



La sola mención del término seducción, produce una sensación extraña y maravillosa. Un cierto encantamiento. Ves a alguien que te agrada, deseas saber si le ocurre lo mismo. Pero no sabes cómo actuar. Sientes ese cosquilleo que te impulsa a no quedar en ese fugaz instante, sino avanzar y provocar el encuentro, quizás hasta irse juntos.

**LA CIENCIA DE LA SEDUCCIÓN. TODOS LOS SECRETOS SOBRE LA ATRACCIÓN Y EL DESEO** es una guía práctica sobre cómo actuar en cada una de las etapas del juego de la seducción e **incluye más de 80 estudios y experimentos científicos** a través de los cuales Martín Rieznik y Mariela Tesler te invitan a descubrir una variedad de recursos y posibilidades que te impulsarán a interactuar de una manera simple, oportuna, posible y sobre todo efectiva.

- ♦ Mirar o sonreír.
- ♦ La importancia del lenguaje corporal.
- ♦ La conversación placentera como conexión.
- ♦ El roce.
- ♦ Evaluar cuáles son las mejores opciones para una cita.
- ♦ El contacto sutil previo al beso.
- ♦ Y no olvidar el humor que puede ser tan eficaz como un buen perfume.

Más aún...

- ♦ Seducción en el smartphone.
- ♦ Las fotos, el chat.
- ♦ Pasar de lo virtual al encuentro.

**LA CIENCIA DE LA SEDUCCIÓN. TODOS LOS SECRETOS SOBRE LA ATRACCIÓN Y EL DESEO** te propone aprender a manejar y conocer tus habilidades naturales brindándote herramientas y recursos para que te acerques con seguridad a ese alguien que ha capturado tu atención exponiendo tu mejor versión. Atrévete a tomar las riendas de tu vida sexual y amorosa.



**MARTÍN RIEZNIK** @martinrieznik

Nació en San Pablo, Brasil. Graduado en el Colegio Nacional de Buenos Aires, estudió dirección cinematográfica en la Fundación Universidad del Cine (FUC).

Desde 1998 se especializó en dinámicas sociales aplicadas a la seducción. En 2008 fundó junto a su hermano, el neurocientífico Andrés Rieznik *LevantArte* la primera empresa dedicada al estudio y divulgación de conocimiento científico sobre seducción.

Colaboró como columnista y consultor en numerosos medios entre los que se encuentran Clarín (Argentina), El Espectador (Colombia), EL Mercurio (Chile), Excélsior (México), La República (Uruguay), Revista Caretas (Perú), Caracol Radio (Colombia), Los 40 Principales (Argentina), TV Pública (Argentina) y FOXTelecolombia. En 2017 estrenó la película *Selva* y en 2020 *Una Historia de la Prohibición* junto a Juan Manuel Suppa Altman.

Fue conferencista TEDx en 2017 en la Universidad de los Andes, Bogotá.

En 2014 publicó *El Juego de la Seducción* que se mantiene como uno de los libros digitales más vendidos de Latinoamérica.



**MARIELA TESLER** @marietesler

Nació en La Plata, Bs As. Se recibió de Diseñadora en Comunicación Visual en la UNLP. Estudió Sexualidad Clínica, Sex Coaching Femenino y de Pareja, con Certificación de International Coach Federation. Realizó Posgrados en Sexualidad y Pareja y Educación Sexual en SASH.

Fue precursora del *TupperSex* en la Argentina. Formó miles de mujeres en el negocio del erotismo.

Durante los últimos 15 años ha escuchado a más de 10.000 mujeres, permitiéndose conocer perfectamente sus deseos y frustraciones.

Desde 2014 educa en medios radiales y televisivos. Ha escrito más de 100 columnas sobre sexualidad y bienestar en los mejores medios internacionales como Infobae, Clarín, La Nación, Ohlala, Telemundo, Univision, ESPN, Canal 13, Canal 9, America Tv, entre muchos.

En 2017 publicó *Ganas de Vos*, basada en la recopilación de historias reales y sexytips.

Como nómada digital, recorre el mundo trabajando y entrevistando gente sobre amor, pareja, sexo, recopilando un valioso material que traslada en sus exposiciones.

**MARTÍN RIEZNIK - MARIELA TESLER**

# **LA CIENCIA DE LA SEDUCCIÓN**

**“Todos los secretos sobre la atracción y el  
deseo”**

*Incluye más de 80 estudios y experimentos  
científicos*

EDITORIAL DUNKEN

Buenos Aires

2021

Rieznik, Martín

La ciencia de la seducción : todos los secretos sobre la atracción y el deseo / Martín Rieznik; Mariela Tesler.

1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Dunken, 2021.

Libro digital, EPUB

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-85-1438-3

1. Desarrollo Personal. 2. Sexualidad. 3. Relaciones de Pareja. I. Tesler, Mariela. II. Título.

CDD 155.31

Contenido y corrección a cargo de el/los autor/es.

Ayacucho 357 (C1025AAG) - Capital Federal

Tel/fax: 4954-7700 / 4954-7300

E-mail: [info@dunken.com.ar](mailto:info@dunken.com.ar)

Página web: [www.dunken.com.ar](http://www.dunken.com.ar)

Hecho el depósito que prevé la ley 11.723

© 2021 Martín Rieznik - Mariela Tesler

e-mail: [martinrieznik@gmail.com](mailto:martinrieznik@gmail.com)

ISBN 978-987-85-1438-3

## NOTA DE LOS AUTORES

Este libro reúne y comenta los principales estudios y experimentos científicos sobre la seducción humana heterosexual. Aunque gran parte del conocimiento aportado puede ser útil para entender ese juego entre personas del mismo sexo o de las comunidades LGBTIQ, los estudios que abarcamos se refieren casi exclusivamente a la seducción entre hombres y mujeres, que es el área en la que los autores nos hemos especializado.

Compartiremos las investigaciones más destacadas de quienes se propusieron identificar los rasgos, las conductas y las actitudes que, desde un punto de vista estadístico, resultan tener mayores probabilidades de éxito en el terreno de la seducción heterosexual. En cada caso individual, el resultado dependerá del contexto, de las características de las personas involucradas y de la historia previa entre ellas, entre una infinidad de otros factores.

A lo largo del libro se hará referencia a “los hombres” o a “las mujeres” y en estos casos es importante destacar que estaremos apelando a arquetipos, y que de ningún modo entendemos que todos los hombres o todas las mujeres se comportan de tal o cual manera. Puede haber mayores diferencias entre dos individuos del mismo sexo o género que entre dos de sexo o género distinto. Los arquetipos cumplen una función pedagógica pero no son modelos predictivos de características o conductas.

No existen fórmulas mágicas para seducir, pero una cosa es cierta: quienes conocen sus propias fortalezas y debilidades, quienes se preocupan por comprender las necesidades y deseos de las personas a las que quieren seducir, quienes saben adaptarse a las circunstancias de cada situación, tienen mayores posibilidades de realizarse en el juego de la seducción.

# PRÓLOGO

## EPISTEMOLOGÍA DE LA SEDUCCIÓN

ANDRÉS RIEZNIK<sup>1\*</sup>

Desde que, junto a mi hermano Martín, nos interesamos en estudiar y difundir la amplia literatura existente sobre seducción, hace más de veinte años, nos vimos envueltos en innumerables discusiones. Primero, en bares, asados, y reuniones entre amigos y amigas o familiares. Luego, cuando fundamos la escuela de seducción para hombres *LevantArte*<sup>2</sup>, el debate se trasladó a los medios masivos de comunicación.

¿Es posible estudiar científicamente la seducción? ¿Se puede aprender a seducir? Todo el mundo tiene algo que opinar en esta materia, y no son pocas las veces en las que el asunto evoluciona de amena conversación a álgido debate, captando la atención de todos los presentes. Y esto es así ya sea que nos encontremos en el *prime time* de la TV o en el almuerzo familiar de los domingos.

Al parecer, la creencia más difundida es que no existe una ciencia de la seducción, que incluso no es ni siquiera tema de estudio y que, por supuesto, no es algo que pueda aprenderse. Afirmaciones como: “Seductor se nace, nadie puede enseñártelo”, “No se puede aprender a seducir”, “Hay que ser natural y listo” se repiten con frecuencia. Sin embargo, la premisa fundamental de este libro es que la seducción puede ser abordada científicamente, por lo que encontré pertinente exponer, en este prólogo, una síntesis de las evidencias y métodos que la sustentan. Pero antes, vale la pena formular dos aclaraciones.

Por un lado, es importante definir a qué nos referimos cuando utilizamos la palabra “seducir” en estas páginas, pues tiene múltiples acepciones.

Según la investigadora norteamericana Helen Fisher, actualmente una de las eruditas más referenciadas en la comunidad investigadora sobre temáticas del amor, existen tres sistemas



cerebrales que evolucionaron para el apareamiento y la reproducción: el impulso sexual, el amor romántico y el apego. Cada uno de ellos lo hizo por razones distintas y están asociados a características psicológicas, fisiológicas, bioquímicas y neuronales diferentes. Aunque interactúan de forma compleja, los factores que disparan cada uno de ellos son, también, peculiares.

Todos sabemos lo que es el impulso sexual o libido, y no hacen falta más aclaraciones. En cuanto al apego, se trata de esa sensación de paz, tranquilidad y unión a largo plazo con nuestra pareja que podemos encontrar al abrazarla. Cuando sentimos eso, las sustancias que corren por nuestro cuerpo son más parecidas a la morfina, que calma el dolor, mientras que el amor romántico está más asociado a sustancias químicas con efectos similares a los de las anfetaminas, ya que nos mantiene despiertos y activos. De hecho, son esas sustancias “anfetamínicas” las que nos permiten estar lúcidos y activos al día siguiente de haber dormido poco por haber hecho el amor durante la noche con la persona amada.

Es muy diferente entender el impulso sexual, comprender qué hace que las personas coincidan en tener sexo, que entender qué las lleva a enamorarse o a sentir un apego muy grande hacia el otro. Al utilizar en este prólogo la palabra “seducir” hacemos referencia a lo primero, al proceso por el cual las personas coinciden en tener sexo.

Por otro lado, es importante dejar en claro que, cuando afirmamos que el proceso de cortejo entre seres humanos puede ser analizado científicamente, no estamos queriendo decir que exista algo así como una fórmula para seducir. Nuestro propósito consiste en analizar objetivamente, sin prejuicios y honestamente, qué estrategias, comportamientos y circunstancias influyen a la hora de ser seducidas o seducidos, o de intentar seducir a alguien. Si bien esto no se traduce en algoritmos para seducir, puede aportar un valioso conocimiento sobre la naturaleza humana que, probablemente, impacte de forma positiva en la capacidad de seducir de quien lo posea. Si entendemos qué nos seduce, seguramente nos desempeñaremos mejor en ese terreno.

## El arte de amar

Creemos que es útil dividir el estudio de la seducción en tres períodos: el anterior a la revolución sexual de las décadas de 1960 y 1970, el que llega hasta la masificación de los foros de seducción en Internet, a principios de la década de 2000 y el que se extiende hasta la actualidad.

Hablar de seducción en la época previa a la revolución sexual femenina de los años sesenta es, en cierto modo, una contradicción, pues, para que haya consentimiento en la relación sexual, se requiere que todas las partes gocen de libertad de elección, y la verdad es que en ese momento las mujeres no tenían acceso a derechos básicos en esta cuestión.

Sin embargo, más allá de la subyugación y la represión existentes por entonces, la naturaleza humana aflora siempre y, aunque más escondidas, la seducción nunca dejó de existir. De hecho, destacamos de ese período al poeta romano Ovidio, quien en *Ars amandi* dio algunas claves que, sorprendentemente, no han perdido vigencia en más de dos mil años.

Si nos adentramos en el segundo período, en 1970 el estadounidense Eric Weber se convirtió en el primer autor de un libro con técnicas diseñadas específicamente para seducir. Así lo recuerda Weber en una entrevista:

Durante los años cuarenta y cincuenta, si crecías en un pueblo, conocías a las chicas en actividades de la iglesia o te las presentaba algún familiar. Pero, en los sesenta, de repente todo el mundo se fue de casa de sus padres y alquiló un departamento en la ciudad. Fue entonces cuando los bares se convirtieron en el lugar donde conocer a las chicas. Y, como consecuencia de ello, hubo que inventar nuevas herramientas para acercarse a mujeres desconocidas.

En este período, entre la revolución femenina y la masificación de los foros de seducción, aparecieron dos tipos de publicaciones: por un lado, libros con consejos para seducir, como el de Weber o los de Leil Lowndes, Ross Jeffries y David De Angelo. Por otro lado, estudios descriptivos sobre cómo ocurre la seducción, tal el del alemán Eibl-Eibesfeldt y los estadounidenses Timothy Perper y Helen

Fisher. Más adelante veremos en qué consistieron algunos de esos estudios.

El tercer y último período es el actual, posibilitado gracias a una enorme herramienta de intercambio de información: la Internet. En particular, a partir de la publicación del libro *El método*, de Neil Strauss, *best-seller* mundial en 2004, que popularizó los foros de Internet donde personas de todo el mundo, en su inmensa mayoría hombres heterosexuales, comparten sus experiencias e intimidades aconsejándose e intentando encontrar patrones en el proceso de seducción. En estos foros se masificaron los así llamados “reportes de campo” (RC), donde los autores describen qué hicieron en “campo” para seducir. Estos RC se transformaron rápidamente en una gigantesca base de datos para analizar, un importante instrumento de conocimiento que aportó una base empírica para la comprensión del proceso de atracción entre seres humanos y para el desarrollo de diferentes estrategias de seducción.

### **Seducir antes de Cristo: Ovidio**

El primer registro que tenemos de un abordaje metódico del tema es el del poeta romano Ovidio, nacido en Sulmona en 43 a.C. Con poco más de 40 años, publicó *El arte de amar* (*Ars Amandi*), obra que lo hizo célebre y en la que brinda una serie de consejos a los hombres sobre dónde encontrar mujeres, cómo cortejarlas, cómo mantener el amor, cómo ganar la partida a la posible competencia, etc. Unos años antes había escrito *Cosméticos para el rostro femenino* (*Medicamina Faciei Femineae*) donde recomendaba el uso de cosméticos y ofrecía particulares recetas caseras de tratamientos faciales para que las mujeres resplandezcan “más lisas que su mismo espejo”.

Es interesante resaltar que el poeta romano destacaba principalmente el valor de las actitudes, temas de conversación, cualidades y estrategias sociales: “el paso del tiempo arruinará la belleza, y el rostro que antes gustaba, será surcado por las arrugas. Llegará un momento en que os contrariará veros en el espejo, y esa

aflicción acudirá como causa de nuevas arrugas. Las cualidades morales son suficientes de por sí, duran toda la vida, por larga que sea, y de ellas pende felizmente el amor a lo largo de los años” escribió a modo de advertencia en *Cosméticos para el rostro femenino*. Tampoco nunca sugirió intentar comprar favores sexuales, más bien todo lo contrario. Se consideraba un seductor puro alguien que despertaba el deseo sexual y no quien intentaba comprar aquello que no podía conseguir por otros medios. En *El arte de amar* escribió “Si llegas a regalar algo, puedes verte relegado calculadoramente: habrán tomado lo que hubo y nada han perdido [...]. Yo soy el poeta de los pobres porque, pobre, he amado. Como no podía dar regalos, daba palabras”.

Si bien transcurrieron más de dos mil años desde entonces, algunas de las máximas y consejos del poeta no perdieron vigencia, e incluso han sido corroborados por experimentos científicos recientes. Es el caso, por ejemplo, de su sugerencia respecto de lograr primero la simpatía de las amigas de la chica a quien se quiera seducir. Esa conclusión a la que Ovidio arribó mediante la experiencia y la observación se corresponde con lo que hoy en día en el campo de la seducción se denomina *Ley de la preselección*: una persona tiende a resultar más atractiva cuando ha sido preseleccionada por otras personas. Algunas de las recetas incluidas en su obra para mujeres parecen ser tratamientos cosméticos plausibles. Un ejemplo es una mezcla que contenía cebada, yeros (una leguminosa parecida a la algarroba), huevos, bulbos de narciso y miel. La receta contiene las proporciones e instrucciones para realizar la mezcla y la mayoría de los ingredientes, como la harina de avena, el germen de trigo y la clara de huevos, se utilizan en tratamientos para la piel, cosméticos y productos farmacéuticos en la actualidad. Otra máxima de Ovidio corroborada miles de años después es aquella que asegura que la incertidumbre incrementa la atracción. Se analizan en este libro algunos de los experimentos contemporáneos que confirman la tendencia humana a valorar más o a sentirnos más atraídos por lo

incierto o por lo que es escaso. En la seducción, estar demasiado disponible no suele ser atractivo, no al menos en un primer momento. “Quien muestra el hambre no come” es una expresión popular colombiana contemporánea que Ovidio expresó hace más de dos mil años de otra forma: “Muchos desean lo que se les escapa y odian lo asequible”.

## **La ciencia de la observación**

Al analizar científicamente la seducción a lo largo de la historia, es fundamental tener en cuenta que la sexualidad, sobre todo la de las mujeres, fue reprimida durante muchísimos siglos. Hasta el siglo XVI, como señala Mariela Tesler en su epílogo, se sostenía incluso que la excitación sexual desequilibraba mentalmente a las mujeres. Durante toda la Edad Media y hasta finales de 1960, la sexualidad femenina estuvo completamente subordinada a la del hombre, incluso en términos legales. En ese contexto, poco lugar había para la seducción libre. Ellas debían llegar vírgenes al matrimonio y contar con la anuencia de su familia para consumarlo. El hombre que quería “debutar”, como se decía, comúnmente pagaba. ¿La seducción? Bien, gracias. Probablemente sea esta una de las razones por las que desde Ovidio hasta el siglo XX; no hubo una producción interesante sobre el tema de la seducción entre seres humanos.

Durante los años sesenta y setenta se produjo una avanzada de las mujeres, quienes comenzaron a conquistar el ejercicio de derechos denegados hasta el momento y que, junto a la creación de la pastilla anticonceptiva, empoderaron su sexualidad. La seducción cobró un nuevo impulso. Las mujeres accedieron a la educación y los campus universitarios se llenaron de hormonas y jóvenes de ambos sexos. La castidad comenzó a dejar de ser un valor y las mujeres por primera vez en siglos empezaron a adquirir, al menos en el mundo occidental, el derecho y la libertad de tener sexo antes del matrimonio.

En esta nueva era, aparecieron científicos que se proponían estudiar los mecanismos de seducción. Uno de los pioneros fue el

alemán Eibl-Eibesfeldt, del Instituto Max Planck de Fisiología de la Conducta, quien descubrió un curioso esquema de flirteo femenino universal. En 1872 Darwin había ya observado, en *La expresión de las emociones en el hombre y los animales*, que en todas las poblaciones humanas la expresión de la alegría es aparentemente la misma y se la reconoce con facilidad y se había mostrado convencido de que muchas emociones humanas, no solo la alegría, sino también el miedo, la sorpresa, la felicidad, la excitación y muchas otras, se expresan de acuerdo con modelos gestuales similares, provenientes de un pasado evolutivo común. ¿Existirá, entonces, un patrón de flirteo universal, compartido por los seres humanos? Así describe la investigadora Helen Fisher el trabajo de Eibl-Eibesfeldt:

Utilizaba una cámara con una lente secreta: cuando la apuntaba al frente, en realidad, estaba fotografiando lo que tenía al costado. De este modo podía enfocar objetos cercanos y hacer tomas de expresiones faciales no ensayadas de las personas que tenía junto a él. En sus viajes a Samoa, Papúa, Francia, Japón, África y Amazonia, registró numerosas secuencias de cortejo. [...] Un esquema de flirteo femenino comenzó a surgir. Aparentemente, mujeres de lugares tan diferentes como la jungla amazónica, los salones de París y las tierras altas de Nueva Guinea flirtean con la misma secuencia de expresiones. En primer lugar, la mujer sonríe a su admirador y levanta las cejas con una sacudida súbita mientras abre bien los ojos para observarlo. Luego baja los párpados, ladea, baja la cabeza y mira hacia otro lado.

Mirar, sonreír, bajar la mirada y dirigir la vista hacia el costado constituye el patrón universal de coqueteo femenino descubierto por Eibl-Eibesfeldt. No todos los conocimientos sobre seducción tienen este carácter universal, como veremos enseguida cuando discutamos la naturaleza de otros descubrimientos, aunque la búsqueda de esa universalidad es, sin dudas, uno de los objetivos de muchísimos investigadores. Por otro lado, este estudio nos revela un método comúnmente utilizado para obtener conocimientos en esta área: la observación “a escondidas” de las conductas de flirteo. Muy comúnmente, como veremos en el siguiente apartado, científicos convocan a participantes de un experimento diciéndoles que quieren estudiar tal o cual asunto cuando, en realidad, lo que observarán son patrones relacionados con la seducción.

Otro pionero en el estudio de la seducción fue el biólogo Timothy Perper, quien, como Eibl-Eibesfeldt, utilizó la técnica de observar a escondidas el flirteo entre seres humanos. ¿Voyeurismo? ¿Ciencia? ¿Ambos? Lo cierto es que Perper se internó a filmar durante más de novecientas horas en los bares y pubs donde la juventud norteamericana se reunía. El análisis de ese material le permitió desglosar el juego de la seducción: una secuencia ordenada de acciones que los hombres y mujeres seguían, consciente o inconscientemente, al seducirse. Su tesis doctoral, publicada en 1985, se llamó *Sex Signals: the biology of love*. Según observó Perper, cuando ambos ejecutaban esa exacta secuencia de movimientos, la pareja terminaba yéndose junta o marcando un segundo encuentro. Pero si uno de los dos interrumpía la secuencia, aunque fuera accidentalmente, la pareja muy probablemente se separaría.

Los cinco pasos que Perper observó son:

- señal no verbal
- conversación
- giro
- toque
- sincronización

El paso tres, el giro, a su vez se divide en cuatro partes:

- ☐ rostro enfrentado con rostro
- ☐ hombros con hombros
- ☐ torso con torso
- ☐ rodillas con rodillas

De los cinco pasos, el que más llama la atención es el último, la sincronización. Las parejas pasan a realizar movimientos sincronizadamente: por ejemplo, tomar el vaso de la mesa y apoyarlo nuevamente al mismo tiempo. O mudar de posición simultáneamente para aliviar el peso del cuerpo, u oscilar juntos al

ritmo de la música o girar y volver la cabeza al mismo tiempo ante interrupciones exteriores.

Es interesante señalar que el paso número uno, la señal no verbal, coincide con el descubrimiento de Eibl-Eibesfeldt, pues, generalmente, esa señal es la mirada y la sonrisa de la mujer hacia el hombre. También es interesante un descubrimiento posterior: aunque en la mayoría de los casos el primer paso en el cortejo lo dan las mujeres (mirada y sonrisa), cuando los investigadores preguntan a los hombres quién comenzó el juego de seducción la mayoría contesta que fueron ellos, al iniciar una conversación. Sin embargo, los hombres suelen pasar por alto que comenzaron la conversación impulsados por la invitación implícita de ellas. Resta descubrir si se trata de una omisión consciente o si realmente la señal no verbal femenina no es percibida en el plano consciente por el hombre. Uno de los capítulos de este libro desglosa ese trabajo, especialmente en lo que se refiere al lenguaje corporal de la seducción, que fue el núcleo del estudio de Perper.

Cabe destacar, una vez más, las limitaciones de estos conocimientos: cuando decimos que estos patrones son universales, no estamos queriendo afirmar que se cumplen el 100% de las veces. Todas las observaciones de Perper y Eibesfeldt fueron hechas en bares universitarios de los Estados Unidos. ¿Podríamos concluir lo mismo si hiciéramos estas observaciones en un bloque de carnaval de Río de Janeiro? ¿O en una fiesta *swinger*? Probablemente no. Pero, conociendo las limitaciones a las que estas observaciones están sujetas, no podemos dejar de señalar su generalidad. Sonreír y mirar a un hombre parece ser un recurso efectivo para las mujeres que quieren seducir. Para los hombres, aproximarse a una mujer con un lenguaje corporal no invasivo, girando en principio apenas el rostro para hablarle, es más efectivo, por lo general, que aproximarse de forma muy frontal.

Mediante la observación en culturas específicas, los científicos de la seducción intentan siempre develar qué hay de universal en el cortejo. Las consideraciones de índole evolutiva son comúnmente



utilizadas para explicar el porqué de tal o cual comportamiento universal, aunque también cuestionadas por atribuírseles un carácter reduccionista que coloca en un segundo plano elementos culturales fundamentales, tema que se abordará en varios capítulos de este libro. Las características que aseguren la supervivencia y reproducción serían, bajo esta óptica, las más seductoras. El libro *Sexo, drogas y biología*, de Diego Golombek, publicado en la Argentina en 2006, nos da innumerables ejemplos en este sentido. El más obvio e intuitivo es la juventud en la mujer: en todas las culturas las mujeres consideradas más bellas y atrayentes son aquellas que están en el pico de su fertilidad y es un patrón que parece ser universal. Llámese Afrodita, Venus o Uzza, las diosas del amor siempre fueron representadas como mujeres jóvenes y fértiles.

Los estudios de Eibl-Eibesfeldt y Perper fueron pioneros en el área de la seducción y utilizaron un método directo y simple: la observación a escondidas de personas que se seducen. Veamos ahora ejemplos de estudios que utilizan otras metodologías.

## **La ciencia de la experimentación**

Numerosos experimentos se han desarrollado para estudiar el proceso de atracción y seducción entre humanos. A continuación citaré cuatro estudios que nos servirán para ejemplificar dos métodos utilizados para develar qué factores provocan atracción: la interrogación directa, donde los investigadores, simplemente, preguntan qué personas, de un conjunto dado, las atraen más, y la observación indirecta, donde, como ya mencionamos, los científicos “engañan” a los individuos objeto de sus observaciones diciéndoles que quieren estudiar tal o cual asunto cuando en realidad lo que observarán son patrones relacionados a la seducción.

Comencemos con dos estudios donde se utiliza la pregunta directa. El primero es el estudio del oftalmólogo alemán Eckhard Hess, quien demostró que las pupilas dilatadas son más seductoras. Hess simplemente agrandó artificialmente las pupilas de las fotos de hombres y mujeres y luego preguntó a personas del sexo opuesto su opinión sobre ellas. Las fotos con las pupilas dilatadas resultaban

ser sistemáticamente más atractivos; Hess cuantificó este hecho diciendo que la reacción a personas con pupilas dilatadas es dos veces mayor.

Un hecho interesante es que Hess demostró, además, que nuestras pupilas se dilatan automáticamente frente a un estímulo agradable y, en particular, que las de los hombres se dilatan aún más frente a la foto de una mujer desnuda. Basada en estos descubrimientos, la investigadora Leil Lowndes recomienda en su libro *Seducción científica* que, mientras conversamos con la persona a la que queremos conquistar, enfoquemos nuestra mirada en la parte que más nos agrada de su rostro, o que pensemos en cosas divertidas que haríamos con esa persona (ducharnos juntos, por ejemplo, según la propia Lowndes). Eso hará que nuestras pupilas se dilaten automáticamente, lo que nos volvería más atractivos.

El segundo ejemplo de estudio donde se utiliza la metodología de la pregunta directa es del psicólogo norteamericano A.H. Maslow y fue publicado en 1956. En este experimento los investigadores mostraron fotos de hombres y mujeres con la misma vestimenta, en ambientes diferentes, a los participantes de su estudio y estos señalaron como más atractivos a las personas que se encontraban en un ambiente agradable, con lindos cuadros y decorados, revelando nuestra tendencia a transferir los sentimientos que nos produce el ambiente en el que las personas se encuentran a esas personas. Esta información obtenida mediante la pregunta directa más de medio siglo atrás se vuelve hoy más relevante que nunca a la hora de elegir, por ejemplo, la mejor foto para redes sociales o aplicaciones de citas.

Veamos ahora dos ejemplos de estudios en los que hombres y mujeres son “engañados” al hacérseles creer que han sido convocados para realizar una actividad que, en realidad, apenas enmascara la verdadera investigación relacionada con la seducción.

En primer lugar, un experimento que echó luz sobre aquella máxima infantil de que “los que se pelean se aman”. En un estudio realizado por J.C. Stapert y G.L. Clore, los científicos organizaron citas entre estudiantes donde la mitad de los participantes eran

cómplices del experimento. Según las reglas establecidas por los investigadores, los participantes debían hablar sobre temas preacordados: religión, política, etc. A los cómplices se los instruyó para que un tercio de ellos estuviera de acuerdo con su pareja durante toda la conversación, a otro tercio para que se pusieran de acuerdo aproximadamente a la mitad de la conversación y, finalmente, el último grupo de participantes debía estar siempre en desacuerdo y ponerse de acuerdo solo sobre el final de la charla.

Finalizadas las citas, los investigadores preguntaron a las personas objeto de estudio cuán atractivo les había resultado su partenaire. Contrariamente a la expectativa inicial, la repetición del desacuerdo llevó a calificaciones cada vez más positivas. El grupo que resultó más atractivo fue el de aquellos que más demoraron en ponerse de acuerdo. Según los autores, el experimento indicaría que situaciones de ansiedad pueden provocar mayor excitación sexual. Es imposible saber si esta interpretación de los resultados es la correcta y qué factores los modificarían, ya que sabemos que estos experimentos sociales son extremadamente sensibles al contexto, a la población estudiada y a pequeñas modificaciones en la dinámica. Pero lo interesante de esta investigación es mostrarnos, justamente, la complejidad de la seducción, el hecho de que, en algunas situaciones y contextos, aquello que para muchas personas es intuitivamente seductor (estar siempre de acuerdo con el otro), en realidad, provoca el efecto inverso.

Como cuarto ejemplo citamos un estudio de investigadores de la Universidad de Newark, en Ohio, en el que los participantes debían asistir a un video de un actor contando anécdotas sobre un amigo supuestamente cercano. Las actuaciones fueron guionadas para resaltar rasgos positivos o negativos. Las declaraciones negativas fueron del estilo de “Mi amigo odia a los animales. Hoy, rumbo al mercado, un cachorro se cruzó en medio de la calle y él lo pateó fuera de su camino”. Cuando luego los investigadores preguntaban “¿Qué pensás del hombre que contó la anécdota?”, los participantes atribuyeron sistemáticamente los rasgos negativos o positivos al interlocutor.

Este fenómeno, que se denominó “transferencia espontánea de rasgos”, nos sugiere por ejemplo que en una cita las anécdotas que contemos sobre nuestros amigos probablemente generarán una proyección de rasgos hacia nosotros.

En resumen, vimos en este apartado cuatro experimentos a través de los cuales ejemplificamos dos métodos comúnmente utilizados para el estudio de la seducción: el método de la pregunta directa y el de la investigación que llamamos aquí “engañosa”, pues los participantes no se enteran del verdadero objetivo del estudio hasta el final, cuando se les revela la naturaleza de la experiencia y se les pide un consentimiento informado para el análisis y publicación de los datos.

## **Helen Fisher**

Son muchísimos los científicos e investigadores que se dedican, o se han dedicado, a intentar desentrañar los secretos de la seducción. En las últimas décadas quien más destaca es la ya citada bióloga y antropóloga Helen Fisher, quien se ha centrado en el estudio del amor romántico y la atracción.

Una de las grandes innovaciones planteadas por Fisher fue la de identificar los tres circuitos cerebrales que evolucionaron para el apareamiento y la reproducción en seres humanos mencionados antes: el asociado a los impulsos sexuales, el del amor romántico y el del apego. Como ya dijimos, el apego hace referencia a esa sensación de paz y tranquilidad que podemos experimentar cuando abrazamos a una persona. Cuando sentimos eso, corren por nuestro cuerpo sustancias parecidas a la morfina y, al igual que ella, pueden colaborar en calmar el dolor, de allí que tendamos a abrazarnos en situaciones tristes. El circuito del amor romántico está más asociado a sustancias químicas con efectos similares a los de las anfetaminas, que nos mantienen motivados, alertas, despiertos y activos. El amor es energía, es vida.

En términos simples, una explicación evolutiva para los tres circuitos cerebrales es que el impulso sexual nos lleva a buscar una amplia gama de posibles parejas, el amor romántico ayuda a que

nos focalicemos en una sola persona (y nos genera la energía y el deseo necesarios para la cría conjunta de los hijos), y el apego nos permite mantener relaciones de largo plazo y es el responsable de que algunas familias podamos reunirnos a festejar las bodas de oro de los abuelos.

Vamos ahora a referirnos a la tercera y última etapa de los estudios científicos sobre seducción que mencionamos al principio de este capítulo. Veremos cómo fueron adquiridos los nuevos conocimientos a partir de la masificación de los foros de autodenominados seductores en Internet y los reportes de campo (RC).

## **El surgimiento de las comunidades de seducción**

La masificación, a finales del siglo pasado y principios de este, de los foros de seducción dio comienzo a una nueva etapa en el estudio de la seducción científica. Por primera vez se dispuso de información de primera mano y en primera persona de miles de interacciones en el mundo a través de los RC, una gigantesca base de datos para analizar el proceso de seducción entre seres humanos.

Timothy Perper ya había descrito una secuencia ordenada de las acciones que suceden cuando dos personas se seducen, pero esos pasos solamente se asociaban al lenguaje corporal, pues Perper se había basado en observaciones y no tenía siquiera acceso al audio de las conversaciones entre las personas. Los foros de seductores y los RC constituyen una fuente de información muy completa: gente de todo el mundo, en su gran mayoría hombres heterosexuales, comparte sus experiencias de éxitos y fracasos en sus conquistas amorosas alrededor del planeta. A diferencia de los estudios citados, en este caso la metodología utilizada para develar patrones es a través del ensayo, el error y el posterior análisis en los RC. En este sentido, los RC constituyen, en sí, una novedosa metodología de conocimiento en el estudio de la seducción.

A principios de este milenio, en los foros donde se compartían RC comenzó a destacar un hombre por su capacidad de análisis y por

su autoproclamada efectividad en el juego de la seducción: Erik von Markovik, más conocido por su apodo: Mystery. Nacido en 1971 en Toronto, Canadá, el mérito de Mystery, más allá de muchas críticas válidas a sus teorías y métodos, a veces antiéticos, es el de haber sido el primero en estructurar la seducción en una serie de pasos que cualquiera puede entender e intentar seguir.

El libro *The Mystery Method*, escrito junto a Chris Odom, uno de sus mejores amigos, es un análisis comprensible y paso a paso de qué es lo que hacen las personas más exitosas en el campo de la seducción. A pesar de carecer de rigor científico y de contener afirmaciones demostrablemente falsas, el análisis de cientos de RC les permitió proponer la existencia de tres etapas en el proceso de seducción, creando un modelo claro, un primer abordaje inteligible y falsable. Denominaron a estas tres etapas “atracción, confort y seducción”.

Según este modelo, para que hombre y mujer decidan tener una relación sexual, primero debe existir atracción; pero eso no es suficiente, especialmente para la mujer. Ellas, además de sentirse atraídas, deben sentir comodidad junto al hombre. Es la etapa de confort. Luego de experimentar atracción y confort comienza la etapa de seducción propiamente dicha, que podrá culminar en una relación sexual. La elección de la palabra “seducción” para la etapa final puede prestarse a cierta confusión, pues es en realidad la etapa de sexualización del proceso de seducción.

Es interesante ver que, tal como había observado Perper, si esta secuencia se interrumpe, el proceso de seducción queda probablemente trunco. Un apartado del citado libro se focaliza, uno a uno, en los errores que pueden cometerse al saltar cada una de las etapas del proceso.

Hemos nombrado a quienes consideramos las personas más significativas en la historia del estudio de la seducción. Por supuesto han quedado muchísimos estudiosos fuera de esta lista.

¿Son las conclusiones de los científicos y analistas de la seducción válidas universalmente? Claro que no. Sin embargo, si analizamos objetivamente, sin prejuicios y honestamente la

información que podemos obtener a través de la observación, de la experimentación o de los RC, notamos que comienza a aparecer una suerte de “sustrato universal” que hace a la existencia de ciertas claves en el universo de la seducción y del impulso sexual. Develar cuáles son esas claves y de qué herramientas disponemos a la hora de intentar seducir es sin dudas el objetivo de este libro.

<sup>1\*</sup> Andrés Rieznik es doctor en Física, investigador del CONICET en neurociencias, profesor de la materia Comportamiento Humano en la Universidad Torcuato Di Tella de Buenos Aires y conductor del ciclo televisivo “La liga de la ciencia”, programa de divulgación científica que se emite por la TV Pública Argentina.

<sup>2</sup> En 2008 Andrés Rieznik fundó junto a Martín Rieznik y Mike Tabaschek la primera escuela de seducción para hombres del mundo: LevantArte. ([www.levantarte.com](http://www.levantarte.com))

## EL APRENDIZAJE DE LA SEDUCCIÓN

*Si amas sin evocar el amor como respuesta, es decir, si no eres capaz, mediante la manifestación de ti mismo como hombre amante, de convertirte en persona amada, tu amor es impotente y una desgracia.*

MARX, CARLOS; MANUSCRITOS ECONÓMICO-FILOSÓFICOS,  
EDICIONES VARIAS

En el prólogo de este libro, Andrés Rieznik expuso las diferentes formas en que se puede abordar el estudio científico del proceso de seducción y cuál es la validez de los conocimientos así adquiridos. Veremos ahora qué utilidad práctica puede derivarse de esos estudios. A seducir ¿se aprende? ¿Qué beneficios pueden traernos estos conocimientos? El acceso a este tipo de enseñanza ¿debería ser objeto de políticas públicas?

### Teoría y práctica de las relaciones amorosas

Desarrollar relaciones sociales, románticas y sexuales o mejorar las que se tienen son objetivos importantes para la mayoría de las personas. En *Practice dating as treatment for college dating inhibitions*, los psicólogos Hal Arkowitz, Richard Hinton y William Himadi sostienen que, para los jóvenes, superar las inhibiciones que les impiden acercarse a las personas que les interesan en términos románticos o sexuales es una de sus principales fuentes de preocupación, y no lograrlo puede conducir a problemas como la depresión o a dificultades en el desempeño laboral. En 2009, cuando el diario *La Nación* de Argentina informó sobre la apertura de escuelas de seducción en el país, lanzó una encuesta en su edición online<sup>3</sup>. ¿Usted tomaría clases de seducción para tener éxito en su vida amorosa? El 47% de los participantes confesó que contrataría a un experto en romance. Esto coincide con los resultados de la encuesta a 3800 estudiantes que habían hecho Arkowitz y sus colegas: el 50% de los encuestados demostraron



interés por participar en un programa de habilidades sociales y románticas, y el 30% de ellos afirmaron sentirse de “algo” a “muy” ansiosos” en sus citas románticas. En 2016 la universidad china de Tianjin, situada a 120 km al sudeste de Pekín, ofreció a sus estudiantes la posibilidad de cursar la materia “Teoría y práctica de las relaciones amorosas”. El lanzamiento de la materia fue un éxito, y en su primer año más de 800 estudiantes se inscribieron en el curso.

En el mismo sentido, resulta significativo que, a lo largo de los últimos años, en diversos países hayan surgido decenas de escuelas de seducción, la mayor parte de ellas para hombres. Una simple búsqueda en google en cualquier ciudad capital de América o Europa arroja al menos tres ofertas distintas de “cursos de seducción”. La mayor plataforma de venta de libros online, Amazon.com, posee una categoría especial para libros sobre citas románticas (“dating”), que alberga más de 7000 títulos, algunos de los cuales se han posicionado como los más vendidos. Es el caso de *The Game: Penetrating the Secret Society of Pickup Artists*, de Neil Strauss, que alcanzó el puesto número uno en Amazon.com inmediatamente después de su lanzamiento en los Estados Unidos. Mucha gente siente la necesidad real y la voluntad de desarrollar sus habilidades sociales en el ámbito de la seducción.

Lo anterior nos conduce a otra pregunta: ¿existe alguna posibilidad de que el tema se convierta en un asunto de interés desde el punto de vista del diseño de políticas públicas? El estudio de Arkowitz, Hinton y Himadi da algún indicio de respuesta a este interrogante al señalar que las personas que fracasan en el terreno amoroso o sexual tienden a la depresión (que es frecuente causa de incapacitación laboral) <sup>4</sup> o a tener problemas en su desempeño laboral. Por otro lado, no le escapa a nadie que la tasa de natalidad y la estructura de la pirámide poblacional de un país dependen, entre otros factores, de la tasa de concreción de encuentros sexuales.

Imaginemos, entonces, que parte estadísticamente significativa de la población de un país o región evidencia dificultades serias para

lograr interrelacionarse en términos románticos y sexuales. El hecho tendría impactos sociales y económicos relevantes que pueden ser, en algunos casos, muy negativos. No pretendemos en este libro detenernos a cuantificar, cualificar o analizar estos impactos, pero vamos a citar los ejemplos de China y Japón, que demuestran que no estamos describiendo situaciones hipotéticas o propias de las novelas de ciencia ficción: la falta de habilidades para lograr una sociabilidad exitosa en torno al sexo ya es un tema con repercusiones culturales, sociales y económicas significativas.

