



UNIVERSIDAD BÍBLICA
LATINOAMERICANA
PENSAR • CREAR • ACTUAR

BACHILLERATO EN CIENCIAS BÍBLICAS

LECTURA SESIÓN 5

CB 114 SOCIOLOGÍA DEL PERÍODO BÍBLICO II

Miquel, Esther. “Personalidad de orientación colectivista. Un modelo de la psicología social”. En *El Nuevo Testamento desde las ciencias sociales*, 91-110. Estella: Verbo Divino, 2011.

Reproducido con fines educativos únicamente, según el Decreto 37417-JP del 2008 con fecha del 1 de noviembre del 2012 y publicado en La Gaceta el 4 de febrero del 2013, en el que se agrega el Art 35-Bis a la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos, No. 6683.

Personalidad de orientación colectivista. Un modelo de la psicología social

CAPÍTULO 5

Numerosos escritos antiguos de carácter narrativo, judicial y moral reflejan un tipo de actitudes, patrones de comportamiento, valores y preocupaciones que aunque son poco comunes en las sociedades occidentales industrializadas, sigue siendo reconocible en muchas culturas actuales de Asia, África y Latinoamérica. Me refiero a actitudes como el fuerte apego del individuo a los grupos solidarios de adscripción (familia, clan), su recelo y agresividad competitiva en las relaciones intergrupales (entre familias y clanes distintos), la importancia del prestigio social, la preocupación por la opinión de los demás y una sensibilidad extrema ante el rechazo social, sobre todo cuando está provocado por juicios negativos de carácter moral. La antropología cultural ha constatado que todos estos rasgos actitudinales y morales aparecen casi siempre juntos y suelen ser prominentes en culturas tradicionalmente agrarias que todavía no han sufrido de lleno el impacto transformador de la industrialización.

Los estudios antropológicos realizados en el área del Mediterráneo a mediados del siglo pasado sugirieron con fuerza la idea de que los

rasgos mencionados eran una característica específica de esta región, a la que consideraron una unidad cultural propia con raíces históricas, y que habían sido exportados desde allí a otras zonas del planeta por movimientos migratorios y colonizadores. Sin embargo, otros investigadores han encontrado el mismo patrón de comportamientos, valores y actitudes en sociedades que nunca estuvieron sometidas a la influencia de la cultura mediterránea. La psicología social, por su parte, ha corroborado la posibilidad de su aparición en casi cualquier sociedad humana que sea lo suficientemente compleja para que el individuo no pueda sobrevivir solo por sus propios medios, pero en la que las autoridades carezcan de poder o voluntad para proveer a la población de seguridad y cobertura material suficientes. Los psicólogos sociales han denominado a este conjunto de rasgos «personalidad de orientación colectivista» y han demostrado que son ventajosos en todos los grupos humanos, exceptuando las bandas de cazadores-recolectores y las llamadas sociedades del bienestar.

La personalidad de orientación colectivista es un fenómeno psicosocial que puede explicarse satisfactoriamente a partir de las teorías de la categorización e identidad social desarrolladas por Tajfel y sus seguidores (Peter Robinson [ed.], *Social groups and identities: Developing the legacy of Henry Tajfel*, Butterworth Heinemann, Oxford 1996). Tenemos, pues, aquí un ejemplo relevante de cómo un modelo de la psicología social puede convertirse en fundamento explicativo de ciertos rasgos culturales típicos de las sociedades mediterráneas antiguas cuya comprensión dependía, hasta hace poco, de las etnografías del Mediterráneo. De ello se sigue, entre otras cosas, que haríamos mal en entender los rasgos culturales como características esenciales de determinadas poblaciones, pues muchos de ellos se basan en capacidades y funciones psicosociales presentes en

todos los seres humanos, pero que pueden configurarse de formas distintas dependiendo de variables situacionales y ambientales.

