los casos 8, 12 y 14 parecen no obedecer a lógica alguna y reflejan una respuesta erráticas de los sujetos.

DISCUSIÓN.

El propósito del presente estudio fue analizar la influencia de las variables contextuales sobre la disposición a reciprocitar. El estudio demostró que los participantes están por lo general más inclinados a juzgar la pertinencia de la reciprocidad cuando el favor que se recibe está de acuerdo con el criterio subjetivo de relevancia. Mientras más relevante era percibido el favor, la disposición a reciprocitar era también más intensa, con lo que pensamos haber confirmado nuestra hipótesis de trabajo. En este sentido, el concepto de “fuerza de la reciprocidad” parece relevante para destacar la mayor o menor disposición a reciprocitar, toda vez que permite operacionalizar el constructo, contrastando el juicio que una persona puede hacer sobre la importancia del favor que se recibe, con la valoración que también pueda hacer sobre la magnitud de la intención de devolver el don.

La capacidad de juzgar la relevancia del favor recibido puede considerarse como una variable contextual debido a que al ser fruto de la experiencia personal, por interacción con el medio sociocultural, puede interactuar con otras variables o factores para alterar la probabilidad de reciprocitar o la fuerza en que se lo hace. El juicio sobre la relevancia del favor recibido pone así de manifiesto la importancia de la variable individual en la decisión de reciprocitar y por lo mismo introduce variabilidad al fenómeno estudiado. Así, no todos los que deciden reciprocitar al haber recibido un favor lo hacen con la misma fuerza, o convicción, debido a la capacidad de atribución que tienen y que tan lúcidamente consideró Bar –Tal (1980) hace muchos años atrás y que supone poner en juego la experiencia personal y con ella los valores, las creencias e influencias sociales de la cultura a la que pertenece.

La valoración del favor recibido constituye una variable más de entre una constelación de factores que influyen en el proceso general de la reciprocidad. Es precisa la realización de estudios empíricos con el fin de jerarquizar dichas influencias y conocer cómo se relacionan entre sí para generar variaciones en este comportamiento pro-social. Algunas de los aspectos que

deben tomarse en cuenta son los siguientes: primero, la influencia de otras variables intrapersonales como la estructura de valores, el desarrollo del compromiso a causa de un favor, el estado de necesidad como modulador de la reciprocidad, la percepción que se tiene del donante y de su intencionalidad, la cultura del receptor, etc.

La reciprocidad constituye un fenómeno psicológico universal y constituye una alta expresión de las relaciones interpersonales que configuran un patrón típicamente humano. Esto quiere decir que el reciprocitar es un comportamiento individual gobernado por determinantes socioculturales muy complejos cuyas variaciones pueden afectar su forma de expresión.

REFERENCIAS

- Adams, J.S. (1965) Inequity in social exchange. En L. Berkowitz (Ed.) **Advances in Experimental Social**
- Akerlof, G.A. (1982) Labor Contracts as Partial Gift Exchange, *Quarterly Journal of Economics*, 47, 543.
- Bar-Tal, D.(1980) **Pro-social behavior. Theory and Research**. New York: John Wiley & Sons
- Berkowitz, L., y Daniels, L.R. (1964) Affecting the salient of the social responsibility norm: Effects in past help on the response to dependency relationship. **Journal of Abnormal and Social Psychology**, 68, 275-281.
- Blau, P.M. (1964) **Exchange and power in social life**. New York:Wiley.
- Fehr, E. y Gächter, S. (1999) Reciprocity and Economics: The Economic Implications of Homo Reciprocans, 42 Euro. **Economic. Review**, 845.
- Gintis, H., Bowles, S. Boyd, R. y Fehr, E. (1998) An Empirical and Analytical Examination of the Moral Sentiments Reciprocity and Economics:, The Economics of Reciprocity. **Economic Review**, 12, 4, 34-67.
- Gouldner, A.W. (1960) The norm of reciprocity. A preliminary statement. **American Sociological Review**, 25, 161-178.
- Greenberg, M.S (1968) A preliminary statement on a theory of indebtedness. San Diego: Conferencia presentada ante la APA.

Greenberg, M.S. y Shapiro, S.P.(1971) Indebtedness: An adverse aspect of asking for and receiving help. **Sociometry**, 34, 290-301.

Greenberg, M.S., Block, M.W., y Silverman, M.A. (1971) Determinants of helping behavior: Pearson's rewards versus other costs. **Journal of Personality**, 39, 79-93.

Homans, G.C. (1961) **Social behavior. Its elementary forms**. New York: Harcourt, Brace and World. **Psychology** (Vol. 2). New York: Academic Press.

Kahan, D. M (2003) The Logic of Reciprocity: Trust, Collective Action, and Law. Center for Law, Economics and Public Policy, Research Paper No. 281: Yale Law School

Siegel, S. (1975) **Estadística no paramétrica**. México: Trillas.