### **Más conectados, menos sociables**

La interacción presencial con otros seres humanos, y en particular con nuestros pares, es una condición absolutamente imprescindible para desarrollar nuestras capacidades de sociabilización y tener éxito en el terreno de la seducción. Sin embargo, en la sociedad contemporánea, se observa una tendencia que va a contramano de esta necesidad. En la vida actual de muchas personas se verifica un escaso contacto presencial con sus pares que no tiene precedentes en la historia. En la raíz de este fenómeno hay, por lo menos, tres factores:

- el incremento significativo del número de personas que viven solas;
- la importancia creciente del trabajo a distancia o realizado en el propio domicilio;
- la expansión de las funciones de Internet, que permite dialogar, adquirir productos, estudiar, ver películas, etc., sin necesidad de contacto cara a cara entre personas físicas.

Un estudio de 2014 muestra que, en Manhattan, uno de cada dos estadounidenses vive solo, y en el resto de Estados Unidos la cifra es de uno cada cuatro, algo inédito en la historia del país. La mayor cantidad de gente que vive sola es de mediana edad: 15 millones de personas de entre 35 y 64 años. La tendencia es mundial. En Chile, entre el año 2003 y 2010, la cantidad de personas que vivían solas aumentó en un 30%, según datos de la Encuesta de Caracterización

Socioeconómica Nacional. En Buenos Aires, de acuerdo con el censo de 2010, el porcentaje de hogares de una sola persona era de 30,6%, cifra que en 1980 apenas superaba el 13%<sup>5</sup>. En España en 2017 se registraron 4,63 millones de hogares unipersonales (54.100 más que en el año 2016, según datos del Instituto Nacional de Estadística-INE). Son solo algunos datos de una tendencia de escala mundial.

No solo los hogares habitados por una persona están en aumento a nivel mundial, el trabajo autónomo también. Según un estudio de 2014 encargado por la Freelancers Union de Estados Unidos, un tercio de los estadounidenses son autónomos, y en España, según datos del Monitor Adecco de Oportunidades y Satisfacción en el Empleo, un 6,6% de la población ocupada en 2015 trabajaba directamente desde su casa. Si a estas cifras le sumamos la proliferación de servicios a domicilio a solo un clic de distancia, la cantidad de personas que pueden no tener contacto directo con otros seres humanos durante días es cada vez mayor. Vivir solo es algo completamente nuevo para el ser humano, que siempre vivió en familia o comunidad. Los hogares unipersonales son un invento de la segunda mitad del siglo XX. La escasa sociabilidad cara a cara es un fenómeno que afecta a cada vez más personas y es probable que comprometa seriamente el desarrollo de habilidades sociales y románticas.

Aún hay que esperar para saber cuáles serán las consecuencias a largo plazo en las costumbres sociales que dejará la pandemia del Coronavirus que está desarrollándose mientras corregimos la versión final de este libro, pero es de esperar que restrinja aún más las interacciones personales y el contacto físico.

### **Cuando la profesión no suma**

A los factores mencionados y que permean a la sociedad horizontalmente, se suman factores circunstanciales que dificultan las relaciones con personas de otro sexo, como haber elegido una

profesión donde predominan de forma muy notoria hombres en detrimento de mujeres, o viceversa.

En los talleres de seducción para hombres que los autores de este libro solemos organizar en *LevantArte*, en el momento en que los participantes deben presentarse y contar cuál es su profesión, por lo general, suele repetirse una constante: muchísimos asistentes son ingenieros, más del 30%. ¿Por qué? En una ocasión, uno de los asistentes nos sugirió que podía deberse a que “tenemos personalidades con un fuerte carácter analítico, buscamos encontrar patrones y fórmulas para todo, incluso para las relaciones sociales... ¡Cómo el personaje de Sheldon en *Big Bang Theory*!”. Todos reímos y algunos asintieron, pero la afirmación de otro asistente obtuvo consenso unánime inmediato: “¡Yo creo que es porque no solemos tener contacto con muchas mujeres!”. Sin dudas, es un dato cierto. Por ejemplo, según información aportada por el ministro de educación de la Argentina entre 2015 y 2019, Alejandro Finocchiaro, “en algunas ingenierías, como la electrónica o la mecánica, las mujeres arañan apenas el 4% de la matrícula”<sup>6</sup>. A los cinco o diez años que puede tener de duración una carrera de ingeniería sumemos que muchos de los que la cursan asistieron previamente a escuelas con orientación técnica donde ellas también son una minoría, e incluso algunos de ellos trabajan desde sus casas, un combo que, muy factiblemente, afecte sus habilidades sociales y su capacidad de empatía con las mujeres por falta de interacciones y de práctica.

Situación comparable de aislamiento pueden experimentar las mujeres según la elección profesional realizada. Por ejemplo, según datos de la Dirección de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación, en la carrera de Psicología de la UBA, en el año 2015, las mujeres constituían el 75% del alumnado. En términos generales, la participación femenina en el mundo universitario aumentó enormemente en las últimas décadas acaparando, en algunos casos, la mayor parte de la matrícula. Aun así, no podemos dejar de mencionar que, probablemente, ante situaciones similares, las mujeres corran con ventaja, pues diversos estudios demuestran

que poseen mayor inteligencia emocional que los hombres, obtienen mejores resultados en las pruebas de empatía y en las de habilidades sociales en general.

### **Cuando la política no suma**

Sin duda, en cada país, existen políticas gubernamentales y contextos culturales, históricos, económicos que influyen en las posibilidades de aprender a seducir basándose en la experiencia de interacciones directas con pares del otro sexo. Vamos a comentar dos casos particulares: el de China y Japón.

En China podemos ver un ejemplo claro sobre cómo una política gubernamental puede restringir las oportunidades de una persona de adquirir habilidades para relacionarse exitosamente con sus pares. En el año 1972, el gobierno decidió que cada pareja estaba autorizada a tener un único hijo<sup>7</sup>. No cumplir con esta regla daba origen a penalidades o castigos severísimos. El objetivo declarado de esta decisión era evitar uno de los mayores problemas nacionales: la superpoblación y su crecimiento explosivo, con repercusiones económicas y ecológicas muy negativas<sup>8</sup>. La medida gubernamental es objeto, hasta el día de hoy, de encendidas polémicas entre quienes la defienden y quienes la critican.

Participar de esa polémica escapa al objetivo de este libro, pero es interesante resaltar que desde el punto de vista del aprendizaje de habilidades sociales y románticas el resultado es preocupante. “Son millones de hijos únicos varones, una generación entera que carece de relaciones con las personas de su misma edad”, afirmó Li Yinhe, famosa sexóloga china doctorada en Sociología en la Universidad de Pittsburgh (EE.UU.). De hecho, son millones los niños que no pasaron por la experiencia de socialización propia de quien tiene hermanos o primos. Millones de niños sin tíos, y siendo el centro único de la atención y las expectativas de sus padres y sus cuatro abuelos. Millones de adultos sin hermanos, sin primos, sin sobrinos, sin cuñados siquiera. Dado este contexto, no sorprende que, como comentamos antes, el curso “Teoría y práctica de las

relaciones amorosas” ofrecido por la Universidad China de Tianjin haya sido tan bien recibido.

Establecer una relación de pareja es una meta de difícil alcance para la mayoría de los jóvenes chinos. Los períodos prolongados de aislamiento y soledad y la falta de contacto con el sexo opuesto no parecen ser factores positivos para el desarrollo de las habilidades sociales. Un caso que merece un análisis más detallado aún es el de Japón, uno de los países que más problemas registra entre sus jóvenes a la hora de la sociabilidad.

### **El fenómeno de los hombres “herbívoros” y las mujeres “fujoshi” en Japón**

Según el censo de 2015, en Tokio el porcentaje de hogares formados por una sola persona es del 45,8%. Se manifiesta una clara tendencia en alza, ya que en 2001 el porcentaje era del 27,9%. En una encuesta de 2015, el 42% de los hombres y el 44,2% de las mujeres que aún no se habían casado declararon ser vírgenes. El estudio realizado por el Instituto Nacional de Investigación sobre Población y Seguridad Social cubrió un total de 8754 personas solteras y 6598 parejas casadas de todo el país. Esta encuesta se aplica cada cinco años desde 1987. Completando el cuadro, tenemos el hecho, no menor, de que Japón es uno de los países con mayores índices de habitantes que pagan por sexo. Según un estudio de la organización Procon,<sup>9</sup> el 37% de los japoneses admiten que pagaron por sexo al menos una vez en la vida. Se trata de uno de los índices más altos del mundo.

Según un informe de la CIA<sup>10</sup> la tasa de natalidad en Japón ocupa el puesto 222 entre 224 países. Las autoridades japonesas están tratando de revertir la rápida y descontrolada disminución de la población, que acarrea serios problemas económicos, el principal de los cuales es la tendencia a aumentar la participación de los más viejos en la pirámide poblacional generando graves inconvenientes para la sustentabilidad de los sistemas de pensiones y jubilaciones y de los sistemas de salud pública. Según el Instituto Nacional de Investigación sobre Población y Seguridad Social, Japón está

sufriendo una reducción de su población de entre 200 mil ó 300 mil personas por año. Los economistas Hiroshi Yoshida y Masahiro Ishigaki, de la Universidad de Tohoku, crearon un reloj digital para calcular el día que los japoneses se extinguirán si las cosas siguen como van: según la proyección, el 16 de agosto de 3766 solo quedará un japonés vivo.

La tendencia de ciertos jóvenes japoneses al aislamiento social se ha vuelto tan notoria que incluso han surgido términos para referirse a ciertos sectores de la población: el término “hombre herbívoro” se ha instalado para denominar a los varones que son muy tímidos o pasivos y que no construyen relaciones afectivas ni tienen relaciones sexuales con frecuencia. Según cita Aziz Ansari en *Modern Romance*, de 2016, se calcula que

alrededor del 60% de los hombres solteros japoneses en la veintena y la treintena se identifican como herbívoros. [...] es probable que los japoneses se sientan un poco incómodos al verse rodeados de mujeres porque, desde pequeños, nunca han pasado demasiado tiempo con ellas. Buena parte del sistema educativo en Japón está dividido por sexos, y también existe la segregación por género en las escuelas universitarias. Desde el punto de vista social, físico e incluso psicológico los chicos y las chicas se educan siguiendo caminos paralelos que no se cruzan hasta al menos el instituto, y a menudo hasta la universidad. Muchas personas no empiezan a tener citas hasta los veintitantos años. Casi el 50% de los solteros en Japón ni siquiera tiene amigos del sexo opuesto<sup>11</sup>.

Por el lado de las mujeres se ha instalado desde los medios de comunicación el término peyorativo de mujeres “fujoshi”<sup>12</sup> para referirse a las multitudes cada vez mayores de mujeres fanáticas del manga y animé de temática homosexual masculina, género conocido como BL o *boys love*. Una de las expresiones de sexualidad más compartida por las mujeres en Japón es este género donde ellas mismas no están representadas y su sexualidad desaparece. Parece una misión difícil la de alcanzar algún punto de encuentro entre los hombres herbívoros de un lado y las mujeres fanáticas de las historias de amor masculino homosexual del otro, dos líneas paralelas que nunca se cruzan.

En un artículo titulado “Japanese local authorities turn matchmaker to combat low birthrate”, la edición internacional de *The*

### *Guardian* informa:

Según el gobierno japonés, las relaciones íntimas son una preocupación pública porque están relacionadas con el tema de las tasas de natalidad decrecientes en el país desde los años noventa. Las autoridades locales están involucradas en la búsqueda de parejas porque quieren aumentar la tasa de natalidad de Japón.

Por eso varios gobiernos locales comenzaron a subvencionar eventos de búsqueda de pareja llamados *machikon*. El primer *machikon* fue en 2011, y el éxito fue tal que se ha pasado de los 10 al mes iniciales a más de 50 mensuales repartidos por todo Japón. El *machikon* es, en esencia, una fiesta de solteros que tiene lugar en una calle comercial fuera del horario de las comidas, generalmente entre el almuerzo y la cena. Son como pequeños festivales: las calles están cerradas al tráfico, y los participantes pagan una tarifa de 20 a 45 dólares para acceder. Por el precio de la entrada, se tiene derecho a ingresar y salir de todos los establecimientos de la calle comercial donde se desarrolla, así como a comer y beber todo lo que se quiera. El único requisito es estar soltero y querer casarse. La idea es que la gente hable y establezca relaciones. Los propietarios de los bares reciben una subvención gubernamental de entre 25 y 35 dólares por cada asistente.

El impacto de estos eventos y políticas públicas es por ahora difícil de medir, pues se trata de un fenómeno reciente cuyos efectos se harán sentir en el mediano y largo plazo. Qué otras consecuencias traen aparejada la tendencia al aislamiento y las dificultades en el desarrollo de habilidades sociales es, también, complejo de mensurar, pero difícilmente sean consecuencias positivas ya que, como vimos, el desarrollo de estas capacidades es un objetivo importante para la mayoría de las personas.

### **El sexo “solo” o con un robot**

Encontramos hoy en el mundo un porcentaje cada vez mayor de personas de todas las orientaciones y géneros que rehúyen a cualquier situación social de posible flirteo. Viven el proceso de seducción como una verdadera carga y evitan, sencillamente, entrar en contacto con otros, ya que encuentran muy escabroso el camino



del intercambio social. No tienen deseo de explicar sus gustos personales, ni tomarse el trabajo de comprender a la otra persona o tener que preocuparse por darle placer o alimentar la llama de la pasión, ni mucho menos pasar por conflictos emocionales, diferencias, disritmias en tiempos o posturas sexuales.

Puede ocurrir que las causas de esta apatía se encuentren en una mala experiencia o frustración relacionadas con una relación anterior, en el miedo al compromiso, al fracaso o a no estar a la altura, e incluso el temor a contraer enfermedades venéreas. Es posible, también, que el aislamiento social del que venimos hablando, junto al acceso libre a la pornografía y a la gratificación inmediata virtual, tengan incidencia en esa actitud. En todo caso, los “solosexuales”, como se les llama, son un fenómeno que existe y poseen hasta bandera propia (un círculo con una flecha horizontal hacia dentro). Es difícil discernir si se trata de un estilo de vida, de una elección nacida en un conflicto o si es un genuino sentimiento de bienestar de la persona consigo misma.

Hacia fines de 2017 Mariela Tesler entrevistó en España al científico catalán Sergi Santos, experto en nanotecnología, quien se adjudica la creación de una de las primeras muñecas sexuales dotadas de inteligencia artificial. El robot (Samantha, una rubia de 90-60-90 y ojos celestes) va mucho más allá de lo que podría interpretarse como una muñeca de placer.

Con algoritmos y un microprocesador en la cabeza, interactúa con el usuario a medida que este la va tocando. Mediante una palanca pequeña en la espalda, ofrece tres modos de interacción: el familiar, el romántico y el *hard sex*, a elección del usuario. Según el modo como se la trate, la máquina reacciona de formas diferentes.

Además de sostener que el invento es un modelo actualizado de la clásica muñeca inflable que hemos visto en películas y *sex shops*, Sergi afirma que el robot podría ayudar a quien la use para practicar interacciones reales con mujeres, ya que la muñeca reacciona según el trato de quien la maneje simulando una realidad posible. Según su creador, la muñeca mejoraría el contacto social y la seducción en personas tímidas, acomplexadas o muy poco

sociables. Por el momento, no encontramos estudios científicos que avalen esta afirmación.

En la misma línea de pensamiento encontramos a Ian Pearson, físico, matemático y autoproclamado futurólogo, que asegura que, a partir de 2025, muchos de los hogares más ricos del mundo tendrán un robot sexual. Hacia 2035, la mayoría de ellos contarán con uno de esos juguetes para interactuar en realidad virtual y, en 2050, tendremos más sexo con robots que con humanos. Parece algo descabellado, pero si tenemos en cuenta que ya son muchas las personas que pasan más tiempo mirando a su *smartphone* que a su pareja... ¿Qué pasaría si el *smartphone* de repente adquiriese una delicada figura, de textura suave, de agradable aroma, y bellos ojos que nos miran sugestivamente, y estuviera siempre predispuesto a complacer todos nuestros gustos? ¿Cuánto tiempo más le dedicaríamos? Ya no es tan descabellada la idea, ¿cierto?

¿Vamos hacia un mundo con menores interacciones humanas? ¿O será que la enseñanza de la seducción y de habilidades sociales blandas puede propiciar la sociabilidad y el encuentro romántico entre las personas?

### **Una materia para aprender a seducir**

Más de una vez, equipos de psicólogos quisieron poner a prueba la efectividad de la enseñanza de los principios de la seducción. En otras palabras, buscaron verificar si las habilidades sociales que son necesarias para participar en una relación romántica se pueden aprender.

Con este objetivo en mente, en 1995 los psicólogos Sandra Foster, John Krumboltz y Martin Ford condujeron el estudio *Teaching Social Skills to Shy Single Men*, donde seleccionaron en forma aleatoria, de una lista de espera, a 60 hombres solteros declaradamente tímidos para participar de un taller cognitivo-conductual con el objetivo de mejorar sus habilidades sociales y de seducción. El taller consistió en un entrenamiento para reducir la ansiedad en situaciones de citas aprendiendo habilidades relacionadas con cualidades deseables en una relación romántica y

la práctica de conductas socialmente aceptadas durante una cita. Después del entrenamiento, se les pidió que participaran de un encuentro con mujeres que los evaluarían. El resultado fue que los participantes del taller fueron calificados como significativamente más capaces en sus habilidades sociales que los miembros del grupo de control que no habían recibido ningún tipo de entrenamiento.

En 2011 el psicólogo alemán Andreas Baranowsky quiso corroborar si las mujeres también podían obtener ventajas del conocimiento producido por los científicos y estudiosos de la seducción. También se propuso descubrir si esas ventajas se podían aplicar no solo a situaciones de laboratorio, sino también como herramienta para mejorar las habilidades de flirteo en general en un corto período. Su trabajo era además más ambicioso que el de la investigación realizada unos años antes por el equipo de Foster, Krumboltz y Ford, porque su estudio no estuvo dirigido a personas declaradamente tímidas. Explica Baranowsky: <sup>13</sup>

Hasta ahora, la investigación se centró exclusivamente en personas con problemas de ansiedad frente a situaciones de cortejo. En mi estudio, invité a todos los estudiantes universitarios en el campus de Klagenfurt, independientemente de sus habilidades románticas percibidas, a participar en el entrenamiento, porque presumo que todos pueden mejorar sus habilidades románticas, sin importar cuán exitosos se consideren.

En cuanto al contenido del taller ofrecido, se trató de una capacitación conductista orientada a abordar los principales problemas que suelen experimentar las personas en situaciones de cortejo. Se analizó el proceso de seducción desde el punto de vista evolutivo, se expusieron las principales conclusiones del conocimiento científico sobre seducción, los elementos más importantes del lenguaje corporal y se analizó cómo ese conocimiento podía ser utilizado en interacciones concretas, finalizando cada explicación con una reflexión del grupo sobre sus implicaciones. El seminario duró entre cinco y seis horas y se llevó a cabo por separado para hombres y mujeres. El entrenamiento incluyó prácticas en clase y juegos de rol. Durante una hora de la capacitación los participantes debían abandonar la sala con el fin de

completar diferentes tareas en espacios públicos bajo supervisión del capacitador. Las tareas incluyeron sonreír y saludar a desconocidos o recopilar información sobre las actividades de ese día de tres personas diferentes.

Los participantes fueron reclutados a través de una lista de mail de estudiantes universitarios. Se ofrecieron 17 voluntarios hombres y 23 mujeres. Todos los hombres se declararon heterosexuales mientras que de las mujeres 19 se declararon heterosexuales, tres bisexuales y una homosexual. Antes de la clase se les hizo una encuesta sobre su autopercepción respecto a habilidades sociales y de seducción y se les asignó una misión previa al curso con el objetivo de medir la diferencia con su desempeño posterior. A las mujeres se les pidió que durante una hora intentaran conseguir, en un lugar público de su elección, la mayor cantidad de invitaciones a “tomar algo” de personas que les resultasen atractivas. A los participantes hombres se les pidió que durante una hora intentaran conseguir, también en un lugar público de su elección, la mayor cantidad de números de teléfono de quienes les resultasen atractivas. Se dejó a los participantes resolver según su preferencia la situación posterior a que alguien accediera a dar su número telefónico o de que fueran invitadas a tomar algo. Si los participantes sentían que no querían salir o tomar una copa con esa persona, se les recomendó explicar educadamente que habían sido parte de un experimento de ciencia social y agradecerles por su participación.

La diferencia en las tareas asignadas a hombres y mujeres respondió, según el investigador, a que numerosos estudios previos indicaban que sería relativamente fácil para las mujeres conseguir números de teléfono, por lo que resultaría imposible mensurar alguna diferencia notoria en el pre y post curso. Asignarles una tarea de mayor dificultad permitiría medir, si es que existía, alguna diferencia en la tasa de consecución del objetivo impuesto. La diferencia existió.

Al finalizar el curso, los participantes debían repetir la tarea durante una hora en un lugar público de su elección. Todos

mejoraron su performance tras aprender los principios científicos de la seducción. Antes del curso los hombres en promedio habían logrado obtener 1,07 números de teléfono en una hora. Luego del curso el promedio ascendió a 3,67, más de tres veces superior al resultado inicial. Las mujeres pasaron de un promedio de 1,65 invitaciones a “tomar algo” a 3,1 invitaciones promedio en el post curso. Dos meses después del seminario el investigador volvió a contactar a los participantes. En cuanto a citas románticas, los hombres habían cuádruplicado la cantidad pasando de un promedio de 0,5 citas por mes antes del curso a dos citas luego de él, mientras que las mujeres casi las habían duplicado, pasando de menos de una cita por mes a un promedio de una cita y media por mes. Con un seminario de cinco horas se logró que los hombres cuádruplicaran y las mujeres duplicaran su cantidad de citas románticas.

Baranowsky entiende que, si bien su experimento tiene algunos defectos potenciales en su construcción (el principal sería la ausencia de un grupo de control, aunque por otro lado considera muy poco probable, en este contexto, que los cambios ocurran sin ninguna intervención), los hallazgos indican que elementos de la psicología evolutiva y la psicología conductual pueden usarse para enseñar a las personas cómo mejorar sus habilidades de seducción.

La psicología completa de la seducción como pieza autónoma de conocimiento aún no existe, y seguramente pasarán años antes de que se complete. Pero el trabajo de Baranowsky representa una pieza fundamental en el rompecabezas de la atracción mutua y traza los primeros pasos de un posible camino a seguir.

### ☐ ***En pocas palabras***

El desarrollo de relaciones sociales, románticas y sexuales es un aspecto importante en la vida de la mayoría de las personas. Gran parte de la población mundial confiesa que le gustaría mejorar sus habilidades en ese terreno. Varios estudios parecen demostrar que algunas de las habilidades sociales que intervienen en el cortejo pueden desarrollarse en pocas horas si se cuenta

con una guía adecuada. Estos resultados dan por tierra con una de las creencias populares más difundidas: que “no se puede aprender a seducir”. Enseñar a seducir se puede, aprender a seducir también.

El daño causado por el fracaso a la hora de seducir puede quedar encapsulado en la intimidad de un individuo, provocándole un sufrimiento completamente evitable. Adicionalmente, como muestra el caso japonés, si este tipo de fracaso se extiende a una parcela significativa de la población, las consecuencias podrían trascender del ámbito de lo íntimo e individual al de lo colectivo, causando problemas sociales y económicos de gran envergadura. En este caso, es una excelente noticia saber que los problemas podrían ser enfrentados mediante herramientas pedagógicas y educativas apropiadas. Más alentador aún es que este tipo de herramientas podrían utilizarse con carácter preventivo.

<sup>3</sup> “Se multiplican en el país las escuelas que enseñan a seducir y a enamorar”, *La Nación*, 19-9-2009.

<sup>4</sup> Un estudio de la Organización Mundial de la Salud considera que, en 2030, la depresión será la principal causa de incapacidad laboral a nivel mundial. Las estimaciones se han publicado como anticipo previo al Día Mundial de la Salud el 7 de abril de 2017 y son parte de la campaña anual de la OMS “Depresión: hablemos”.

<sup>5</sup> “Aumenta el número de las personas que viven solas en la Ciudad”. Informe de resultados 492, Dirección de Estadística y Censos de la Ciudad de Buenos Aires, febrero de 2012.

<sup>6</sup> “Ingenieras: las mujeres avanzan en un área en la que aún mandan los varones”, *La Nación*, 13-09-17.

<sup>7</sup> En las zonas rurales, podían ser dos si el primero era mujer.

<sup>8</sup> Esta política se mantuvo rígidamente hasta 2013, cuando comenzó un proceso de apertura, para llegar a permitir dos hijos por pareja.

<sup>9</sup> “Percentage of Men (by Country) Who Paid for Sex at Least Once: The Johns Chart”, disponible en <https://prostitution.procon.org/>.

<sup>10</sup> “The World Factbook”, 2014, disponible en [www.cia.gov/library](http://www.cia.gov/library).

<sup>11</sup> Citado de Alexandra Harney, “The Herbivore’s Dilemma” (“El dilema del herbívoro”), *Slate*, 15 de junio de 2009.

<sup>12</sup> Juego de palabras en japonés cuya traducción literal sería “mujeres podridas”.

<sup>13</sup> Andreas Baranowsky, *The science of seduction*, Alpen-Adria-Universität Klagenfurt, 2011.

## LA CIENCIA DEL ACERCAMIENTO

*“No hay una segunda oportunidad para causar una primera buena impresión”.*

OSCAR WILDE

¿Cuáles son las mejores formas de iniciar una interacción cuando queremos seducir a alguien?

Seducir significa lograr ser correspondido en el deseo. Si en el primer encuentro causamos una mala impresión, difícilmente la otra persona nos deseará.

La atracción se dispara por estímulos físicos, psicológicos o una combinación de ambos. Estos estímulos, a su vez, tienen múltiples orígenes: impresiones provocadas por los sentidos (como los de la vista y el olfato), asociaciones de ideas, emociones, evocación de recuerdos, pensamientos, etc.

Si bien los disparadores de la atracción varían de persona a persona, la respuesta, en términos fisiológicos, suele ser la misma: aceleramiento del ritmo cardíaco y la respiración, que se incrementa hasta 30 ciclos por segundo; aumento del flujo de sangre en ciertas regiones del cuerpo, como los labios y la mejilla, y un aumento en la segregación de dopamina. Si nos estuviéramos por tirar en paracaídas por primera vez, la respuesta fisiológica sería similar. Son esos momentos en los que queremos la seguridad de que todo va a salir bien, de que el paracaídas se va a abrir y le vamos a gustar a esa persona.

El comportamiento durante algunas de las etapas de la seducción, como la primera cita o el ámbito de la intimidad, es, por su naturaleza, muy difícil de analizar recurriendo a herramientas científicas tales como la estadística. Por suerte, no es el caso de lo que ocurre durante la interacción inicial, especialmente cuando se da en lugares públicos, como bares, plazas, clubs o centros comerciales.

De hecho, muchos estudios se han realizado sobre la etapa inicial de la seducción, lo que nos permite describir cuáles son los patrones de un comienzo exitoso.

### ¿Quién toma la iniciativa?

En los estudios de observación en bares y discotecas, se ha registrado que la mayor parte de las veces que un hombre y mujer desconocidos se seducen son las mujeres quienes inician el proceso del cortejo<sup>14</sup>. No suelen iniciarlo verbalmente sino mediante el lenguaje corporal realizando la siguiente secuencia de acciones: hacer contacto visual, sonreír y bajar la mirada. Esta secuencia es considerada un patrón universal de coqueteo femenino y fue descrita por primera vez por el etólogo Eibl-Eibesfeldt, quien la observó en las más diversas culturas alrededor del mundo.

La mujer mira, durante un tiempo muy corto, a la persona que le atrae, después sonríe y, por último, mira hacia otro lado rápidamente. Todo esto sucede en unos tres segundos. La dirección en que van los ojos después de establecer contacto visual es importante. Si se mueven horizontalmente, es mejor no suponer que se trata de una invitación a aproximarse. Sin embargo, si ella mira hacia abajo, es razonable que la secuencia se interprete como una señal del deseo femenino de que la contraparte interactúe.

¿Por qué las mujeres suelen utilizar una invitación tan sutil a la hora de demostrar interés por un hombre? Ciertamente, la secuencia *hacer contacto visual, sonreír, bajar la mirada* no es la forma más efectiva que tienen de incentivar a un hombre a interactuar. De hecho, la mayoría de los hombres no percibe esta secuencia como un estímulo a la aproximación, como quedó demostrado en varias investigaciones, entre otras la que sintetizamos a continuación.

Los psicólogos Debra Walsh y Jay Hewitt de la Universidad de Missouri estudiaron el efecto de la mirada y la sonrisa en el cortejo mujer-hombre. En el experimento titulado *Effect of eye contact and smiling in a bar environment*, descubrieron que los hombres necesitan una gran cantidad de invitaciones no verbales antes de



acercarse a una mujer desconocida. En su estudio realizado con mujeres cómplices, las instruyeron para que hicieran contacto visual con hombres en un bar. Una vez que se establecían el contacto, debían sonreír o mirar hacia abajo. Luego se registró si los hombres se acercaban a ellas o no. Cuando se establecía contacto visual una sola vez, apenas un 5% de los hombres se acercaron. Cuando fue repetido pero sin sonrisa, un 20% de los hombres se acercaron a hablarle. El comportamiento de acercamiento más alto, del 60%, fue cuando la mujer miró y sonrió repetidamente al hombre ¡Un mínimo de seis veces! Es decir que, para lograr efectividad en su invitación al cortejo, la mujer debe mirar y sonreír al hombre al menos seis veces en un lapso breve de tiempo. En la situación de control, cuando ella no envió ninguna señal en absoluto, ningún hombre en el bar se acercó.

Como contrapartida a estas estadísticas relativas a los resultados de la utilización de un lenguaje meramente corporal y sutil, otro experimento, conducido por los psicólogos Russel Clark y Elaine Hatfield, de la Universidad de Florida, constató que las mujeres que optan por un acercamiento verbal directo tienen un 75% de éxito. En otras palabras, para las mujeres sería más efectivo simplemente acercarse y demostrar interés verbalmente en vez de apelar a la sutileza de un lenguaje corporal, que a la mayoría de los hombres les cuesta interpretar correctamente. Aún así, la mayoría de ellas escoge una estrategia más sutil. En este sentido, es común escuchar a las mujeres que asisten a talleres de seducción y sexualidad que expresan sentirse juzgadas si demuestran demasiado interés por un hombre en el inicio de la interacción y, por ello, suelen preferir apelar a la sutil invitación de la mirada y el lenguaje no verbal.

Existen otras razones perfectamente válidas para este comportamiento y el estudio de Walsh y Hewitt citado arroja algo de luz sobre el asunto. Tomar la iniciativa, pero de una forma inadvertida, es una estrategia que reportaría varias ventajas significativas. La primera de ellas es no exponerse a un rechazo potencialmente humillante. El 75% de éxito significa que un 25% de

las veces la mujer no es correspondida. La ventaja de una mirada frente a una demostración de interés directa es que, si bien la señal es más sutil, el rechazo también lo es, pues simplemente la mirada no es correspondida.

Esta tenue señal de interés femenino tiene mucho en común con el gesto del cabeceo en el tango. El cabeceo, que casi todos los que bailan en milongas saben en qué consiste, es la señal que se hace con la cabeza para invitar a una mujer a bailar. En el baile del tango el hombre generalmente no expresa su interés de bailar con una mujer en forma verbal, en cuyo caso podría recibir un contundente “No, gracias”, sino que simplemente realiza su invitación a través de ese gesto a la distancia. El hombre mira a la mujer e inclina levemente la cabeza. Si ella no quiere bailar, no corresponde la mirada. Si ella mantiene el contacto visual, sonríe y asiente, él se acerca y comienzan el baile juntos. Ambas acciones, el cabeceo masculino en el tango y la mirada y la sonrisa femenina en el cortejo, reportan la misma ventaja de ser demostraciones de interés que no exponen al emisor a un posible rotundo rechazo.

La segunda cualidad que parece tener la sutil invitación femenina a iniciar una conversación es que le otorga la posibilidad de interactuar “sin compromiso de compra”. A través de la mirada y la sonrisa, la mujer que finalmente sea abordada tiene la ventaja, frente a la muestra de interés directo, de facilitar las condiciones para dar un paso atrás en el caso de que la interacción no tome el rumbo esperado. Tengamos en cuenta que estamos hablando de dos personas que no se conocen previamente y la primera impresión no siempre es acertada. Puede que alguien que la atrajo en un primer momento resulte no poseer ninguna de las cualidades esperadas al cabo de minutos o incluso segundos de interacción.

Evitar un posible rechazo y tener la posibilidad de retirarse de la interacción son, de por sí, buenas razones para que las mujeres no demuestren interés verbal directo en un comienzo. Pero existe otro elemento ventajoso en este patrón universal de coqueteo femenino. Es la conclusión a la que llegamos luego de cientos de conversaciones sobre el tema con mujeres. ¿Por qué no acercarse

a hablarle?: “¡Si tengo que acercarme yo, pierde la gracia!” es una respuesta que se repite. Otras respuestas son: “Si luego de mirarlo y sonreírle no se anima a acercarse a hablarme, la verdad es que ya no me interesa tanto”, “Me gustan los hombres con la suficiente seguridad en sí mismos como para acercarse a hablarme”, “Si tengo que hacer yo todo el trabajo, deja de gustarme”. La invitación no verbal femenina, desde este punto de vista, no solo permite a la mujer evitar el rechazo e interactuar sin “compromiso de compra”, sino que también puede funcionar como filtro para ser abordada sólo por quienes poseen el coraje y la confianza para hacerlo.

Estudiando el fenómeno de la mirada femenina como invitación al cortejo, algo que nos llamó la atención fue que no encontramos ningún experimento utilizando el escenario inverso: un hombre mirando a mujeres y sonriéndoles para medir cuántas de ellas se acercan a hablarle. Nos propusimos entonces hacer una breve experiencia al respecto. Martín iba a mirar y sonreírles a diferentes mujeres en un lugar público y Mariela tomaría nota de cuántas de ellas se acercaban a interactuar con él. Llevamos a cabo el breve experimento en una gran cervecería donde había, al menos, unas cien chicas. Esperábamos poder medir alguna reacción femenina. El resultado fue contundente: en las dos horas en las que las miró y les sonrió, ninguna de ellas se acercó a hablarle. Quizás alguna sonrisa haya sido correspondida, pero, en realidad, parecía que la repetición de la mirada y la sonrisa las incomodaba. A lo mejor se preguntaban: “¿Por qué ese tipo no deja de mirarme?”. Si después del contacto visual se hubiese acercado a alguna de las mujeres que le correspondió la sonrisa, podría haber existido una situación de cortejo, pero no era ese el objetivo del experimento. Entendimos entonces por qué no encontramos estudios donde se analice el escenario de un hombre mirando a mujeres y sonriéndoles: simplemente porque no funciona.

### **¿Por qué nadie me mira?**

En cuanto Eibl-Eibesfeldt descubrió que la primera señal no verbal suele ser de la mujer hacia el hombre, la ciencia de la seducción se

encontró con una aparente contradicción. Es que, en los estudios de pregunta directa, cuando los hombres deben responder a la cuestión de quién suele comenzar el juego de seducción la mayoría contesta que generalmente son ellos al iniciar la conversación, obviando la invitación no verbal femenina. ¿Cómo se explica esta diferencia entre la observación científica y la experiencia subjetiva masculina?

En los talleres que los autores de este libro dictamos constatamos que son muy pocos los hombres que declaran haber comenzado una interacción movidos por la mirada o la sonrisa de una mujer. Sin embargo, en todos los estudios de observación, los científicos encuentran, de manera constante, que la primera acción no verbal en cortejos exitosos suele ser femenina, mientras que la primera acción verbal, masculina.

La tendencia de los hombres a comenzar la interacción verbal se observa desde que se comenzó a estudiar el cortejo. Esto no quiere decir que las mujeres nunca inicien la conversación, sino que siempre lo han hecho, y continúan haciéndolo, en mucho menor medida que los hombres. Este dato estadístico se verifica también en la última modalidad de seducción de que dispone la humanidad: las aplicaciones de citas. En los chats de estas aplicaciones, los hombres tienen una tendencia hasta catorce veces mayor que las mujeres a iniciar la conversación. El dato lo aporta Christian Rudder en *Dataclysm: Love, Sex, Race, and Identity. What Our Online Lives Tell Us about Our Offline Selves*. Rudder es fundador y dueño de OkCupid, una de las aplicaciones de citas más populares del mundo, por lo que posee acceso a datos estadísticos que pocas personas tienen.

La mujer invita sutilmente a la interacción y el hombre comienza el diálogo, esa es la interacción más común que se observa cuando un hombre y una mujer se gustan. Sin embargo, los hombres suelen sostener que son ellos quienes iniciaron la interacción. Una explicación plausible sobre esta divergencia entre la observación científica y la experiencia subjetiva es que los hombres procesan a nivel inconsciente la invitación no verbal femenina para comenzar el cortejo. Debemos tener en cuenta que la seducción entre

desconocidos no suele darse en una situación ordenada de laboratorio, donde una mujer que está sola mira a un hombre que está solo para que este se acerque a hablarle. Si así fuera, sería todo bastante más claro. Las interacciones suelen suceder en ambientes sociales, dentro de dinámicas de grupos y sin seguir un orden secuencial preestablecido. Puede haber ruido, generalmente hay música, distracciones varias, luces de colores, humo y altos índices de alcohol en sangre. En esos escenarios de sociabilidad general, lo que los científicos observan constantemente es que los hombres más exitosos socializan tanto con hombres como mujeres, y aquellos que terminan en situación de cortejo exitosa lo hacen con una mujer que fue receptiva, es decir, que los miró y les sonrió, generalmente más de una vez. Que un observador externo sea capaz de identificar todo esto no significa que los involucrados lo identifiquen conscientemente también. Probablemente para ellos la interacción comenzó con el diálogo, mientras que la sonrisa y la mirada son detalles que pueden pasar por alto.

El gesto universal de coqueteo femenino suele ser el inicio de un exitoso proceso de cortejo, pero, para que eso suceda, debe haber una condición previa: la socialización general. Sentarse a esperar que una mujer lo mire y sonría no es una buena estrategia para los hombres, algo que quedó confirmado con nuestro experimento de la cervecería. Parafraseando a Picasso cuando dijo “que la inspiración te encuentre trabajando”, la recomendación para los hombres sería “que la mirada te encuentre socializando”. Se trata de interactuar y socializar hasta dar con esa mirada y sonrisa. Las mujeres parecen tener ambas opciones, pueden o bien comenzar la conversación o apelar al contacto visual y la sonrisa como invitación al diálogo. Más adelante analizaremos qué otras demostraciones de interés no verbal se pueden observar y estudiaremos estrategias de socialización aplicando las teorías de juegos del matemático John Nash a situaciones de seducción en ambientes sociales competitivos.

Veamos ahora cuáles son las formas más eficaces de iniciar una conversación.

## Las primeras palabras

Chris Kleinke, del Departamento de Psicología de la Universidad de Alaska, les preguntó a estudiantes de ambos sexos de su clase cómo iniciarían un diálogo con una persona a la que desearan seducir. Kleinke agrupó las más de cien frases de apertura recolectadas en tres categorías: directas, divertidas e indirectas. Algunos ejemplos de esas frases son los siguientes:

- Directas: “Te vi caminando y me pareciste tan linda que me iba a arrepentir toda la vida si no te hablaba”.
- Divertidas: “¡Te apuesto a que adivino lo que estás tomando!”.
- Indirectas o situacionales: “¿Sabés el nombre de la canción que está sonando?”.

Luego Kleinke pidió a los estudiantes que indicaran con qué líneas de apertura les hubiera gustado que alguien se les acercase. A ambos sexos les gustaba la versión indirecta por sobre lo directa y la divertida. Las mujeres incluso mostraron una tendencia al desagrado de las aperturas divertidas.

En 1989 el psicólogo Michael R. Cunningham, de la Universidad de Louisville, entrenó a dos mujeres y dos hombres para que se acercaran en bares a personas del sexo opuesto con algunas de las aperturas antes categorizadas por Kleinke. La idea era corroborar si las preferencias de los estudiantes de Kleinke tenían correlato con preferencias en situaciones reales de seducción. Los resultados se replicaron: las aperturas pretendidamente graciosas provocaron la respuesta más negativa de las mujeres. El enfoque indirecto fue tomado en forma positiva por aproximadamente el 70% de ellas. En el caso de los hombres abordados por mujeres, fueron mucho menos discriminatorios: todas las líneas de apertura utilizadas por ellas fueron apreciadas positivamente. Desde la más tímida pregunta casual hasta el más descarado “Me pareciste lindo y por eso vine a hablarte” provocaron respuestas positivas de la mayoría de los hombres. Las mujeres que se acercan y comienzan las

interacciones con los hombres tienen altas tasas de aprobación, sin importar si el enfoque es directo, indirecto o divertido.