Categorización

La categorización es una función de la capacidad cognitiva humana consistente en la tendencia del sujeto a construir grupos con objetos, personas o acontecimientos que considera equivalentes de cara a la acción (Tajfel, «La catégorisation sociale», en S. Moscovici [ed.], *Introduction à la psychologie sociale. Vol. I*, Larousse, París 1972, pp. 272-302). En psicología social, las categorizaciones más relevantes son aquellas que agrupan personas y dividen la población en grupos socialmente reconocibles. Las categorizaciones pueden ser individuales, grupales o sociales, es decir, pueden haber sido realizadas por un individuo, por un grupo de personas o por toda la sociedad. Así, cuando un fanático religioso categoriza a todas las personas que no cumplen una determinada norma cultural como «condenadas», sin que semejante clasificación sea siquiera compartida por quienes aceptan la norma, estaríamos ante un caso claro de categorización individual. Este tipo de categorizaciones solo son socialmente importantes si el individuo que la realiza tiene poder suficiente para imponerla a los demás.

Un ejemplo interesante de categorización grupal en la sociedad judeopalestina de la época helenístico-romana es la que mantenían los israelitas retirados en Qumrán respecto a la mayoría de los judíos que daban culto a Yahvé en el templo de Jerusalén. Los qumranitas los consideraban israelitas renegados y los incluían en la misma categoría político-religiosa de los gentiles opresores del pueblo de Israel. Esta categorización grupal no es, sin embargo, social, pues no era compartida por el resto de la sociedad implicada.

En el proceso de configuración del cristianismo la dinámica de categorización grupal y social parece haber jugado diversos papeles según los momentos y lugares. Los cristianos, que habían surgido como un movimiento en el interior del propio judaísmo, empezaron a romper sus lazos con las comunidades judías de las ciudades donde residían antes de que la sociedad los categorizara como un grupo religioso distinto. Solo podemos hablar de los cristianos como una categoría social diferente a la de los judíos a partir de finales del siglo II, pues es a partir de esta fecha cuando tenemos evidencia de que tanto ellos como el resto de la sociedad reconocían dicha distinción.

Al tratar casos particulares de categorización social conviene siempre considerar en qué medida la pertenencia de los individuos al grupo resultante de la categorización es o no voluntaria. Así, hay categorías sociales que se imponen a las personas sin contar con su consentimiento, como por ejemplo, la pertenencia a una determinada familia o a un determinado estrato social. Otras, sin embargo, son personalmente elegidas, como ocurre cuando alguien decide entrar en una asociación voluntaria reconocida.

Las categorías de pertenencia involuntaria producen lo que los sociólogos llaman «grupos de adscripción», pues sus miembros han sido adscritos al grupo por la sociedad circundante. Así, por ejemplo, la población esclava constituye normalmente un grupo de adscripción en el que la pertenencia es siempre forzada. En la antigüedad mediterránea, el grupo de adscripción más básico para un varón libre era su familia de origen. Evidentemente, no toda adscripción involuntaria es contraria a la voluntad del sujeto adscrito. De hecho, en lo que concierne a las familias y a los clanes, la mayoría de sus miembros suelen aceptar con naturalidad su inclusión en el grupo social que por nacimiento les corresponde. Ahora bien, incluso en aquellos casos en los que el sujeto detesta la categoría social donde se ve incluido, no tiene

más remedio que reconocer su pertenencia, pues sabe que el resto de la sociedad le tratará de acuerdo con ella. Así, las ciudades griegas antiguas tenían la categoría de «extranjero», en la que se incluía a todos los inmigrantes y descendientes de inmigrantes que vivían temporal o permanentemente en ellas. La pertenencia a este grupo de adscripción no era algo deseable, pues conllevaba desventajas importantes como, por ejemplo, carecer del derecho a poseer bienes inmuebles (tierras, casas). En estas condiciones y pese a tener pocas cosas en común, los inmigrantes con diferentes orígenes étnicos debían reconocerse como un grupo social definido y distinto al de la población indígena, pues la acción de la ley ciudadana así los consideraba.

La teoría de la identidad social señala que, si bien es cierto que la agrupación arbitraria de individuos bajo una misma categoría no tiene a priori efectos detectables en la actitud o comportamiento de sus miembros, el mero hecho de saberse abocados a compartir una misma suerte induce en ellos un sesgo a favor del grupo. Esto nos puede ayudar a entender mejor la especial disponibilidad de los inmigrantes que habitaban en las ciudades del Imperio romano a formar asociaciones voluntarias de carácter interétnico, pues la conciencia de compartir ciertas desventajas frente a los ciudadanos contribuiría, sin duda, a borrar diferencias étnicas y a acentuar los intereses comunes. Es muy probable que el éxito de muchas comunidades cristianas urbanas entre la población inmigrante y esclava tuviera algo que ver con este hecho.

Grupos

En psicología social, el término «grupo» es un término técnico (*etic*) que solo se aplica a un colectivo de personas cuando estas

exhiben conductas y actitudes cooperativas; es decir, cuando es posible distinguir en ellas un sesgo positivo hacia los demás miembros del colectivo en comparación con los no miembros. El conjunto de los no miembros, recibe el nombre, también técnico, de «exogrupo». Dado que una categorización social refleja la disponibilidad del entorno humano a actuar de la misma manera en relación a todas las personas incluidas en la categoría, no debe extrañarnos que dichas personas se reconozcan compartiendo un mismo destino y tiendan, por tanto, a actuar como grupo.

La disponibilidad y capacidad de una persona a actuar como miembro de un grupo es, no obstante, un fenómeno gradual. Los psicólogos sociales hablan a este respecto del «continuo interpersonal-intergrupala», cuyos extremos son el «comportamiento interpersonal» y el «comportamiento intergrupala». El comportamiento interpersonal es el que exhibe un individuo cuando trata a otro individuo sin tener en cuenta el factor de la pertenencia grupal. Por el contrario, el comportamiento intergrupala es el que exhibe un individuo cuando actúa como miembro o representante de su grupo, teniendo, por tanto, en cuenta si la persona con quien trata pertenece o no al mismo. En el capítulo cuatro del evangelio de Juan encontramos una escena (Jn 4,1-26) en la que se ponen claramente de manifiesto estas dos formas extremas de actuar. Cuando la mujer samaritana se acerca al pozo donde descansa Jesús, este se dirige a ella sin tener en cuenta que pertenecen grupos nacionales enfrentados. Le pide de beber y le habla de su vida matrimonial. Ella, sin embargo, entiende la situación como un encuentro entre representantes de sus distintos grupos de pertenencia y reacciona en consecuencia: «¿cómo es que siendo tú judío, te atreves a pedirme agua a mí, que soy samaritana?» (Jn 4,9). El comportamiento de Jesús es claramente interpersonal, mientras que la mujer exhibe un comportamiento intergrupala.

Entre estos dos extremos caben todos los grados intermedios. En otras palabras, el comportamiento social de un individuo puede estar condicionado en mayor o menor grado por su conciencia de actuar como representante de su grupo de pertenencia. Este grado de condicionamiento depende fundamentalmente de dos factores: (1) la situación social y (2) el peso que la pertenencia a ese grupo tenga en la identidad social del individuo.

Hay situaciones sociales, como la colonización política, las guerras, las competiciones deportivas entre equipos y la política electoral en las democracias de partidos, que favorecen los comportamientos y actitudes intergrupales. Otras, como la competición académica, la relación de amistad y el enamoramiento, que favorecen los comportamientos y actitudes interpersonales. Un mismo individuo puede exhibir, unas veces, comportamientos del primer tipo y, otras, comportamientos del segundo. Lo que fundamentalmente inclina a una persona a adoptar un comportamiento intergrupar es la conciencia de compartir con los demás miembros de su grupo un objetivo o destino que los contrapone o enfrenta al exogrupo.

Identidad social e identidad individual

La «identidad social» de un individuo es un concepto técnico de la psicología social que ha dado nombre al modelo propuesto por la escuela de Tajfel para explicar algunos aspectos del comportamiento social. Según este modelo, la forma como una persona actúa en sociedad, en relación con el continuo interpersonal-intergrupar, depende de cuáles sean los aspectos de su identidad que en cada caso entran en juego. La identidad de una persona puede definirse como la concepción que ella tiene de su propio yo en cuanto parte de la

sociedad a la que pertenece y en cuanto sujeto de interacciones sociales. Tajfel distingue en esta concepción dos componentes: la identidad social y la identidad individual.

La identidad social es el conocimiento que la persona tiene de los diversos grupos sociales a los que pertenece, junto con la significación emocional y valorativa de dicha pertenencia. Así, varón, judío, de la tribu de Benjamín y fariseo es la identidad social de Pablo (Flp 3,5), al menos, antes de su inclusión voluntaria en el grupo de seguidores pospascuales de Jesús.