En 2010 los psicólogos alemanes Andreas Baranowsky y Elisabeth Schüssler quisieron probar cómo funcionaban las diferentes aperturas categorizadas por Kleinke en un contexto diferente a los bares y discotecas: las calles de las ciudades de Klagenfurt, en Austria, y de Stuttgart, en Alemania. Los investigadores eligieron a tres hombres de buena apariencia y los instruyeron con los tres tipos de apertura posibles. Luego los hombres debían pedir a la mujer en cuestión su número de teléfono para volver a verse. Las únicas que accedieron fueron abordadas con el enfoque indirecto. Luego de las interacciones, un investigador se acercaba a ellas y les hacía una breve encuesta, develándoles que habían sido parte de un experimento: los hombres que se aproximaron indirectamente fueron descritos por ellas como significativamente “más atractivos, deseables e inteligentes”.

Los resultados fueron los mismos en todos los estudios similares que se han hecho: las mejores aperturas para generar interés en una primera interacción con una mujer son las indirectas. No parece ser lo más efectivo para un hombre demostrar interés en los primeros segundos de interacción. En el caso de las mujeres que se acercan a hombres, las aperturas directas, indirectas o divertidas tuvieron similar grado de aceptación.

Uno de los experimentos pioneros que vale la pena destacar fue realizado en 1978 por los ya citados psicólogos Russel Clark y Elaine Hatfield, de la Universidad de Florida. El experimento *I find you very attractive* era simple: solicitaron a un hombre y a una mujer de aspecto físico promedio que se acercaran, dentro del campus universitario, a personas del sexo opuesto y les dijeran, sonriendo, siempre la misma frase: “Te he visto caminando y te encuentro muy atractiva/o” y, a continuación, luego de una breve pausa, debían preguntar: “¿Saldrías esta noche conmigo?” o “Vendrías esta noche a mi departamento?” o “¿Te irías a la cama esta noche conmigo?”.

Aproximadamente la mitad de las mujeres aceptaron la invitación a salir esa noche, pero ninguna de ellas dijo que sí a la propuesta de



irse a la cama juntos. En cambio, cuando los abordados fueron hombres, el 75% de ellos aceptó la propuesta de irse a la cama esa misma noche. Muchos de los hombres del estudio incluso le sugerían a la mujer que no era necesario esperar hasta la noche para tener sexo. 75% de los hombres frente a 0% de las mujeres en una invitación de sexo casual directa es una diferencia muy grande y significativa. El estudio marcó un hito en el conocimiento científico sobre sexo y seducción. Lo citamos por ser el primero en su estilo. Luego fue replicado infinidad de veces e incluso hoy en Internet podemos encontrar muchísimos videos de *youtubers* que, sin rigor metodológico alguno, han repetido este experimento. En cada caso, los resultados han sido similares a los encontrados por Clark y Hatfield en 1978.

Desde el punto de vista de lo que tratamos en este capítulo, los experimentos citados confirman que las mujeres tienden a rechazar abordajes sexualmente directos, cosa que no parece ocurrir con los hombres, quienes parecen estar significativamente más predispuestos al sexo casual con una persona completamente desconocida.

Resulta interesante el hecho de que los resultados de estos estudios se alinean tanto con las conclusiones de los experimentos pioneros como con los hallazgos de quienes analizan las interacciones en el ámbito contemporáneo de los foros de seducción en Internet. En estos foros las aperturas indirectas son las más utilizadas por los hombres, especialmente aquellas en donde se solicita una opinión o se pide un consejo. El novelista Saul Bellow señaló una vez que, “cuando pedimos un consejo, lo que solemos estar buscando es un cómplice”, y muchos estudios han demostrado que dar un consejo incrementa el sentimiento de unidad con quien nos lo pide. Los comercios que solicitan consejos a su público logran una mayor sensación de vinculación con la marca y un aumento en sus ventas. Las aperturas donde se solicita un consejo u opinión, además de ofrecer una forma indirecta de comenzar la interacción, aportan cohesión y un sentimiento de unidad con la potencial pareja. Un ejemplo de este tipo de apertura indirecta que



más se replica en los foros de seducción es el de solicitar una opinión para hacer un regalo:

- Disculpa, quizá me puedas ayudar porque necesito una opinión. ¿Qué le regalarías a una mujer/hombre de tu edad?

Es un posible inicio de interacción muy simple y estadísticamente muy efectivo para ambos sexos, ya que la mayor parte de las personas respondemos bien a una pregunta de este estilo. Este es apenas el inicio del proceso de cortejo. Como veremos más adelante, algunos estudios, como los de David Buss y Michael Barnes,<sup>15</sup> sostienen que las mujeres tienden a sentirse atraídas por hombres que se muestran considerados, honestos, amables, cariñosos con los animales, preseleccionados por otras mujeres y respetados por sus pares, entre otras características. Es interesante destacar que estas características que las mujeres encuentran atractivas no suelen detectarse en segundos o en una sola oración. Esta probablemente sea una de las razones por la que las aperturas indirectas son mejor recibidas por las mujeres, pues otorgan minutos de interacción claves para decidir si realmente se sienten atraídas o no por el hombre que acaban de conocer<sup>16</sup>. Una apertura indirecta, que genera intriga y que permite comunicar algo sobre la vida de quien la realiza, sea hombre o mujer, es sin lugar a dudas una buena apertura.

### **Todo es relativo... al contexto y... a las formas**

Algo nos llamó la atención al leer los resultados de los experimentos científicos donde hombres se acercan a mujeres manifestando interés directo. En todos ellos se observa que la efectividad de ese tipo de acercamiento es muy baja, casi igual a cero. El asunto es delicado, porque un hombre que se acerca demostrando interés desmedido puede generar incomodidad e incluso puede llegar a constituir delito de acoso. Sin embargo, en nuestra experiencia de vida, en nuestros talleres en *LevantArte* y en los reportes de campo de los foros de seducción se documentan

muchos casos en que hombres se acercan demostrando interés genuino a una mujer y la interacción fluye armoniosamente. No todas las interacciones exitosas comenzadas por los hombres son con una apertura indirecta o de opinión. ¿Por qué en los estudios científicos rankea última esta estrategia que, en muchos casos, parece funcionar? Son numerosos los hombres que reportan éxito con acercamientos directos y muchas las mujeres que declaran con agrado haber conectado íntimamente con un hombre que se les acercó demostrando interés directo, por ejemplo, elogiando su estilo o declarando desde un primer momento su interés por conocerla.

En su artículo “Is still okay for men to approach women?”, la especialista británica en relaciones Hayley Quinn sostiene que no se trata tanto de ser directo o indirecto, sino del comportamiento más general, de cómo se desenvuelve el hombre en esa primera interacción:

Si usted le grita “qué buena delantera” a una mujer en público, merece ser denunciado (o, si lo hace conmigo, recibirá una buena bofetada). Sin embargo, cuando ve a una mujer que le interesa, podría pararse a un metro de distancia, hacer contacto visual, sonreír y decirle: “Disculpame, sé que esto es un poco inusual, pero cuando te vi me dieron ganas de venir a presentarme y decirte hola, mi nombre es Eric”, etc.

En coincidencia con Hayley Quinn, el biólogo español Álvaro Reyes, coautor del capítulo 8 de este libro, y cuyo canal de YouTube especializado en seducción cuenta con más de 1 millón de suscriptores mientras escribimos estas páginas, sostiene que la clave no está tanto en las palabras sino en el contexto, y especialmente en la comunicación no verbal. No es lo mismo acercarse demostrando interés a una mujer en un pub a la medianoche que hacerlo a plena luz del día en un campus universitario, como sucede en muchos de los experimentos científicos. Según Álvaro, tanto la lectura del lenguaje corporal como el buen manejo de este juegan un rol fundamental en los inicios de interacción más directos.

En retrospectiva, podemos ver que el fracaso de las aperturas directas en los experimentos científicos probablemente no esté en las palabras pronunciadas, sino en la forma y en el contexto. Los

hombres reclutados por los científicos no eran necesariamente seductores con buen desarrollo de sus habilidades sociales ni de su lenguaje corporal. Además, generalmente fueron instruidos a acercarse a cualquier mujer y no a aquellas que se mostrasen más receptivas con ellos, como puede suceder en los casos en que el acercamiento directo funciona: es probable que se trate de hombres que previamente percibieron interés no verbal de parte de ella antes de acercarse directamente elogiando su estilo o expresando interés en conocerla.

Podemos deducir, también, que el hecho de que los sujetos de los estudios científicos tuvieran que seguir un guion preestablecido no les aportaba fluidez a sus interacciones, más bien las acartonaba. El contexto, como señaló Álvaro Reyes, influye: muchos de los experimentos científicos sobre acercamientos directos se realizaron durante el día en sitios públicos, ambiente no muy favorable a una interacción directa. Por último, no deberíamos menospreciar para nada el hecho de que no es lo mismo actuar motivado por genuino interés que siguiendo las pautas de un experimento científico, sobre todo porque, como hemos señalado numerosas veces, las mujeres poseen mayor facilidad para leer el lenguaje no verbal, por lo que seguramente notaban incongruencias en la comunicación cuando los hombres de los experimentos se acercaban sin sentir realmente lo que estaban diciendo. En conclusión: el acercamiento directo podría funcionar en hombres no invasivos, con amplio dominio de su lenguaje corporal y, sobre todo, si perciben interés previo de parte de la mujer.

#### □ ***En pocas palabras***

Aunque no existen fórmulas perfectas ni frases mágicas para iniciar una interacción con el fin de seducir, estadísticamente algunos comportamientos resultan ser más eficaces que otros.

El acercamiento estadísticamente más efectivo de parte de las mujeres es el directo, es decir, iniciar una conversación que demuestre su interés. Sin embargo, cuando se trata de un desconocido, establecer contacto visual y sonreír de forma

reiterada (seis o más veces) también es una forma efectiva de dar comienzo a una interacción y tiene algunas ventajas sobre el acercamiento directo: no se expone a un posible rechazo, permite a la mujer retirarse con facilidad si la interacción no es de su agrado y puede funcionar como filtro para que solo tomen la invitación aquellos hombres tendientes a la acción o con buena lectura de lenguaje corporal.

En los hombres, el acercamiento estadísticamente más efectivo es el indirecto, solicitando por ejemplo una opinión femenina. En hombres con amplio dominio de lenguaje corporal y comunicación no verbal, un acercamiento que muestre interés, sin ser invasivo, puede funcionar, sobre todo cuando haya percibido señales previas de interés de parte de la mujer.

En un primer acercamiento, estas son las conductas que estadísticamente tienen mayores probabilidades de ser exitosas. Claro está que, en cada caso, el resultado final variará según el contexto y las características de las personas.

<sup>14</sup> Andreas Baranowsky, *The science of seduction*, Alpen-Adria-Universität Klagenfurt, 2011.

<sup>15</sup> David Buss y Michael Barnes, "Preferences in Human Mate Selection", *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 50, n° 3, 1986.

<sup>16</sup> La recomendación que surge del análisis de reportes de campo en Internet es que, luego de una apertura indirecta, el hombre o la mujer entreguen pistas sutiles sobre su propio estilo de vida. Supongamos que la interacción comenzó pidiendo un consejo sobre qué regalar. Un ingeniero en software podría continuar diciendo algo así como "un cliente al que le desarrollé la web me invitó al cumpleaños de 15 de su hija y no sé qué llevar". Una apasionada del deporte podría decir algo del estilo de "mi entrenador me invitó al cumpleaños de su pareja y no sé qué llevar" y así. Son solo ejemplos que cada persona deberá adaptar a su propia vida. Nótese que en ellos no solo se dan sutiles pistas sobre estilo de vida, sino que se dejan hilos de conversación abiertos con información inconclusa: ¿Qué web desarrolló? ¿Qué deporte entrena? Si, luego de contestar la pregunta inicial, la otra persona hace una pregunta sobre la información inconclusa, sin dudas es un indicador de interés.

### 3

## ATRACCIÓN CIENTÍFICA

*Dime a qué le prestas atención y te diré quién eres.*

JOSÉ ORTEGA Y GASSET

¿Qué nos atrae de otra persona? ¿Su físico? ¿La forma en que se mueve? ¿Su sentido del humor? ¿Su capacidad de liderazgo? ¿Sus recursos económicos? ¿Su generosidad? ¿Una combinación de todos estos factores? Sin duda, responder estas preguntas es uno de los principales objetivos de quienes nos dedicamos a estudiar la seducción. Claro que no existe una respuesta simple, pero, a pesar de eso (o quizá justamente por eso), somos muchos quienes intentamos encontrarla a través de experimentos, relevamientos estadísticos, encuestas y, por supuesto, de nuestras experiencias personales.

### **¿Es cierto que la verdad no ofende?**

La película *The invention of lying* trata sobre un mundo donde no existe la mentira. No es que esté prohibida, sino que nadie posee la capacidad de mentir, todos dicen la verdad siempre. El primer diálogo es entre Mark, interpretado por Ricky Gervais, y Anna, Jennifer Garner. Mark le toca el timbre a Anna, en una aparente situación de primera cita a ciegas. Él no encaja en los estándares de belleza: es bajo, regordete y de nariz redonda. Tampoco en los de logros profesionales o económicos. Ella, por el contrario, es la definición del éxito y la belleza:

Anna: Hola, llegas temprano, me estaba masturbando.

Mark: Eso me hace pensar en tu vagina. Soy Mark, ¿cómo estás?

Anna: Un poco frustrada al verte. Además, deprimida y pesimista sobre nuestra cita esta noche.

Un diálogo demasiado sincero para el mundo real, ¿cierto? Solemos discriminar la información que brindamos o al menos maquillarla para no herir a las personas. Es cierto que el mundo en

el que transcurre la película es un mundo sincero, pero, sin lugar a dudas, también es muy cruel en muchos aspectos. Cuando al día siguiente de su cita a ciegas Mark contacta por mail a Anna para invitarla a un segundo encuentro, no recibe un “Estoy ocupada esta semana” como respuesta, ni siquiera un misericordioso “No estoy en un momento para conocer a alguien”, sino una dura cachetada de sinceridad:

Desperté sobria esta mañana y me di cuenta de que, si bien disfruté de tu compañía, basándome en tu apariencia, tu situación financiera y tu posición en la vida no tengo intereses románticos contigo. Estoy muy por encima de tu nivel.

Anna

¿Por qué hablamos sobre esta película? Porque a veces, al leer los estudios sobre qué despierta la atracción, podemos sentirnos un poco como el personaje de Ricky Gervais, asestados por un cachetazo de realidad que no deseábamos recibir. La realidad no es siempre color de rosa, pero es la única verdad, no tiene sentido negar algo solo porque no nos gusta. Por eso, antes de continuar con los estudios científicos sobre atracción, compartiremos algunas estrategias que consideramos útiles para enfrentar los datos estadísticos que podrían resultar crueles o herir la autoestima de quien los conoce. Básicamente, nos referiremos a dos recursos: la contraestadística y el humor.

La estrategia de la contraestadística se basa en entender que, ante todo, los seres humanos somos millones y todos diferentes. Cuando leemos estadísticas sobre lo que resulta atractivo en las que no encajamos, como por ejemplo podría sucederle a una mujer al leer que “al 83% de los hombres les atraen las mujeres con una proporción de dos tercios de cintura sobre cadera”, podemos pensar en el dato inverso, es decir, que “al 17% de los hombres les atraen las mujeres con la cintura que no tengan una proporción de dos tercios sobre su cadera”. Eso también sería cierto y la verdad es que el 17% de los hombres son millones y millones, así que... ¿por qué amargarse? ¡Viva la diferencia! Además, podría ser que los hombres que le gusten a una mujer con unas caderas de proporción diferente a los dos tercios sobre la cintura estén todos dentro de ese 17%, por

lo que la contraestadística arrojaría que esa mujer le gusta al 100% de los hombres que le gustan a ella. Eso es ver la mitad del vaso lleno.

La segunda estrategia que podemos utilizar es la del humor, es decir, de aceptar aquello que escapa de nuestro ámbito de acción y reírnos de nosotras mismas. De nada vale amargarse por lo que no podemos cambiar, como nuestra estatura o nuestra edad. La película cómica que trata tan cruelmente al físico del personaje de Ricky Gervais fue escrita... ¡por el propio Ricky Gervais! Él es el primero en reírse de su baja estatura y su nariz redonda. Te invitamos a hacer lo mismo contigo, acepta y riéte de tus “defectos”. La aceptación y la risa son siempre una forma inteligente de encarar la vida. Se trata de cambiar el enfoque del drama al humor y de no vivir acoirazado por no alcanzar siempre los patrones de éxito y belleza socialmente estandarizados. Ser perfectos no es una elección. Aceptar aquello que nos ha tocado, sí.

En este capítulo nos encontraremos con los fríos números de la atracción. Sabemos que en una primera lectura puede no resultar lo más agradable del mundo descubrir que uno no posee una característica que resulta atractiva para la mayoría. En esos casos recomendamos aceptación, humor y contraestadística. No vinimos al mundo a ser perfectos ni a cumplir con las expectativas que los demás pueden tener de nosotros. Disfrutar los momentos y compartir felicidad es nuestra responsabilidad, la vida es demasiado corta como para sufrir por aquello que escapa de nuestras posibilidades. Por otro lado, muchas veces hablaremos de rasgos o características que, si queremos, podemos modificar, resaltar o disimular. Para quienes así quieran hacerlo, seguramente les resultará útil la información que brindaremos a continuación.

Una última salvedad es necesaria antes de entrar en el análisis sobre patrones estadísticos de atracción: aunque algunas características que resultan estadísticamente atractivas quizá no nos parezcan las cualidades más elevadas que un ser humano pueda cultivar, evitaremos conscientemente juzgar la moralidad o ética de los resultados de las investigaciones o de sus autores. No

mataremos al mensajero ni al mensaje, nuestro objetivo no es decir lo que “está bien” o “está mal” que nos atraiga. No lo haremos porque sabemos cuánto daño puede causar juzgar las preferencias en torno a la sexualidad de los seres humanos. En la medida en que se trate de adultos capaces actuando consentidamente, evitaremos siempre opinar sobre los gustos y preferencias de las personas.

## **Ponderamos diferente**

Toda la evidencia empírica indica que el deseo sexual y el erotismo se activan inconscientemente y de forma diferente en hombres y en mujeres.

Uno de los primeros experimentos que sacó a la luz la diversidad en el despertar del deseo sexual y el erotismo en mujeres y hombres fue el de los psicólogos Russell Clark y Elaine Hatfield, de la Universidad de Florida, <sup>17</sup> a quienes citamos en varios capítulos de este libro. El concepto del experimento es simple: acercarse en la calle a extraños preguntándoles si quieren tener sexo.

¿Qué ocurrió cuando un hombre de buen aspecto físico se acercó a mujeres desconocidas preguntándoles si querían tener sexo con él? El grado de rechazo fue absoluto, todas declinaron la propuesta. ¿Qué ocurrió cuando una mujer de buen aspecto físico se acercó a hombres desconocidos preguntándoles si querían tener sexo con ella? El 75% aceptó.

El experimento se ha replicado numerosas veces con resultados similares: las mujeres suelen rechazar una propuesta de sexo casual de un desconocido y los hombres no. Parece evidente que los disparadores del sentimiento de atracción, del deseo sexual y del erotismo son diferentes para cada sexo.

Los resultados de las investigaciones parecen indicar que es posible despertar el erotismo y el deseo sexual del hombre en pocos segundos. Como señala Daniel López Rosetti en *Ellas. Cerebro, corazón y psicología de la mujer*:

[los hombres] somos fundamentalmente visuales. El hombre enciende su erotismo básicamente con el sentido de la visión. El estímulo visual directo es predominante en nosotros. Por eso, en general, la observación de imágenes



visuales de sexo explícito en películas resulta rápidamente estimulante en nosotros, y en menor medida para Ellas [...]. El sentido erótico predominante en nosotros es el visual. En Ellas es diferente. Son más complejas, el encendido del deseo y el erotismo acude a otros sentidos además de la vista. En Ellas juega un papel más importante el oído y el tacto.

En síntesis, hombres y mujeres ponderamos cosas diferentes y les atribuimos valores diferentes. Generalmente, en el hombre el erotismo recorre un camino muy corto para activarse, el aspecto físico, cuya percepción es visual e inmediata, suele ser determinante en la elección de sus parejas sexuales y románticas.

En cambio, el despertar del erotismo en las mujeres depende de factores que al parecer no se detectan a simple vista, requiere conocer más aspectos del otro y no suele activarse exclusivamente por la vía visual. Ellas escrutan a los posibles candidatos en base a criterios más amplios, relativos a la personalidad, habilidades sociales, estatus, recursos, etc.

## **Los principales disparadores de la atracción**

A continuación, expondremos los resultados de algunos de los muchos estudios realizados que confirman las hipótesis de la importancia del aspecto físico para los hombres y la mayor complejidad del proceso de selección por parte de las mujeres.

El primero de ellos es el de David M. Buss y Michael Barnes, que condujeron una investigación con la participación de 92 parejas casadas de entre 18 y 40 años. Se les ofreció individualmente un cuestionario con 76 características personales que debían ponderar de acuerdo con el grado de importancia que tenían a la hora de seleccionar pareja, algunas de las cuales eran:

- tener capacidad de planificar a futuro
- ser cariñoso
- ser dominante
- tener capacidades culinarias
- ser inteligente
- ser amable

- ser leal
- ser aseado
- ser físicamente atractivo
- ser alto
- ser rico
- ser ingenioso
- etc.

Los hombres de la muestra seleccionaron como principales las siguientes dos características en las mujeres: físicamente atractiva y de buen aspecto. Las mujeres, ser honesto, ser confiable, ser cariñoso con los animales, ser querido por otros y ser ambicioso.

El segundo estudio es el que dio origen al artículo “Preferences in Human Mate Selection”, escrito también por Buss y Barnes y publicado en el *Journal of Personality and Social Psychology*. Estos profesionales realizaron un relevamiento en el que participaron un centenar de estudiantes universitarios solteros (50 varones y 50 mujeres) de entre 18 y 23 años. Todos completaron dos cuestionarios respecto de las características que preferían a la hora de elegir una potencial pareja. “Físicamente atractiva” fue la más elegida por los hombres. Por el contrario, “buenos ingresos y título universitario” fueron las opciones más escogidas por las mujeres. La característica en la que menos coincidieron las preferencias de ambos sexos fue, justamente, el atractivo físico.

Estos son solo algunos ejemplos de los muchos estudios realizados. Lo interesante es que prácticamente en todos se observa una diferencia constante en la importancia del aspecto físico como factor de atracción en hombres y mujeres. Los hombres consideran la apariencia física como el principal disparador de atracción, mientras que es un elemento secundario para las mujeres.

En todos los estudios en que se pondera el estatus social como factor para establecer una relación, las mujeres tienden a clasificarlo entre los tres criterios más importantes para la elección de una

pareja, mientras que para los hombres el estatus social no suele estar ni entre las primeras diez posiciones.

Es importante notar que un mayor estatus social no está necesariamente vinculado a mayores recursos económicos. Poseer habilidades sociales sobresalientes, capacidad de liderazgo, conocimientos e inteligencia superiores al promedio pueden ser considerados atributos que otorgan “estatus”. Lo mismo puede decirse del sentido del humor y la capacidad de hacer reír a los demás; las personas extrovertidas y con sentido del humor generalmente son percibidas como más seguras y competentes.

Un estudio realizado por Maurice Schweitzer, de la Universidad de Pensilvania, y Alison W. Brooks, de la Universidad de Harvard, publicado también en la revista *Journal of Personality and Social Psychology*, analiza las relaciones entre el sentido del humor y el estatus laboral. De acuerdo con la investigación, el humor utilizado correctamente produce una buena impresión en el entorno laboral. Según Brooks: “Si eres lo suficientemente valiente como para hacer una broma, independientemente de si esta tiene éxito o no, la gente te percibirá como alguien seguro y competente, además de poseedor de una gran inteligencia emocional”.

Otro factor que las mujeres consideran atractivo es la capacidad de cuidar del prójimo. En uno de sus monólogos más famosos, la comedianta argentina Dalia Gutman sostiene que, así como los hombres se excitan viendo porno, el equivalente para excitar a las mujeres sería ver a un hombre... ¡cuidando a un bebé! La psicóloga Mary Margaret La Cerra parece haberle dado la razón: encontró que las mujeres califican a los hombres como más atractivos cuando interactúan positivamente con los niños. En su estudio les mostró a 240 mujeres fotografías de un hombre en tres versiones: solo, cuidando cariñosamente a un bebé o ignorando a un bebé que llora. Las mujeres calificaron al hombre cuidando del bebé como el más atractivo y el peor puntaje se lo llevó el que ignora el llanto del bebé. La Cerra mostró imágenes similares con una mujer y un bebé a 240 estudiantes varones. En ninguna de las situaciones calificaron significativamente diferente a las mujeres.

Sintetizando: las principales características que ponderan los hombres en la elección de una pareja son detectables en milésimas de segundo pues se relacionan con lo visual. En cambio, la elección de un compañero para las mujeres parece ser algo más compleja. Cuando en el experimento de Clark y Hatfield las mujeres veían a un hombre físicamente atractivo proponiéndoles un encuentro sexual, eso no les decía nada acerca de sus principales preferencias: ¿Era ese hombre considerado y honesto? ¿Es querido por sus pares? ¿Tiene título universitario? ¿Es ambicioso? ¿Tiene sentido del humor? No lo podían saber. Además, claro está, el hecho de acercarse a una desconocida para ofrecerle sexo no parece ser muy considerado respecto justamente a las preferencias femeninas.

Lo expuesto hasta aquí no significa que a las mujeres solo les importe el estatus social de un hombre ni que a los hombres solo les importe la belleza de una mujer, sino que ambos les dan diferentes grados de importancia. Por supuesto en los hombres influirá, por ejemplo, el estatus social de una mujer y en las mujeres la belleza física del hombre, pero pareciera que en mucha menor medida que en el sentido inverso.

## **Los rasgos físicos que atraen a los hombres**

Ahora que sabemos que la atracción en los hombres se despierta, al menos en un primer momento, a través de lo visual... ¿Qué les resulta visualmente bello y qué no? ¿Podemos hablar de belleza objetiva? Si bien la belleza es casi por definición subjetiva, en tanto refiere a aquello que complace a la vista de un sujeto, existen métodos para determinar cuán atractiva es una persona para los ojos de la mayoría. No cabe duda de que, si a un grupo de hombres les mostramos una foto de Angelina Jolie y les pedimos que puntúen su belleza del 1 al 10, estará más cerca del 10 que del 1. Si bien eso no quiere decir que Angelina Jolie sea objetivamente bella, significa al menos que lo es a los ojos de la mayoría de los hombres. Podríamos decir entonces que, “estadísticamente”, hay personas más bellas que otras y esa es una de las razones por las que algunos individuos con determinados rostros o cuerpos pueden

cobran fortunas por trabajar en tal película o por ser la imagen de una marca determinada. Veamos ahora cuáles son esos criterios de belleza, al menos los que hemos podido descubrir.

Algunos rasgos físicos parecen ser atractivos en todas las sociedades y culturas y se ha descubierto que son aquellos relacionados con las hormonas que influyen en el desarrollo corporal y facial: el estrógeno en las mujeres y la testosterona en los hombres.

El estrógeno en las mujeres determina la distribución de la grasa en el cuerpo, confiriéndole el contorno característico de la silueta femenina: una acumulación de grasa en la región de las caderas y alrededor de los senos<sup>18</sup> y una cintura cuya proporción “ideal” es de dos tercios respecto a las caderas, proporción que, según diversos estudios, denota fertilidad y un buen canal de parto<sup>19</sup>.

Esta preferencia fue confirmada en los años noventa, cuando se realizó un estudio para saber qué mujer consideraban más bonita los hombres de ciudades de Brasil, Rusia, Estados Unidos, y de tribus aisladas como los hiwi en Venezuela o los aché en Paraguay. Todos los hombres ponderaron como más bellas a las mismas mujeres: aquellas con cuerpo en forma de “reloj de arena”, con una cintura aproximadamente un tercio más pequeña que la cadera.

La concentración de estrógeno en las mujeres también tiene correlación directa con la forma del rostro y la coloración de la piel, ya que regula el flujo sanguíneo vascular que se encuentra debajo de la superficie cutánea. Altos niveles de estrógeno provocan señales visibles como mejillas más rosadas, un tono de piel más oscuro en el área de alrededor de los ojos (lo cual los resalta) y labios más rojos. Es notable que todas estas características sean las que las mujeres suelen destacar a través del maquillaje.

Geoff Beattie, de la Universidad de Manchester, quiso probar si efectivamente los labios rojos resultan más atractivos para los hombres. Para ello observó el movimiento de los ojos de 50 hombres mientras se les mostraba una serie de fotografías de mujeres en tres versiones: con labial rojo, con labial de otro color y sin labial. Mientras que solo mantuvieron la vista por 2,2 segundos

en mujeres sin labial, dedicaron un promedio de 7,3 segundos para mirar a las mujeres con labial rojo.

Los investigadores Nicolas Guéguen y Céline Jacob, de la Universidad de Bretaña del Sur, condujeron, en 2012, otro experimento relacionado al labial rojo al que titularon “Lipstick and tipping behavior: When red lipstick enhance waitresses tips”. Para saber si el labial rojo inducía a los clientes a dejar más propina, midieron las propinas de siete meseras maquilladas con tres colores de labial diferentes: rosado, rojo y marrón. El estudio se desarrolló en tres restaurantes en la ciudad de Vannes, Francia, y en total las tres mujeres sirvieron a 447 clientes. El color del labial no tuvo efecto considerable en el caso de las clientas mujeres. Sin embargo, los hombres dejaron entre 14 y 26% más de propina a las mujeres que utilizaban el labial rojo.

### **Los rasgos físicos que atraen a las mujeres**

Las preferencias respecto al físico masculino que se observan en las mujeres están relacionadas con los niveles de testosterona. En los hombres, altos niveles de esta hormona se correlacionan directamente con cuerpos tonificados (con más músculos y menos grasa) más desarrollados, fortalecimiento de la mandíbula y pómulos marcados, voz grave, ancho de hombros mayor al de la cintura y una mayor altura. Son todas características que resultan estadísticamente atractivas para las mujeres.

Algunas investigaciones han encontrado, sin embargo, que las preferencias femeninas varían a lo largo del ciclo menstrual. Las psicólogas Paola Bressan y Debora Stranieri, de la Universidad de Padua, Italia, detectaron variaciones en la preferencia por los rostros marcadamente masculinos. Basándose en estudios previos que habían observado una correlación entre los niveles de testosterona en los hombres y la tendencia a involucrarse en relaciones de largo plazo, la premisa de las investigadoras fue la siguiente: debido a que los hombres con mayores niveles de testosterona tienden a ser peores compañeros y padres (y a tener mejor calidad genética, según las investigadoras) que aquellos con índices menores, las



preferencias de las mujeres pueden orientarse hacia una inversión segura con los segundos, mientras que obtendrían los mejores genes mediante relaciones sexuales extramaritales con los primeros.

Con el fin de comprobar su hipótesis, que no sería la más simpática para los hombres en pareja, las autoras pusieron en marcha un estudio con 208 mujeres que debían calificar el atractivo sexual de distintos hombres divididos en dos grupos: en pareja y solteros.

Tal y como predijimos, las mujeres emparejadas favorecieron a los hombres comprometidos en las fases de baja fertilidad de su ciclo menstrual, pero prefirieron a los solteros (si eran masculinos, es decir, si mostraban buenas cualidades genéticas con altos niveles de testosterona) cuando el riesgo de concepción era alto.

Según Bressan y Stranieri, estas preferencias femeninas debieron desarrollarse durante el Pleistoceno, cuando se vivía en sociedades de entre 150 y 500 individuos, donde menos de la mitad de ellos se encontraban en edad reproductiva.

Eso quiere decir que nuestras abuelas prehistóricas solo tenían entre 20 y 45 hombres entre los cuales elegir un padre para sus hijos, por lo que la evolución favoreció a aquellas que desarrollaron las estrategias más efectivas en busca de buenos compañeros y, al mismo tiempo, buenos genes. El problema es que, según la psicología evolutiva, ambas cualidades no solían darse en la misma persona.

Aunque probablemente sea imposible de comprobar la teoría de las investigadoras, el punto a destacar de la investigación es que desmitifica una creencia popular según la cual el hombre es promiscuo “por naturaleza” y la mujer “casta por naturaleza”. El razonamiento detrás de esta idea sería que, en términos evolutivos, a los hombres les conviene fecundar a la mayor cantidad de mujeres posibles con el fin de garantizar la supervivencia de sus genes, mientras que las mujeres solo pueden ser fecundadas por un hombre a la vez y no obtienen ventaja evolutiva alguna teniendo sexo con otro hombre que no sea su pareja estable. El descubrimiento de las psicólogas italianas es que, en términos evolutivos, la variación en las parejas sexuales y la convivencia de

relaciones estables con aventuras fugaces puede ser también la mejor estrategia evolutiva para las mujeres. No hay excusas biológicas, la tendencia a esquivar la monogamia no tendría sexo.

## Rasgos universales de belleza

Aunque la belleza es el principal disparador de atracción en los hombres y un disparador secundario en el caso de las mujeres, es interesante señalar que hay dos características físicas que parecen ser universalmente atractivas más allá del sexo: la simetría corporal y el rostro promedio.

La simetría de un organismo es un indicador de la calidad del material genético y de una niñez y juventud sanas. Las pequeñas diferencias de simetría que poseemos suelen deberse a un mayor índice de mutaciones genéticas heredadas o a infecciones en la etapa de desarrollo embrionario. Los organismos simétricos suelen ser más resistentes a los parásitos, por lo que es probable que, al sentirnos atraídos por la simetría, no estemos más que analizando la salud de la posible pareja. La asimetría indica un sistema inmunológico más débil.

Se ha observado que las personas simétricas corren más rápido y hasta están más coordinadas en sus movimientos, lo que podría explicar el poder de seducción del baile: las bailarinas de élite suelen ser (casi) perfectamente simétricas. En un estudio realizado con 155 bailarinas y bailarines, se ha observado que existe una correlación directa entre la calidad de la danza y la simetría del bailarín.

Algo que resulta sorprendente es que la simetría corporal no precisa ser detectada visualmente. Según un estudio que recoge Diego Golombek en *Sexo, drogas y biología*, un grupo de mujeres debieron oler remeras utilizadas por hombres durante tres días. Luego, cuando eligieron los olores que les resultaron más atractivos, se correspondieron con las remeras utilizadas por los hombres más simétricos. Se ha comprobado incluso que los rostros simétricos son más atractivos hasta para los bebés: logran captar su atención por más tiempo.



En la simetría se encuentra también, probablemente, la explicación de por qué el alcohol afecta la percepción de belleza. En un estudio llevado a cabo por el psicólogo Lewis Halsey, de la Universidad de Roehampton en Londres, se analizó la respuesta de 64 estudiantes universitarios, algunos bajo los efectos del alcohol y otros no. A todos ellos les mostraron 20 pares de rostros, unos perfectamente simétricos y otros asimétricos. Cuando les preguntaban cuál les parecía más simétrico o atractivo, quienes estaban bajo los efectos del alcohol no encontraban preferencia particular por ninguno de los rostros. La percepción de simetría se ve seriamente afectada por el alcohol, especialmente en las mujeres. Los hombres, según el estudio, poseen mayor entrenamiento visual en relación a las mujeres.

En la fascinación humana por la simetría podemos encontrar seguramente otra razón por la que el maquillaje nos acompaña desde épocas ancestrales: con el maquillaje generalmente se disimulan las imperfecciones y se favorece la simetría.

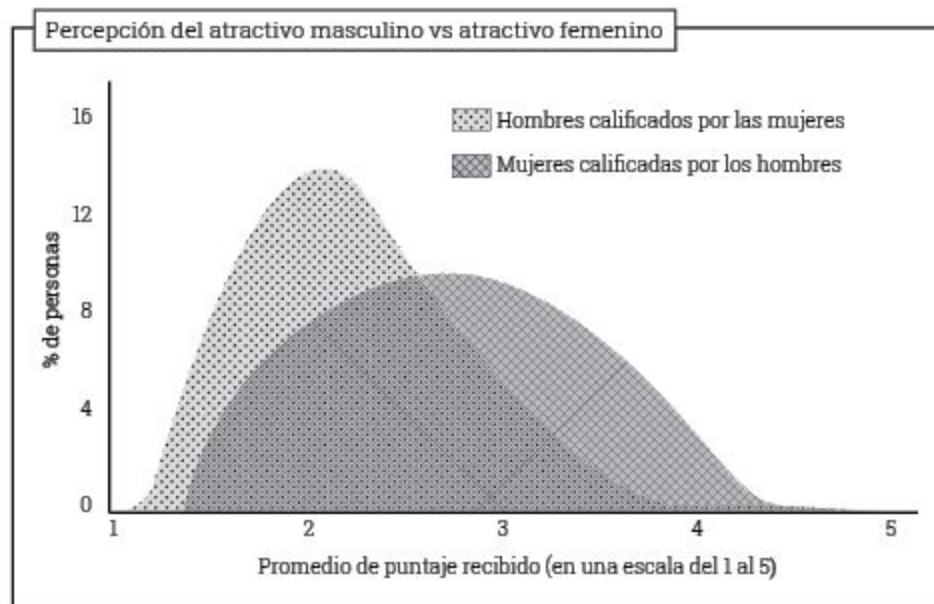
El segundo factor universal de belleza es el rostro promedio, la normalidad, aunque sea contraintuitivo. Es que solemos pensar en lo bello como aquello que se destaca, que difiere de la norma. Sin embargo, al parecer, lo que se destaca es ser, justamente, ¡perfectamente promedio! Incluso a pesar de que cada grupo étnico tiene un ideal de rostro diferente, dentro de cada uno el preferido es siempre el rostro promedio. Se trata de que los rasgos faciales no se desvíen de la media, ni una nariz muy grande ni muy pequeña, lo mismo con las orejas y con todos los componentes del rostro. A veces, la ruptura de la simetría puede ser considerada como atractiva, y allí está el lunar de Julia Roberts para recordárnoslo. Sin embargo, muchos estudios, como por ejemplo los de David Perret, demostraron que, cuando se superponen rostros por computadora, resultan más atractivos si los rasgos se acercan más a la media. Al parecer, tendemos a rechazar lo poco habitual.

**Ellas son más selectivas**

La atracción discrimina. A nadie le gustan todas las personas y tampoco hay alguien que les guste a todos. ¿Qué porcentaje de aquellas que conocemos nos resultan atractivas? ¿Con cuántas nos gustaría tener una relación sexual? Es una estadística muy difícil de mensurar y muy variable, pero un dato curioso es que no solo utilizamos diferentes criterios de selección los hombres y las mujeres, sino que además ellas se muestran mucho más selectivas que los varones en la elección de posibles parejas sexuales.

¿Por qué las mujeres son más selectivas? ¿Será porque sufren una presión social por aparentar exclusividad respecto de su sexualidad? ¿Qué pasaría si no se sintieran juzgadas? Los indicios apuntan a que no se trata solo de aparentar ser más selectivas, pues de hecho las mujeres también se comportan selectivamente aun cuando piensan que ningún tercero las está observando. Es lo que comprobó un grupo de investigadores de la Universidad Queen Mary, de la Universidad Sapienza de Roma y del Grupo de Asistencia Sanitaria de Ottawa cuando abrieron perfiles falsos de ambos sexos en Tinder y les dieron *like* a todas las personas dentro de un radio de 160 kilómetros. Los resultados fueron publicados en *The Washington Post*: los perfiles de hombres sólo tenían *matches* con el 0,6% de los usuarios, mientras que los de mujeres obtuvieron *matches* del 10,5% de los varones. La diferencia es muy grande y difícilmente sea una casualidad, sino que se trataría de un comportamiento de carácter general.

La aplicación de citas OkCupid posee un sistema de votación de cinco estrellas, donde los usuarios pueden *rankear*, del 1 al 5, cuán atractivos les parecen los perfiles de las otras personas. Christian Rudder, fundador del sitio, recogió los datos de puntuación de todos los usuarios y los agrupó en “percepción del atractivo femenino según los hombres” y “percepción del atractivo masculino según las mujeres”. Otra vez, se confirma la tendencia de las mujeres a ser más selectivas.



Como puede apreciarse, el gráfico de “percepción del atractivo femenino según los hombres” es una curva casi perfectamente centrada, donde la mayor parte de las mujeres están dentro del promedio. Para Rudder es casi un milagro que los hombres no posean expectativas irreales respecto a la belleza femenina, teniendo en cuenta la saturación de imágenes de cuerpos femeninos estéticamente cuidados, maquillados y hasta retocados digitalmente con los que los medios, las redes sociales y el porno bombardean a los hombres día a día. Hasta los canales de deportes contratan mujeres que destacan por su belleza para comentar partidos de fútbol o carreras de autos. Sin embargo, pese a la saturación de erotismo visual que sufren, se muestran mucho más generosos que las mujeres a la hora de juzgar el atractivo físico. Mientras que más de la mitad de las mujeres son consideradas arriba de la media por los hombres, apenas 1 de cada 6 hombres está por encima de la media para las mujeres. Según el mismo Rudder, si trasladásemos esto a los parámetros del IQ, “tendríamos un mundo donde las mujeres piensan que el 58% de los hombres tienen el cerebro dañado”<sup>20</sup>.