La identidad individual es el conjunto de características por las que la persona se distingue de los demás, junto con las valoraciones y emociones a ellas asociadas. Entre las características individuales más relevantes destacan las capacidades personales, el conocimiento adquirido por propia experiencia y las consecuencias morales de opciones vitales decisivas. Así, la elección divina de la que Pablo se siente objeto y por la que se convierte en el apóstol de Cristo para los gentiles es un rasgo de su identidad individual, pues le distingue de todos los otros miembros de los grupos a los que pertenece, incluso de sus propios hermanos en la fe cristiana (Gal 1,15-16). El valor que Pablo atribuye a este rasgo y las emociones que despierta en él son factores motivacionales importantísimos para su actividad misionera y fundadora.

La actuación de una persona en sociedad será más o menos interpersonal o intergrupál según ponga más o menos en juego su identidad individual o social. Evidentemente, cuanto más identificada esté con un grupo de pertenencia, mayor será su tendencia a actuar como miembro y representante del mismo. Por el contrario, quienes se identifican poco con sus grupos de pertenencia tenderán a actuar como individuos independientes, sin tener tampoco en

cuenta la adscripción grupal de las personas con quienes tratan. Su comportamiento estará por tanto más cerca del polo interpersonal. Los psicólogos sociales distinguen a este respecto dos orientaciones básicas de la personalidad: la personalidad de orientación colectivista (o diádica) y la personalidad de orientación individualista. Un sujeto tiene personalidad de orientación colectivista cuando en su identidad pesa más el componente social que el componente individual. Este tipo de personas se sienten, ante todo, miembros de su grupo. Un sujeto tiene personalidad de orientación individualista cuando le sucede justamente lo contrario, es decir, cuando considera que sus pertenencias grupales son algo anecdótico o circunstancial, tiene intereses propios distintos a los de sus grupos y se identifica sobre todo como el sujeto o protagonista de su historia individual. El sujeto con personalidad de orientación colectivista tiende a adoptar comportamientos intergrupales, mientras que el sujeto de orientación individualista tiende a adoptar comportamientos interpersonales.

Aunque la orientación de la personalidad depende en gran medida de factores fisiológicos y biográficos, la organización social y la cultura son los factores que más influencia tienen sobre la frecuencia relativa de personalidades de orientación colectivista o individualista en una población humana concreta (Harry C. Triandis, *Individualism & Collectivism*, Boulder, Oxford 1995). De aquí que sea correcto hablar de culturas de orientación colectivista y culturas de orientación individualista, según favorezcan la primera o la segunda orientación de la personalidad. Como cabía esperar, aquellas formas de vida en las que el individuo no puede sobrevivir sin el constante apoyo de un grupo de solidaridad generan culturas de orientación colectivista, mientras que aquellas formas de vida en las que el individuo recibe el apoyo para su supervivencia y desarrollo de entida-

des u organizaciones impersonales como el estado del bienestar, la seguridad social, los servicios públicos, etc., generan culturas de orientación individualista.

En el conjunto de las sociedades antiguas del Mediterráneo y el Próximo Oriente todas las culturas eran de orientación colectivista, pues las únicas entidades que podían asegurar la supervivencia de las personas eran grupos humanos concretos y cercanos, como el grupo doméstico, los vecinos, los ciudadanos de la polis y ciertos tipos de asociaciones voluntarias. Esta orientación cultural es, de hecho, la más frecuente a lo largo de la historia y la geografía humana y constituye un rasgo típico de las sociedades sedentarias con economía agraria preindustrial.

La doble moral intragrupal/intergrupala y el valor del prestigio social

La orientación cultural colectivista propicia unos comportamientos y valores sociales que los historiadores y antropólogos habían detectado y clasificado mucho antes de que la psicología social pudiera explicar su fundamento. Me refiero a la vigencia de una doble moral, asociada a los ámbitos respectivos del intragrupo y el exogrupo, y al valor central del prestigio social.

La fuerte identificación de las personas con el grupo de solidaridad al que pertenecen y su conciencia del valor que tiene la armonía y la colaboración entre sus miembros refuerza el sesgo de grupo hasta el punto de generar una moral interna distinta a la moral que rige las relaciones sociales fuera del grupo. Los principios de esta moral interna o intragrupal son: adoptar como propios los objetivos, valores

y normas del grupo, tener una actitud solícita hacia todos sus miembros y apoyarles en cualquier conflicto con los no miembros. Por el contrario, la moral fuera del grupo o moral intergrupala prescribe actuar como representante del grupo de pertenencia, defendiendo siempre su valor, sus intereses y sus miembros. En la medida en que los intereses de un grupo se opongan a los de otro o que varios grupos ambicionen los mismos bienes, la moral intergrupala aprobará actitudes competitivas, agresivas y desconfiadas.

En las sociedades con culturas de orientación colectivista, la creación y mantenimiento de unidades sociales superiores a las de los grupos básicos de solidaridad (familia, clan) es normalmente problemática y muchas veces inestable, pues la moral intergrupala no favorece la colaboración entre dichos grupos. Solamente la defensa o protección frente a peligros o riesgos comunes consigue mantener formas de cohesión supragrupala. Los casos más claros de este tipo de situaciones en la Antigüedad son las *poleis* griegas clásicas y las aldeas campesinas alejadas de los centros de poder. Las primeras, porque vivían en un casi permanente estado de guerra con las *poleis* vecinas; las segundas porque la baja producción de la agricultura preindustrial y la obligación de entregar una parte importante del excedente sometían a todos los vecinos por igual al riesgo de caer bajo el umbral de la supervivencia. En uno y otro caso, la forma más efectiva de afrontar las dificultades era la práctica de una moral solidaria suprafamiliar: la solidaridad de las democracias de hoplitas en las ciudades griegas, y la solidaridad económica campesina en las aldeas.

En los sistemas de valores vigentes en las culturas de orientación colectivista el prestigio social ocupa siempre una de las posiciones más elevadas. Llamamos «prestigio social» o «reconocimiento social positivo» de una persona al reconocimiento de su valor por parte de los grupos de adscripción a los que pertenece. Aunque el valor que se re-

conoce a una persona con prestigio social depende de la axiología vigente en cada cultura concreta, todas las personalidades de orientación colectivista dan mucho valor al hecho de saberse socialmente valoradas. Así, por ejemplo, en una cultura donde se valore mucho la riqueza material, el prestigio social de una persona se basará seguramente en su riqueza; en una cultura donde se valore mucho la destreza en la batalla, su prestigio social se basará sobre todo en sus éxitos guerreros, en una cultura donde se valore mucho la piedad religiosa, su prestigio social tendrá fundamentalmente en cuenta la corrección de su relación con los dioses. Lo que sirve para conseguir prestigio social es diferente en cada caso, pero lo que en todos los casos se obtiene es el aprecio de la gente, que es, por sí mismo, uno de los bienes más valorados.

En toda el área del Mediterráneo antiguo, el prestigio social exhibe una dependencia muy acentuada de los valores sociales que el imaginario cultural atribuye específicamente al ideal social del varón. La configuración específica que el reconocimiento social positivo tiene en esta zona cultural y que ha sido también reconocida en otras culturas de tipo patriarcal recibe el nombre técnico de «honor» (*honor* en latín, *time* en griego, *cavod* en hebreo). En el capítulo dedicado a la familia patriarcal trataremos con detenimiento las características distintivas del honor. Por el momento es suficiente señalar que el honor no es sino una forma cultural particular de concebir el prestigio social.

El valor que una persona concede al prestigio social o reconocimiento social positivo depende, evidentemente, del valor que esa persona concede a la opinión que los demás tienen de ella. Por eso, cuanto más se identifique con los valores, criterios, normas y objetivos de su grupo de pertenencia, más valorará la aprobación de sus miembros. Dicho en otras palabras, los sujetos con personalidad de orientación colectivista valoran mucho más que los sujetos con personalidad de orientación individualista el reconocimiento social po-

sitivo por parte de sus grupos de pertenencia; y las culturas de orientación colectivista colocan mucho más alto en su escala de valores el prestigio social que las culturas de orientación individualista. En la época y área cultural que nos ocupa la importancia de este valor era tan grande que, para algunos autores, el deseo de prestigio u honor era el tipo de motivación que mejor distinguía la acción humana masculina de la femenina, y según Jenofonte, también de la animal:

En esto se distingue el hombre de otros animales, es decir, en su deseo insaciable de honor. Pues respecto a la comida, la bebida, el sueño y el sexo, todas las criaturas parecen obtener por igual placer. Pero el amor al honor no está arraigado en las bestias, ni siquiera en todos los seres humanos. Sin embargo, aquellos en los que está implantada la pasión por el honor y la alabanza, esos son los que más se diferencian de las bestias del campo. Estos son los que pueden considerarse auténticos varones, no meros seres humanos. (Jenofonte, *Hieron* 7,3).

El prestigio es siempre un valor escaso y selectivo, pues supone el reconocimiento social de que una persona destaca sobre la mayoría y es, por consiguiente, merecedora de admiración. No debe, por tanto, extrañarnos que en las sociedades con cultura de orientación colectivista existan muchas formas institucionalizadas de competir por el prestigio y que las personas en ellas socializadas tiendan a considerar gran cantidad de situaciones sociales y encuentros interpersonales como ocasiones propicias para practicar este tipo de competición.

Bienes limitados y actitud agonista

El sesgo a favor del grupo de pertenencia y el deseo de prestigio social son rasgos de la personalidad susceptibles de gradación. Estudios antropológicos sugieren que estos rasgos adquieren sus formas

extremas en sociedades donde existe una conciencia muy aguda de la limitación de los recursos económicos y humanos.

Comparadas con las sociedades occidentales modernas, en las que las fuentes de riqueza, las actividades productivas y las especializaciones profesionales están muy diversificadas, y donde se confía que el desarrollo científico, la creación técnica y el espíritu emprendedor serán capaces de abrir siempre nuevas posibilidades, las sociedades preindustriales deben ser consideradas en su totalidad sociedades de bienes limitados, tanto en lo que se refiere a sus recursos materiales como al abanico de actividades productivas o profesionales accesibles a sus miembros. No es, pues, sorprendente que el imaginario cultural de la mayor parte de las sociedades históricas anteriores a la Revolución industrial conciba el conjunto de bienes al alcance del ser humano como un conjunto limitado en diversidad y en cantidad.

El modelo materialista expuesto en el capítulo anterior corrobora que este era evidentemente el caso para todas las poblaciones antiguas del entorno del Mediterráneo. Por tanto, debemos estar preparados para reconocer en ellas aquellas características culturales que, de acuerdo con la psicología social, no son sino manifestaciones extremas del sesgo de grupo y del deseo de prestigio social asociadas a la conciencia de los mencionados límites.

La actitud agonista es la forma cultural que adquiere el comportamiento intergrupar cuando la limitación de los bienes y recursos disponibles convierte el sesgo a favor del propio grupo en una competición abierta con el exogrupo (George Foster, «Peasant society and the image of limited good», *American Anthropologist* 67 [1965] 293-315). Esta actitud, que el sujeto aprende desde su más tierna infancia gracias a la socialización primaria en su grupo básico de adscripción (normalmente, la familia), prescribe ser desconfiado y

agresivo con los de fuera, y se sustenta en la convicción de que cualquier éxito o ganancia de los grupos rivales implica necesariamente una pérdida para el propio.

En la medida en que el prestigio social confiere al sujeto la capacidad de influir sobre las demás personas, facilitándole la obtención de apoyos humanos para sus proyectos, debe ser considerado un recurso importante en la vida económica y social. Por otra parte, en las sociedades preindustriales, el trabajo y el apoyo humano es, normalmente, un bien escaso por el que los políticos, los cabezas de familia, los jefes militares y los gobernantes están también siempre dispuestos a rivalizar. No debe, pues, extrañarnos que la actitud agonista propia de la competencia intergrupala por los bienes materiales se extienda de forma natural a la competencia por el prestigio social.