¿Por qué son más selectivas las mujeres? Es difícil, por no decir imposible, encontrar respuestas exactas en una ciencia que no lo

es. Sin embargo, nos parece interesante sintetizar algunas de las respuestas que se barajan. Por ejemplo, Golombek señala que, en el reino animal, “las especies en las que las madres son las que llevan a cabo la mayor parte de la crianza (lo que en términos técnicos se llama inversión parental) se puede esperar que las hembras sean mucho más selectivas que los machos a la hora de elegir pareja”<sup>21</sup>. Los biólogos suelen relacionar esta selectividad con el hecho de que un encuentro sexual para el macho puede tratarse de tan solo un *touch and go*, mientras que para la hembra puede derivar en un embarazo y sus consecuencias. Las mujeres son más selectivas porque arriesgan más en el sexo.

Es cierto que, a diferencia de los animales, los seres humanos tenemos métodos anticonceptivos que permiten separar sexo de reproducción, pero también lo es que la anticoncepción eficaz es una tecnología muy reciente en la historia humana. Tener sexo y embarazarse estuvieron íntimamente ligados durante toda la historia humana, y debemos notar que, excluyendo los últimos cien años, a lo largo de los doscientos mil años que el ser humano lleva habitando la Tierra la mayor causa de mortalidad femenina fue siempre el embarazo y el trabajo de parto.

Habiendo sobrevivido al parto, la mujer debía enfrentar al menos un año en que sus recursos se limitaban, pues debía criar a su bebé y contar con el apoyo de una pareja constituyó, por siglos y siglos, la diferencia entre la vida y la muerte. Saber elegir al hombre indicado con el que tener sexo era una cuestión de vida o muerte. Resabios de ese pasado evolutivo pueden jugar un rol en la mayor selectividad femenina.

Otro aspecto que, a criterio de algunos, quizá influya en la mayor selectividad sexual femenina es que las mujeres tienen relativamente pocas chances de reproducirse a lo largo de sus vidas, sin lugar a dudas muchas menos que los hombres. Por un lado, para tener un hijo, deben atravesar un embarazo de nueve meses, y solo después del parto pueden volver a concebir otro hijo, mientras que el hombre puede dejar embarazadas a varias mujeres con pocas horas o días de diferencia. Por otro lado, las mujeres

nacen con un número fijo de óvulos que va disminuyendo a lo largo de su vida hasta que, en torno de los 50 años, esta reserva se agota. En contrapartida, los hombres en cada eyaculación producen millones de espermatozoides y esto ocurre a lo largo de toda su vida.

En todo caso, con independencia de las teorías elaboradas para explicar el hecho, el hecho existe: sea por la inversión parental, por la presión social, por la diferencia en el número de gametos sexuales que producimos o por una combinación de todo aquello; lo cierto es que todas las estadísticas apuntan a que las mujeres son más selectivas que los hombres en la elección de potenciales parejas sexuales.

### **La preselección como atajo de la atracción**

En un capítulo de la serie cómica norteamericana *Seinfeld*, el personaje de George Constanza, un hombre de baja estatura, con más kilos y menos pelos de los que desearía, descubre que, cuando muestra una foto junto a su ex novia modelo, el trato que recibe cambia completamente: se le abren las puertas de los mejores VIP en discotecas, las mujeres más bellas quieren hablar con él, obtiene fácilmente mesas en los restaurantes más exclusivos de Nueva York, etc. El idilio finaliza cuando pierde la foto (la serie transcurre en los años noventa, época de oro de la fotografía analógica) y vuelve a su vida de mortal petiso, pasado de kilos, calvo, sin privilegios.

El fenómeno experimentado por el personaje de George es llamado “preselección” en el campo de estudio de la seducción, y es lo que experimentan algunos hombres cuando se quejan de que sienten que al estar de novios las mujeres se le insinúan mucho más que cuando están solteros. En diversos estudios, como el que llevó adelante David Buss con 847 participantes, las fotos de hombres posando junto a bellas mujeres consiguen consistentemente mejor puntaje que las de esos mismos hombres solos o junto a otros hombres. Sin embargo, al revés el mecanismo no surte efecto: las mujeres posando al lado de un hombre resultan incluso menos

atractivas a los hombres que cuando posan solas o junto a otras mujeres.

Como en la vida, en el juego de la seducción el tiempo es un recurso limitado, y todo aquello que nos permita abreviar la búsqueda de la pareja ideal será bien recibido. Cuando una mujer ha seleccionado a un hombre, les está ahorrando tiempo en el proceso selectivo al resto de las mujeres. Recordemos una vez más que las características que suelen atraer a las mujeres generalmente no pueden distinguirse a simple vista, por lo que saber que ese hombre ha pasado por el filtro de otra mujer es un indicio de que poseerá los recursos y cualidades que lo hacen atractivo: “Si ella lo aprobó, debe ser bueno” sería el razonamiento, consciente o inconsciente.

En *Sex Code* el escritor español Mario Luna hace una analogía entre el proceso selectivo de las mujeres y la búsqueda de personal laboral. En esa analogía, la preselección sería la experiencia previa del hombre que aspira a ocupar el puesto de CEO en una multinacional. Sin dudas, quien haya ocupado previamente el puesto de CEO con éxito en otra empresa de similares características tendrá mayores posibilidades de éxito, pues ha demostrado poseer los recursos necesarios para llevar adelante sus responsabilidades. Su exitosa experiencia previa le ahorra el proceso selectivo a la oficina de recursos humanos. De hecho, en ese tipo de búsquedas laborales, suele solicitarse como excluyente la experiencia previa en tareas similares.

¿Por qué la preselección no genera el mismo efecto en los hombres? Probablemente porque las características que les atraen generalmente son relativas a la belleza física y pueden ser detectadas en segundos, no se trata de un proceso selectivo que lleve tiempo. Volviendo a la analogía del mercado laboral, si lo que la oficina de recursos humanos está buscando no es un CEO sino a la persona que pueda ser la imagen de una campaña determinada, la selección del personal se basará en la imagen de los aspirantes. La experiencia previa poco importará si la persona no cumple con los requisitos físicos excluyentes.

## **La edad**

David Buss estudió los comportamientos de cortejo en 37 culturas diferentes alrededor del planeta y en todas ellas encontró una tendencia de los hombres sentirse atraídos por mujeres más jóvenes que ellos. Ellas, en cambio, suelen elegir a hombres apenas mayores, aunque sus preferencias cambian con la edad. A medida que crecen, les gustan cada vez mayores, al menos hasta los 40 años. A partir de la cuarta década las mujeres comienzan a preferir hombres de su edad o levemente menores.

Christian Ruder analizó las respuestas de más de 100.000 hombres y mujeres en su sitio Ok. cupid y encontró que el pico de atractivo sexual de los hombres se sitúa en los 40 años, aproximadamente. Mientras que las mujeres van variando la edad que consideran más atractiva en los hombres a medida que crecen, para los hombres la edad más atractiva de una mujer se mantiene invariable: tanto los hombres de 20 como los de 50 encuentran a las mujeres de 20 como las más atractivas.

Ruder fue un poco más allá e investigó no solo qué declaran los hombres sobre la edad más atractiva en una mujer, sino cuál es la edad de aquellas a las que les envían mensajes en las redes sociales de citas. Encontró que, si bien todos declaran sentirse atraídos por mujeres de 20 años, a la hora de enviar mensajes rara vez lo hacen a mujeres que sean más de diez años menores que ellos.

## **Amor a primer olfato**

Cuando terminamos la primera versión de este libro, nos sorprendimos al notar las escasas referencias que hay a uno de los órganos fundamentales de nuestro cuerpo que participa activamente en el proceso de seducción: la nariz. Empleando un método llamado Estímulos Sensoriales y Estudio de la Sexualidad, investigadores de la Universidad de Brown descubrieron que las mujeres califican el olor de una persona como el factor más importante a la hora de elegir un amante. En segundo lugar está la vista, después el oído y, en cuarto, el tacto. No ocurre lo mismo con los hombres. Se piensa

que quizás sea porque su olfato no es tan agudo como el de ellas. Quizá sea esa también la razón por la que las investigaciones, en su mayor parte dirigidas por hombres, no tuvieran muchas referencias al sentido olfativo.

El aroma corporal cumple una función mucho más significativa que la de ser un rico perfume cargado de emociones: puede influir a la hora de elegir pareja e incidir en la frecuencia con la que se tendrán relaciones.

La doctora Winnifred Cutler, directora del instituto Athena, descubrió que el contacto con feromonas masculinas influía en la atracción sexual de una mujer hacia un hombre. En el estudio realizado, 38 hombres heterosexuales registraron, durante dos semanas, sus citas y conducta sexual. Luego, usaron durante un mes, sin saber cuál de ellas se estaban aplicando, su loción de siempre o un perfume enriquecido con feromonas sintéticas. Y continuaron registrando sus encuentros durante treinta días. Los resultados arrojaron que aquellos que habían usado la loción con feromonas tuvieron muchos más encuentros y aventuras sexuales, citas, y pasaron más tiempo durmiendo al lado de una pareja que los que se habían puesto la loción regular. La masturbación se mantuvo exactamente igual con las dos lociones, con lo cual se pudo concluir que las feromonas adicionales no habían sido la causa de que la persona tuviera mayor impulso sexual.

Sabemos que los olores pueden provocar asociaciones psicológicas de gran intensidad. Una abuela, un ex novio, el jardín de infantes. Aromas que evocan recuerdos de un pasado repleto de emociones, sentimientos, historias. El nervio olfativo se extiende como una red por todo el cerebro. De todos los sentidos, el del olfato es el de mayor recorrido en nuestro sistema nervioso.

Así como un aroma agradable puede excitarnos, uno desagradable puede eliminar cualquier intento de contacto. Una de las consultas más frecuentes de las parejas en convivencia se refiere a la higiene personal de su *partenaire*. Revisando situaciones domésticas se dan cuenta de que la falta de cuidado les provoca la pérdida de deseo sexual. Así, el hombre que repara en su olor corre



con ventaja sobre los otros. No hablamos solamente de estar perfumados químicamente, sino simplemente preocuparse o más bien ocuparse por oler bien.

La agudeza sexual de las mujeres alcanza su pico máximo con la ovulación, en el momento en el que tienen más posibilidades de concebir. El olor del hombre puede influir entonces no solo a la hora de elegirlo, sino también en el momento o en la frecuencia de tener relaciones sexuales.

Cuando olemos a otra persona, estamos en parte oliendo sus feromonas. La palabra “feromona” proviene del griego (*pheran* + *horman*) y significa portadora de excitación. Las feromonas son sustancias químicas producidas por los seres vivos con el fin de provocar determinados comportamientos en otros individuos de su misma especie. En el reino animal casi todas las feromonas envían códigos, ya sea para atraerse o rechazarse sexualmente como para otros fines.

Las feromonas se producen a partir de secreciones en las glándulas endocrinas (en partes como las axilas, los pezones o los genitales) o a través del sudor en general o del olor de la piel. Estas sustancias químicas naturales no tienen olor perceptible, sino que actúan apenas como mensajeras, son como un llamador del deseo.

En el caso de los animales, las hembras, a través de las feromonas, atraen a los machos desde la distancia. Sus efectos afrodisíacos son increíbles y totalmente comprobables. Si una cerda huele androsterona, una feromona producida por los machos, estará lista para la acción. Las aves secretan feromonas y desde distancias muy lejanas son capaces de atraer a los machos. Si queremos ver una situación diaria, en la calle los perros en celo se huelen la zona anal desesperados por lanzarse a la aventura.

No hay un acuerdo en la comunidad científica sobre la función química de las feromonas en los humanos. Algunos estudios avalan su existencia y otros no. Sabemos que en el reino animal no existe duda alguna de que funcionan y, existiendo tantas investigaciones que dicen que en humanos también sucede, es prudente al menos tomar el concepto, saber que existe y estar alertas, sobre todo los

hombres. El olor importa. ¿Acaso es posible racionalizar esa sensación corporal que experimentan el hombre o la mujer aun sin haberse tocado con un otro con el que sienten conexión? La famosa frase “cuestión de piel” bien podría traducirse por “cuestión de olfato”.

### **Estrategias femeninas y estrategias masculinas**

En el juego de la seducción, las mujeres suelen atraer a los hombres visualmente resaltando en sí mismas las cualidades físicas que las hacen más atractivas. Ya hemos visto, por ejemplo, el poder del lápiz labial rojo y la preferencia masculina por las características curvas del cuerpo femenino.

El ya citado Nicolas Guéguen condujo dos interesantes experimentos para medir la influencia del tamaño de los pechos femeninos en el cortejo. Los resultados fueron publicados bajo el título “Women’s bust size and men’s courtship solicitation” y los experimentos consistieron en lo siguiente: para aplicar variaciones en el tamaño de los pechos de una mujer, eligió a una estudiante con un corpiño de talle A, el más pequeño. Para agrandar el busto durante el experimento, Guéguen utilizó inserciones de látex, que variaban el tamaño entre un talle B y C, la medida más grande. En el primer experimento la mujer estaba sentada en una discoteca durante una hora y apuntaba con la mirada perdida hacia la pista de baile. Sin alteración del tamaño de sus pechos, fue abordada 13 veces en una hora. Al agrandar su corpiño a un talle B artificial, esta se elevó a 19, y con el talle C le pidieron que bailara 44 veces. En el segundo experimento, la misma mujer estaba sentada durante una hora afuera de un pub y nuevamente apareció el mismo patrón que en la discoteca antes. La mujer fue abordada 5 veces con sus pechos reales. Después simulando un talle B, 9 hombres se interesaron por ella, y con el talle C, el número subió a 16.

Resaltar sus curvas, el rojo de sus labios o exponer su simetría mediante el baile son algunas de las estrategias femeninas para encender los interruptores de atracción en los hombres. Son todas

estrategias que suelen tener un alto contenido visual. ¿Cuál sería el equivalente masculino para generar atracción en las mujeres?

El especialista en seducción canadiense Erik von Markovik analizó a principios de este milenio cientos de reportes de campo de hombres en situación de seducción. Buscaba encontrar patrones que le permitieran descubrir las actitudes de los hombres que generan atracción en las mujeres. Markovik descubrió que, durante el cortejo, las mujeres generalmente demuestran mayor interés por el hombre cuando este dice o hace algo que lo posiciona como alguien que posee recursos valorados por ella y llamó a esta estrategia masculina “demostración de alto valor” o DHV por sus siglas en inglés.

¿Qué recursos o cualidades pueden ser parte de una DHV masculina? Prácticamente todas las que venimos analizando en este capítulo, generalmente relacionadas al estatus, comportamiento o recursos. Poseer una profesión, una habilidad, recursos, ser cariñoso con los niños, ser carismático, ser divertido, haber sido preseleccionado por otras mujeres, etc. Si en los primeros minutos de interacción el hombre comunica alguna de estas características el efecto es similar al que puede producir la mujer con su apariencia física: generará atracción, comenzará a llamar la atención de la mujer.

Por supuesto, un hombre cuenta con formas más efectivas de generar interés en una mujer que la mera exposición verbal de sus cualidades atractivas. Por ejemplo, es de esperar que el hecho de que ella lo vea interactuando positivamente con un niño tendrá un efecto mayor que si él le cuenta lo bien que se lleva con los niños. Lo mismo puede aplicarse a cualquiera de las otras cualidades. En este sentido las redes sociales son, sin dudas, una enorme vidriera de exposición para generar atracción. Pero eso es materia de otro capítulo.

### **¿Billetera mata galán?**

Abordemos en este capítulo, por último, la controvertida relación entre dinero y seducción. Existen muchos estudios de este tipo: se

les muestra a x cantidad de mujeres el perfil virtual de x cantidad de hombres. A otras mujeres se les muestran los mismos perfiles de los mismos hombres, pero esta vez a muchos de ellos les adjudican tener enormes cantidades de dinero en su cuenta bancaria. Luego les preguntan a ellas: “¿Con quién tendrían una cita?”, y el resultado es el esperado: las mujeres prefieren citas con los hombres que tienen más dinero en el banco. Entonces muchos se apresuran a concluir: “A las mujeres no les importa la personalidad, ni el trato, solo les importa el dinero”. En la Argentina existe una frase popular que describe esta creencia: “billetera mata galán”. Se sitúa así a la mujer como una caza recompensas, o como un objeto de consumo al que pueden acceder los hombres con su dinero.

¿Es esa la conclusión válida que debemos extraer de los estudios realizados? Desde nuestro punto de vista, es una pésima forma de abordar el tema “dinero vs personalidad”.

Para afirmar que el dinero es más importante que la personalidad o el comportamiento, habría que hacer competir esos dos factores entre sí y no a uno de los factores contra sí mismo. Es decir, no comparar la performance de dos hombres más o menos parecidos, pero uno con más dinero que el otro, porque en ese caso la conclusión sería “tener mucho dinero es más atractivo que tener poco dinero”. No se están comparando las dos variables (dinero y personalidad), sino que se analiza el factor dinero aisladamente. Por ejemplo, es obvio que, si ponemos una foto de un hombre “lindo” a competir con una de uno “feo”, a falta de otra información la mayor parte de las mujeres preferirá una cita con el “lindo”. Sin embargo, ¿eso es suficiente como para concluir que, para seducir, ser lindo es más importante que tener una personalidad atractiva? Para nada, lo único que demuestra es que ser lindo es mejor que ser feo, una obviedad como que tener dinero es mejor que no tenerlo.

Las estadísticas demuestran que la mayoría de las parejas se forman entre personas de similar clase social. Uno de los estudios que analiza esta cuestión es “¿Cómo se constituyen las parejas?: Entre las diversas formas del amor y los límites de la clase social”, de la doctora Gabriela Gómez Rojas, publicado en la revista

científica de la UCES. En el estudio se aborda específicamente la cuestión de la clase social de los integrantes de las parejas en la Argentina contemporánea y los resultados sorprenden a más de uno: en el 52,9% de los hogares ambos miembros de la pareja son de la misma clase social. En el 18,9% de los hogares la clase del cónyuge varón es superior a la de la mujer, mientras que en el 27,8% de los hogares la clase social de la mujer supera a la del varón, casi una tercera parte.

La realidad es que, en general, la elección de parejas sexuales o románticas no está supeditada a una sola cuestión y menos aún a la cuestión económica. La mayor parte de las personas solemos establecer relaciones y sociabilizar en ámbitos donde todos poseemos más o menos el mismo nivel económico y estatus social, por lo que la diferencia la hacen los otros factores: personalidad, habilidades, sentido del humor, amabilidad, capacidad de liderazgo, etc.

#### ☐ ***En pocas palabras***

Las mujeres son más selectivas que los hombres en la elección de potenciales parejas sexuales y, a la hora de seleccionar compañeros sexuales o románticos, ponderan cualidades diferentes que los hombres.

Los hombres consideran a la belleza física y el cuidado estético como los dos principales factores de atracción. Las principales preferencias femeninas en cuestión de hombres están relacionadas con un conjunto de factores diversos, como, por ejemplo, el estatus social, la capacidad de ser cariñoso y protector con los suyos, que sea querido por otros, su capacidad de liderazgo, su sentido del humor, habilidades sociales, etc.

Una consecuencia directa de esta diferencia es que el deseo sexual en los hombres generalmente recorre un camino muy corto para activarse: basta tan solo con ver a una mujer físicamente atractiva. El despertar del erotismo en las mujeres recorre un

camino más largo, ya que generalmente depende de factores que no se detectan a simple vista.

<sup>17</sup> Russell Clark y Elaine Hatfield, "Gender Differences in Receptivity to Sexual Offers", *Journal of Psychology & Human Sexuality*, vol. 2 (1), 1989.

<sup>18</sup> Mache Seibel, *The Estrogen Fix: The Breakthrough Guide to Being Healthy, Energized, and Hormonally Balanced*, Rodale Books, 2017.

<sup>19</sup> Los teóricos de la psicología evolutiva creen que de allí provendría la preferencia masculina por los cuerpos femeninos que presentan esas proporciones.

<sup>20</sup> Christian Rudder, *Dataclysm*, Books on Tape, 2014.

<sup>21</sup> Diego Golombek, *Sexo, drogas y biología*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2006.

## 4

# LA COMUNICACIÓN NO VERBAL EL LENGUAJE UNIVERSAL

*En un beso sabrás todo lo que he callado*

PABLO NERUDA

Gran parte de lo que hoy sabemos sobre la comunicación no verbal es gracias a una sucesión de casualidades. La secuencia comienza así: en 1965 estalló un escándalo en la Agencia de Investigación de Proyectos de Avanzada del Ministerio de Defensa de Estados Unidos. Se descubrió que gran parte de sus proyectos de investigación no eran más que una pantalla o tapadera para financiar actividades supuestamente antiinsurgentes y varios de ellos debieron ser suspendidos. El presupuesto destinado en el transcurso de ese año fiscal debía reasignarse a investigaciones en el extranjero y, sobre todo, a algo que no fuera polémico. Según trascendió, el responsable del destino de los fondos de ese ministerio había contraído matrimonio con una tailandesa y estaba impresionado por las diferencias que apreciaba en su comunicación no verbal, por lo que llamó a su despacho a Paul Ekman, reconocido psicólogo y profesor del Departamento de Psiquiatría de la Universidad de California (pionero en el estudio de las emociones y su relación con la expresión facial), y le propuso financiar sus investigaciones para determinar qué era universal y qué culturalmente variable en la manifestación no verbal de las emociones.

Ekman y muchísimos psicólogos y antropólogos de renombre de la época tenían la convicción de que la expresión y el gesto son factores socialmente aprendidos y culturalmente variables. Como consecuencia indirecta del escándalo en el Ministerio de Defensa, contaría al fin con los fondos suficientes para realizar estudios en culturas completamente diferentes, como las de Japón, Argentina, Brasil y Estados Unidos, e incluso en algunas visualmente aisladas,

con gente que no hubiese visto nunca películas ni televisión ni revistas, ni que hubiese conocido a forasteros. Ekman se adentró en la Edad de la Piedra a través de tribus aisladas en las montañas de Papúa Nueva Guinea y en Irian Occidental, una parte de Indonesia.

Aunque Darwin había sugerido en 1872 en *The Emotions in Man and Animals* que en todos los contextos culturales existen elementos de comunicación no verbal que son universales, Ekman creía que no era así, y tendría al fin la oportunidad y los recursos para demostrar que el naturalista inglés se equivocaba, que las expresiones y el lenguaje no verbal son parte del aprendizaje cultural. ¿Qué arrojó su investigación? En sus propias palabras, lo que halló “fue exactamente lo opuesto de lo que pensaba que iba a descubrir”<sup>22</sup>. Para su sorpresa, concluyó que todos los seres humanos, en las diversas culturas, expresan sus emociones con la misma gestualidad. Es decir que las expresiones no verbales parecen ser universales. Pero los hallazgos de Ekman no solo se basaron en el estudio de culturas diferentes:

Si no hay necesidad de aprender las expresiones, entonces los ciegos de nacimiento tendrían que manifestar expresiones semejantes a las de quienes no lo son. En los últimos sesenta años se han llevado a cabo numerosos experimentos y los resultados, que se han repetido una y otra vez, demuestran que lo antes dicho es cierto, especialmente en cuanto a las emociones espontáneas<sup>23</sup>.

Estos descubrimientos han sido respaldados en diferentes estudios. Uno de ellos es el realizado en la San Francisco State University (SFSU) y publicado en enero de 2014 en la revista *Motivation and Emotion*<sup>24</sup>. En este caso, los científicos observaron que, ante una victoria deportiva, los atletas tienen reacciones similares al expresarse espontáneamente: el pecho y el torso expuestos al frente, la cabeza inclinada hacia atrás, los brazos levantados sobre los hombros, una mano cerrada en puño y la cara haciendo muecas o mostrando agresión e ira. Tales respuestas fueron observadas en deportistas de todas las culturas, países e incluso en los deportistas no videntes.





Pero había algo que no cerraba en la historia entre Ekman y el Ministerio de Defensa norteamericano: ¿Por qué el responsable del área que lo había contratado observaba que su mujer tailandesa poseía una comunicación no verbal tan diferente a la suya? El antropólogo norteamericano Ray Birdwhistell, especializado en el estudio de la expresión y el gesto, documentó que en muchas culturas la gente sonríe al sentirse desgraciada. Para conciliar sus hallazgos sobre la universalidad de las expresiones con las observaciones de Birdwhistell, Ekman propuso la noción de *reglas de manifestación*:

Desde mi punto de vista, se trata de reglas socialmente aprendidas y que a menudo son culturalmente distintas. Son reglas sobre el manejo de la expresión sobre quién puede mostrar qué emoción, a quién y cuándo. Por esta razón, en casi todas las competencias deportivas públicas, el perdedor no manifiesta la tristeza ni la decepción que siente.

La naturaleza de las emociones y su expresión serían universales, aunque en ciertos contextos los seres humanos pueden cambiar o suprimirlas. Al fin y al cabo, el ser humano es el único ser viviente en la tierra que puede hacer algo por fuera de su naturaleza. Volviendo al estudio sobre la gestualidad en las victorias deportivas, se ha observado una constante en la expresión de atletas triunfantes, lo que no quita que en muchas ocasiones los atletas repriman esa gestualidad por respeto a su rival. Es común, por ejemplo, que los jugadores de fútbol no festejen los goles que

puedan hacerle a un equipo en el que se han formado o al que le tienen un aprecio particular.

Las implicancias de la universalidad de la comunicación no verbal y de las expresiones en la seducción son muchísimas, y analizaremos algunas de ellas a lo largo de este capítulo. El primer descubrimiento de características universales sobre lenguaje no verbal en el cortejo fue el de Eibl-Eibesfeldt cuando registró un gesto de coqueteo femenino que se repetía en todas las culturas que observó: si una mujer mira a un hombre a los ojos, sonríe y luego corre la mirada hacia abajo, es porque siente atracción por él. No importa si esto sucede en un *nightclub* de Miami o en una comunidad aborigen del Amazonas.

## **El lenguaje no verbal cambió la historia del siglo XXI**

Si existe un lenguaje universal no verbal, es de esperar que gran parte de la comunicación entre los seres humanos se dé por esa vía. No se trata solamente de las palabras que decimos: nuestra postura y expresión al emitirlas, nuestra tonalidad vocal y hasta el contexto son fundamentales. Un ejemplo emblemático sobre la influencia del lenguaje no verbal en la comunicación fue el debate entre los candidatos a presidente de los Estados Unidos Richard Nixon y John Kennedy en 1960. Este debate es considerado como el hito que dio inicio al marketing político, pues hasta entonces no se prestaba mucha atención a la imagen y el lenguaje no verbal de los candidatos, básicamente, porque hasta ese momento la televisión no jugaba un rol en las elecciones y recién comenzaba a comercializarse. El de Nixon vs Kennedy fue el primer debate televisado de dos candidatos presidenciales. ¿Quién ganó la contienda? Según las encuestas, quienes escucharon el debate por radio dieron por ganador a Nixon. Sin embargo, la inmensa mayoría lo vio por televisión, era la novedad, y esa inmensa mayoría sintió que el debate lo había ganado Kennedy, quien finalmente lograría alzarse con la presidencia del país en una ajustada votación.

¿Cuál fue la diferencia entre el debate televisado y el radiofónico? La única diferencia fue nada más ni nada menos que los

televidentes podían ver el lenguaje corporal de ambos candidatos, y al parecer Kennedy sedujo a las votantes con su imagen y postura. Probablemente, si Nixon hubiese demostrado un correcto lenguaje corporal, otra sería la historia del siglo XX.

Con tan solo ver el debate en YouTube, sin necesidad de escuchar el sonido, podemos notar por qué Kennedy aventajó a su adversario. Nixon, que era muy buen orador y había obtenido muy buenos resultados en los debates y presentaciones radiales, perdió en la TV por su deficiente manejo del lenguaje corporal. Según luego se supo, Nixon se recuperaba de una lesión en la rodilla, lo que lo hacía adoptar una postura con sus hombros inclinados cuando se encontraba de pie. La postura, además de ser desarreglada, le hacía perder algunos centímetros de altura. Además, mostraba una expresión seria, con alguna mueca de dolor y un tono de piel pálido ya que, según se rumoreó, se había negado a ser maquillado. Tampoco se había afeitado ese día. Por su lado, Kennedy lucía bronceado y maquillado, con la piel uniforme y perfectamente vestido: su expresión facial fue siempre relajada y estaba perfectamente erguido, siempre atento a no relajar los hombros ni las piernas.

La comunicación no verbal es hoy en día parte del entrenamiento básico de cualquier profesional para hablar en público<sup>25</sup>. Nuestra forma de pararnos en el escenario, de gesticular, de hablar, de vestir, de mirar, todo ello transmite un mensaje.

La psicóloga Nalini Ambady, que fue profesora del Departamento de Psicología de la Universidad de Stanford, condujo un experimento en el que encontró que podemos evaluar, en muy pocos segundos y sin escuchar una sola palabra, lo que opinamos de una persona. Nalini mostró a un grupo de estudiantes tres videos de diez segundos de duración cada uno en el que se mostraba a un profesor dando clase, pero sin audio. Después de verlo, debían evaluar la capacidad del profesor. A un segundo grupo de estudiantes se les proyectó un video de cinco segundos del mismo profesor dando clase, también sin audio, y también se les solicitó que lo evaluaran. Un tercer grupo debía evaluar al profesor con

secuencias de tan solo dos segundos de duración. Había un último grupo en el estudio, formado por los alumnos del profesor que habían asistido a sus clases durante todo el semestre y que también debían evaluarlo.

¿Cuál fue el resultado? No hubo variación significativa en las evaluaciones de todos los grupos, fueron casi idénticas. Un grupo de personas, viendo un video mudo de dos segundos de un profesor al que jamás habían conocido en persona llegó a similares conclusiones acerca de sus capacidades como docente que los alumnos que habían asistido a sus clases durante el semestre entero. El estudio de Nalini probablemente sea una de las más contundentes demostraciones de que la comunicación entre seres humanos va mucho más allá de las palabras.

### **Empatía y lenguaje no verbal**

En el juego de la seducción, aprender la gramática del lenguaje corporal es fundamental, por ejemplo, para reconocer cuándo alguien está o no interesado en una interacción o en dar un paso adelante en la escalada romántica. Por ejemplo, en los análisis de reportes de campo de los foros de seducción, son pocos los casos de primeros besos que se hayan dado luego de que alguna de las partes le preguntara a la otra con todas las letras: “¿Puedo besarte?”. Generalmente, una mirada acompañada por una sonrisa estando a solas y la buena recepción del contacto físico son indicadores de que la magia del primer beso puede suceder. Ambas personas lo desean y se lo demuestran sin necesidad de expresarlo en palabras, por medio de indicadores de interés no verbales<sup>26</sup>.

El lenguaje no verbal no solo es un poderoso elemento de comunicación, sino que posee un poderoso efecto de contagio. Allí está el bostezo para que lo entendamos intuitivamente, y son muchas las investigaciones que se han hecho donde se observa que tendemos a copiar el lenguaje corporal que vemos. Es lo que se observa que sucede cuando se muestran fotos de una cara sonriente o de una cara seria: todos tienden a sonreír o a adoptar una expresión seria, según sea el caso. Cuando el biólogo Timothy

Perper observó qué sucedía a nivel corporal entre dos personas que se seducen, encontró que la sincronía de movimientos es la expresión externa observable en dos personas que están conectadas emocionalmente: si una mira hacia un lado ambas mirarán hacia ese lado, si una toma de la bebida ambas tomarán de la bebida. Copiamos el lenguaje corporal que vemos, y más aún si sentimos una conexión emocional con la otra persona. Cualquiera que haya tenido una hija o un hermano menor notará que este copia la gestualidad y los movimientos constantemente, es parte de nuestra naturaleza. Si estamos en una habitación y alguien golpea su dedo meñique del pie contra la pata de una mesa, lo más probable es que todos en la habitación hagan pequeñas gesticulaciones de dolor. Técnicamente podemos llamar a esto empatía, pues se trata de mimetizar con un estado emocional observado.

Un descubrimiento fundamental sobre el lenguaje no verbal es que las emociones y las expresiones actúan en doble sentido: así como las emociones generan una expresión, las expresiones generan un estado emocional también. El escritor y divulgador Malcolm Gladwell recoge varios experimentos sobre este fenómeno en su libro *El punto clave*. Tendemos a creer que nuestras expresiones reflejan nuestro estado de ánimo, es decir que, si me siento feliz, sonrío, y si estoy triste, mi rostro se mostrará compungido. La creencia general es que la emoción va de adentro hacia afuera. Sin embargo, ¿qué sucedería si lo contrario también fuera cierto? ¿Puede ser que alguien, por sonreír, aunque sea forzadamente, comience a sentirse más feliz? Si adopto la postura que adoptan los deportistas al triunfar en una competición... ¿Experimentaré la emoción de la victoria?

Si el lenguaje corporal influye en nuestras emociones, ello podría ser utilizado durante el juego de la seducción o en cualquier proceso de persuasión, como en este ingenioso experimento que narra Gladwell en su libro:

Se reunió a un grupo numeroso de estudiantes para llevar a cabo lo que les dijeron que era un estudio de mercado de una empresa fabricante de auriculares de alta tecnología. A cada uno se le entregó un equipo y se le dijo

que la empresa quería comprobar si funcionaba bien mientras el usuario estaba moviéndose [...]. Todos los estudiantes tenían que escuchar canciones de Linda Ronstadt y de los Eagles, y después un comentario radiofónico que defendía que había que subir los gastos de la matrícula de la universidad (que era de 587 dólares) a 750 dólares. A un tercio de los estudiantes se les dijo que tenían que mover la cabeza de arriba abajo sin parar mientras escucharan la grabación. A otro tercio, que menearan la cabeza de un lado al otro. Y el tercio restante fue el grupo de control: no debían moverla en absoluto. Al terminar, se entregó a cada estudiante un cuestionario sobre la calidad de las canciones y sobre el efecto de los movimientos de cabeza en la audición. Al final del cuestionario estaba la pregunta que más interesaba a los que hacían el estudio: ¿Cuál crees que debería ser el precio anual de las matrículas para estudiantes no graduados? [...]

Los estudiantes que no habían movido la cabeza no acusaron el impacto del comentario radiofónico. En general, consideraron que el precio tenía que ser de 582 dólares, es decir, más o menos el precio del momento. Los que habían tenido que mover la cabeza de un lado a otro se mostraron claramente en contra de la propuesta de subida, por mucho que creyeran que estaban realizando una prueba sobre la calidad de los auriculares. Contestaron que el precio debería bajar, como media, a 467 dólares. Por su parte, los que habían asentido sin parar encontraron el comentario de lo más convincente. Como media, dijeron que la matrícula debería subir a 646 dólares.

Una sutileza tan simple como mover la cabeza de arriba abajo colocó en un estado receptivo a los estudiantes del experimento frente a una propuesta. Por el contrario, moverla de un lado al otro los puso en un estado emocional de negación. Según las conclusiones del estudio, ir a ver un partido de tenis no sería el mejor escenario para dejar a alguien en estado receptivo: demasiado movimiento de cabeza de un lado hacia el otro.

Son muchísimos los experimentos que han corroborado la incidencia del lenguaje no verbal en las emociones. Sonreír, aunque sea forzadamente, durante diez segundos reduce los niveles de estrés y deja una huella emocional positiva en el estado de ánimo. Cuando sonreímos, neurotransmisores llamados endorfinas se liberan activados por los movimientos de los músculos de la cara. Las endorfinas son responsables de hacernos sentir felices y reducir los niveles de estrés. Se ha observado también que las personas que antes de entrar a una entrevista laboral adoptan durante treinta segundos la postura típica de un atleta triunfante son luego percibidas en la evaluación como más seguras de sí mismas. Si

usted siente nervios antes de hablar en público o entrar a una entrevista, haga la siguiente prueba: busque un espacio donde pueda estar a solas y adopte durante al menos treinta segundos un lenguaje corporal que la cargue de energía y motivación: básicamente sonría, exponga su pecho hacia adelante y estire los brazos al cielo. En tan solo treinta segundos logrará incrementar sus niveles de confianza.

Gladwell señala que en el efecto contagio del lenguaje no verbal, junto a la incidencia de este sobre nuestras emociones, puede esconderse una de las claves de la empatía y la capacidad de ciertas personas de agradar (o no) a los demás. Es que, si hay personas que son capaces de expresar muy bien sus emociones y sentimientos, producirán un efecto contagio en las emociones de los demás. Alguien que suele sentirse alegre y feliz contagiará esas emociones, y esto también se ha comprobado científicamente: si encerramos en una habitación a una persona expresiva que declara sentirse feliz, junto a otra que declara sentirse más bien triste, al cabo de dos minutos, aun cuando se les prohíba hablar, el buen humor se habrá contagiado<sup>27</sup>.

Una de las expresiones más escuchadas en las charlas de café sobre seducción suele ser que “lo que importa es tenerse confianza” o “primero deberías gustarte vos mismo para gustarle a otra persona”. El efecto contagio del lenguaje corporal y las emociones podría darle algo de veracidad a esta idea intuitiva. Es que, si alguien cree no estar a la altura de una circunstancia, seguramente contagiará esa emoción. Y lo contrario también sería cierto: si estoy a gusto con una interacción y me siento cómoda en ella, probablemente contagie esa emoción. El multifacético argentino Juan Ordeix, administrador de empresas especializado en negociación en la Universidad de Harvard y campeón mundial de ilusionismo en 2006, relata en *Comunicación de alta influencia*<sup>28</sup> una de las estrategias persuasivas que utiliza antes de cada presentación en público:

Minutos antes de comenzar un show repito en mi mente estas poderosas palabras: “Amo a mi público, amo a mi público”. Y, automáticamente, cuando salgo al escenario transmito buena onda sin estar pensando en hacerlo. De la

misma manera que sabemos que hay posturas corporales que cuando las adoptamos nos hacen sentir de manera positiva o negativa, el hecho de repetir esa frase internamente provoca que uno también transmita esas sensaciones y las manifieste. Esos pensamientos me predisponen de una manera distinta frente a la audiencia, contagio buena energía, alegría, y lo más importante de todo es que los espectadores me devuelven lo mismo. Es una herramienta muy útil para generar la empatía público-showman que mi profesión requiere.

Pasarla bien, sentirse a gusto consigo mismo, es indispensable a la hora de seducir. Si estamos aburridos, seguramente la otra persona lo estará también. Y si aún no lo está, pronto se lo contagiaremos. Ya que somos contagiosos, contagiemos emociones positivas.

### **¿Existe la intuición femenina?**

Al hablar de emociones y lenguaje no verbal es importante saber que se ha observado una diferencia significativa entre mujeres y hombres: ellas obtienen mejores puntuaciones en los test de interpretación de las emociones, de reconocimiento de caras y del significado de las expresiones<sup>29</sup>. Suele relacionarse esta diferencia con la ventaja evolutiva que representa para la mujer la capacidad de leer el lenguaje no verbal de sus bebés. Sea cual sea la razón, lo cierto es que la famosa “intuición femenina” parece tener sustento científico: ellas son mejores leyendo la gramática no verbal.

El primer elemento a considerar en la gramática del lenguaje corporal es si este es abierto o cerrado. Todos los cruces, sean de brazos o de piernas, suelen transmitir un lenguaje corporal emocional y físicamente restringido<sup>30</sup>. Difícilmente, por ejemplo, sea un buen momento para un primer beso si él o ella están de brazos cruzados. Cruzar los brazos o piernas parece ser algo instintivo y representa un símbolo de defensa: cuando nos cruzamos de brazos, inconscientemente intentamos proteger nuestros órganos vitales (corazón, pulmones, etc.); cuando cruzamos las piernas, procuramos resguardar nuestros órganos de reproducción. Por supuesto que, a veces, podemos cruzar los brazos o piernas por comodidad, cansancio, frío o cualquier razón que no signifique que estamos a la defensiva. Sin embargo, así como una sonrisa, aun si



es forzada, deja una huella emocional positiva, un cruce de brazos, aunque sea por frío o comodidad, puede generar y/o contagiar una emoción negativa<sup>31</sup>.

La altura, aunque no es parte del lenguaje no verbal, está relacionada ya que, acorde a cómo nos paremos, podremos estar ganando o perdiendo algunos centímetros. Ser alto parece ser mejor que ser bajo en todas las estadísticas sobre gusto y atractivo. Especialmente hace más atractivos a los hombres. Y la altura parece incidir también en el mundo laboral: según un estudio publicado en el *Wall Street Journal*, los graduados de facultades con 187 centímetros o más reciben salarios iniciales 12,4% mayores que aquellos que miden menos de 182 centímetros. En otro estudio, realizado por el parlamentario austríaco Andrew Leigh, publicado en la revista *The Economic Record*, se ha estimado que en Australia medir cinco centímetros por encima de la media (1,78 metros) implica cobrar 950 dólares más al año, sobre todo en hombres. Un dato más a favor de los centímetros: en las elecciones de Estados Unidos no es presidente un candidato más bajo que la media nacional desde 1830. Aunque probablemente sea imposible de comprobar, es muy fácil asociar la altura con la autoridad. De pequeños, nuestros padres y todos los adultos eran más altos que nosotros, y pueden haber quedado en nuestro inconsciente resabios de esos años tan importantes para nuestra formación emocional.

No conviene desaprovechar ni un centímetro de tu altura. Las mujeres saben muy bien que pueden ganar disimuladamente altura con zapatos de taco y existen incluso tacos sutiles para hombres y hasta plataformas. Sin necesidad de acudir a complementos, una buena postura corporal nos dará siempre nuestra mayor altura posible: pararse con el peso repartido en ambas piernas y mantenerlas separadas a la distancia del ancho de hombros. Lo mismo al caminar.

Por último, una indicación de carácter general: tomar la iniciativa en el contacto físico socialmente aceptado lleva las de ganar. En el estudio "Getting that female glance: Patterns and consequences of male nonverbal behavior in courtship contexts", Lee Ann Renninger,

T. Joel Wade y Karl Grammer hallaron, luego de muchísimas horas de observación en bares, que los hombres que mayor éxito tienen son aquellos que llevan la iniciativa en el contacto físico. Ellos parecen pertenecer a un estatus social más elevado que aquellos que permanecen pasivos o evitan cualquier tipo de roce.

## **La danza de la seducción**

Timothy Perper fue un biólogo norteamericano que se pasó, en la década de 1980, novecientas horas en bares y discotecas observando el accionar de los hombres y mujeres para poder estudiar minuciosamente sus interacciones. Notó que existían patrones de comportamiento bastante específicos que ambos sexos seguían cada vez que se besaban o se iban juntos del lugar. Podríamos decir que Perper desglosó las reglas del lenguaje corporal en el juego de la seducción. Según observó Perper, si alguno de los dos interrumpía la secuencia que él había descubierto, aunque sea accidentalmente, muy probablemente la interacción se acabaría.

Perper estructuró el proceso de seducción en cinco pasos:

1. Señal no verbal: El primer indicio de que la interacción puede conducir a una situación de seducción es la mirada y la sonrisa femenina hacia el hombre. Si ella lo mira, sonríe y luego corre la mirada hacia abajo, se interpreta como una demostración de interés.
2. Conversación no frontal: Ambos comienzan a conversar y, generalmente, la iniciativa la toma el hombre. Para que la interacción prospere, es importante que sus cuerpos aún no se enfrenten, que el pecho de ambos esté en el mismo sentido. Si el hombre gira el cuerpo hacia la mujer antes que ella hacia él, la interacción comúnmente decae. En un principio, ambos cuerpos apuntan en la misma dirección, solo giran la cabeza para hablarse, como si estuvieran sentados en una misma fila de asientos.

3. Giro: Si al cabo de pocos segundos la interacción continúa, los cuerpos de ambos comenzarán a girar (primero el de la mujer) hasta quedar completamente enfrentados. Este giro es gradual y está subdividido a su vez en giro de cabeza, giro hombros, giro de torso y finalmente giro de pies y rodillas, para una postura completamente frontal de ambos.
4. Toque: Estando ambos conversando enfrentados, comienza la etapa del contacto físico. Generalmente, el primer toque socialmente aceptado es con la mano sobre el brazo o antebrazo. Puede seguir sutiles toques en la cintura, manos o toques casuales en rostro, pelo o manos, especialmente si alguno de ellos lleva accesorios como anillos, collares o pulseras que actúen de justificativo.
5. Sincronización: Cuando todo fluye en armonía, la pareja pasa a realizar movimientos sincronizadamente. Puede que adopten la misma posición, puede que tomen el vaso de la mesa al mismo tiempo o quizá simplemente se muevan juntos al ritmo de la música.

Los cinco pasos descritos por Perper no significan que todas las parejas que los cumplan inicien luego una relación romántica, pero sí que las que lo hacen suelen cumplirla. Según pudo observar, las mujeres envían señales no verbales a los hombres que les resultan atractivos, aunque no necesariamente ellos las perciban. También descubrió que los hombres son mejor recibidos por las mujeres cuando su lenguaje corporal inicial no es frontal. Sea que la mujer está sentada o de pie, en los acercamientos exitosos ellos se ubican a su lado, con el pecho apuntando en la misma dirección que ellas en un primer momento. Si a la mujer la interacción le resulta interesante, girará la cabeza, luego los hombros y el torso hacia él, la cintura y, finalmente, las rodillas, para adoptar un lenguaje corporal completamente enfrentado y receptivo. Para que eso suceda, a su vez, el hombre debe ir abriendo también su lenguaje

corporal, en lo posible siempre apenas después que ella. Cuando ella gira los hombros hacia él, él gira los hombros hacia ella. Si ella apunta los pies hacia él, él los apunta hacia ella, y así.

¿Qué sucede una vez que están ya los dos con un lenguaje corporal frontal? Las distancias entre ambos empiezan a achicarse y comienza la etapa final del juego: la sincronía. El beso, si sucede, no será más que una sincronía de acercamiento hasta el contacto de labio con labio.

### □ ***En pocas palabras***

Gran parte de la comunicación entre seres humanos es no verbal. En todo el planeta tendemos a expresar nuestras emociones con la misma gestualidad, por lo que se trata de un lenguaje humano universal.

El lenguaje corporal y la gestualidad influyen en nuestro estado anímico. Sonreír, aunque sea forzadamente, nos hace sentirnos más felices. A su vez las expresiones son contagiosas: tendemos a sonreír si vemos a alguien sonriendo, o a hacer muecas de dolor si vemos a alguien sufriendo. En conclusión, el lenguaje corporal que adoptamos influye tanto en nuestro estado de ánimo como en el de quienes nos rodean.

Según los estudios el mejor acercamiento inicial en una interacción es siempre no invasivo, con un lenguaje corporal no frontal y que se hace receptivo gradualmente. Son cinco las etapas que se suceden entre dos personas al momento de seducirse: la señal no verbal, la conversación no frontal, el giro gradual, los toques y, por último, la sincronización de movimientos que culmina con el beso.

<sup>22</sup> Paul Ekman, *El rostro de las emociones*, Barcelona, RBA Libros, 2017.

<sup>23</sup> Ekman, ob. cit.

<sup>24</sup> "Dominance Threat Display for Victory and Achievement in Competition Context". Hysung C. Hwang, David Matsumoto, *Motivation and Emotion*, 2014.

<sup>25</sup> Cuando Martín Rieznik fue elegido como orador TEDx ("*Seducir para ser feliz*", TEDx las Aguas, Universidad de los Andes, Bogotá, 2017), debió atravesar el proceso que se impone como obligatorio a todos los conferencistas TED una vez seleccionada la temática y aprobado su discurso: asistir a sesiones de capacitación sobre comunicación no verbal.

<sup>26</sup> Un consejo básico que se repite en los foros de seducción en Internet es "tomar la mano" de su cita con cualquier excusa antes de intentar ir por el beso. ¿Deja la mano? ¿La quita? Si la quita, probablemente no sea un buen momento para el beso. El canadiense Erik von Markovik popularizó en su libro *El secreto* la frase: "No esperes que una mujer esté cómoda besándote si ni siquiera está cómoda dándote la mano".

<sup>27</sup> Howard Friedman, "A study of the relationship between individual differences in nonverbal expressiveness and factors of personality and social interaction", *Journal of Research in Personality*, vol. 14, 1980.

<sup>28</sup> Juan Ordeix, *Comunicación de alta influencia*, Buenos Aires, Ediciones B, 2017.

<sup>29</sup> Daniel Lopez Rosetti, *Ellas. Cerebro, corazón y psicología de la mujer*, Buenos Aires, Planeta, 2016.

<sup>30</sup> Joe Navarro y Marvin Karlins, *What Every Body Is Saying: An Ex-FBI Agent's Guide to Speed-Reading People*, William Morrow Paperbacks, 2003.

<sup>31</sup> Es probable que, en una interacción, si uno de los miembros cruza los brazos y la situación se prolonga en el tiempo, aunque el cruce sea por razones ajenas a la interacción esta puede comenzar a decaer. Entre los consejos básicos de los foros de seducción suele sugerirse que, si el acompañante está con los brazos cruzados, se busque destrabar ese lenguaje corporal pidiéndole que sostenga algo, por ejemplo. Por supuesto, podría ofrecerse un abrigo si la causa del cruce de brazos es el frío. Punto aparte merece la forma en que generalmente se sostiene la bebida en los pubs o lugares de encuentro. Es común observar a hombres y mujeres sostener su bebida a la altura del pecho o cerca de la boca. El efecto es similar al de cruce de brazos: se está interponiendo algo entre la persona y el resto del mundo. A veces puede suceder que las mujeres lo hagan para evitar acercamientos no deseados. Para un lenguaje corporal más abierto, se sugiere sostener la bebida junto a la cadera, y llevarla a la altura de la boca solo en el momento de beber, regresándola luego de inmediato al lugar apropiado.

## COMPORTAMIENTOS GENERADORES DE ATRACCIÓN

*–Padre, ¿Puedo fumar mientras rezo?*

*–No hijo, de ninguna manera...*

*–Padre, entonces... ¿podré rezar mientras fumo?*

*–Eso sí hijo, eso sí.*

Este diálogo imaginario es un ejemplo clásico que se utiliza para ilustrar algunos aspectos de la persuasión: un mismo conjunto de acciones, presentadas de dos formas distintas, genera un impacto diferente. La presentación sí importa. El orden de los factores altera el producto, el impacto emocional es diferente. Son muchos los factores que inciden en el valor que asignamos a una misma acción, a una cosa e incluso a las personas.

En este capítulo analizaremos diferentes elementos relativos a la persuasión. ¿Por qué hablar de persuasión en un libro sobre seducción? Porque “persuadir” es, de hecho, sinónimo de “seducir”. Sin embargo, nos parece importante dejar en claro que, en la forma en que nosotros lo entendemos, persuadir es muy diferente a manipular. Asumimos que uno de los sentidos de la manipulación es impedir a las otras personas que desarrollen su libertad o que actúen acorde a sus opiniones o naturaleza usando mentiras o artimañas para intentar anular sus capacidades críticas. En cambio, entendemos la persuasión como un proceso por el cual, sin recurrir al engaño y reconociendo la capacidad crítica del otro, le ofrecemos información, manifestamos sentimientos, exponemos, argumentamos o actuamos de determinadas formas, con el objetivo de resultar más atractivos o atractivas a sus ojos. En este sentido, nos gusta pensar a la seducción como el arte de la persuasión. Veamos entonces qué estudios sobre persuasión pueden ser útiles en el campo de la seducción.

### **Escasez, disponibilidad y deseo**

En un experimento realizado por el psicólogo Stephen Worchel, de la Universidad de Hawái, le dieron a un grupo de voluntarios un tarro con diez galletas. A otro grupo les dieron uno con apenas dos. Las galletas de ambos tarros eran las mismas. A su vez, a los segundos los dividieron en dos grupos: a los del primer subgrupo les dijeron que la poca cantidad se debía a que otros participantes habían comido más galletas que las asignadas, por lo que tenían un problema de stock. A otros les dijeron que solo había dos galletas porque había habido un accidente y no pudieron traer más.

A todos los participantes les pidieron que probaran las galletas y luego dijeran cuán dispuestos estarían a comprarlas cuando saliesen al mercado. Cuando los participantes tenían solo dos galletas, estaban más dispuestos a comprarlas en el futuro que cuando les dieron el tarro con diez. Y cuando les decían que la escasez de galletas se debía a que otros participantes habían comido más que las asignadas, más dispuestos estaban aún a comprarlas. La conclusión del autor del estudio fue que esto indicaría que apreciamos lo que escasea o es difícil de conseguir, sobre todo si otros lo desean.

En el campo de la seducción, esto es coincidente con los trabajos que demuestran que haber sido preseleccionado por otra persona vuelve a un individuo más atractivo a los ojos de los demás, sobre todo a los hombres.

¿Cómo podemos aplicar estos conceptos sobre disponibilidad y escasez en una interacción social? Robin Dreeke, ex jefe del programa de Análisis de Conducta del departamento policial norteamericano, develó a la revista *Time* algunas de las estrategias utilizadas por los agentes secretos para ganarse la confianza de desconocidos. Según Dreeke, una de las claves para un acercamiento exitoso es hacerle saber a la persona en cuestión que disponemos de escaso tiempo y, por ello, en breve nos iremos. Al hacerle sentir que tenemos poco tiempo para conversar nos mostramos como alguien poco disponible y lograremos que nos escuche con mucha más atención. ¿Y si aplicamos esto a la seducción?

Erik von Markovik detalla en *Mystery Method* una técnica pensada para despertar estas emociones en los primeros segundos de interacción y denominó a esa técnica Falsa Limitación Temporal (FLT). La técnica puede resumirse a una sola frase como por ejemplo: “Hey, tengo solo un minuto porque mis amigos se están yendo, pero antes quería decirte que.”. La FLT tiene el objetivo de comunicar: “Estoy de paso, me tengo que ir.”., predisponiendo así mejor a la otra persona o al grupo de personas a escuchar a un desconocido. La técnica que sugieren Markovik y Dreeke para producir interés en el inicio de una interacción apunta a despertar la emoción del miedo a la pérdida y el instinto de caza: estoy aquí de paso; de hecho, ya me estoy yendo. Atrápame si puedes.

### **¿Me quiere o no me quiere?**

La incertidumbre sobre la reciprocidad del deseo hace sufrir a millones de personas alrededor del planeta. El doctor Erin Whitchurch, del Departamento de Psicología de la Universidad de Virginia, se propuso estudiar el efecto de la incertidumbre en el deseo. Para ello, reclutó a estudiantes universitarias y las dividió en tres grupos. A todas ellas les mostró perfiles de hombres en Facebook: a las del primer grupo se les dijo que estaban viendo los perfiles de hombres que habían declarado sentirse muy atraídos por los perfiles de ellas. A las del segundo grupo, se les dijo que los hombres que veían no se habían sentido atraídos por ellas. Finalmente, a las del tercer grupo intencionalmente se les dio información confusa: se les dijo que verían los perfiles de varios hombres y que algunos de ellos se habían sentido muy atraídos por ellas y otros no tanto, pero sin especificar quién había dicho qué. Luego de ver los perfiles, las mujeres fueron entrevistadas para saber qué les había generado cada hombre.

Los que más atracción generaron no fueron los que supuestamente habían expresado interés ni desinterés, sino el grupo cuyo interés era incierto. Las mujeres del tercer grupo, a quienes no se informó qué tanto atraían a los hombres, fueron las



que calificaron a los hombres con las puntuaciones más altas en la escala de atractivo. La incertidumbre incrementó la atracción.

Sentirse deseadas o rechazadas no generó tanta atracción como la incertidumbre. ¿Por qué? Posiblemente, porque la incertidumbre plantea la posibilidad de ganar o perder y representa un desafío que ellas sienten que podrían vencer. Probablemente la posibilidad de salir victoriosas frente a un desafío es más movilizante y atrayente que las alternativas enfrentadas por los otros grupos: cosechar el fruto maduro caído al pie del árbol o recibir el rechazo de hombres que no se interesaban por ellas. Perder no le gusta a nadie. De hecho, el miedo a perder puede ser mucho más movilizante que el deseo de ganar.

El profesor Robert Cialdini, experto en psicología y marketing, cuenta un diálogo que mantuvo con el CEO de una gran agencia de *brokers* respecto de la motivación que genera el miedo a la pérdida:<sup>32</sup>

Si despiertas a un cliente multimillonario a las cinco de la mañana y le dices: “Si actúas ahora, ganarás 20.000 dólares”, te gritará y colgará el teléfono con violencia. Pero si le dices: “Si no actúas ahora, perderás 20.000 dólares”, te dará las gracias.

Atentos a la conclusión del estudio de Whitchurch, la mejor estrategia para llamar la atención de quien nos interesa no sería demostrar interés o desinterés directo, sino un poco de ambos: generar incertidumbre para representar un desafío en la vida de quien deseamos.

Oficiar de *cupido* es algo que disfrutaban muchas personas, pero a veces el esfuerzo por intentar unir a dos personas tiene el efecto contrario, pues se pierde la magia de la incertidumbre cuando tenemos la certeza de gustarle a alguien. ¿Cómo favorecer una unión entre dos personas sin romper con el atractivo misterio de lo incierto? Seguramente, en vez de buscar conectarlos diciendo: “A mi amigo le gustaste”, obtendremos mejores resultados diciendo “Creo que a mi amigo le gustaste”. Tan solo con utilizar la palabra “creo” en la oración, la situación se transforma en un posible desafío. Si la persona a la que le transmitimos la información quiere tener la

certeza de gustarle, deberá esforzarse, nada está garantizado. Puede perder la oportunidad si no hace algo. Y repetimos: a nadie le gusta perder.

## **La escalera del sí**

El político, científico e inventor estadounidense Benjamín Franklin cuenta en su autobiografía una de las estrategias que utilizó para ganar la simpatía de uno de sus opositores de la Asamblea Legislativa de Pennsylvania: pedirle un favor. Desde entonces, esta singular historia ha dado pie a la denominación de “efecto Ben Franklin”. Él decía haber aprendido esta máxima desde que era un niño: “Es más probable que te haga otro favor alguien que ya te ha hecho uno previo que uno que te lo debe a ti”.

¿Cómo se sucedieron los hechos? Según sus memorias, en la Asamblea Legislativa había un opositor que constantemente hablaba en su contra. Nunca develó su nombre, pero cuenta que se trataba de una persona de alto nivel intelectual. A Franklin se le ocurrió que, para ganar su simpatía, en vez de hacerle algún favor, regalo o servicio podía ser una mejor idea aún pedirle que le hiciera un favor que ninguna otra persona podría hacerle. Se le ocurrió solicitarle prestado un libro particularmente difícil de conseguir y que sabía que su rival tendría en su biblioteca privada. El hombre en cuestión le prestó el ejemplar inmediatamente y Franklin, al cabo de una semana, se lo devolvió adjuntando una nota de agradecimiento. Se dice que desde ese día la relación entre ambos se transformó y, al volver a encontrarse con su antiguo adversario, congeniaron fraternalmente y forjaron un vínculo de amistad que duró hasta el último día de sus vidas.

¿Cuál es la explicación detrás del efecto Franklin? Bien podría encuadrarse dentro de lo que en psicología llaman “disonancia cognitiva”: esa antigua obsesión que todos tenemos de racionalizar nuestras acciones aun cuando estas entran en conflicto con nuestros principios o creencias previas. Nuestras emociones, sentimientos y pensamientos influyen en nuestras acciones, y el camino inverso también es cierto: nuestras acciones influyen en

nuestros pensamientos, emociones o sentimientos. Es que, así como cuando sentimos aprecio por alguien no tendremos ningún problema en hacerle un favor e incluso puede agradarnos, si hacemos un favor a alguien tenderemos a pensar y racionalizar que seguramente nos agrade. De lo contrario, se produciría una contradicción entre pensamiento y acción. Así funciona la llamada “disonancia cognitiva” en la psicología.

Cuando realizamos una acción por otra persona, estamos luego más predispuestos a realizar otra acción junto a esa persona pues sentimos que existe cierta conexión. En 2016 Robert Cialdini publicó *Pre-suasión. Un método revolucionario para influir y persuadir*. Con un juego de palabras, desde el título de su libro podemos ya comprender la premisa que propone: lo que elijas decir o hacer en la previa de una solicitud afecta de manera significativa las posibilidades de que el receptor acceda.

¿Se puede corroborar esta teoría mediante algún experimento? Seguro que podemos intentarlo, y eso hicieron Jonathan Freedman y Scott Fraser en su experimento “Compliance without pressure: the foot in the door technique”, publicado en el *Journal of Personality and Social Psychology*. La idea básica del estudio era determinar si es cierto que, cuando alguien accede a realizar una tarea simple, habrá mayores probabilidades de que acceda después a una petición más complicada o costosa en términos de esfuerzo.

El experimento fue así: Freedman y Fraser pidieron a dueños de diferentes casas que colocaran un gran cartel que dijera “Conduzca con precaución”. A la mitad de los dueños se les había pedido una semana antes que firmaran un petitorio contra el exceso de velocidad en la calle donde vivían y a la otra mitad no. En el grupo en que la gente había sido abordada primero solicitándoles que firmaran la petición, un impresionante 76% había accedido a colocar el gran cartel en el frente de su casa. En cambio, cuando colocar el gran cartel era el primer pedido que se les solicitaba, solo el 17% accedió a hacerlo. La diferencia era enorme y el experimento se convirtió en un clásico de la persuasión y de la técnica, que se popularizó con el nombre de “la escalera del sí”: cuando aceptamos

una petición, se incrementan las posibilidades de que accedamos a una segunda petición de la misma persona o a otra de carácter similar. A un “sí” tiende a seguirle otro “sí”.

Avanzar demasiado rápido en la seducción sería el equivalente a pedir que colocaran el cartel de “Conduzca con precaución” sin haberle solicitado antes que firmara la petición. La eficacia se reduce drásticamente.

Así como cuando alguien nos interesa estamos dispuestos a esforzarnos por esa persona, lo contrario también aplica: si nos esforzamos por alguien probablemente comenzaremos a sentir que nos interesa.

### **Dar para recibir**

Erich Fromm comienza su libro *El arte de amar* señalando que, para la mayoría de las personas, el problema del amor consiste fundamentalmente en cómo lograr ser amado, pero son pocos los que se preocupan en desarrollar su propia capacidad de amar. Esto es un problema, porque como bien señala el amor sólo puede intercambiarse por amor, no tiene otra moneda de cambio. Por algo Lord Byron dijo alguna vez: “El amor es lo único que hay que ganarse en la vida, todo lo demás se puede conseguir robando”.

Por más técnicas de persuasión que se utilicen, la ley que tiende a imponerse siempre es la de la reciprocidad: tendemos a corresponder a las personas cuando estas nos aportan algo a nosotros. Para recibir hay que dar, es ley de vida. Como escribió el músico uruguayo Jorge Drexler:

Cada uno da lo que recibe  
luego recibe lo que da.  
Nada es más simple  
no hay otra norma.  
Nada se pierde  
todo se transforma.

En un estudio realizado en una tienda de golosinas los clientes mostraron una tendencia 42% mayor a comprar si antes habían recibido un bombón de chocolate como regalo. Es común que las fábricas de chocolate o las bodegas regalen sus productos a los visitantes. ¿Por qué? Porque estadísticamente les resulta rentable, venden más. Por supuesto, en algunos casos, existe cierto riesgo en dar sin tener asegurada una retribución, pero también es cierto que ninguna de las técnicas persuasivas garantiza eficiencia en el ciento por cien de los casos.

¿Cómo aplicar la reciprocidad en el terreno de la seducción? A quienes escribimos este libro nos gusta pensar que la bondad, la empatía, la solidaridad, el altruismo, la capacidad de aportar emociones positivas a los demás son el éter siempre presente en las interacciones de un seductor o seductora. Nos gusta pensar que quien da lo mejor de sí mismo de manera auténtica es alguien a quien, inevitablemente, le van a suceder cosas buenas. Ser una buena persona suma. Esperamos que todo el conocimiento transmitido por este libro sea un aporte a la construcción de relaciones alimentadas, principalmente, por la capacidad de dar y el amor al prójimo.

### ☐ ***En pocas palabras***

Apreciamos especialmente lo que escasea, lo difícil de conseguir, sobre todo si hay otros que lo desean también.

Estudios han observado que la incertidumbre sobre la reciprocidad del deseo genera mayor atracción que las certezas. La mejor estrategia sería entonces demostrar interés intermitentemente con desinterés, un poco de ambos. Se busca así presentarse como un desafío para la persona que deseamos, despertar el miedo a la pérdida y las ganas de sentir el buen sabor de haber superado un desafío.

Según la estrategia de “la escalera del sí”, cuando accedemos a una petición se incrementan las posibilidades de que accedamos

luego a sucesivas peticiones de la misma persona. A un “sí” tiende a seguirle otro “sí”.

La ley de la reciprocidad establece que tendemos a corresponder a las personas cuando estas nos aportan algo. Probablemente, aunque conlleve cierto riesgo, en la vida la mejor estrategia para recibir sea simplemente dar.

<sup>32</sup> Robert Cialdini, *Pre-suasión. Un método revolucionario para influir y persuadir*, Barcelona, Conecta, 2018.

## 6

# NUNCA ESTAMOS SOLOS LA INFLUENCIA DE TERCEROS EN EL PROCESO DE SEDUCCIÓN

*La mejor victoria es vencer sin combatir*

SUN TZU

La mayor parte del conocimiento e investigación sobre seducción se centra en el estudio de las interacciones entre dos personas. Generalmente, lo que se analiza es qué características y actitudes nos hacen más atractivos o atractivos frente a una posible pareja. El juego de la seducción, sin embargo, involucra, la mayor parte de las veces, mucho más que a dos personas interactuando entre sí. El contexto, el modo de comportarnos frente a los demás y cómo los demás se comportan ante nosotros inciden en la imagen que proyectamos y repercute sin dudas en los resultados. En este capítulo delinearemos algunas estrategias sociales, de dinámicas de grupo y de seducción, cuando interactúan dos o más individuos con intereses contrapuestos. ¿Qué sucede cuando varias personas compiten por un mismo objetivo? ¿Hay formas de evitar la competencia despiadada? ¿Existen estrategias para satisfacer a la vez todos los intereses individuales? Para buscar respuestas a estos interrogantes utilizaremos conceptos extraídos de la teoría de juegos, un área de la matemática aplicada que estudia los resultados de las diferentes acciones posibles en estructuras de competencia, los llamados “juegos”. Pero primero veamos de qué formas pueden influir los terceros en el proceso de seducción entre dos personas.

### **Todos tienen que ver con todas**

Nuestras interacciones sociales influyen en la percepción que los demás se forman de nosotros, especialmente cuando recién nos conocemos. Una persona puede tratarnos de forma encantadora en un primer encuentro, pero si en esa misma oportunidad maltrata a la

mesera o a un niño que le pide dinero probablemente no queramos tener una segunda cita.

Muchos estudios demuestran que el comportamiento frente a terceros incide en la percepción del atractivo. Al respecto, en capítulos anteriores, vimos por ejemplo los estudios de la psicóloga Mary Margaret La Cerra, quien detectó que las mujeres califican a los hombres como más atractivos cuando interactúan positivamente con niños. Diversos estudios encontraron también que las fotos de hombres haciendo contacto físico con mujeres consiguen consistentemente mejor puntaje que las fotos de esos mismos hombres solos o junto a otros hombres, efecto conocido como “preselección”.

Hilando más fino, la realidad es que ni siquiera es necesario ver interactuar a la otra persona con terceros para formarnos un juicio sobre ella: basta con escucharla hablar sobre sus amistades para comenzar a valorarla positiva o negativamente, según corresponda. Los psicólogos J.J. Skowronski, D.E. Carlston, L. Mae y M.T. Crawford, de la Universidad de Illinois del Norte, investigaron este fenómeno al que denominaron *Spontaneous trait transference*, transferencia de rasgos espontánea. Ya hizo Andrés Rieznik referencia en el prólogo de este libro al estudio publicado en el *Journal of personality and social psychology* donde los científicos hicieron que un grupo de participantes viera un video de un actor o actriz hablando de un amigo supuestamente cercano. Las declaraciones fueron diseñadas para resaltar rasgos positivos o negativos, según el caso. Algunas declaraciones negativas fueron, por ejemplo: “Mi amiga odia a los animales. Hoy camino al trabajo, un cachorro se le cruzó en medio y ella lo pateó fuera de su camino”. A pesar de que las participantes sabían que se estaba hablando de otra persona, atribuyeron sistemáticamente los rasgos negativos y positivos a quien narraba. “Somos el promedio de las personas que nos rodean”, dice la sabiduría popular. Más allá de la certeza improbable del refrán, no caben dudas de que nuestros círculos sociales son un buen indicador de quienes somos. Hablar



mal de un amigo es muy parecido a hablar mal de uno mismo. Al fin y al cabo, a los amigos se los elige.

Hablar bien de nuestros amigos y amigas, rodearnos de personas a las que admiramos y respetamos nos vuelve más atractivos gracias a la transferencia de rasgos espontánea. Así, son tres los factores de las dinámicas de grupo que vamos a considerar:

- cómo nos comportamos frente a los demás
- cómo se comportan ellos frente a nosotros
- cómo se comporta nuestro círculo social cercano en general

Alguien seductor generalmente no lo es solo con la persona que le interesa, sino que seduce al mundo entero, y construye círculos sociales que comparten los valores que cultiva y que desea encontrar en los demás.

### **¿Proponer o disponer?**

Según reza el dicho “el hombre propone y la mujer dispone”. Quiere decir que los hombres harían el esfuerzo de dar el primer paso y de exponerse a un posible rechazo mientras que las mujeres tendrían la última palabra, el poder de elección, la capacidad de “salirse con la suya” haciendo un esfuerzo menor. Ellas saldrían ganando en esta dinámica de seducción. Pero ¿es esto realmente así?

Algunos datos se alinean con el dicho popular, al menos en lo que se refiere a que los hombres suelen iniciar la conversación verbal y exponerse al rechazo en mayor medida que las mujeres. También es cierto que ellas suelen ser más selectivas, por lo que en última instancia el resultado del cortejo dependerá mucho más del filtro femenino que del masculino, si es que el hombre lo tiene. Lo más cuestionable que se desprende de la frase es que sean las mujeres las que obtienen una ventaja en esta dinámica. Por ventaja nos referimos a que ellas terminen estando con un candidato que

satisfaga mejor sus expectativas que ellos. Vamos a analizar las variables posibles.

Veamos un abordaje de la cuestión desde las respuestas que la teoría de juegos ha dado al misterio conocido como “el problema de las parejas estables”. El enigma parte del siguiente escenario: supongamos que estamos en un salón de baile y tenemos que bailar con la misma persona toda la noche. En el salón tenemos dos conjuntos formados por  $N$  hombres y  $N$  mujeres y cada uno de los participantes tiene una lista de preferencias sobre los individuos del otro grupo con el que le gustaría bailar: cada mujer sabe quién es el primer hombre del conjunto con el que bailarían toda la noche, cuál es el segundo si el primero no está disponible, cuál es el tercero si los dos primeros no están disponibles y así hasta el último. Y todos los hombres lo mismo respecto a las mujeres, cada individuo tiene sus preferencias de emparejamiento. Supongamos ahora que los hombres proponen y las mujeres disponen, es decir que ellos toman la iniciativa de invitar a bailar a las mujeres, entonces lo que sucedería es lo siguiente:

- Cada hombre invita a bailar a su primera opción de la lista.
- Cada mujer evalúa las propuestas que recibe, escoge la mejor opción disponible y desecha las demás.
- Cuando un hombre es rechazado invita a bailar a su siguiente opción en la lista, aunque en ese momento esté con otro.
- Se repite el proceso hasta que todos y todas tengan una única pareja.

En este escenario, ¿Qué grupo tendrá ventajas? ¿Qué grupo obtendrá las mejores parejas posibles según su gusto? Este problema fue resuelto en 1962 por los matemáticos Lloyd Shapley y David Gale quienes demostraron matemáticamente que en el escenario hipotético en que los hombres proponen y las mujeres disponen, contrariamente a lo que podría pensarse, favorece a los hombres, porque siempre obtendrán un “sí” de la mujer a la que más alto podían aspirar de su lista de preferencias. Es decir, si ellos son

los que abordan según su lista de preferencias no podrían obtener algo superior a lo que obtienen ya que se emparejan con la mejor opción que podrían lograr teniendo en cuenta las preferencias de ellas y ellos.

En esta fría dinámica, según el algoritmo de Gale y Shapley, las mujeres están en desventaja pues acabarán emparejándose con el mejor candidato ¡de aquellos que se les acercaron! Al tener una actitud inicial pasiva, solo pueden elegir entre estos. En cambio, si ellas hubieran tomado la iniciativa, podrían haber obtenido mejores resultados para sus preferencias. El secreto consiste en que aquel que esté dispuesto a enfrentarse al rechazo (hasta conseguir su mejor opción posible) es quien lleva las de ganar. La persona que se queda sentada esperando que la aborden acabará con la menos mala de las opciones que la buscaron. El grupo que se arriesga es el que termina con la mejor opción dentro de las posibles. Exponerse al rechazo tiene sus ventajas.

Quizá sea cierto que (en general) el hombre propone y la mujer dispone. Lo que no parece verdad es que eso otorgue ventajas a la mujer, más bien al revés. Quien quiera obtener su mejor opción posible deberá esforzarse y, sobre todo, saber atravesar el rechazo. Quien no arriesga no gana<sup>33</sup>. ¿Te rechazaron? Es porque estás tomando la iniciativa en la búsqueda. ¡Deberías felicitarte!

## **Juego de grupos**

La teoría de juegos se ha convertido en una herramienta sumamente útil para el estudio de la conducta humana en la toma de decisiones. En palabras del matemático argentino Adrián Paenza:

La teoría de juegos estudia cómo la gente toma decisiones cuando estas decisiones afectan a los demás y no solo a ellos. Trata de establecer estrategias, y termina siendo una buena mezcla entre matemática y una larga dosis de psicología [...]. En algún sentido, uno puede pensar la teoría de juegos como el lenguaje matemático que describe cómo interactúa la gente<sup>34</sup>.

Los conflictos entre competidores que interactúan, que se influyen mutuamente y que incluso pueden traicionarse recíprocamente

constituyen el campo de estudio de esta teoría. Su aplicación a situaciones de seducción se le atribuye al matemático estadounidense John Nash, quien obtuvo el Premio Nobel de Economía en 1994 por sus aportes a la materia y los procesos de negociación. Nash desarrolló el concepto que se conoce con el nombre de “*Equilibrio de Nash*”: se trata de alcanzar un estado de equilibrio en un juego donde cada jugador ha adoptado su mejor estrategia, conoce las estrategias de los otros y no gana nada modificándola mientras los otros mantengan las suyas. En el equilibrio los individuos o jugadores no tienen ningún incentivo para cambiar su estrategia teniendo en cuenta las decisiones de sus oponentes.

La película *Una mente brillante*, dirigida por Ron Howard y protagonizada por Russell Crowe, está basada en la vida de este matemático estadounidense y ganó cuatro premios Oscar, incluyendo el de mejor película. Una de las escenas que más ha trascendido es aquella en la que Nash y tres amigos ven entrar en un bar a un grupo de cuatro mujeres: tres morochas y una rubia. El ingreso de la rubia se muestra en cámara lenta y los cuatro amigos no pueden quitar sus ojos de ella. Parece que está por desatarse una competencia feroz y desequilibrada:

Amigo 1: Recuerden las lecciones de Adam Smith, el padre de la economía moderna.

Amigo 2: En la competencia, la ambición individual sirve al bien común...

Amigo 1: ¡Exacto!

Amigo 3: ¡Cada uno por su cuenta, señores!

Amigo 1: Y los rechazados por la rubia... ¡Que vayan por las amigas!

Nash no habla, solo mira fijamente a la rubia y piensa. De repente, su rostro se ilumina. Una epifanía parece atravesar su mente.

Nash: Adam Smith necesita una corrección.

Amigo 1: ¿Eh? ¿De qué hablas?

Nash: Si todos nos lanzamos por la rubia, nos bloquearemos uno al otro y no le hará caso a ninguno. Así que trataríamos con las amigas, pero ellas nos ignorarían. A nadie le gusta ser la segunda opción. Pero... ¿qué tal si nadie se acerca a la rubia? No nos estorbamos uno al otro y no insultamos a las demás chicas. Solamente así ganaríamos todos. Solo así nos iríamos todos a la cama acompañados. Adam Smith dice que el mejor resultado es producto de

que cada uno en el grupo haga lo mejor para sí mismo, ¿no? Eso está incompleto. Porque el mejor resultado es producto de que todos en el grupo hagan lo mejor para sí mismos... ¡Y para el grupo!

El abordaje de Nash es, sin dudas, interesante. La matemática británica Hannah Fry hace agudas observaciones acerca de esta escena en su libro *La matemática del amor*: <sup>35</sup>

Permítanme una pausa para señalar los presupuestos implícitos:

- La rubia estará con cualquiera de los hombres, basta con que este la aborde.
- Las mujeres no merecen opinar de ninguna forma sobre la manera en que son repartidas entre los hombres.
- Todos prefieren estar con alguien a quien no encuentran muy interesante a no estar con nadie.

Sin embargo, a pesar de esta adorable demostración del concepto de igualdad entre los sexos en los años 1950, el ejemplo ilustra algo interesante y aparentemente ilógico: no siempre es mejor ir detrás de la persona por la cual sentimos atracción.

En la escena de la película, si cada uno de los hombres se emparejase con una de las morochas, sería un caso típico de equilibrio de Nash: todos los participantes se sentirán satisfechos con sus resultados, aunque actuando individualmente quizás alguno de ellos podría haber obtenido algún beneficio más. El principal problema de esta aplicación de teoría de juegos en la seducción es el que señala Hannah Fry: existe un equilibrio pero nadie terminaría con la persona que realmente le interesaba sino con otra. ¿Tiene este dilema resolución grupal? Si lo que queremos es seducir a quien realmente nos interesa, ¿es correcto el pensamiento de Adam Smith y deberíamos actuar cada uno por nuestra cuenta, o puede existir una estrategia colaborativa entre dos o más personas en sus objetivos de seducción?

Existe una solución colaborativa, siempre y cuando se piense en el mediano y largo plazo.

Imaginemos un abordaje levemente alternativo al propuesto en la película. ¿Qué sucedería si Nash convenciera a todos sus amigos de la estrategia de interactuar con las morochas, pero él, luego de algunos minutos de interacción, cambiara de objetivo y comenzara a interactuar con la rubia? Todos estarían intentando seducir a una

mujer sin estorbarse y Nash tendría chances con la rubia, ¿cierto? Desde el punto de vista estratégico, sería sin dudas más efectivo que intentarlo todos a la vez con la misma mujer. Es cierto que, en ese escenario, Nash podría tener chances con la rubia, pero también tendría muchas chances de perder a sus amigos por su actitud desleal. Sin embargo, existe una estrategia colaborativa al dilema, en la que Nash podría interactuar con la rubia y conservar a sus amigos a la vez.

La estrategia, surgida de los foros de seducción, puede denominarse descriptivamente “equilibrio colaborativo de largo y mediano plazo” o, más coloquialmente, “ahora por mí, luego por ti”. Como el nombre lo indica, se basa en un equilibrio colaborativo de mediano y largo plazo en el que existe multiplicidad de opciones y aplica tanto a hombres como a mujeres. Para facilitar el planteo, vamos a suponer que la partida será jugada siempre por grupos de dos hombres o dos mujeres. Además, debemos tener en cuenta los siguientes presupuestos implícitos.

- Los integrantes de los grupos tienen siempre preferencia por alguna de las dos personas del resto de los grupos.
- Todos los integrantes pretenden seducir al integrante del otro grupo de su preferencia y no estarían satisfechos con la segunda opción.
- Los grupos son potencialmente infinitos, es decir que el juego podría jugarse continuamente con grupos nuevos, sin repetirse.

Lo único que es necesario acordar previamente para poner en acción la estrategia colaborativa es cuándo será por mí y cuándo será por ti. La regla que más se utiliza en los foros de seducción es que “se colaborará con quien comience la interacción verbal con el otro grupo”.

Invirtamos los roles y supongamos que Nash y uno de sus amigos están en el bar. Hay dos morochas interesadas en él y no quieren compartirlo, pero si lo intentan a la vez podrían bloquearse. Si se manejasen con el código “ahora por mí, luego por ti”, una de ellas

debería colaborar con la que tome la iniciativa de acercarse a hablar con Nash y su amigo. Si siguen la estrategia colaborativa, una de ellas se acercará y comienza el diálogo con los dos hombres, la otra podrá luego acercarse a interactuar, pero sin intención de seducir a Nash. ¿Qué beneficio obtiene la colaboradora? Por un lado, puede intentar seducir al amigo de Nash si lo desea. Por el otro, la ventaja principal es que, cuando en el próximo grupo sea ella la que comience la interacción, podrá contar con la colaboración de su amiga. Esta estrategia aplica perfectamente a grupos de hombres: es mucho más efectivo un equilibrio colaborativo de mediano plazo que la competencia despiadada constante. Piénsese además que, si la competencia es agresiva y se intenta desmerecer las cualidades del resto de los amigos, todos estarían disminuyendo sus posibilidades. Con esta estrategia colaborativa de mediano y largo plazo, todos estarán siempre intentando seducir a la persona que les interesa y de una forma mucho más efectiva que en la competencia despiadada.

La estrategia colaborativa conlleva, además, un interesante incentivo para iniciar interacciones, pues el que inicia es el que contará con la ayuda de sus amistades. Además, incentiva a ser sociable sin temor a que un amigo o amiga pretenda luego sacar provecho de esa sociabilidad. La primera persona en entablar conversación con el grupo será la que se gane la colaboración de sus amistades, por lo que siempre hay una buena razón para ser sociable.

Según Adam Smith, el interés individual conduce a los seres humanos, como si fueran guiados por una mano invisible, hacia la consecución del bien común, a la vez que satisfacen sus ambiciones individuales. La teoría que aquí planteamos, siguiendo el modelo de Nash, concluye justamente lo contrario: el egoísmo y la persecución constante del interés individual conducen a los seres humanos a situaciones no óptimas.