Los evangelios sinópticos contienen abundantes testimonios de esta actitud agonista. Su expresión más clara se encuentra en las subunidades literarias que la exégesis suele denominar «controversias» (véase, por ejemplo, las controversias del evangelio de Marcos: Mc 2,1-3,6; 3,22-30; 7,1-13; 11,21-26). En todas ellas, Jesús es agredido verbalmente, casi siempre mediante una pregunta acusadora, y él se defiende con no menos agresividad verbal, dejando avergonzados a sus oponentes. La controversia es un subgénero literario muy usado en toda el área de influencia cultural griega que adquirió especial relevancia en la enseñanza de los filósofos populares. Su ubicuidad y el hecho de que fuera formalmente reconocida y estudiada en los manuales de retórica denotan que tiene su razón de ser en pautas culturales de comportamiento.

Como cabe esperar en una cultura de fuerte orientación colectivista, en la que el individuo se entiende a sí mismo y es entendido por los demás como parte de su grupo de pertenencia, el prestigio social

de la persona antigua contribuía a y se nutría de el valor que la sociedad concedía al grupo en el que estaba incluida. No obstante, siempre eran sus miembros más representativos –sus líderes, patriarcas o cabezas– los que más podían contribuir al reconocimiento social positivo del grupo como tal. De los miembros con menos significación en la vida pública solo se esperaba que no menoscabaran el valor que la opinión de la sociedad atribuía al conjunto.

El esfuerzo y la preocupación por no perder el prestigio personal adquirido o el que se comparte con el grupo de pertenencia es también una virtud, que en el contexto de la antropología del Mediterráneo recibe el nombre técnico de «vergüenza». El significado *etic* de esta virtud es muy próximo a lo que en español entendemos por la expresión «tener vergüenza», contrapuesta a «no tener vergüenza» o «actuar sin preocuparse por la propia reputación». Es una actitud positiva que se espera sobre todo de los jóvenes, las mujeres, los siervos, y en general de todas las personas socialmente inferiores (sobre la vergüenza como virtud de los pobres, véase: Fernando Rivas Rebaque, *Defenson pauperum. Los pobres en Basilio de Cesarea*, BAC, Madrid 2005, pp. 246-255).

El término «vergüenza» ha sido adoptado por muchos antropólogos para referirse al concepto transcultural de dicho valor o a la forma que adquiere en las culturas de orientación colectivista que, además, son patriarcales. Sobre esta última trataremos en el siguiente capítulo.

Envidia y mal de ojo

Muchos estudios etnográficos han asociado el conocimiento cultural de que todos los bienes son limitados con el vicio de la envidia

(George Foster, «The anatomy of envy: A study in symbolic behaviour», *Current Anthropology* 13, 1972, pp. 165-186). La definición de este vicio, ampliamente tratado por los moralistas antiguos, es «desear mal a la persona que posee un bien ambicionado». El envidioso no solo desea el bien poseído por la persona que envidia, sino que también y sobre todo desea el mal a dicha persona. El mal que le desea puede ser, simplemente, que se vea despojada de su bien, pero también puede incluir o consistir en otro tipo de desgracias. Aunque la condena de la envidia en la Antigüedad es unánime, no faltan los autores que señalan como causa más frecuente de este vicio la competencia por un bien escaso o indivisible. Así, en la *Retórica* de Aristóteles podemos leer: «...respecto a los que se afanan por las mismas cosas, es necesariamente el caso de que se genere entre ellos la máxima envidia.» (*Ret.* 2.10.6)

Estrechamente relacionada con la proliferación social de la envidia en culturas precientíficas está la creencia en el mal de ojo. El mal de ojo es una desgracia supuestamente provocada por una mirada envidiosa. Así, por ejemplo, la envidia que una mujer sin hijos pudiera sentir al mirar al hijo de otra mujer podría ser la causa de accidentes o enfermedades que afectaran al niño.

El mal de ojo no es necesariamente voluntario, sino que puede emanar de forma mágica o automática de la mirada del envidioso. Esto no es, sin embargo, razón suficiente para que el envidioso causante del mal de ojo sea considerado inocente. De hecho, muchas sociedades castigan a los generadores voluntarios o involuntarios de mal de ojo como si fueran brujos.