## **El juego de a dos**

En todo juego, las estrategias más eficaces varían en función de las variables en disputa. Habrá momentos en que conviene avanzar, en otros convendrá retroceder o mantenerse neutral. A su vez, la estrategia de un miembro puede provocar una respuesta similar de la contraparte. Las interacciones entre dos personas pueden incluirse dentro de esta dinámica. ¿Cómo debería responder si su actitud no es la que esperaba? ¿Qué debo hacer cuando no responde mis mensajes? ¿Cómo reaccionar si siempre llega tarde a las citas?

En 1984 el profesor estadounidense de ciencias políticas Robert Axelrod publicó *La evolución de la cooperación*, una obra que indaga sobre las formas en las cuales la cooperación se origina y mantiene en una comunidad. En lo que refiere a relaciones interpersonales, la estrategia que según Axelrod resulta más efectiva es la de “toma y daca”, una estrategia que estimula la colaboración y castiga el egoísmo. Se trata de cooperar primero, siempre, y luego copiar el movimiento del otro jugador. Si es cooperativo, seremos cooperativos. Si no es cooperativo, nos alineamos con su actitud brevemente y luego volvemos a ser cooperativos. En cuatro simples pasos, la estrategia consistiría en:

- Ser cooperativos: Desde el inicio debemos actuar positivamente, a menos que nos den un motivo para actuar de otro modo.
- Ser claros: Si la estrategia es demasiado compleja o impredecible para los demás jugadores, podrán preferir abandonar la partida o la cooperación por no hallar patrones claros o frecuentes.
- Ser generosos: En las interacciones sociales los beneficios individuales no están necesariamente en contra de los beneficios de los demás. La envidia es una estrategia autodestructiva.
- Ser mesurados: Si procuramos resultados, el rencor no nos llevará a ningún lado. Se trata de lidiar rápido con el mal comportamiento, devolver con la misma moneda y, luego, volver a ser cooperativos. Si nos sobrepasamos en la reacción



negativa, corremos peligro de comenzar una espiral descendente difícil de cortar.

En definitiva, la estrategia óptima consiste en ser colaborativos, acompañar sus movimientos y no complicarse. Si llegó tarde a la cita, actuó descuidadamente o no nos contestó un mensaje, de nada sirve guardar rencor. Podemos actuar brevemente en el mismo sentido, pero luego lo mejor será volver a la proactiva colaboración. Si actuamos colaborativamente y de buena fe, probablemente recibamos lo mismo del otro lado.

### ☐ ***En pocas palabras***

El proceso de seducción se ve afectado por cómo nos comportamos frente a los demás, cómo se comportan ellos frente a nosotros y cómo se comporta nuestro círculo social cercano en general. Según la “transferencia de rasgos espontánea”, las características y actitudes de nuestro círculo social se nos transfieren inmediatamente.

El algoritmo de Gale y Shapley demostró que, en el juego de la seducción, la ventaja en el emparejamiento siempre se la llevará quien tome la iniciativa y se exponga al rechazo. Quien solo selecciona candidatos se emparejará con la opción menos mala de las que se le acerquen. En cambio, quien toma la iniciativa y se expone al rechazo acabará estando con la mejor opción posible de todas las disponibles.

La teoría de juegos ofrece estrategias para interacciones donde puede haber intereses contrapuestos y donde el accionar de cada participante influye en el de los demás. La estrategia del equilibrio colaborativo de largo y mediano plazo, o más coloquialmente “ahora por mí, luego por ti”, se basa en un equilibrio donde los participantes acuerdan previamente que colaborarán con quien comience la interacción verbal con otro grupo sin competir por la atención de la misma persona.

En toda interacción en que nuestra reacción puede provocar una reacción similar de la contraparte, la estrategia “toma y daca” se muestra como la que provee resultados más positivos. Se trata de una estrategia que estimula la colaboración y castiga el egoísmo. Los cuatro pasos son: ser cooperativo, ser claro, ser generoso y ser medido en la respuesta. Quien actúa de buena fe y positivamente tiende a recibir la misma respuesta.

<sup>33</sup> Lloyd Shapley ganó junto a Alvin E. Roth el Premio Nobel de Economía en 2012 por las aplicaciones de este algoritmo y de sus teorías a problemas reales de asignación como, por ejemplo, la de los graduados médicos a puestos de trabajo equilibrando las preferencias de los médicos y las condiciones de los hospitales que los contratan.

<sup>34</sup> Adrián Paenza, “Teoría de juegos IV”, *Página 12*, 10/09/07.

<sup>35</sup> Hannah Fry, *The mathematics of love: patterns, proofs and the search for the ultimate equation*, Londres, Simon & Schuster, 2015.

## SELLANDO EL VÍNCULO LA ETAPA DE CONEXIÓN: EL PUNTO DE NO RETORNO

*“El encuentro entre dos personas es como el contacto de dos sustancias químicas: si hay alguna reacción, ambas se transforman”*

CARL G. JUNG

Para entender cómo funciona el proceso de seducción, hemos expuesto numerosos estudios científicos y relevamientos sobre qué es lo que nos resulta atractivo, qué hace que posemos nuestra atención en determinadas personas y no en otras. Captar positivamente el interés de los demás es, sin dudas, un buen primer paso. Las aplicaciones de citas están basadas en ello, son básicamente un filtro de atracción: seleccionamos a partir de fotos, por intereses en común, formación académica o laboral y, por lo general, por algún pequeño texto descriptivo.

En las aplicaciones de citas, elegimos a las personas que nos resultan atractivas ¿Allí termina o comienza el proceso de seducción? Todo indica que se trataría solo del comienzo. No existen estadísticas confiables al respecto, pero bien sabemos que una cita concertada a través de una red social puede terminar en una noche inolvidable de placer... ¡o en una de esas noches que preferimos olvidar! Que dos personas sientan atracción en un primer momento no significa necesariamente que vayan a terminar seduciéndose e intimando sexualmente.

En 2016 la revista *Psychological Science* publicó un estudio realizado en la Universidad de Texas (Austin) donde se les preguntaba a hombres y mujeres “qué cualidades debe tener una persona para ser considerada/o una pareja perfecta”. Para el 37% de las mujeres, la cualidad más importante es que fuese alguien de quien pudieran aprender más y con quien pudieran hablar de cualquier tema. En segundo lugar, el 31% de las encuestadas coincidió en valorar una suma de características, como tener gustos

similares o que no haga falta hablar para saber lo que el otro quiere. El tercer puesto del podio, con el 11%, lo ocupó la capacidad de hacerlas reír. Aunque en menor medida, para el 26% de los hombres, hablar y aprender de su pareja también resultó el rasgo más importante para “la pareja perfecta”. En coincidencia con otros estudios, el aspecto físico resultó un rasgo más importante para los hombres que para las mujeres.

Si bien es cierto que el estudio citado hace referencia a las características que debe poseer alguien para ser considerada la pareja perfecta y no para ser “el sexo casual perfecto”, también es verdad que no se especificó la duración que debía tener la relación. Puede ser la pareja perfecta para compartir la vida entera, unas vacaciones, una noche de pasión o las tres cosas. En todo caso, resulta interesante la importancia que mujeres y hombres dan a la conexión emocional: reír, hablar de cualquier tema, aprender del otro. Todo indica que buscamos conectar en un nivel más profundo que el de la mera atracción física o sexual. La cultura de las citas románticas en teatros, cervecerías o restaurantes pareciera obedecer a este fenómeno, a la necesidad de dialogar y entrar en sintonía. Es que, si bien la atracción física puede surgir en pocos segundos de interacción, la conexión emocional no suele darse instantáneamente, sino que es un proceso que puede extenderse durante varias horas, días o incluso meses.

Probablemente, el hecho de que la conexión emocional sea uno de los factores fundamentales en el juego de la seducción explique por qué es en los ámbitos donde hombres y mujeres comparten tiempo juntos (el trabajo o el lugar de estudio, por ejemplo) donde se forman gran parte de las parejas. Al estar obligados a pasar tiempo juntos se generan vínculos afectivos que, con el tiempo, se transforman en conexión emocional. Es decir, cuanto más conocemos a alguien, más probable es que nos empiece a gustar o que, por supuesto, deje de interesarnos por completo. En su libro *Modern romance*, Aziz Ansari publica estadísticas sobre dónde se conocieron las parejas estadounidenses tomadas en tres años muy distanciados: 1940, 1995 y 2010. El trabajo y la universidad son

responsables de entre el 20% y el 30% de los emparejamientos en todos los años citados, es una constante. Al pasar tiempo juntas, las personas crean vínculos que pueden convertirse en relaciones románticas.

La conexión emocional podría explicar también las excepciones al fenómeno llamado “emparejamiento selectivo”, que no es más que la tendencia a emparejarse con quienes se asemejan físicamente. ¿Cómo se puede evaluar la existencia o no del emparejamiento selectivo? Se ha hecho numerosas veces así: se reparten fotos de los miembros de diferentes parejas a una gran cantidad de personas y se les pide que los puntúen en una escala de belleza del 1 al 10. Los puntajes se otorgan siempre por separado, sin saber quién es pareja de quién. Así, cada persona termina teniendo un puntaje promedio. En varios estudios realizados con esta metodología se corrobora el fenómeno del emparejamiento selectivo: las parejas suelen ser entre personas de puntajes similares de belleza. Es más, en general, no se sacan más de dos puntos de diferencia.

¿Puede la conexión emocional generar excepciones al emparejamiento selectivo? En la investigación “Leveling the Playing Field: Longer Acquaintance Predicts Reduced Assortative Mating on Attractiveness”, conducida por los psicólogos L.L. Hunt, P.W. Eastwick y E.J. Finkel, de la Universidad de Texas, Austin, se estudió a 167 parejas estables, con un promedio de ocho años de duración, aunque algunas estaban juntas hacía meses y otras llevaban más de cincuenta años. Todas fueron entrevistadas y se les preguntó cuánto hacía que se conocían, cuándo habían comenzado a salir y si habían sido amigos antes de enamorarse. Junto con ello se realizó la evaluación de belleza de los integrantes descrita en el párrafo anterior.

Según los resultados del estudio, cuanto más tiempo las parejas se hubieran conocido antes de ponerse de novios, más probable era que uno de ellos fuera mucho más atractivo que el otro. Esto significa que, si la pareja se había formado durante las primeras semanas de conocerse, sus puntajes de atractivo eran mucho más similares entre sí que aquellas que demoraron meses en entablar

una relación romántica. Es decir que, al parecer, con el correr de los días compartidos se genera una conexión que relega a segundo plano la belleza física. Conclusión: el tiempo es aliado de quienes no fueron los más favorecidos en la lotería genética de la belleza.

La película *Hitch, especialista en seducción*, donde Will Smith encarna el papel de un coach de seducción para hombres, trata en gran medida de la importancia de la conexión emocional en la seducción. El protagonista, encarnado por el actor Kevin James, definitivamente no es un modelo *fitness* de Instagram. Es de estatura más bien baja, algo excedido de peso y no viste a la moda. Su personaje, Albert, quiere conquistar a la bella Allegra, papel interpretado por Amber Ballea: de cabellera rubia impecable, cuerpo perfectamente estilizado, sonrisa amable y una prolijidad envidiable. Por supuesto que nuestro antihéroe logra conquistarla, es una película. Lo verídico es que lo logra creando esa conexión emocional, generando intimidad y complicidad con ella, compartiendo risas y actividades. Con tiempo, se puede<sup>36</sup>.

### **Los atajos de la conexión**

En *How to make anyone fall in love with you*, Leil Lowndes describe las etapas secuenciales que se suceden entre dos personas cuando profundizan una relación:

- conversación
- conexión
- intimidad

La primera etapa, la conversación, se correspondería con lo que los norteamericanos llaman *small talk*: hablar sobre el clima, noticias, la vida de los famosos, etc. Nada personal, conversaciones que bien pueden tenerse con un chofer de Uber. Si hay empatía, la siguiente etapa será de conexión: comienzan a compartir anécdotas personales, historias de vida, se confesarán sentimientos, miedos, emociones, etc. Finalmente, solo unos pocos accederán a la última etapa: la intimidad, y la utilización del pronombre “nosotros” o la

primera persona del plural. Cuando dos personas utilizan con frecuencia el “nosotros” o su conjugación, podemos afirmar que entre ellos existe una conexión emocional profunda. Según señala Leil, en toda situación de seducción que prospera generalmente la interacción llega a la etapa de intimidad, es muy raro que un hombre y mujer terminen intimando juntos si solo tuvieron conversaciones sobre el clima o sobre el último escándalo de las Kardashian.

Si dos personas que terminan seduciéndose generalmente charlaron previamente sobre temas íntimos. ¿Podría este mecanismo funcionar a la inversa también? Es decir, si charlamos sobre temas íntimos con alguien a quien acabamos de conocer, ¿se acelerará el proceso de seducción? Es lo que investigaron A. Aron, E. Melinat, E.N. Aron, R. Vallone y R. Bator en su estudio “The experimental generation of interpersonal closeness”. Los investigadores emparejaron a personas que no se conocían entre sí y los instruyeron para que hablasen de temas íntimos a través de una lista de preguntas que habían preparado previamente. La lista comenzaba con una pregunta inocente del estilo de “Si pudieras conocer a un personaje histórico, ¿quién sería?” y casi inmediatamente las preguntas se trasladaban a un terreno más personal, como “¿Qué soñabas ser cuando eras niña?” o “¿Cuándo fue la última vez que lloraste?”. Por supuesto, crearon también un grupo de control donde las parejas debían hablar de temas superficiales, también a través de una lista de preguntas preestablecidas, como “¿Preferís relojes digitales o analógicos?” o “¿Cuánto demorás en llegar de tu casa a tu trabajo?”. Al final de los breves encuentros, se les pidió a las parejas que calificaran qué tan atractivo encontraron a su interlocutor. Las que habían hablado de temas como relojes y distancias de su casa al trabajo no habían desarrollado ningún tipo de empatía ni conexión emocional. Por el contrario, los investigadores encontraron que las parejas obligadas a hablar de temas íntimos habían desarrollado una conexión emocional profunda, de esas que pueden tardar meses en darse, y encontraban a su pareja significativamente más atractiva que en el grupo de control. Los investigadores destacaron, también, que

varias parejas del grupo de preguntas íntimas intercambiaron números de teléfono después de que el experimento había terminado.

Si al transitar tópicos de conversación que involucran temas íntimos se genera una conexión emocional, esto significaría que existen preguntas capaces de provocar esa conexión. Es la idea que tuvo el psicólogo Arthur Aron y que plasmó en el mencionado estudio. Aron seleccionó 36 preguntas orientadas a lograr que dos extraños se abran emocionalmente de modo gradual. Entre ellas se destacan las siguientes:

- ¿Cómo sería un día perfecto para vos?
- ¿Cuál es el mayor logro que has conseguido en tu vida?
- ¿Qué significa la amistad?

Cuando Aron probó el cuestionario por primera vez, en 1997, lo distribuyó entre parejas de hombres y mujeres y una de ellas, que se había conocido en el estudio, acabó casándose seis meses más tarde. Según confesó Aron, cuando volvió a contactarlos trece años después, aún seguían juntos. Más resonante aún fue el caso de la periodista del *New York Times* Mandy Len Catron, quien en 2015 publicó un artículo en el que narra cómo aplicó las preguntas de Aron en una primera cita apenas supo de su existencia. Además de las preguntas, la periodista aplicó otra recomendación de Aron para consolidar la conexión: mirar fijamente a los ojos al *partenaire* durante cuatro minutos sellaría el vínculo. Estudios de observación han encontrado que las personas enamoradas tienden a mirarse a los ojos durante más tiempo que quienes no lo están, por lo que este gesto, presumiblemente, podría despertar emociones emparentadas con el amor romántico.

Mandy cuenta que, en su cita, se creó una especie de “intimidad acelerada” que le recordó a sus amores preadolescentes: “Con 13 años, lejos de casa por primera vez, parecía natural conocer a alguien tan deprisa. Pero la vida adulta nos ofrece estas circunstancias muy raramente”. El relato del momento en que tuvo



que aplicar la recomendación final de mirarse a los ojos parece corroborar que el método de Aron puede generar un vínculo emocional fuerte:

He esquiado pendientes empinadas y he estado colgada de una pared rocosa atada con un trozo corto de cuerda, pero mirar a los ojos de alguien durante cuatro silenciosos minutos ha sido una de las experiencias más emocionantes y aterradoras de mi vida. Pasé el primer par de minutos simplemente intentando respirar de forma adecuada. Hubo muchas sonrisas nerviosas, hasta que, finalmente, nos sentimos cómodos.

Todos nos preguntamos lo mismo... ¿Se enamoraron?

Probablemente te estás preguntando si él y yo nos enamoramos. Bien, lo hicimos. Aunque es difícil darle todo el mérito al estudio (podría haber ocurrido de todas formas), las preguntas nos ofrecieron un camino hacia una relación que sentimos como voluntario y deliberado. Pasamos semanas en el espacio íntimo que creamos esa noche, esperando a ver en qué podía convertirse.

A continuación, las 36 preguntas de Aron:

1. Si pudieras elegir a cualquier persona en el mundo, ¿a quién invitarías a cenar?
2. ¿Te gustaría ser famosa/o? ¿De qué forma?
3. Antes de hacer una llamada telefónica, ¿ensayas lo que vas a decir? ¿Por qué?
4. Para vos, ¿cómo sería un día perfecto?
5. ¿Cuándo fue la última vez que cantaste a solas? ¿Y para otra persona?
6. Si supieras que vivirás hasta los noventa años, pero debes elegir entre tener el cuerpo o tener la mente de alguien de treinta durante los últimos sesenta años de tu vida, ¿cuál de las dos opciones elegirías?
7. ¿Tenés una corazonada secreta acerca de cómo vas a morir?
8. Decime tres cosas que creas tener en común conmigo.
9. ¿Por qué aspecto de tu vida te sentís más agradecida?
10. Si pudieras cambiar algo del modo en que te educaron, ¿qué sería?
11. Contame en cuatro minutos la historia de tu vida, con todo el detalle posible.

12. Si mañana pudieras levantarte disfrutando de una habilidad o cualidad nueva, ¿cuál sería?
13. Si una bola de cristal te pudiera decir la verdad sobre vos mismo, tu vida, el futuro o cualquier otra cosa, ¿qué le preguntarías?
14. ¿Hay algo que hayas deseado hacer desde hace mucho tiempo? ¿Por qué no lo hiciste todavía?
15. ¿Cuál es el mayor logro que conseguiste en tu vida?
16. ¿Qué es lo que más valoras en una amiga?
17. ¿Cuál es tu recuerdo más valioso?
18. ¿Cuál es tu recuerdo más doloroso?
19. Si supieras que en un año vas a morir de manera repentina, ¿cambiarías algo en tu manera de vivir? ¿Por qué?
20. ¿Qué significa para vos la amistad?
21. ¿Qué importancia tiene el amor y el afecto en tu vida?
22. Enumerame cinco características que consideres positivas de mí.
23. ¿Tu familia es cercana y cariñosa? ¿Creés que tu infancia fue más feliz que la de los demás?
24. ¿Cómo te sentís respecto de la relación con tu madre?
25. Decí tres frases usando el pronombre “nosotros”. Por ejemplo: “nosotros estamos en esta habitación sintiendo...”.
26. Completá esta frase: “Ojalá tuviera alguien con quien compartir...”.
27. Contame algo que sería importante que supiera si fueras a convertirte en una amiga íntima mía.
28. ¿Qué es lo que más te gustó de mí? Sé muy honesta y decime cosas que no dirías a alguien a quien acabás de conocer.
29. Contame un momento embarazoso de tu vida.
30. ¿Cuándo fue la última vez que lloraste delante de alguien? ¿Y a solas?
31. Contame algo que ya te guste de mí.

32. ¿Hay algo que te parezca demasiado serio como para hacer bromas al respecto?
33. Si fueras a morir esta noche sin posibilidad de hablar con nadie, ¿qué lamentarías no haber dicho a alguien? ¿Por qué no se lo dijiste hasta ahora?
34. Tu casa se incendia con todas tus posesiones dentro. Después de salvar a tus seres queridos y a tus mascotas, tenés tiempo para hacer una última incursión y salvar un solo objeto. ¿Cuál escogerías? ¿Por qué?
35. De todas las personas que forman tu familia, ¿qué muerte te parecería más dolorosa?
36. Contame un problema personal y yo te diré cómo habría actuado para solucionarlo.

Según Aron, el cuestionario debe ir respondiéndose alternadamente, lo cual suma a la apertura emocional la sensación de unidad, de coordinación, de estar construyendo algo en común. La pregunta número 25 apunta en ese sentido también al reforzar la sensación de conexión utilizando prematuramente la palabra “nosotros”. Tal cual señala Leil Lowndes:

Normalmente, en una relación incipiente, las personas no sienten que están listas para utilizar el “nosotros” en sus declaraciones. Pero los seductores y seductoras inteligentes que utilizan el “nosotros” prematuramente acercan subconscientemente a su potencial pareja<sup>37</sup>.

Por supuesto que las preguntas de Aron no funcionan como una garantía de enamoramiento –si así fuera, todos los participantes de su estudio se hubieran constituido como parejas, y no fue así–; hay muchas más variables en juego. Sin embargo, la experiencia de Aron y los estudios de Hunt, Eastwick, Finkel y Leil sí son una buena guía de qué tópicos deberíamos transitar si pretendemos conectar emocionalmente con alguien.

## **La cita y sus etapas**

Entendemos por cita romántica ese primer momento a solas en una pareja que está conociéndose. Muchas personas experimentan

ansiedad y dudas en la previa: ¿De qué hablaremos? ¿Cómo saber qué hacer si apenas nos conocemos? ¿Y si no tenemos nada de qué conversar?

Un punto a destacar de las 36 preguntas es que eran amplias, ninguna podía ser respondida con un “sí” o un “no”. Ese dato será clave para conectar emocionalmente: hacer preguntas que demanden un esfuerzo y una apertura emocional, de ser posible.

*La elección del lugar* para la primera cita también es importante. Un ambiente cálido, tanto en cuanto a la temperatura como a la iluminación, se lleva las de ganar. Se ha observado una correlación entre la temperatura y la calidez del trato: las personas que han sostenido un objeto caliente durante un rato (como una taza de té) se sienten inmediatamente más predispuestas a confiar en quienes se encuentran cerca.

*En lo tocante a la iluminación*, varios estudios demostraron que las personas con las pupilas dilatadas resultan más atractivas. A menor iluminación, más dilatadas estarán las pupilas y más se disimulan las imperfecciones. Un ambiente de luces bajas es siempre una buena opción. Lo mismo vale para el momento a solas: todos los expertos en sexualidad recomiendan disponer luces bajas o velas para favorecer la creación del ambiente romántico.

*Con respecto a la charla*, por supuesto que no existe una línea de conversación perfecta, pero sí hay algunas pautas que pueden resultar útiles. Llevar la conversación al plano emocional y de los sentimientos favorece el proceso de conexión emocional. Como señala Leil Lowndes, en las citas que fluyen armoniosamente suele hablarse primero de hechos generales, luego de gustos u opiniones y finalmente de sentimientos. Para el argentino Alejandro Simón, autor del libro *Ensayo sobre las dinámicas sociales*, las citas que devienen en una situación romántica o sexual generalmente tienen la siguiente estructura:

- charla situacional
- charla emocional
- escalada de contacto físico

- cambio de locación a un lugar de mayor intimidad

En los primeros minutos del encuentro, se dará la charla situacional: ambos están recién conociéndose, probablemente se encuentren algo nerviosos y el lenguaje corporal puede ser algo rígido aún. Según Simón, “en el inicio no habrá grandes diálogos ni brillantes temas de conversación. Cualquier tema banal aporta a la generación de la conexión. El solo hecho de hablar hará que se vaya distendiendo la interacción”. Claro que, si pasan los minutos y continúa la charla situacional, la interacción comienza a decaer. ¿Cómo salir? ¿Hora de hacer entrar en acción las 36 preguntas de Aron? Puede ser una opción divertida, por qué no, aunque Alejandro Simón pone como ejemplo de conversación emocional la escena de una de las películas románticas más famosas de todos los tiempos: *Antes del amanecer*, dirigida por Richard Linklater. La historia sigue a Jesse (Ethan Hawke), un joven estadounidense, y Céline (Julie Delpy), una joven francesa, que se encuentran en un tren rumbo a Viena, donde pasan la noche caminando por la ciudad y conociéndose. Al rato de comenzar a hablar, Jesse le propone a Céline jugar “El juego de las preguntas”:

Jesse: ¿Estás preparada para un juego?

Céline: Sí.

Jesse: Hace un rato que nos conocemos, así que vamos a hacernos preguntas directas.

Céline: ¿Nos preguntamos el uno al otro?

Jesse: Sí... y hay que ser sincero al cien por cien al responder.

Céline: ¡Por supuesto!

Jesse: Bien, primera pregunta... descríbeme tu primer deseo sexual por otra persona.

Es una forma quizá más lúdica de generar conexión que seguir al pie de la letra las 36 preguntas de Aron. Lo cierto es que, para que funcione como generador de conexión, deben hacerse preguntas con cierto nivel de profundidad, y preferiblemente que no se respondan con un “sí” o un “no”. En ese sentido, las preguntas de Aron pueden ser una buena guía.

Según Alejandro Simón, si se trata de una primera cita:

Pasados unos cuarenta minutos generalmente las parejas comienzan la escalada física y, avanzado el contacto físico, si es oportuno, debería llegar el momento del beso. Después de unos veinte a cuarenta minutos del primer beso, definirán si la situación es para moverse a una locación más íntima o si prefieren separarse y coordinar un próximo encuentro.

Establecer cuál es el momento exacto para el primer beso o el primer encuentro sexual es una tarea inútil; cada interacción es única y cada persona también. Lo que resulta interesante del análisis de Simón es comprender la progresión de la charla situacional hacia una charla emocional más íntima, que sienta las bases del posible contacto físico. El beso y el encuentro sexual serán parte de esa progresión de contacto físico:

Para disminuir la incertidumbre (...) y evitar momentos incómodos, es aconsejable que se evalúe previamente cómo reacciona la otra persona al contacto físico. Si se tocan casualmente la mano mientras conversan. ¿La dejan? ¿Se sienten en comodidad? Las personas con buen dominio de lenguaje no verbal establecen sutil contacto físico previo al beso. Luego realizan acercamientos previos. Hablan muy cerca de su boca, pero no la besan, sino que simplemente se miran a los ojos. Si al hacer esto dos o tres veces hay buena recepción, entonces generalmente sucede el primer beso<sup>38</sup>.

Si bien no pretendemos dar indicaciones sobre cuál es el momento propicio para el primer beso, sí nos parece importante resaltar que el contacto físico debe darse siempre prestando suma importancia a la reacción de la otra parte. El párrafo precedente resulta muy interesante en tanto presenta el beso como producto de un consentimiento en el avance del contacto físico y la integración de los espacios personales en juego. El beso en sí debería suceder cuando, implícita (o explícitamente), hay comodidad en ese contacto y porque ambos quieren besarse. ¿Cómo podemos saber si la otra persona quiere besarnos? Como señala Alejandro Simón, se trata de testear sutilmente la comodidad ante el tacto y el acercamiento físico, junto con la mirada. Solemos mantener la mirada y aceptar el contacto físico solo de las personas con las que tenemos mucha intimidad o que nos despiertan emociones románticas o sexuales. Y si la duda persiste siempre está, por supuesto, la posibilidad de preguntar o expresar el deseo de besarse.

## □ **En pocas palabras**

La atracción es una de las primeras etapas del proceso de seducción. Además de sentir atracción, las personas necesitan experimentar cierta conexión emocional para intimar romántica o sexualmente, y la cultura de las citas románticas está alineada con esa necesidad. Si bien la atracción puede despertarse en segundos, el proceso de conexión emocional puede desarrollarse por horas, días o años.

Se ha observado que la conexión emocional se genera cuando los tópicos de conversación se vuelven profundos y conversamos sobre nuestras emociones o sentimientos. Hacer preguntas abiertas sobre tópicos personales y utilizar el “nosotros” en la conversación genera también la idea de una conexión prematura en la interacción.

Los ambientes cálidos y de iluminación tenue colaboran con el desarrollo de la conexión. Finalmente, la conexión suele confirmarse a través de la mirada y el tacto. Las citas románticas que fluyen armoniosamente evolucionan de la charla situacional a una charla emocional profunda, acompañada de una suave progresión en el contacto físico y la mirada.

<sup>36</sup> Un curioso estudio ha encontrado una correlación entre la felicidad de las parejas y la belleza de la mujer. La investigación, dirigida por la psicóloga Andrea Meltzer y publicada en la revista científica *Journal of Personality and Social Psychology*, descubrió que los matrimonios tienden a ser más felices si están compuestos por un hombre “feo” y una mujer “linda”. Para arribar a tal resultado, fueron estudiadas 450 parejas durante sus primeros cuatro años de matrimonio. Como ya señalamos en muchos pasajes de este libro, una de las primeras conclusiones a las que llegaron fue que el grado de belleza de la pareja es más significativo para los hombres que para las mujeres. “Eso indica que el atractivo físico tiene un papel más importante en la predicción de la satisfacción en el matrimonio para el esposo que para la esposa”, subrayaron. Sin embargo, las mujeres en matrimonio con hombres rankeados como más feos que ellas se mostraron significativamente más felices que el resto de las mujeres. Según los investigadores, esto se debe a que sus esposos, al estar “más satisfechos y ser más felices”, logran construir una relación amorosa basada en la felicidad y la atracción que sienten por ellas.

<sup>37</sup> Leil Lowndes, *How to make anyone fall in love with you*, Thorsons, 2019.

<sup>38</sup> “Cómo comportarse en una cita”, publicado por Alejandro Simón en el foro de LevantArt, marzo de 2017.



## SEDUCCIÓN EN EL *SMARTPHONE* LAS APLICACIONES DE CITAS

*“¿Qué es real? ¿Cómo defines lo real? Si estás hablando de lo que puedes sentir, lo que puedes oler, lo que puedes saborear y ver, entonces lo real son simplemente señales eléctricas interpretadas por tu cerebro”.*

MORPHEO EN LA PELÍCULA MATRIX

Las aplicaciones de citas para *smartphones* se han convertido en uno de los principales métodos utilizados para conocer parejas sexuales y románticas en todo el mundo. Ya en relevamientos hechos en el año 2005 por el Departamento de Psicología de la Universidad de Chicago, Internet aparecía como el principal medio, en segundo lugar, se ubicaba el trabajo y el tercer puesto eran los amigos en común. Los relevamientos más recientes oscilan ubicando a las aplicaciones de citas como las responsables de la unión de entre la mitad y un cuarto de las parejas constituidas. No hay estadísticas fiables respecto de dónde se conocen las personas que acaban teniendo sexo casual, pero nos animamos arriesgar que el porcentaje que se “flechan” por Internet o en aplicaciones puede ser mayor aún. Es que algunos números son realmente abrumadores: en 2017 y 2018 Tinder no solo fue la aplicación más descargada a nivel mundial, sino también la que mayores ingresos generó, más que cualquier otra en la App Store, superando a Candy Crush e incluso a Netflix. En 2019 sólo TikTok fue más descargada que Tinder pero fue la aplicación de citas nuevamente la que más ingresos generó en el año. Según un estudio realizado por la aplicación de citas Badoo, los *millennials* pasan un promedio de diez horas por semana utilizando estas aplicaciones. Se calcula que todas las semanas un millón de citas se concretan a través de Tinder, tan solo una de las tantas aplicaciones disponibles para ese fin.

Son muchas las utilidades que otorgan estas aplicaciones a las solteras y los solteros del mundo. Es que, al utilizarlas, es posible

conectar con otras personas de nuestro interés a cualquier hora y en cualquier lugar. Ya no es necesario esperar al sábado por la noche o ir a la fiesta de cumpleaños de nuestra compañera de trabajo para conocer a alguien. Tampoco salir de copas ni emborracharse hasta perder la vergüenza propia para iniciar una conversación. Hoy en día sí es posible conocer personas y planear citas desde el sofá de nuestra casa.

Existen otras grandes ventajas de las aplicaciones de citas, y entre ellas la más importante tal vez sea que las reglas del juego son claras: quien está en una aplicación de citas es porque quiere citas y está disponible. La temida frase “gracias, pero tengo novio/a” no se escucha en la seducción online. Otra gran ventaja de las plataformas como Tinder, Happn o OkCupid es que evitan la ansiedad de aproximarse a una persona desconocida y exponerse a un posible rechazo. Tan solo se trata de mover el dedo pulgar sobre la pantalla del teléfono hacia la izquierda o la derecha y esperar que la otra persona lo mueva en la misma dirección para que haya un *match* y la aplicación nos anuncie que hemos sido correspondidos.

Para las mujeres, especialmente, tienen una ventaja adicional y es que la mayoría de las aplicaciones solo permiten enviar mensajes si ha habido aceptación de las dos partes, por lo cual ellas no tendrán que establecer un diálogo con personas con quienes no deseen hablar. Incluso algunas aplicaciones, como por ejemplo Bumble, solo permiten que sean ellas las que inicien la conversación, y Tinder ya está probando esa función en algunos países.

El coqueteo online ofrece, además, la oportunidad de realizar una preevaluación de candidatos antes de establecer contacto. Generalmente podemos conocer la profesión, los gustos, el estilo de vida y, por supuesto, la apariencia de la otra parte. Y, a contramano del prejuicio según el cual estas aplicaciones solo sirven para el sexo casual, en el estudio “Marital satisfaction and break-ups differ across on-line and off-line meeting venues”, realizado en la Universidad de Chicago, se encontró que estadísticamente hay un 25% más de chances que el amor prospere si a nuestra pareja la

conocemos a través de una aplicación de citas. A la misma conclusión arribaron los economistas Josue Ortega y Philipp Hergovich, de las universidades de Essex, Reino Unido, y Viena, Austria, en un estudio realizado para el MIT: las parejas que se conocen online tienden a ser más estables. La mayoría de los investigadores coinciden en que esto probablemente se deba a que la web permite que los candidatos y candidatas se elijan con más información disponible y sobre la base de afinidades mutuas.

## **Coqueteando online**

Las aplicaciones de citas y el coqueteo online ofrecen, como nunca antes, la posibilidad de evaluar estadísticamente qué funciona y qué no a la hora de seducir. Son muchos los hombres y mujeres que han realizado experimentos para determinar qué frase es la mejor para iniciar una conversación, qué fotos son las que mayor atracción generan o cuál es la descripción que logrará que alguien te hable en un mar de parejas potenciales. Las mismas aplicaciones suelen publicar estadísticas sobre qué funciona mejor en sus plataformas.

Científicos y profesionales también han analizado el fenómeno de las aplicaciones para citas. Khalid Khan, egresado de la Universidad de Columbia y actualmente profesor de la cátedra de Salud de la Mujer y Epidemiología Clínica, ha revisado decenas de investigaciones científicas sobre la atracción y las citas por Internet, y ha resumido en pocas páginas lo que funciona y lo que no a la hora de encontrar pareja online. Según sus propias palabras, realizó una extensa búsqueda de estudios relevantes en los campos de la psicología y la sociología, así como en las ciencias de la computación, del comportamiento y de las neurociencias.

Otro referente sobre los estudios en el área es el matemático Christian Rudder, fundador del portal de citas OkCupid. Rudder publicó en 2014 *Dataclysm: Love, Sex, Race, and Identity. What Our Online Lives Tell Us about Our Offline Selves*, donde recopila información, experimentos y estadísticas de los millones de usuarios de su aplicación y su comportamiento online.

Por su parte, el especialista en computación Gareth Tyson, investigador de la Universidad Queen Mary de Londres, analizó junto a varios colaboradores el comportamiento de hombres y mujeres en Tinder a partir de una serie de perfiles falsos creados para el experimento estadístico. Publicó sus resultados en un artículo subido al sitio arxiv.org de la librería de la Universidad de Cornell. Veamos las principales conclusiones del análisis de datos online.

### **De nuevo, ellas son más selectivas**

Como ya señalamos, todos los estudios concuerdan en que las mujeres son mucho más selectivas que los hombres en torno a la seducción. Por ejemplo, en la investigación de Tyson, se encontró que los perfiles de hombres logran un *match*<sup>39</sup> en un 0,6% de los casos, y las mujeres, en un 10,5%. Según este relevamiento, en promedio ellas tendrían 17,5 veces más probabilidades de ser correspondidas que los hombres.

Rudder comprobó la misma tendencia en las estadísticas de OkCupid. En esta aplicación, además de clicar por “me gusta” o “no me gusta”, existe la posibilidad de calificar anónimamente el nivel de atractivo del resto de los usuarios en una escala de deseabilidad que va de cero a cinco. Mientras que más de la mitad de las mujeres son consideradas por encima de la media por los hombres, apenas uno de cada seis hombres está por encima de la media para las mujeres.

Quién envía el primer mensaje también encuentra una fuerte correlación con el género: el 63% de los hombres envían un mensaje en los cinco primeros minutos después del *match*, algo que solo sucede con el 18% de las mujeres.

Veamos ahora cuáles son las fotos, textos y mensajes que mejores resultados obtienen online.

### **La foto**

Todos los estudios han encontrado una correlación positiva entre la calidad de la foto y la tasa de *matches* que se obtienen. Las fotos

de calidad logran mejores resultados, por lo que es recomendable no recortarlas, no utilizar fotos oscuras, pixeladas o con tonalidades de color distorsionadas. Las fotos tomadas con una cámara réflex, especialmente aquellas con fondo desenfocado, obtienen incluso mejores resultados que las tomadas con las mejores cámaras de teléfonos celulares. La calidad de la foto sí importa.

¿Cómo elegir la foto de perfil? Aunque el ideal varía de hombre a mujer, un estudio liderado por David White, de la Universidad de Glasgow, publicado en la revista *Cognitive Research: principles and implications*, encontró que la forma más efectiva de elegir una foto para nuestro perfil es... ¡Dejar que otro la elija por nosotros! En el estudio 102 estudiantes evaluaron sus fotos y las fotos de extraños. Quienes dejaron que fuera un tercero quien eligiera sus fotos obtuvieron más *matches* en Tinder... ¡Y hasta más ofertas de empleo en LinkedIn! Otro dato curioso: las fotos de mujeres con más piel expuesta, como por ejemplo grandes escotes o fotos en la playa, obtienen más tasa de *match* que el resto, pero las conversaciones que establecen por *chat* luego son de peor calidad, es decir, suelen abandonarse o ni siquiera iniciarlas. Eso significa que exhibir la piel en las fotos incrementa los *matches*, pero disminuye su nivel. Para las mujeres, mostrar menos piel puede atraer menos *matches*, pero mejorará sus conversaciones.

Entonces... ¿Cuál es la foto ideal? Lo cierto es que existen claras distinciones entre hombres y mujeres. Nos remitimos ahora a las estadísticas publicadas por la aplicación Hinge, que ha evaluado qué fotos son las que más triunfan entre los usuarios de su red.

- Las selfies no son una buena opción, ya que reciben un 40% menos de “me gusta” que el resto.
- Ni hablar de las selfies en el espejo del baño: el 90% de las personas las desaprueba.
- Las imágenes haciendo deporte o disfrutando de una salida nocturna tienen un 75% más de likes.
- Las fotos con una sonrisa obtienen un 23% más de likes que con semblante serio.

- Si son en blanco y negro, hasta el 106% más que las fotos en color.
- Las fotos con anteojos de sol deberían evitarse: el 41% de los usuarios las desaprueban.

Veamos ahora algunas diferencias según el género.

Las mejores fotos para las mujeres:

- Sonreír mostrando los dientes genera un 76% más de “me gusta”.
- El pelo agitado por el viento otorga un 27% más de “me gusta”.
- Estar sola en el retrato, un 69% más. Deberían evitarse las fotos en grupo como foto principal.
- La mirada perdida fuera de cámara genera un 74% más de “me gusta”.
- Las fotos de mujeres practicando deportes obtienen un 166% más de likes que el resto.

Las mejores fotos para los hombres:

- Si bien se sugiere un semblante sonriente, no se recomienda mostrar los dientes. Esto genera un 43% más de “me gusta”.
- Las fotos haciendo deportes obtienen un 45% más de “me gusta”.
- Al contrario de lo que pasa con las mujeres, la mirada a cámara genera 102% más de likes.
- Estar solo en la foto, un 11% más que estar acompañado.

Muchos estudios han encontrado que las fotos con mascotas, especialmente con perros, hacen más atractivo un perfil. Y si bien la foto principal más efectiva es siempre solitaria, se recomienda al menos una foto en situación social. En el caso de los hombres, tener al menos una foto en la que se lo vea junto a una mujer o un grupo

mixto de personas en situación de amistad generará más confianza y seguridad para marcar una primera cita con sus *matches*.

En la mayoría de las aplicaciones de citas es posible subir varias fotos personales. ¿Cómo deberían ser esas fotos? Sugerimos repasar los patrones de atracción que vimos en capítulos anteriores. Quien quiera incrementar la atracción que genera en estas aplicaciones debería preocuparse por que las fotos transmitan las cualidades que lo hacen deseable según sea el caso. En las mujeres, cobrará gran importancia resaltar las características físicas que causan atracción, y en los hombres, aquellas relativas al estatus, la capacidad de liderazgo, los recursos, la preselección, etc.

El contexto de la foto es de vital importancia también, sobre todo en los perfiles masculinos. Se ha demostrado en diferentes estudios que tendemos a trasladar las características del ambiente en que se sitúa la persona a su personalidad. Si se encuentra en un ambiente alegre pensaremos que se trata de una persona alegre, si el ambiente está desordenado tendemos a pensar que se trata de alguien desordenado. Ambientes elegantes, bien iluminados y alegres suelen ser los que mejor respuesta obtienen, sobre todo en perfiles masculinos. Es interesante destacar, también, que los hombres suelen dar menor importancia al contexto que las mujeres.

## **La descripción**

Según los estudios de Khan, ser haragán no funciona. Obtienen siempre mejor respuesta los perfiles que acompañan las imágenes con algo de texto. Khan sostiene que es conveniente no utilizar un lenguaje complejo creyendo que nos hará parecer más inteligentes: la gente está naturalmente atraída por las palabras que forman parte de su vocabulario cotidiano, términos fáciles de recordar y de pronunciar.

Algunas aplicaciones permiten poner tanto las características propias como las que se espera de una posible pareja. En esos casos, Khan recomienda dedicar más espacio a la descripción personal que a las pretensiones. Específicamente sugiere utilizar un

70% del espacio para describirse y un 30 para describir lo que se busca en otra persona.

Respecto a la información académica y lugar de empleo, según estadísticas publicadas por Tinder, los perfiles que brindan información académica obtienen mejores resultados que los que no la proporcionan. Si tenés formación académica, la recomendación es que la brindes. Según las estadísticas, también es conveniente ligar el perfil con la cuenta de Instagram, sobre todo en el caso de los hombres. Es que una cuenta de Instagram asociada permite analizar mejor aún al posible candidato y garantizarse que se trata de una persona real, de carne y hueso, y no de un perfil falso creado con una foto descargada de Internet.

## **La conversación**

Según se observa en diversos estudios, entre el segundo día y las tres semanas posteriores a la primera conversación sería el momento ideal para el primer encuentro. Luego de la tercera semana, las posibilidades de que el encuentro se produzca comienzan a descender drásticamente<sup>40</sup>. Si luego de seis semanas de comenzada la conversación online no se produce el encuentro, las posibilidades de que se haga realidad son menores al 3%. De alguna forma, si el encuentro no se produce luego de seis semanas, es posible que ambos sientan que no hay una conexión real.

¿De qué hablar? Rudder hace un interesante análisis para determinar si funciona mejor ser originales o utilizar el “copiar y pegar” e iniciar todas las conversaciones con una misma frase. ¿Cómo sabe Rudder quién es original y quién copia y pega siempre la misma frase? Por el tiempo que se demoran en escribir y la cantidad de caracteres. Si el mensaje se escribe en menos de dos segundos y abarca más de cincuenta caracteres, es de suponer que se trató de un “copiar y pegar”. De su análisis se desprende que ser original es levemente más efectivo (obtienen más tasa de respuesta los mensajes originales), pero es más económico utilizar el copiar y pegar, pues si bien se obtienen menos respuestas, se requiere también una inversión en tiempo menor.



Lo cierto es que, si lo que queremos es ser efectivos y no económicos (para ahorrar está el supermercado) en nuestro mensaje, mejor es ser originales y se recomienda medir la cantidad de caracteres que escribimos para estar a la par de nuestra contraparte. ¿Por qué medir la cantidad de caracteres? Porque si una de las partes escribe quinientos caracteres y obtiene una respuesta de dos como un “sí” o “no”, sería un indicador de que esa conversación está por finalizar. Otra vez, la recomendación difiere según el género: los mensajes de los hombres tienen en promedio doce caracteres (y la cuarta parte de las veces menos de seis) y los de las mujeres tienen 122 caracteres. Un buen promedio para establecer una conversación equilibrada estaría en alrededor de los 70 caracteres. Para mantener este equilibrio, se recomienda evitar siempre las preguntas de respuesta cerrada (por “sí” o “no”) y utilizar preguntas de respuesta abierta, aquellas que generalmente utilizan el “qué”, el “por qué” o el “cómo” en su formulación.

Otra sugerencia que surge del análisis de datos es utilizar lenguaje y modismos similares a los que utiliza la otra persona. Si ambos se ríen “jejeje” o “hahaha”, la conversación tiende a durar más que si cada uno utiliza fórmulas diferentes. Robert Cialdini, profesor emérito de Psicología y Marketing de la Universidad Estatal de Arizona, señala en su libro *Pre-suasión*:

Las concomitancias en el registro lingüístico (el tipo de palabras y expresiones que utilizan quienes están manteniendo la conversación) hacen que se incremente la atracción romántica, la estabilidad en las relaciones y, sorprendentemente, también las posibilidades de que una negociación con un secuestrador llegue a buen puerto.

Con respecto a la utilización de imágenes animadas en el chat (los llamados GIF), según datos de los creadores de Tinder, los mensajes que incluyen una animación simple o GIF obtienen un 30% más de posibilidad de tener respuesta que los que no los incluyen. Además, la compañía también ha revelado que las conversaciones que incluyen este tipo de animaciones duran hasta dos veces más que las que carecen de ellas. “Los GIF son una buena manera de evaluar la compatibilidad y el sentido del humor del otro”, explica Jess Carbino, socióloga de Tinder.

¿Cómo iniciar una conversación? Uno de los estudios más interesantes respecto a qué tópicos de conversación son los que obtienen mejor respuesta es el que difundieron desde Hinge. Testearon cien maneras de iniciar una conversación en el chat para detectar cuál es la más eficaz. Según los directivos de esta aplicación, más de ocho millones de respuestas fueron analizadas. ¿Cuáles fueron las conclusiones? Al parecer, la mejor frase para romper el hielo varía según la edad, aunque en todos los rangos el toque humorístico ayuda. Por ejemplo, para mayores de 35 años lo que mejor funcionó fueron las preguntas que hacían referencia a la cultura pop: “¿Katy Perry o Taylor Swift? Es una pregunta de vida o muerte”. En el rango de los 29 a 34 años rankearon mejor las frases personales del estilo “¿Verdad o consecuencia? Listo, preparado, ¡comienza!”, y en la franja etaria más joven dieron buenos resultados las conversaciones sobre estilo de vida: “Prioridades de domingo: comer, hacer ejercicio o ¿siesta con sexo?”. Iniciar una charla con un “Hey, ¿qué se cuenta?” tiene baja tasa de retorno. Una limitación importante de este estudio es que no se midió qué sucede con los mensajes personalizados, aquellos en que se hace referencia a una foto o información específica de la otra persona. En reportes de campo, los mensajes pensados específicamente para la otra persona suelen ser los que mejor tasa de respuesta obtienen.

¿Y el signo del zodiaco? Si bien puede ser un tema de conversación atractivo para quien esté interesado, lo cierto es que, luego del análisis de millones de *matches*, no se ha encontrado ninguna correlación real entre estos y los signos.

## **Preguntas predictivas**

Si bien el zodiaco no parece poseer un poder predictivo sobre la compatibilidad de dos personas, Christian Rudder descubrió dos preguntas que sí permitirían predecir el futuro de la relación y que recomienda hacer siempre que nos quedemos sin algo para decir. Las preguntas son: “¿Viajaste afuera?” y “¿Te gustan las pelis de terror?”. En alrededor de tres cuartos de las parejas estables que se formaron en OkCupid, ambos respondieron por “sí” o ambos por

“no” a las dos preguntas. Ninguna otra pregunta encontró esa correlación.

Existe otra correlación muy curiosa entre dos preguntas que descubrió Rudder. La gente que contesta afirmativamente a “¿Te gusta la cerveza?” contesta también positivamente en el 60% de los casos a “¿Tendrías sexo en la primera cita?”. Ninguna otra pregunta encontró esa correlación con el sexo en la primera cita como la de la cerveza.

## **La curiosidad (y el humor)**

¿Cómo destacar entre millones de perfiles? Diferenciarse es algo importante en el mundo virtual, sobre todo para los hombres: si ellas dan *like* apenas al 0,6% de los perfiles masculinos, significa que en promedio solo una de cada doscientas mujeres aprueba el perfil de un hombre. Si él está por debajo del promedio, puede obtener un *match* cada miles de mujeres. Entre las mujeres no parece ser un problema la cantidad de *matches*; en todo caso será la calidad, pero no la cantidad. Muchas mujeres han hecho el experimento de buscar *matches* en una aplicación con dos fotos diferentes: su mejor foto y su peor foto. Como resultado suelen obtener entre cuatro y diez veces más reciprocidad con las fotos en que salen más favorecidas pero lo llamativo es que aún con sus peores fotos las mujeres obtienen una tasa de *matches* muy superior a los hombres. Por ejemplo, la youtuber Laura Lukkarinen hizo uno de los experimentos que obtuvo menos *likes* con la foto desfavorecida obetiendo un 4% de reciprocidad. El porcentaje sigue siendo muy superior al 0,6% promedio de los perfiles masculinos<sup>41</sup>. Abrirse un perfil en una aplicación de citas puede resultar bastante frustrante para un hombre si no logra destacar. Buscando respuestas sobre cómo un hombre puede mejorar su performance en Tinder, llegamos al caso de Blake Jamieson, un ex empleado de marketing digital que se hizo mundialmente reconocido por haber logrado, según sus propias palabras, “el récord mundial de *matches*” en Tinder. Diarios alrededor de todo el mundo recogieron su historia.

Blake era un soltero cualquiera, empleado de marketing en una empresa cualquiera y a punto de cumplir treinta años. Cuando se suscribió a Tinder, frustrado por la baja cantidad de *matches* que obtenía, decidió aplicar todos sus conocimientos de marketing digital a su propio perfil en la aplicación. Lo interesante del caso de Blake es que se trata de un hombre promedio que obtuvo resultados excepcionales porque supo cómo presentarse. La mayoría de las estrategias que aplicó responden a patrones que hemos visto en este capítulo y a lo largo del libro. ¿El resultado? Más de dos mil *matches*. Aunque para la mayor parte de las mujeres es significativamente más fácil obtener *matches* que para los hombres, muchas de las estrategias que Blake aplicó incrementarán también la tasa de *matches* para ellas. Quizá una de las pocas estrategias que no hemos repasado en este capítulo es la de esparcir en la descripción algo de humor y dejar alguna pregunta abierta. El humor sutil e inofensivo siempre suma. Y la pregunta abierta tiene un objetivo específico: plantar un incentivo para comenzar la conversación. Es que, a pesar del éxito de las estrategias de Blake a la hora de conseguir *matches*, solo un 8% de las mujeres se decidían a enviarle un mensaje privado. Para revertir la situación, decidió entonces agregar un pequeño texto a su biografía y cambiar una de las frases que lo describían (“Coleccionista de momentos”) por otra que generara intriga. Eligió una frase de la serie televisiva *Starky & Hutch*: “Si dijera: ‘Me gusta tu estilo’, ¿qué dirías tú? (Solo hay una respuesta correcta). El porcentaje de mujeres que le enviaron mensaje privado creció un 125% y pasó del 8 al 18%<sup>42</sup>.

## **No todo lo que brilla es oro**

En todas las redes sociales existen “bots”, es decir, *softwares* que ejecutan tareas automatizadas a un ritmo mucho mayor que el posible para cualquier ser humano, tales como cuentas programadas para tuitear, interactuar y/o recabar información de otros usuarios. Los objetivos más comunes suelen ser los de difundir y/o recopilar información. Las aplicaciones de citas, por ejemplo, son una gran fuente de información de personas solas. Por

eso es conveniente saber discernir cuándo un perfil es real y cuándo falso.

Algunos directivos de redes sociales han compartido datos sobre la cantidad de perfiles falsos en sus plataformas: Jack Dorsey, director ejecutivo de Twitter estimó en abril de 2017 que aproximadamente el 5% de los perfiles de esa red no pertenecían a personas sino a “bots”. Ejecutivos de Facebook han estimado que entre el 2% y 3% de las cuentas en sus perfiles son falsas, lo cual arrojaría la friolera de unos sesenta millones de perfiles sin una persona real detrás.

¿Y por Tinder cómo andamos? No existen datos certeros respecto de la cantidad de perfiles falsos en las redes de citas, pero podemos asegurar que muchas de las cuentas son falsas. Cualquiera con algo de carreteo en estas aplicaciones podrá reconocer *matches* con perfiles más falsos que billete de dos dólares. En ese sentido se recomienda siempre prestar atención a la información que se brinda en los perfiles: perfiles sin descripción de texto y que no están ligados a otras redes como Instagram tienen alta probabilidad de ser cuentas falsas. Por el contrario, una descripción detallada y un perfil ligado a otra red social activa son un buen indicio de que estamos chateando con alguien real. Ante la duda, siempre es bueno googlear al *match* para certificar la veracidad de la información que nos haya proporcionado.

Probablemente la mejor forma de garantizar, a la otra parte y a nosotros mismos, que se está chateando con la persona que hay detrás de las fotos es intercambiar notas de audio personalizadas (donde se nombre a la otra persona, por ejemplo) y/o mensajes con fotos tomadas en el momento o haciendo alusión a la conversación que se está sosteniendo. Las notas de voz son siempre bienvenidas en las conversaciones surgidas de aplicaciones de citas, permiten familiarizarse con el otro y llegar a una posible cita con más información de la contraparte. Recordemos además que el erotismo, especialmente en la mujer, se enciende también desde el sentido de la audición.

En el espacio gris entre el perfil falso y el real están los perfiles engañosos. Nos referimos a aquellos creados con fotos genéricas o que poseen muy pocas fotos, o fotos desactualizadas o todas tomadas desde el mismo ángulo o en el mismo plano, donde no llegamos a reconocer el aspecto físico general de la otra persona. Las estadísticas demuestran que los perfiles donde al menos una de las fotos muestra el cuerpo entero, sin importar la contextura física, obtienen mejores tasas de *matches* que aquellos que se limitan a mostrar primeros planos o planos medio del rostro.

### **Ese rollito sexy**

¿Deberíamos disimular aquello que no responde a la norma de belleza imperante? Si tengo unos kilos demás o perdí gran parte de mi pelo o no me gusta mi nariz... ¿Debería ocultarlo? Chirstian Rudder hace un interesante análisis de este aspecto analizando los perfiles que “polarizan”. Según este autor, cuando se resalta una característica que a muchos no les agrada, a su vez habrá un grupo que se encontrará fuertemente atraído; de allí el término “polarizar”, se crean dos extremos: “Repeler a algunas personas acerca a otras, las aproxima. Ser rechazado por algunos es ser amado por otros”.

Quiere decir que, cuando un perfil es muy llamativo –sea porque la persona se tiñó el pelo de verde, porque muestra con gracias sus kilos de más en la playa o porque no tiene problema en exhibir los avances de su calvicie–, lo amas o lo odias. Y, como bien dice el proverbio: “Lo contrario del amor no es el odio, sino la indiferencia”. Según las estadísticas de Rudder, esto sería cierto: disgustarles a muchos implicaría que también agradamos a muchos otros: los perfiles “polarizantes” obtienen hasta un 70% más de mensajes que aquellos que buscan adaptarse a la norma. Esto significa que, entre dos perfiles que han sido calificados con un promedio de dos estrellas sobre cinco, obtienen muchos más mensajes aquellos cuyo promedio se conformó con cien votos de una estrella y 34 de cinco que uno conformado con 134 votos de dos estrellas. Polarizar *reditúa*. Por ejemplo, según las estadísticas de Rudder, una mujer de muy baja calificación, que está en el 20 percentil más bajo, pero

con una alta variabilidad en sus votos, obtiene casi tantos resultados como una mujer típica en el percentil 70 más alto. La sinceridad de mostrarnos tal cual somos obtiene buenos resultados en las aplicaciones de citas.

## **El futuro de las aplicaciones**

Tinder, Happn y OkCupid son las aplicaciones de citas del momento en encuentros virtuales, y seguramente van a desarrollarse muchas más. Facebook ha anunciado a principios de 2018 que pretende irrumpir en el mercado de las aplicaciones de citas integrándola de alguna forma en su plataforma como un opcional para los usuarios y en 2019 ha comenzado a ofrecer el servicio en muchos países. Podría significar otra revolución en el mundo de las citas. Instagram ha anunciado que avanzará en el mismo sentido.

¿Es capaz la tecnología de llegar a un nivel de desarrollo en el que pudiese indicarnos quién desea tener un *match* con nosotros sin necesidad siquiera de preguntárselo a ninguna de las partes? Es una posibilidad cada vez más cercana. Los ejecutivos de Tinder han admitido que en el futuro les gustaría desarrollar un “Tinder manos libres”. ¿Cómo podría funcionar? Se trataría de una aplicación que mida las pulsaciones cardíacas, niveles de transpiración y dilatación de pupilas y que, sobre la base a esas respuestas fisiológicas, determinase el grado de atracción entre dos personas. El concepto es fascinante, imaginemos que el teléfono (o *smart watch* o el chip que posiblemente en el futuro todos llevemos implantado) nos advierta cuándo alguien siente atracción por nosotros. O quizá incluso podría advertirnos, aunque no lo hayamos notado, que sentimos atracción por determinada persona. Un futuro que puede no ser tan lejano y que marcaría una nueva revolución en la forma de relacionarnos.

### ☐ ***En pocas palabras***

Aproximadamente un tercio de las parejas se conocen a través de aplicaciones de citas. En numerosos estudios se observó que

las parejas que se conocen a través de aplicaciones de citas suelen ser más estables. Las mujeres son más selectivas que los hombres y tienen en promedio diecisiete veces más chances que los hombres de obtener un *match* en las aplicaciones de citas.

Las fotos que mejor resultado dan a las mujeres son aquellas en las que aparecen sonriendo mostrando los dientes, con el pelo levantado por el viento y mirando fuera de cámara. Deberían evitarse las fotos en grupo como foto principal. Las fotos practicando deporte son las que más alta tasa de “me gusta” reciben.

Las fotos que mejor resultado dan a los hombres son aquellas con un semblante sonriente, sin mostrar los dientes y mirando a cámara. También deberían evitarse las fotos en grupo como foto principal. Aunque menos efectivas que para las mujeres, las fotos haciendo deporte son también una buena opción para los hombres.

La *selfies* no obtienen buenos resultados en hombres ni en mujeres. Las fotos con mascotas, especialmente con perros, hacen más atractivo un perfil. A los hombres, tener al menos una foto en la que se los vea junto a una mujer en situación de amistad generará mayor confianza para marcar una primera cita.

Los mensajes con GIF obtienen más respuesta que los que solo emplean texto.

Una vez iniciada una conversación, las citas suelen producirse entre el segundo día y la tercera semana. Pasada la sexta semana, las probabilidades de que la cita se produzca descienden al 3%.

Los perfiles con descripciones desarrolladas e información académica y laboral obtienen más *matches* que aquellos con escasa o nula información. Un perfil en cuya descripción se formule al menos una pregunta abierta generará que más personas se decidan a iniciar la conversación.

<sup>39</sup> Cuando dos personas declaran que se gustan entre sí, se dice que hay un *match*.



<sup>40</sup> Günter J. Hitsch, Ali Hortaçsu y Dan Ariely, *What Makes You Click? Mate Preferences and Matching Outcomes in Online Dating*, MIT Sloan School of Management, febrero de 2006.

<sup>41</sup> Laura Lukkarinen obtuvo con la que considera su mejor foto un 43% de likes y en otros experimentos similares el porcentaje es aún mayor. Si consideramos en este caso que dentro del 57% que no obtuvo reciprocidad muchos podían ser usuarios inactivos esto significa que una buena foto de perfil en las mujeres heterosexuales tiene un altísimo grado de aceptación en las aplicaciones de citas.

<sup>42</sup> A principios de 2018, Martin Rieznik repitió el experimento de Blake en Tinder para ver cuántos *matches* podía lograr en dos meses aplicando las estrategias descritas en este capítulo. Como resultado, obtuvo en dos meses más de dos mil *matches*. El video con el experimento está subido a YouTube con el título “Experimento: cómo conseguir *matches* en Tinder”.

## 9

# EL MIEDO A SEDUCIR CUANDO LA EMOCIÓN GANA

*Valiente no es el que no tiene miedo sino aquel que conquista el miedo.*

NELSON MANDELA

ÁLVARO REYES<sup>43</sup> Y MARTÍN RIEZNIK

La inseguridad de cómo actuar ante una situación social desconocida es un problema que afecta a gran parte de la población mundial. En diversos estudios hechos a lo largo del planeta se constató que el 50% de las personas se describen a sí mismas como tímidas<sup>44</sup>. En una encuesta online del diario *La Nación* de Argentina, el 47% de los encuestados confesó que contrataría a un coach de relaciones para mejorar sus habilidades sociales y románticas<sup>45</sup>.

El primer obstáculo con el que muchas personas deben enfrentarse a la hora de iniciar una conversación con una persona que les resulta atractiva, pero con la que no tienen un vínculo es el miedo al rechazo, el temor al ridículo o a quedar expuestos. Nos referimos a esa sensación de pánico o intensa timidez que surge cuando alguien les resulta atractivo y comienzan a considerar la posibilidad de iniciar una conversación con intenciones de seducirlo. Muchos hombres y muchas mujeres sufren tanto esta situación que no inician nunca una conversación con alguien que no conocen, a no ser que otra persona los presente.

Álvaro Reyes, coautor de este capítulo, recuerda muy bien cómo se sintió la primera vez que intentó conscientemente interactuar con una mujer en una situación diurna. Lo recuerda como si fuese ayer y aún se le pone la piel de gallina, dice. En ese entonces Álvaro trabajaba como biólogo en el Centro de Neurociencias Cognitivas de Madrid, donde estudiaba los procesos cerebrales del procesamiento de la fealdad y la belleza. Iba caminando por el centro de la ciudad

pensando en cómo percibimos lo bello cuando notó que una mujer estaba caminando a su lado y, al verla, se activaron justamente todos sus procesos cerebrales asociados a la apreciación de la belleza: ella tenía todo lo que a él le gustaba y lo cautivó inmediatamente. Ella le sonrió, entonces Álvaro comenzó a pensar en cómo podía interactuar, pero el simple hecho de pensar que podía ser rechazado lo paralizó y se bloqueó completamente. Quiso actuar, pero el miedo lo dominó. Caminaron unos treinta metros más a la par, fueron los treinta metros más largos en la vida de Álvaro. En la siguiente esquina sus caminos se dividieron sin que él pudiera reaccionar y recuerda la experiencia como una de las peores sensaciones de su vida: literalmente, sintió que se estaba muriendo por dentro. Ese día se propuso hacer lo que fuera necesario para que el miedo no lo dominase nunca más.

Aquella tarde en que se sintió impotente por no poder interactuar con una mujer con la que deseaba hacerlo cambió su vida: decidió dejar los gabinetes de neurociencias donde trabajaba y comenzó su largo recorrido por el camino del estudio y desarrollo de las habilidades sociales y el coaching. Con el paso de los años no solo aprendió técnicas para dominar sus propios miedos, sino que se ha convertido en un referente mundial sobre temas de seducción, inteligencia emocional y dinámicas sociales. Varios de los videos de Álvaro en YouTube acumulan millones de visualizaciones, y actualmente viaja por el mundo transmitiendo ese conocimiento en seminarios, talleres y conferencias.

## **El miedo como emoción primaria**

Aunque existan factores culturales, sociales y adquiridos mediante la educación que generan e influyen en el miedo a aproximarnos a una persona que nos gusta, queremos centrarnos en la causa más profunda e inconsciente y menos conocida del miedo: el miedo como emoción fundamental para la supervivencia.

Existe cierto consenso en la psicología de que hay seis emociones básicas que dan origen a los sentimientos: el miedo, la ira, la alegría, la tristeza, el asco y la sorpresa. Estas emociones las

experimentamos todos los seres humanos en cualquier contexto cultural. No son adquiridas sino innatas, es decir que forman parte de nuestra naturaleza. Los animales experimentan emociones también; lo que nos diferencia de ellos es que a nosotros podemos desarrollar sentimientos, que son la conciencia de la existencia de esas emociones.

Entendemos a las emociones como un mecanismo de supervivencia que se activa frente a un estímulo, real o imaginario, y que nos permite reaccionar adecuadamente a nosotros y a nuestro entorno. El miedo, por ejemplo, generalmente nos indica que estamos en peligro. La ira puede indicarnos que nuestros límites están siendo invadidos. La alegría que hemos alcanzado una meta. Con la tristeza podemos comunicar a nuestro entorno que precisamos contención. Volviendo a la emoción que nos ocupa en este capítulo, el miedo, se la considera como la primera de las emociones. El miedo nos acompaña desde siempre, lo sentíamos antes de ser humanos incluso, cuando apenas éramos primates, y cumple una función clave. En palabras de Daniel López Rosetti:

El miedo, como reza el dicho, “no es sonso”. Está ahí desde nuestros albores justamente como mecanismo protector, de defensa, de supervivencia. Si no hubiéramos sentido miedo ante el peligro de un predador, no estaríamos aquí. Sin miedo, no nos hubiésemos defendido y hubieran terminado con nosotros. No habría existido descendencia. Recordemos que el miedo es una emoción que se activa ante la presencia de un estímulo real o imaginario.

Nos interesa ahora centrarnos en la última oración de la cita, desarrollar un poco más esto de que el miedo se activa por un estímulo real o imaginario. ¿Por qué detenernos en este punto? Porque reconocer el origen del miedo es uno de los primeros pasos para poder controlarlo: no es lo mismo si el estímulo que lo produce es un peligro real o es imaginario. Si estamos en la selva y nos cruzamos con un predador, el miedo es útil y activará nuestros mecanismos de respuesta de huir, de evitar o de enfrentar el peligro, según sea el caso. Pero, cuando hablamos del miedo a aproximarnos e iniciar una conversación con una persona, ¿no hay predadores! El miedo a interactuar con alguien que nos resulta atractivo ¿cumple alguna función real para nuestra supervivencia?

Si lo analizamos, veremos que el miedo a iniciar una conversación es, generalmente, el miedo a un rechazo imaginario que magnificamos. ¿Qué hubiera sucedido si Álvaro hablaba con la mujer que lo cautivó en las calles de Madrid? No lo sabremos nunca, pero podemos dar por seguro que ella no era un predador y que Álvaro hubiera salido ileso de la situación, hubiera sobrevivido. Y, seguramente, habría salido mejor parado que como finalmente salió, incapaz de actuar al ser dominado por el miedo. ¿Puede una emoción estar equivocada? ¿Puede una emoción llevarnos a actuar incorrectamente?

Días después de cruzarse a la mujer de vestido rojo por las calles de Madrid, Álvaro fue a una discoteca y el miedo volvió a invadirlo, pero el desenlace fue diferente. Así lo recuerda:

Estaba en la discoteca conversando con un amigo que en ese momento era dueño de uno de los mejores restaurantes de Madrid cuando vi a una mujer que me resultaba muy atractiva acompañada de un hombre. Se lo comenté a mi amigo. El lenguaje corporal y el contacto físico entre ella y su acompañante era el que tienen dos personas que se tienen confianza, era obvio que no acababan de conocerse. Quería hablarle, pero otra vez me paralicé. Sentí cómo los escalofríos recorrían mi cuerpo al completo, las manos me empezaron a sudar y las piernas se me ponían completamente rígidas. “¡Vamos, hazlo!”, me dijo mi amigo. Pero no podía moverme. En mi cabeza aparecían pensamientos como “Si es el novio, me va a pegar una paliza” o “Aunque solo sean amigos, la chica me va a rechazar y quedaré como un completo estúpido delante de todos” o “Les voy a incomodar y me van a acabar expulsando de la sala”. ¡Llegué a pensar que me iban a denunciar con la policía!

El miedo me había dominado y estaba listo para volverme a dormir a mi casa. A mi amigo, que era bastante más extrovertido que yo en esa época y que sabía cuánto sufría mis parálisis frente a esas situaciones, se le ocurrió motivarme a actuar ofreciéndome una recompensa. “¡Álvaro, hagamos esto... si te acercas a hablarles, te regalo una cena para dos personas en mi restaurante”. La verdad es que acababa de renunciar a mi trabajo en neurociencias y mi economía temblaba. Junté coraje y me acerqué. ¿Me dieron una paliza? ¿Me echaron de la sala? ¿Llamaron a la policía? ¡Para nada! Comencé elogiando la camisa del hombre y les pregunté si era ella quien se la había elegido. Todo desembocó en una agradable interacción: me contaron que eran dos amigos que habían salido juntos y que él era gay. Tuvimos una conversación súper entretenida. Ella terminó dándome su número de teléfono. Para mí fue una gran lección, porque pasé de pensar que podía morir y quedarme bloqueado a que la chica terminase dándome su

número de teléfono. Finalmente terminamos teniendo nuestra cita en el restaurante de mi amigo.

El punto al que queremos llegar con esta historia es el siguiente: las emociones pueden ser nuestro mejor aliado o nuestro peor enemigo. Pueden llevarnos a actuar incorrectamente o, en este caso, a no actuar. Quienes sufren regularmente de ira saben cuánto daño a ellos y su entorno puede provocarles una emoción fuera de control. El daño que nos puede producir el miedo es quizá más sutil, suele ser un daño más difícil de notar en lo inmediato porque, al contrario de la ira, muchas veces nos lleva a no actuar, a evitar, a dejar pasar oportunidades.

Todos sabemos que, al razonar, muchas veces podemos equivocarnos. Bueno, lo mismo sucede con las emociones, ellas también pueden ser erróneas y jugarnos una mala pasada. ¿A qué peligro real se exponía Álvaro en la discoteca? A ninguno; de hecho, tomó acción y todo fue positivo. Sin embargo, antes de tomar acción lo invadió el miedo. Muchas mujeres y hombres son incapaces de iniciar una conversación por el temor a quedar expuestas, a no gustar, a ser rechazados. Por eso es importante ser consciente de que las emociones no siempre nos ayudan. Reconocerlas y saber cuándo están aportando algo positivo, y cuándo no, es parte fundamental de nuestra inteligencia emocional y desarrollo personal.

## **El miedo en el cerebro**

Una de las partes que primero se desarrolló de nuestro cerebro es la amígdala. Está constituida por un conjunto de neuronas que se agrupan en la cara interna del lóbulo temporal de cada uno de los hemisferios. La amígdala forma parte de nuestro cerebro primitivo y es la encargada de poner en marcha el sistema de huida o lucha y generar la adrenalina que precisamos para reaccionar ante un peligro.

La que quizá sea una de las funciones principales de la amígdala es la gestión del miedo, estimulando o inhibiendo la respuesta de parálisis, lucha o huida. De hecho, existen numerosos casos clínicos en donde se observa que ante lesiones de la amígdala los

individuos experimentan reacciones extremadamente agresivas o la pérdida completa de la emoción del miedo, con todas las consecuencias que tal ausencia supone. No ser capaz de experimentar miedo es un problema tan o más grave aún que experimentarlo en exceso.

Los seres humanos y los animales reaccionamos de forma similar ante el miedo. Si un animal se siente amenazado, generalmente la primera reacción es evitar la potencial amenaza. En las situaciones en que evitarlo es imposible, humanos y animales tendemos a tornarnos agresivos o nos preparamos para la pelea. Pero lo primero es intentar evitar la situación de peligro.

¿A qué peligro nos enfrentamos a la hora de seducir? La verdad es que hoy en día, al acercarnos a conocer a una persona, es prácticamente imposible que podamos morir, incluso que corramos algún tipo de riesgo físico. Sin embargo, ese miedo a la interacción, esa emoción primaria, sigue existiendo. ¿Por qué?

### **¿Somos chimpancés?**

El miedo a la interacción con fines de seducción, ¿es instintivo? ¿Es adquirido mediante la educación y la cultura? ¿Es una combinación y refuerzo de ambos? Desde nuestro punto de vista, se trataría de una combinación. El miedo es, sin dudas, parte de nuestra biología y naturaleza, pero la cultura y la educación pueden reforzarlo o suprimirlo. Es que, al fin y al cabo, algo que nos caracteriza como seres humanos y nos diferencia del resto de los seres vivos es nuestra capacidad de modificar la naturaleza, nuestra naturaleza. Somos el único animal capaz de hacerlo. Que hayamos heredado el miedo no significa que deba dominarnos, podemos razonar y modificar nuestra realidad.

En este apartado nos centraremos en el posible origen evolutivo del miedo al rechazo o a la interacción social. La psicología evolucionista plantea que la conducta, especialmente sexual, de los humanos y animales puede ser comprendida si conocemos su historia evolutiva. Es decir, que las acciones y decisiones que tomamos los hombres y las mujeres a la hora de seducir e

interactuar con el otro sexo se podrían explicar en gran medida observando la parte más profunda y animal de nuestra conducta, la que desarrollamos a lo largo de millones de años de evolución de nuestra especie y que fue forjándose mediante el proceso conocido como selección natural. Como vimos, es en nuestro cerebro primitivo, desarrollado hace millones de años, donde procesamos el miedo y desde donde nace gran parte de nuestro comportamiento relativo al sexo y la supervivencia.

El problema con la psicología evolucionista es que no sabemos realmente cómo era la vida sexual de nuestros antepasados *homo sapiens*, por lo que muchos biólogos buscan en la conducta sexual animal algunas pistas de nuestro comportamiento sexual. Podríamos, por ejemplo, analizar la conducta de los chimpancés o de los bonobos, con quienes compartimos más del 98% de nuestros genes. Sin embargo, al hacerlo surge otro inconveniente: chimpancés y bonobos tienen conductas sexuales muy diferentes. Analicemos ambas.

En las manadas de chimpancés, puede observarse la existencia de lo que en biología se conoce como “machos alfa”: se trata de un espécimen o especímenes dominantes que disponen de la exclusividad sexual de todas o casi todas las hembras de la manada. Estos especímenes imponen su dominancia mediante la intimidación, la fuerza física y las alianzas mutuamente beneficiosas. Cualquier otro macho de la manada que intente romper el “monopolio sexual” del/los macho/s alfa se expone a una retaliación física inmediata por parte del animal o casta dominante e incluso se arriesga a ser excluido de ella permanentemente, lo cual conlleva una muerte casi segura, aislado en un medio ambiente hostil. Una hembra que es descubierta rompiendo ese monopolio sexual puede sufrir también graves consecuencias, tanto ella como sus crías<sup>46</sup>. ¿Cómo hacen para sobrevivir y reproducirse los especímenes que no pertenecen a la casta dominante de la manada? Solo disponen de dos opciones:

- Vencer físicamente al/los dominante/s.



- Aparearse sexualmente con las pocas hembras que no están “emparejadas” con el/los macho/s dominantes.

Podemos suponer que, para asegurar su propia supervivencia y la de sus genes, los animales, con el tiempo, mediante el proceso de selección natural, desarrollaron un mecanismo de seguridad: un miedo innato, que les amonestaba a no intentar aparearse con la mayoría de las hembras de su manada y así no despertar las iras del /los machos alfa.

Los chimpancés machos suelen tener mayor contextura física que las hembras e imponen el monopolio sexual por la vía de la fuerza física. Por su lado, las hembras suelen adoptar un comportamiento sexual gregario de preselección. Es decir, hay muchas más probabilidades de que se apareen con un macho que ya hubiese sido seleccionado como pareja por otras hembras de la manada (un indicador a un nivel instintivo, genético, físico y animal, de validez y aptitud como pareja, procreador, protector y proveedor) y muchas menos posibilidades de aparearse con un macho que ya hubiese sido rechazado por una o varias hembras (signo claro de inaptitud a un nivel, de nuevo, instintivo, genético, físico y animal) lo que se conoce con el nombre de “preselección negativa”.

En definitiva, acercarse a otro espécimen de la manada trae aparejados varios riesgos en los chimpancés: el riesgo físico del enfrentamiento con uno de los “macho alfas”, el riesgo para las hembras de poner en peligro la vida de sus crías y el riesgo para los machos de exponerse a un rechazo que disminuya drásticamente sus posibilidades de reproducción por causa de la preselección negativa.

Analizando el comportamiento de los chimpancés, es fácil deducir una posible explicación evolutiva del miedo al rechazo o el miedo a intentar seducir, pues en esta especie es efectivamente una actividad riesgosa. ¿Y cómo se comportan los bonobos?

En las manadas de bonobos el sexo no está asociado a la competencia ni a la violencia. Los bonobos no son agresivos, ni jerárquicos, ni selectivos respecto al sexo. Son una especie

promiscua donde no hay “machos alfa” y su estructura social está dominada por las hembras. El sexo es parte de su vida social y, al contrario de los chimpancés, lo utilizan para relajarse, saludarse, calmar la ansiedad, darle la bienvenida a un espécimen de otra manada, reconciliarse, intercambiarlo por comida y todas las variantes de interacción social que podamos imaginar. Pueden tener sexo de a dos o en grupo y son todos bisexuales. Practican el sexo oral y tienen relaciones por placer regularmente: el 75% de estas no tienen nada que ver con la reproducción. Parecen disfrutar del sexo recreativo tanto o más que los humanos. No hay registro de casos de infanticidio entre bonobos, algo que sí es frecuente en chimpancés.

Entonces... ¿somos más bien bonobos o chimpancés? Citamos las palabras del biólogo argentino Diego Golombek al respecto:

Pensarnos como poschimpancés tal vez ayude a entender las guerras y la violencia, así como las actitudes puramente individualistas de nuestra especie. Pero el “bonobismo” ayuda a optar por las soluciones grupales, pacíficas (y divertidas) a los conflictos. Mientras que los chimps resuelven sus problemas de sexo a través de las relaciones de poder, los bonobos arreglan los problemas de poder a través del sexo<sup>47</sup>.

Agregamos: pensarnos como chimpancés ayuda también a entender el miedo al rechazo y a la interacción social con desconocidos, algo que los bonobos no parecen conocer. Los chimpancés quizás nos sirvan para entender el origen del miedo en la seducción y los bonobos pueden enseñarnos algo de cómo superarlo. Probablemente tengamos características de ambas especies. Al fin y al cabo, para que exista evolución debe existir variedad de estrategias evolutivas. Dentro de una estructura jerárquica como la de los chimpancés incluso, no todos los especímenes utilizan la misma estrategia. Si la única estrategia existente fuese matar al posible oponente, el excedente neto de la sociedad sería nulo y la especie muy posiblemente se extinguiría. Si la única estrategia fuese ser pasivo en torno al sexo, la especie tampoco aseguraría su trascendencia. Ambas estrategias conjuntas garantizan la supervivencia de la especie.

Esperamos que, tras leer estas líneas, quienes nos leen se hayan dado cuenta por sí mismos que no podemos extrapolar el comportamiento de los animales a los humanos, error que suele cometerse con frecuencia. No somos animales salvajes, tenemos una cultura y no vivimos en manadas compuestas por unos pocos individuos, sino en pueblos, ciudades y sociedades compuestas por miles o millones de seres humanos. Un intento fallido de seducción puede no ser agradable, pero no compromete nuestra vida ni disminuye significativamente nuestras probabilidades de emparejarnos. Hay millones de seres humanos más. Sabemos también que, si actuamos con confianza, cortesía y buena predisposición, lo más probable es que recibamos lo mismo de la contraparte.

A ciencia cierta, probablemente nunca sepamos cuál es el origen exacto del miedo a iniciar una interacción social, suponemos que en su génesis hay componentes tanto biológicos como culturales. Lo que sí sabemos es que el miedo a la interacción social hoy en día es una emoción que no nos protege de un peligro real para la supervivencia. Las emociones no siempre son acertadas, por lo que resulta útil aprender a reconocerlas y trabajarlas, se trata de desarrollar nuestra inteligencia emocional.

## **Estrategias para lidiar con el miedo**

¿Qué hacer entonces frente a la emoción del miedo a interactuar con personas que nos atraen? Es importante entender que este miedo se origina desde nuestro interior y se proyecta en nuestra mente y pensamientos. Se desencadena generalmente por un estímulo imaginario, no real. No sentimos miedo cuando nos rechazan, sino cuando creemos (imaginamos) que nos van a rechazar. Y el miedo que experimentamos puede ser muy desproporcionado en comparación al posible riesgo que significaría un rechazo. ¿Cómo podemos evitar sentirnos así? Veremos algunas estrategias y ejercicios que pueden ayudar a atravesar mejor ese momento en que queremos interactuar con una persona con fines de seducirla.

Antes vale la pena hacer una aclaración: todo es útil, pero no todo lo es para todos. Desarrollaremos varias técnicas para enfrentar el miedo, pero quizás no todas las técnicas funcionarán con todos, por muchas razones. Te animamos a que las conozcas, las evalúes y utilices las que más te funcionen. No se trata de hacerlo todo, sino de hacer todo lo que te funciona.