La consideración de diversas etnografías sugiere una explicación coherente de estos fenómenos. En las sociedades donde los bienes y recursos son efectivamente limitados, el temor al mal de ojo y las acusa-

ciones de envidia denotan estrategias defensivas practicadas por sectores con distintos tipos de interés. La percepción social de que los bienes y recursos disponibles son limitados favorece la opinión mayoritaria de que el enriquecimiento de una persona se produce necesariamente a costa de la desposesión y el empobrecimiento de otras. Dicha opinión destruye el prestigio social de cualquier individuo que, mediante prácticas de explotación o en virtud de un espíritu emprendedor, consigue elevar su nivel socioeconómico por encima del resto. Para evitar el descrédito social, estos individuos triunfadores suelen elegir entre dos posibles cursos de acción: (1) Utilizar una parte importante de su riqueza en beneficio de sus vecinos o conciudadanos, lo cual calma la irritación de estos últimos y reduce un poco el desequilibrio económico previamente generado. (2) Reivindicar la legitimidad de su enriquecimiento y atajar las murmuraciones, críticas o amenazas de quienes se sienten agraviados atribuyéndolas a la envidia.

La primera estrategia, que podemos calificar de apologética, la encontramos representada en la Antigüedad grecolatina por la práctica de la beneficencia o *euergesia*, frecuente sobre todo entre la aristocracia y los nuevos ricos de las ciudades. Los benefactores o *euergetai* gastan grandes cantidades de dinero en construir edificios públicos, organizar competiciones deportivas, juegos circenses, sacrificios y banquetes en los que participa toda la ciudadanía. En Grecia, el gasto de los ricos a favor de la comunidad ciudadana se imponía de forma casi obligatoria a través del sistema de las *litourgeiai*, que ligaba el desempeño de muchos cargos públicos a la financiación de obras y actividades públicas.

La segunda estrategia, de carácter más claramente agresivo, es la que predomina en comunidades de iguales no muy extensas, como por ejemplo, las aldeas, los barrios populares de las ciudades, y los colectivos profesionales.

La creencia en el mal de ojo también puede ponerse al servicio de distintos comportamientos estratégicos. Para quienes creen que el enriquecimiento de unos perjudica a los demás, el temor socialmente compartido al mal de ojo juega a su favor, pues puede disuadir a los ambiciosos de intentar acaparar bienes y recursos limitados. Por otra parte, aquellos que ya se han enriquecido, pueden utilizar la creencia compartida en el mal de ojo para atribuir cualquier desgracia propia o familiar a la envidia de quienes los desprestigian con sus críticas, acusándoles implícitamente de practicar la brujería.

Reflexiones metodológicas

En este capítulo hemos utilizado algunos conceptos y modelos de la psicología social para dar razón de ciertos rasgos de la cultura mediterránea antigua y explicar las relaciones significativas existentes entre ellos. Los conceptos de «categorización», «grupo», «continuo interpersonal/intergrupala», «identidad social/identidad individual», etc. tienen aplicación universal, pues solo dependen de las capacidades de la psique humana individual en interacción con el entorno social.

Algunos de estos modelos, sin embargo, especifican cuáles son las tendencias predominantes en la actitud y comportamiento de las personas en relación con una tipología social. Así, aunque todo sujeto humano tiene una identidad social y una identidad individual y es capaz de exhibir tanto conductas intergrupales como interpersonales, la estructura y funcionamiento de la sociedad en la que ha sido socializado y en la que vive inmerso favorecen más la manifestación de uno u otro componente de la identidad y de uno u otro tipo de

conducta. De aquí que se pueda hablar de sociedades de orientación cultural colectivista y sociedades de orientación cultural individualista, de culturas de bienes limitados y culturas, como la nuestra, que ensalzan la ambición ilimitada.

Tras haber clasificado la población del Mediterráneo antiguo entre las sociedades de orientación cultural colectivista y haber reconocido en ella una conciencia bastante aguda de que los bienes son limitados, podemos buscar con confianza entre sus restos históricos huellas de una doble moral intragrupal/intergrupala, de actitudes agonistas, afán de prestigio social y acusaciones de envidia. Cada vez que hallemos estos tipos de testimonio estaremos legitimados para relacionarlos e interpretarlos de acuerdo con los modelos que nos ha ofrecido la psicología social.

El estudio cuidadoso de todos estos testimonios podrá, no obstante, aportarnos información novedosa acerca de las formas propias o específicas que cada uno de estos fenómenos culturales adquirió en naciones o grupos étnicos concretos del Mediterráneo antiguo.