## **La regla de los tres segundos**

Se trata de una de las técnicas más populares dentro de la comunidad de seducción y se utiliza para evitar la ansiedad a la aproximación. Su eficacia deriva de lo que se llama “habitución” en la terapia conductual. La habituación puede definirse como el decrecimiento de la respuesta de un organismo frente a un estímulo. Se trata de un proceso por el cual, paulatinamente, dejamos de responder a lo que no es relevante. Aplicado a la seducción se publicó por primera vez en el libro *The Layguide*, de Tony Clink, <sup>48</sup> y se llama “regla de los tres segundos”. La técnica consiste en no dejar pasar más de tres segundos entre que visualizamos a la persona que nos atrae y comenzamos a hablarle. ¿Te gustó el barbudo de la barra? ¿La mujer de vestido rojo? ¡Háblale ya! ¿Se elimina así el miedo? No del todo, pero crecerá solo por tres segundos. Cuando se deja pasar más de ese tiempo el miedo crece y crece, y es probable que nos paralice. Esto no significa que haya que acercarse a toda persona que nos resulte atractiva, pero sí que es conveniente dejar pasar el menor tiempo posible entre el pensamiento y la acción si no queremos que el miedo se apodere de nosotros.

Erik von Markovik hace una interesante analogía entre la aplicación de la regla de los tres segundos y el tirarse a una piscina de agua fría: cuando nos lanzamos a una piscina de agua levemente fría, sentimos frío. ¿Qué pasa si salimos corriendo y nos lanzamos de nuevo? Está menos fría, ¿cierto? Vamos, ¡una más! Luego de algunas zambullidas, ya no sentimos el frío. En cambio, si entramos a esa piscina lentamente, sufriremos mucho y correremos el riesgo de no hacerlo siquiera porque nos echamos para atrás en

el camino. Si nos zambullimos sin titubeos y repetimos el proceso, nos habituamos, nos adecuamos y hasta podemos disfrutarlo. Lo mismo sucede con la seducción o, mejor dicho, con el acercarse a hablar a desconocidos: si te habitúas a hacerlo, lo disfrutarás. Es clave no dejar pasar tiempo entre pensamiento y acción, más de tres segundos pueden ser suficientes para que el miedo impida actuar.

Es necesario hacer una aclaración. Dejar de practicar la regla de los tres segundos es similar a salir de la piscina y secarnos: el agua estará fría de nuevo cuando volvamos. La habituación se cimienta en la repetición.

Acortar el tiempo entre que surge el miedo y tomamos acción es útil no solo para iniciar una conversación. Álvaro recuerda lo que le sucedió a Marta, una de sus mejores amigas. Lo llamó un día de verano a las diez de la mañana, con la voz temblorosa y medio llorando. Quería tener una cita con un hombre con el que venía conversando hace semanas. Ella tenía miedo porque sentía que, si le proponía hacer alguna actividad juntos, él la iba a rechazar y se lo imaginaba riéndose de su propuesta, contándoles a todos sus amigos lo ilusa que ella había sido al invitarlo a salir con lo poco atractiva que era. Hacía días que sufría pensando en esa situación. Álvaro la calmó, le explicó que estaba haciéndose películas en su cabeza que eran muy poco probables y que si dejaba pasar aún más tiempo podía empeorar al punto de que le incomodase volver a verlo por todo lo malo que venía imaginando. La realidad es que, si él hasta el momento le gustaba era porque venía comportándose bien con ella, no tenía por qué convertirse en el monstruo que ella imaginaba. Lo mejor para acabar con el miedo y la angustia que sentía era actuar. Le hizo prometer que colgaría la conversación y lo llamaría a él. Marta se tranquilizó, se armó de valor, cortó con Álvaro y llamó inmediatamente al hombre en cuestión. Ahora llevan tres años de relación y están a punto de casarse.

**Si no puedes contra el miedo, únete**

Anthony Robbins es el orador especialista en motivación más influyente del mundo. Más conocido como Tony Robbins, ha ayudado a millones de personas a superar sus miedos y asesoró a algunas de las personalidades más importantes de nuestra historia contemporánea, desde Nelson Mandela a Donald Trump, pasando por Bill Clinton y Mijaíl Gorbachov.

Robbins desarrolló un modelo llamado Acondicionamiento Neuroasociativo (NAC, por sus siglas en inglés). Una de las premisas en que se centra este modelo es que las personas tomamos decisiones de dos formas distintas: el primer grupo toma acciones para huir del dolor, y el segundo, para acercarse al placer. Resumiéndolo en una línea: el ser humano tiende a buscar el placer y/o alejarse del dolor. Generalmente el miedo se expresa con mayor fuerza en las personas que toman sus decisiones para huir del dolor. Podemos asumir que quien no se anima a iniciar una interacción con las personas que le gustan está evitando el dolor de un posible rechazo.

La metodología que Robbins propone en estos casos no intenta buscar asociaciones positivas, sino cambiar las asociaciones negativas por otras negativas pero que faciliten la acción. Utilizar el dolor en vez de dejar que este nos utilice. Por ejemplo, cuando sentimos miedo a llevar a cabo determinada acción que nos gustaría realizar, en vez de enfocarnos en las posibles consecuencias dolorosas de emprender la acción deberíamos poner el foco en las consecuencias de no emprender la acción, en el precio que se paga por no buscar los resultados que uno quiere. Para magnificar el estímulo propone centrar la atención en el verdadero precio que se va a pagar si seguimos sin tomar acción. Buscamos el precio que se está pagando ahora y el que se va a pagar a lo largo de los próximos meses y años. Si queremos darle una escala mayor, podemos pensar también en el precio que pagaremos nosotros y el precio que pagarán las personas a nuestro alrededor por nuestro miedo a accionar.

La NAC propondría que en vez de pensar: “Si me acerco me va a rechazar, así que no me acercaré para evitar ese dolor”, podríamos

pensar, por ejemplo: “Si no me acerco, voy a seguir cenando solo toda la semana”. Si queremos magnificarlo más aún: “Si no me acerco a hablar con las personas que me gustan, voy a estar cada vez más solo/a y triste”, o aún más: “Si sigo sin acercarme mi confianza irá decreciendo y transmitiré esa emoción de inseguridad a mi familia y amigos”.

Si pensamos así, incluso aunque seamos de aquellos que tienden a actuar para alejarse del dolor, al centrarnos en el dolor que nos produce no actuar como queremos es posible que consigamos movernos a la acción. Y en cuanto nos movamos a la acción, el miedo tiende a diluirse y, con el tiempo, seguramente encontremos condicionamientos positivos para seguir haciéndolo. Lo interesante de la técnica de Robbins es que, en vez de evitarlo, convierte al dolor en un aliado.

### **Ejercicio práctico: reconocer los miedos**

La siguiente es una lista de ejercicios que ambos autores de este capítulo utilizamos con nuestros clientes. Si estás buscando un cambio en tu vida, te convocamos a actuar. Es doloroso vivir a la sombra de tus miedos, en especial sabiendo que podrías haber vivido alumbrado por la luz de la confianza y el coraje.

#### *1. Describe tus miedos*

Tus miedos internos son las creencias limitantes que te están apartando de vivir la vida que deseas. ¿Cuáles son las palabras favoritas asociadas a esos miedos? Vamos a escribir alguna de las cosas que habitualmente nos decimos luego termina tú la lista:

1. “No soy lo suficientemente atractivo/a como para seducir a las personas que me gustan”.

2.

3.

4.

Ahora piensa en las tres cosas que más escuchas en tu fuero interno y escríbelas en la tabla de consecuencias versus beneficios. ¿Qué estás ganando o perdiendo al creer o no creer lo que te estás diciendo?

	Resultado de Creer en tus miedos	Resultado de NO Creer en tus miedos
1		
2		
3		

A continuación, con total honestidad, dinos qué es lo que te acerca más a los objetivos que quieres. ¿Creerles o no creerles a tus miedos?

## 2. Revisión de ideas

Muchas veces, debido a creencias arraigadas en nuestro fuero interno, surgen escenarios que nos limitan a la hora de tomar acción y que no nos acercan a nuestro objetivo. Escenarios imaginarios que hemos creado sin tener ningún tipo de evidencia. Lo que te proponemos en este ejercicio es revisar en qué te basas para asumir que esos escenarios son reales. Vale una aclaración: cuando piensas “Me va a rechazar” es siempre imaginario, no es real. Es decir, en la medida en que aún no sucedió, es solo un pensamiento en tu cabeza. ¿Estamos siendo claros al respecto? La única verdad es la realidad, la imaginación no cuenta. Ahora puedes completar la tabla. Te damos un par de ejemplos y después te invitamos a completarla con tus propias experiencias.

“Me va a rechazar”

Evidencia	¿Es real?	¿Realidad más probable?	Respuesta final
Está ocupada haciendo algo con el celular	No	Me contestará cordialmente	Le hablaré y descubriré si congeniamos



Es demasiado atractivo/a	No	Las personas atractivas son simpáticas y responden cuando les hablas	Puedo hablar con personas que me resultan muy atractivas

### 3. *Puente al futuro*

Ahora cierra los ojos por tres minutos e imagina cómo será tu vida dentro de diez o veinte años si sigues teniendo estos miedos. Visualiza y siente todo el dolor que sentirás, toda la frustración, rabia e ira que tendrás. Todo el tiempo que habrás perdido e incluso cómo tu salud también ha salido perjudicada por dejar que estos miedos dominen tu vida.

Una vez que lo has observado, escribe en un papel, detalladamente, todo lo que has experimentado. Emociónate al escribirlo. Siente cada palabra que sale de ti. Expresa tu frustración y rabia.

Ahora, por cada elemento negativo que hayas sentido en tu historia, escribe al lado tres posibles acciones que vas a tomar a partir de hoy para impedir que eso ocurra.

Ejemplo: “Me veo completamente solo a los setenta años”.

Soluciones:

- Me comprometo a interactuar con dos personas desconocidas todos los días y a dialogar con quienes me cruzo siempre y nunca hablo (encargado del edificio, meseros, cajero, chofer, etc.).
- Me comprometo a ir semanalmente a un taller de desarrollo de habilidades sociales e informarme al respecto.
- Me comprometo a invitar todas las semanas a una persona a cenar o almorzar.

### 4. *Atrévete a conocer de verdad a las personas*

¿Qué un libro tenga una portada atractiva significa que es bueno? Con las personas sucede exactamente lo mismo. Muchos nos hemos acostumbrado a juzgarlas por su imagen, y es verdad que una buena imagen atrae; pero si luego su personalidad no se complementa con la nuestra, la relación va a ser de todo menos agradable.

Es imposible ser compatible con todo el mundo, porque tendemos a sentirnos cómodos con personas que tienen una visión de la vida similar a nosotros. ¿Quién puede imaginar a una mujer a quien le encanta la aventura y los deportes de riesgo junto a un hombre al que le gusta la rutina y pasar mucho tiempo en su casa viendo películas y series? ¿O a un hombre que es amante del deporte y del cuidado personal con una mujer que no le gusta nada el deporte y siempre está consumiendo comida chatarra?

La recomendación para quienes sufren miedo a hablarles a personas que les resultan físicamente atractivas es que le resten valor a su apariencia. Que sean atractivas no significa que sean compatibles. Son cosas muy diferentes, y es algo que solo podemos averiguar conociendo a la persona, no juzgándola previamente.

A nadie le gusta que lo juzguen nada más que por su físico. Queremos alguien que nos aporte conversaciones interesantes a la vez que excitantes. La única manera de conocer a alguien es interesándose por ese alguien. Preguntando por su vida y por su historia. Mejor que deslumbrarnos por su físico es deslumbrarnos por su personalidad.

## *5. Subdivide tus objetivos*

Muchas veces, la frustración se produce por ponerse objetivos demasiado ambiciosos. Algunas personas accionan en su día a día para obtener gratificaciones instantáneas, mientras que otras trabajan en el largo plazo y se enfocan en disfrutar el proceso. Aunque la primera es quizá una opción más atractiva, los estudios demuestran que quienes decantan por la segunda opción suelen ser los que acaban teniendo un éxito duradero.

El problema de ponerse objetivos de largo plazo (que requieren meses o incluso años de trabajo) es más factible que el cerebro, al no ver la recompensa, se dé por vencido rápidamente. Una solución pasa por mezclar la búsqueda de recompensa inmediata con aquellos objetivos que requerirán una mayor inversión de tiempo y esfuerzo.

Te proponemos el siguiente ejercicio: subdivide tus objetivos en microobjetivos. Así, tu cerebro obtendrá recompensas más rápido y mantendrá tu motivación en alto para seguir trabajando por lograr el siguiente microobjetivo. ¿Qué pasa si un microobjetivo se complica? Subdivídelo también. La idea de esto es hacer tan fácil el progreso que los resultados, por muy pequeños que sean, nos vayan moviendo hacia adelante.

Imagínate que tu objetivo es sentirte cómodo interactuando con personas desconocidas. Explicaremos el ejercicio para que tú también puedas realizarlo cuando tengas una dificultad.

Objetivo: Sentirme cómodo/a hablando con personas desconocidas.

Microobjetivo 1: Decir “hola” durante tres días a tres personas desconocidas.

Microobjetivo 2: Preguntar la hora durante tres días a tres personas desconocidas.

Microobjetivo 3: Pedir una opinión simple durante tres días a tres personas desconocidas.

Microobjetivo 4: Entablar conversación durante tres días con tres personas desconocidas.

¿A que suena más fácil, divertido y posible que, simplemente, proponerse el objetivo final?

## 6. Sé sociable

En este punto, no te permitimos que utilices la típica excusa de “Es que no tengo tiempo”. Esto es algo que podemos practicar con cualquier persona en cualquier momento. Puede ser con tu familia,

con tus amigos, con tus compañeros del gimnasio o con tus vecinos. Simplemente, se trata de poner el foco fuera de ti mismo y comenzar a preocuparte por el resto de las personas. Recordemos una vez más que el miedo nace dentro de nosotros, por lo cual, si nos salimos del centro de la escena y nos ocupamos del resto, tenderá a desaparecer.

Quien posee habilidades sociales, inteligencia emocional y sabe empatizar con las personas nunca va a estar solo y será una persona más feliz. Se ha comprobado que una de las claves de la felicidad es estar acompañado. Álvaro creció con la creencia que le impusieron de “tú eres el que mejor vas hacerlo todo” o “no confíes en lo que te dicen los demás”, y creció siendo una persona solitaria, desconfiada, siempre realizando todas las tareas él, aunque ni siquiera fuese su especialidad. Solo cuando dejó el egoísmo de lado y dejó de creerse el mejor se dio cuenta de que estaba rodeado de muchísimas personas valiosas.

A veces damos por hecho que los otros se van a encontrar siempre bien, pero la verdad es que no lo sabemos hasta que se lo preguntamos. Quizá lo más importante y bueno de ser sociable y preocuparse por los demás es que la mayoría de cosas que recibimos son una consecuencia de lo que damos. Si quieres recibir amor, empieza por darte amor a ti y a tu entorno.

### ☐ ***En pocas palabras***

La mitad de la población mundial se considera tímida y siente miedo antes de interactuar con desconocidos, especialmente aquellos que le resultan particularmente atractivos. El miedo es una de las emociones primarias, cuya función evolutiva fue garantizar la supervivencia frente a peligros externos.

Las emociones, al igual que los pensamientos y los razonamientos, no siempre nos conducen a la mejor acción posible. El miedo a la interacción social no parece tener una función real hoy en día; sin embargo, muchas personas lo experimentan. El miedo se activa ante una situación imaginada: el

rechazo. Saber reconocer que se trata de un miedo que no nos está protegiendo de un peligro real es uno de los primeros pasos para superarlo y tomar acción.

Una de las formas de superar la parálisis del miedo es, en vez de centrar los pensamientos en las posibles consecuencias negativas de actuar, centrarlo en las consecuencias negativas de no actuar. En vez de pensar “si le hablo me van a rechazar” pensar “si sigo sin actuar voy a seguir solo”. Ambos son pensamientos negativos que procuran alejarnos del dolor, pero el segundo conduce a la acción mientras que el primero paraliza.

La regla de los tres segundos es una estrategia de habituación que se utiliza para superar el miedo a la aproximación en la seducción: se trata de no dejar pasar más de tres segundos entre el momento en que divisamos a una persona que nos resulta atractiva y el que comenzamos a hablarle. De esta forma el miedo nunca llega a niveles de parálisis.

Cuando un objetivo se presenta como demasiado grande resulta de utilidad subdividirlo en pequeños microobjetivos. De esta forma, obtendremos sucesivas gratificaciones que nos conducirán al objetivo deseado.

<sup>43</sup> Álvaro Reyes es biólogo recibido en la Universidad Autónoma de Madrid. Trabajó en el Centro de Investigación del Cáncer de Salamanca y en el Centro de Neurociencias Cognitivas de Madrid en la investigación de los procesos cerebrales involucrados en el procesamiento de la fealdad y la belleza. En 2010 se volcó al estudio del desarrollo de habilidades sociales y fundó la empresa de *coaching* “Juega tu Juego”. En su canal de YouTube lo siguen más de un millón de suscriptores.

<sup>44</sup> T. A. Lorant, L. Henderson y P. G. Zimbardo, “Comorbidity in chronic shyness”, US National Library of Medicine National Institutes of Health, 2000.

<sup>45</sup> “Se multiplican en el país las escuelas que enseñan a seducir y a enamorar”, La Nación, 19-9-2009.

<sup>46</sup> En el caso de los leones, que poseen también una estructura jerárquica de “machos alfa”, cuando un nuevo espécimen asume la posición dominante mata a todas las crías que no son suyas.

<sup>47</sup> Diego Golombek, ob. cit.

<sup>48</sup> Tony Clink, *The Layguide*, Citadel, 2004.

# TRABAJAR EL PUNTO C (EL CEREBRO)

## EPÍLOGO DE MARIELA TESLER

*Locura es hacer lo mismo una y otra vez  
esperando obtener resultados diferentes*

ALBERT EINSTEIN

Después de escuchar a Martín Rieznik hablar en medios de comunicación en reiteradas ocasiones, decidí contactarlo para conversar en persona y conocer de qué manera estaba trabajando con su escuela de coaching social para hombres. Me parecía muy novedoso de su parte haber creado ese tipo de formación. Estaba intrigada y coincidía con lo que miles de mujeres me pedían: ¡que alguien les enseñe a ellos sobre seducción!

Desde hace mas de 15 años que escucho las mismas preguntas: ¿por qué tantos hombres son tan básicos y poco creativos? ¿por qué tanto apuro? ¿Por qué todos quieren llegar al orgasmo como si fuera lo único importante? ¿Cómo puede ser que en pleno 2021 aun no nos comprendan? Por que ante la menor dificultad, algunos ni vuelven a intentarlo. ¿Será que hoy es tan sencillo con las redes sociales? ¿A dónde quedó el juego de la seducción? ¿Por qué las relaciones parecen estar tan carentes de sentimiento? ¿Acaso estamos cada vez más *yoístas*? ¿O es que las relaciones amorosas están sobrevaloradas? Estas son sólo algunas de las preguntas que suelen hacerme las mujeres en eventos, seminarios, entrevistas y sesiones.

Mis años de trabajo y estudio siempre estuvieron dedicados especialmente a la mujer, por lo cual, cuando conocí a Martín, sentí que podíamos potenciarnos formando como un yin y yang, las mitades necesarias para complementar una labor que cada uno venía realizando por separado. Nos citamos en un bar y descubrimos que teníamos muchas propuestas, consejos y hasta orientaciones similares. Creo que, si hoy estoy aquí compartiendo

estas páginas, es porque ambos nos dimos cuenta de que, a pesar de especializarnos en géneros diferentes, ambos jugamos para el mismo equipo.

El hecho de que este libro de seducción sea para hombres y mujeres es, desde mi punto de vista, un signo de la época que estamos transitando. No sé si habría sido posible unos años atrás, cuando el rol de la mujer en la seducción estaba completamente subordinado a las acciones del hombre. Hoy nos encontramos con una mujer empoderada, que sabe lo que quiere, cuándo, cómo y con quién. Hay un cambio real en la forma de acercarnos y de relacionarnos. Las mujeres no tenemos por qué jugar un rol pasivo. Ya no se trata de quedarnos esperando que ellos den el primer paso. ¿Por qué? Porque somos tan autónomas como ellos. Porque entendimos finalmente que nos merecemos el disfrute, que es nuestro derecho, que nadie nos está juzgando por dar ese primer paso, y si lo hacen, lo importante es que no nos juzguemos nosotras mismas. Podemos ser tan activas como deseemos, lo importante es trabajar mucho el punto C, nuestro cerebro, que tantas veces nos pone la barrera del *no hacer* por culpa del *qué dirán*.

### **Una norma anticuada**

A muchas mujeres nos han educado bajo la norma de ser “serviciales”, una especie de *deber ser* hacia el hombre, tan impuesto que hoy es un hecho que, como género, se nos dificulta poder sentir placer por *motu proprio* y parece la culpa por su deseo, sus fantasías o por tener sexo “sin amor”. Generación tras generación ha crecido en un mundo esperando que un príncipe azul llegase a rescatarnos de nuestra desabrida rutina. Lo hemos leído en libros, lo hemos encontrado en películas, en canciones, en telenovelas... Una vida entera marcada por la búsqueda de la “media naranja”, del “alma gemela”, esa mitad que iba a llegar para complementarnos, para darnos felicidad, para prometernos amor eterno: nuestra salvación.

Sentadas en el colectivo, caminando por las calles de la ciudad, en reunión de amigas, yendo al supermercado, cualquier lugar podía

ser sinónimo de esperanza para que esta maravillosa mitad apareciera. Claro, este mandato tan marcado significaba, por un lado, que sin esa mitad “perfecta” estábamos incompletas. Si no encontrabas a tu príncipe, algo estaba mal. En vos. Y si ya pasabas los treinta y seguías sola, era mucho peor, algo que aún hoy se sigue sosteniendo en algunas familias.

Si finalmente esa otra mitad aparecía, tenías que sellar ese vínculo (no fuera a ser que se escapase) con una medalla en forma de medio corazón (a tu pareja le dabas la otra mitad), luego el anillo, el casamiento con vestido blanco y... “hasta que la muerte nos separe”. Cuánto hemos decidido por el *qué dirán*... Recibo cientos de comentarios de mujeres que se lamentan después de 20 años de casadas porque tomaron consciencia de las elecciones que hicieron por ese mandato y no desde el corazón.

A pesar de pertenecer al ámbito de lo privado, la sexualidad también está repleta de guiones preestablecidos por un mandato familiar y social preexistente. Un *deber ser* tan poderoso que se impone en la mente de muchas mujeres y nos dice lo que deberíamos pensar, sentir o hacer, y a la vez nos exige olvidarnos de lo que deseamos, de lo que sentimos.

## **Una historia asimétrica de la sexualidad**

Aun en estos días sigo escuchando a muchos hombres sostener la “teoría” milenaria: hay mujeres para ser madres, otras para tener buen sexo, otras para ser una gran compañera de vida... Como si no fuera posible encontrar todas esas cualidades en una sola persona. Esta “teoría” tiene su historia. Antiguamente, en Grecia existían las cortesanas para el placer, las concubinas para los cuidados cotidianos y las esposas para una descendencia legítima, las guardianas del hogar. En el matrimonio griego, no existía la exigencia de fidelidad recíproca. Si el hombre quería estar con otra mujer, podía hacerlo mientras no fuera con una mujer casada, ya que pertenecía a otro hombre. El resto de las mujeres estaban a su alcance. Pero si era la mujer quien deseaba estar con otro hombre,



se la consideraba una adúltera. Un claro ejemplo de asimetría y opresión.

En la Roma antigua, el matrimonio era la forma de vincular las descendencias de dos familias importantes. Pero la cultura romana avanzó más que la griega en la igualdad de los integrantes del matrimonio. El filósofo romano Musonius Rufus definió el ideal del matrimonio adoptado luego por el cristianismo: el matrimonio como la unión de dos almas con el objetivo de procrear. Ninguno de los dos esposos tenía derecho al sexo fuera de la pareja ni antes de casarse. Esas reglas eran las mismas para ricos como para pobres, sin distinción. A pesar de estos preceptos –o quizá justamente por ellos– Roma fue la ciudad donde floreció la prostitución.

Tras la caída del Imperio romano, la moral cristiana logró imponer sus normas. El sexo tenía un único propósito: la procreación. Fuera de ese objetivo era considerado sucio, vergonzoso, y fue severamente condenado. El matrimonio, entonces, era la única solución para mantener relaciones sexuales. El concepto de sexo por placer no encajaba con el cristianismo.

Hacia 1700 comenzó a aparecer el amor galante, el goce amoroso se reivindicó y pasó a ser un fin en sí mismo. Al unirse a la mujer, el hombre no buscaba solo engendrar, podía disfrutar. La Revolución Francesa fue una primavera para el romance y el sexo, e incluso se llegó a legitimar el divorcio: los matrimonios duraban cuanto durasen el amor y el mutuo consentimiento. Se formalizó la unión matrimonial ante la ley y no ante Dios. El matrimonio pasó a ser laico. En 1791 Olympe de Gouges publicó un manifiesto feminista en el que exigía el sufragio universal, el acceso de mujeres a cargos públicos, idénticos derechos a la propiedad y el mismo poder para la toma de decisiones para maridos y esposas.

Pero esa primavera duró poco. El Código napoleónico de 1804 prohibió a las mujeres francesas firmar contratos, comprar y vender propiedades, así como abrir cuentas bancarias a su nombre. El divorcio establecido en 1792 fue suprimido en 1816. Para el matrimonio, el amor pasó a ser peligroso. Apareció un silenciamiento a la mujer. El Romanticismo del siglo XIX reintrodujo

la asimetría entre los sexos; el patriarcado brillaba en todo su esplendor. A partir de 1860 empezó a usarse la palabra *sexualidad* para referirse a la vida sexual. Las mujeres, como género, quedaron excluidas de los nuevos derechos que se estaban extendiendo a todos los hombres. Apareció la idea del hombre proveedor y la mujer administradora del hogar. Para la mujer, el amor conyugal implicó excluir de sus metas el éxito individual. La mujer fue sometida a postergarse. En el éxito de los suyos radicaba su felicidad personal. Así se construyó uno de los pilares de la subjetividad femenina: ser de otro.

### **El placer se asoma**

En 1559 un científico de Venecia, Reinaldo Colombo, hizo pública la existencia del clítoris, al que llamó “amor” o “dulzura de Venus”. El pensamiento dominante de la época era que la finalidad del sexo era exclusivamente la reproducción. ¿Cómo justificar entonces la presencia en la anatomía femenina de algo cuya única función era proporcionarnos placer? Durante más de doscientos años, el clítoris pasó inadvertido como fuente de placer porque no existía explicación que coincidiera con tales preceptos. Recién en la última etapa del siglo XX el clítoris fue aceptado finalmente.

Si te pones a pensar, las mujeres tenemos el único órgano del cuerpo (al menos eso es lo que se sabe científicamente hasta el momento), creado únicamente para sentir placer. Posee unas 8000 terminaciones nerviosas sensitivas, el doble que el glande del pene, no envejece con los años permitiéndote sentir de igual modo toda la vida, nos da la posibilidad muy fácilmente de ser multiorgásmicas (el hombre también puede ser multiorgásmico, pero no es algo sencillo de lograr. Técnicas especiales de respiración y ejercicios que enseñan la filosofía oriental ayudan a lograrlo con mayor facilidad) a pesar de todo eso, las consultas por anorgasmia femenina lideran el Top 5 de consultas.

### **Las mujeres también gozan**

Hacia el siglo XVI se sostenía que la excitación sexual desequilibraba mentalmente a las mujeres. El cirujano Isaac Baker Brown, presidente de la Sociedad Médica de Londres, aseguraba haber curado a casi cincuenta mujeres de los “males de la masturbación” gracias a la clitoridectomía, la amputación del clítoris. El clítoris era visto como el único culpable de la histeria, de la epilepsia y de otras manifestaciones consideradas “locura”. Con la histerectomía y la clitoridectomía se lograba “curar” a estas pacientes. *Una mujer decente no debía sentir placer.*

Aunque parezca increíble, esta mutilación se sigue practicando en unos treinta países de Oriente Medio, África y Asia. Al respecto, la Organización de las Naciones Unidas dio una cifra escalofriante: en la actualidad hay unos doscientos millones de mujeres en el mundo a las cuales se les ha realizado esta práctica.

Otra manera de “curarlas” era mediante un masaje en la zona pélvica, que culminaba cuando llegaban al orgasmo. Por supuesto, la demanda de mujeres-pacientes en los consultorios fue enorme. Los médicos se pasaban horas estimulándolas para calmarlas. Muchos de ellos terminaban con tendinitis por la cantidad de masajes que realizaban. Como lubricante usaban aceite de oliva. “Útero ardiente”, llamaban a la enfermedad, y parecía ser una plaga. La masturbación femenina era *inmoral*, lo único que se podía hacer era estimularla. Con el dedo del marido o del médico. Ella sola no podía hacerlo. Hasta que apareció un gran invento que suplió esta labor manual. En 1880, el señor Granville patentó el primer vibrador electromecánico con forma fálica para ser usado con fines médicos. En alrededor de diez minutos el “mal” se curaba. Algunas empresas comenzaron a fabricarlos en serie. El primer vibrador doméstico fue patentado en 1902 por Hamilton Beach. Era más pequeño y evitaba tener que ir al médico para solucionar la “histeria” en casa. Comenzaron a publicar anuncios que alentaban a las mujeres a usarlos: “La vibración es la vida”; “Porque tú, mujer, tienes derecho a no estar enferma”; “La vibración proporciona vida y vigor, fuerza y belleza”; “El secreto de la juventud se ha descubierto en la vibración”.

En 1912 la Sociedad Psicoanalítica de Viena realizó un simposio sobre onanismo donde Sigmund Freud, con sus *Tres ensayos para una teoría sexual*, habló de la actividad autoerótica de niñas y niños concentrada en la estimulación del pene y del clítoris. Explicó que el clítoris tenía las mismas características de excitabilidad que el miembro masculino. La masturbación se volvió una etapa del desarrollo. Se comenzaba a entender que tanto hombres como mujeres podían tener deseos sexuales.

Cuando los vibradores empezaron a usarse en películas eróticas, este accesorio fue considerado un objeto de perversión. Desapareció de la venta masiva y dejó de verse por completo como un aparato con fines médicos. Cuando en los años cincuenta la Asociación Americana de Psiquiatría declaró que la histeria no era una enfermedad, se perdió la posibilidad de comprar un vibrador para curarla. Sin embargo, los investigadores Master y Johnson —él ginecólogo, ella sexóloga— utilizaron vibradores para sus investigaciones sobre sexualidad. En los años setenta se realizaban incluso sesiones masturbatorias con vibradores para casos de anorgasmia. Hoy el uso del vibrador se sigue “recetando” en talleres de salud sexual.

En la década de 1960, con la aparición de las píldoras anticonceptivas, la sexualidad femenina fue disociada de la procreación por primera vez. Las mujeres pudieron reivindicar su derecho de hacer lo que quisieran con su cuerpo. Se multiplicaron las parejas que vivían juntas sin firmar ningún papel. Hasta que las mujeres tuvieron acceso a métodos seguros y efectivos de anticoncepción, era muy poco lo que podían hacer por reorganizar sus vidas y sus matrimonios. Este cambio no solo permitió que las esposas se dedicaran de manera más comprometida a sus trabajos; también alteró las relaciones dentro de la pareja.

El crecimiento proporcional de parejas sin hijos debilitó la conexión entre el matrimonio y la paternidad. Se redefinió al matrimonio como una asociación de dos individuos iguales. Un marido ya no podía prohibir a su esposa que aceptara un trabajo porque eso le impediría cumplir con sus “deberes” en la casa y

como tutora de sus hijos. El amor dentro del matrimonio empezó a considerarse una posibilidad, y en el siglo XX se lo valorizó tanto que hoy se hace casi imposible pensar lo contrario.

A finales de la década de 1970 las mujeres conquistaron el acceso a derechos legales, a educación, al control de la natalidad y a empleos dignos. En poco tiempo, divorciarse fue algo relativamente sencillo. El aumento en la expectativa de vida que viene produciéndose desde 1970 también cambió los términos del matrimonio. Esto hizo que el “juntos hasta que la muerte nos separe” se convirtiera en un desafío más exigente que nunca. Una frase que se sigue diciendo hoy cuando nos casamos pero que, si la pensamos, parece una imposición anticuada. ¿Es eso lo que en verdad buscamos? Cuando en la década de 1980 los bancos de esperma decidieron permitir el acceso a mujeres no casadas, más y más aprovecharon la oportunidad de formar familias no convencionales.

## **Un mundo exprés**

En relación con las intenciones de relacionarse, de amarse, de formar una pareja o una familia, observo que la gran mayoría de las personas solteras sigue queriendo encontrar con ilusión un amor verdadero. Sin embargo, al indagar un poco más, esas mismas personas expresan cierto temor al compromiso, acusan no tener tiempo para ocuparse y preocuparse por otro, tanto física como energéticamente. En este mundo de objetos descartables, parece que también terminamos descartando con gran facilidad a las personas. Esta falta de dedicación al otro genera relaciones mucho más ligeras, carentes de un vínculo profundo, de un descubrir real del ser que tenemos enfrente. Infinidad de personas –consciente o inconscientemente– se aíslan, se convencen de que el otro tiene demasiadas cualidades que no van con uno o provocan una discusión cuando comienzan a sentir algo más profundo. Para qué involucrarse sentimentalmente en una relación de la que podemos salir lastimados si en Tinder hay cientos de *matches* esperando con los que, en un principio, no hay riesgo de sufrir.

Todos queremos ser queridos, amados. Queremos gustar, pero también necesitamos de un otro que nos demuestre que somos valiosos. La intimidad emocional es tan importante como la intimidad de la piel. En un mundo tan tecnológico y apresurado por llegar no sabemos dónde, la invitación es a preocuparnos por conectar con nuestro propio deseo sincero, libre de tantos prejuicios.

La seducción, entonces, debe comenzar con nosotros mismos, siempre. ¿Cómo me trato, cómo me aconsejo, cómo me miro? ¿Con amor, con bronca, con palabras de aliento o de desesperanza? ¿Qué me devuelve el espejo? ¿Me juzgo demasiado, soy exigente al punto de no poder siquiera disfrutar? Si no puedo sentirme a gusto conmigo, menos podré lograr que el otro lo haga. Trabajar la autoestima es clave a la hora de pensar en las relaciones.

Esperar en modo estático que las cosas simplemente sucedan puede ser un camino, aunque francamente no considero que sea el más aconsejable para concretar aquellos sueños que imaginás para tu vida. Cuando lo que pensás, lo que decís y lo que hacés coinciden en forma y expresión, lográs armonía con tu ser y todo comienza a alinearse.

## **Naranjas enteras, aquí y ahora**

Somos seres que podemos potenciarnos entre nosotros, no como mitad y mitad, sino como uno más uno (o uno más dos, si es el caso). No se trata de complementarnos como una falta: se trata de ser seres completos tanto solos como en pareja. Una mirada que permite sumar desde lo positivo del encuentro y no desde su carencia.

Detenernos a sentir, más que a pensar tanto. Ese debería ser un gran lema para el día a día. Vivir el aquí y ahora, tratando de distraer nuestro punto C, que se llena de pensamientos del afuera, mensajes que aparecen a cada momento y nos distraen del disfrute. Mensajes impuestos por la sociedad, por la educación, por la familia, por la religión, pero que muchas veces no coinciden con nuestro verdadero deseo y nos impiden actuar desde las ganas.

Vivimos en un mundo descartable, pero las relaciones pueden prosperar si nos tomamos el tiempo para que eso suceda. Aprovechemos este concepto para descartar todo lo que no nos hace bien. Comencemos por un plan *detox*. Digamos *stop* a los malos hábitos. Demos vuelta la página y comencemos a relacionarnos de una mejor manera. Primero con uno mismo, luego con los demás.

Sientete libre. Come alimentos más nutritivos y naturales. Rodeate de gente con buena vibra, de arte, de buena música. Liberate de todo aquello que te provoca malestar o pesadez. Concéntrate en tu respiración. Sumate a clases de yoga o de meditación, todo aquello que te permita reducir tu ansiedad, que es la que muchas veces no te posibilita relacionarte o incluso tener buen sexo. Mirá más comedias que dramas. Conectá con la naturaleza. Cuando te sientas demasiado adulto para experimentar, recorré tu antiguo barrio, visitá a los amigos, a la familia, y recordá aquella persona maravillosa que fuiste de niño y que ahí sigue estando. Solo falta darle un fuerte abrazo y palabras de aliento para que sepa que siempre se puede, mientras se desee con el corazón y se actúe en consecuencia.

# LA PELÍCULA DE LA SEDUCCIÓN

## EPÍLOGO DE MARTÍN RIEZNIK

*Cada minuto que pasa es una oportunidad de cambiarlo todo.*

SOFÍA SERRANO EN *VANILLA SKY*

Fue en 1998 cuando leí por primera vez un libro sobre seducción. Se titulaba *Cómo hacer que cualquiera se enamore de vos* (originalmente, *How to make anyone fall in love whit you*) y fue escrito por la psicóloga e investigadora Leil Lowndes. Yo entonces tenía dieciséis años y hasta ese momento creía –como muchas otras personas– que en el terreno del amor y de la seducción había mucho por aprender pero que, a la vez, no había nadie que pudiera enseñarme al respecto. Sin embargo, apenas comencé a leer a Leil me di cuenta de que estaba completamente equivocado: la seducción no es un talento innato ni algo ininteligible. La seducción es una habilidad y, como tal, podemos perfeccionarnos en ella con una guía adecuada.

La obra de Leil impactó de inmediato en mis relaciones sociales, sexuales y románticas. Desde entonces, dediqué gran parte de los últimos veinte años al tema y lo que en un principio fue un hobby, luego de un tiempo, fue transformándose en una profesión: en 2008 fundé la primera escuela de seducción para hombres del mundo: *LevantArte*. Desde entonces he dado clases, conferencias y talleres para miles de hombres alrededor del mundo.

En 2017 conocí a Mariela Tesler, que estaba haciendo un trabajo similar, pero con mujeres y en el sur argentino. A partir de ese momento hemos impartido juntos numerosos talleres de formación en los cuales integramos nuestros conocimientos y experiencias.

Muchas cosas se han modificado desde que comencé mi camino en el mundo del *coaching* en habilidades sociales: desde tecnologías que permiten nuevas formas de interactuar hasta cambios culturales que impactan en nuestras costumbres y



comportamientos. Por eso, podemos preguntarnos hacia dónde evolucionarán los modos en que nos seducimos y nos relacionamos en los próximos años.

### **De dónde venimos, a dónde vamos**

La seducción es una habilidad social, por lo cual está intrínsecamente ligada a la sociedad en la que se la practique. El contexto –cultural, social, económico–, así como los avances científicos y tecnológicos, todo incide en la manera en que nos relacionamos. Un ejemplo claro lo representa la invención de la pastilla anticonceptiva y el surgimiento de la revolución sexual femenina en los sesenta, y cómo esos hechos impactaron en las formas en que nos relacionamos y seducimos.

Actualmente estamos viviendo una nueva revolución encabezada por mujeres de todo el mundo. Y parece ser más profunda que las precedentes: se está haciendo foco en generar un cambio sustancial en las maneras de vincularnos, de seducirnos y de construir las relaciones. Para intentar comprender hacia dónde evolucionarán esas relaciones, debemos analizar tanto la situación actual como también de dónde venimos. Esto es fundamental a fin de proyectar hacia dónde nos dirigimos. Salir del instante, de la “foto”, para buscar el movimiento, la “película”. Retrocedamos entonces un poco en el tiempo.

### **Sexo y propiedad**

Por lo que sabemos, todo indica que en la prehistoria los seres humanos vivían en grupos nómades y no existía la propiedad privada. Los recursos eran compartidos, así como el refugio y la crianza de los niños, todo era comunitario, nadie pertenecía a alguien. Hombres y mujeres trabajaban para subsistir, ellos cazando y ellas recolectando. No existían las jerarquías sociales ni sexuales<sup>49</sup>. La invención del arado, hace unos siete mil años, cambió profundamente la vida humana. Desde que un día alguien ató una piedra a un palo de madera, creó la agricultura y acabó con miles de años de nomadismo.

Cuando el hombre se establece en asentamientos y luego en ciudades aparecen las posesiones, es decir, la propiedad. Los grupos se organizan en familias (hombre, mujer e hijos) y lo hacen en casas, donde comienzan a cuidar su tierra, sus cultivos y sus animales. La familia quiere garantizar la vida de los hijos y su herencia. Dentro de este nuevo esquema de organización social aparece una institución, la vida en pareja, lo que hoy llamamos matrimonio<sup>50</sup>.

Cuando las sociedades se asentaron y pasaron a ser agrícolas (y sedentarias), las mujeres perdieron su rol en la producción de alimento y el hombre pasó a controlar la producción y la reproducción. La tierra y el sexo. La mujer perdió su libertad y pasó a ser considerada un accesorio del hombre. La imposición de la monogamia sexual de la mujer es la forma que encontró el hombre para garantizar la herencia de la propiedad a sus hijos. El patriarcado, la monogamia y la propiedad privada nacieron juntos.

Durante los siglos siguientes, el amor y el sexo no tuvieron mucha relación entre ellos. El matrimonio y su correspondiente monogamia sexual eran una cuestión de propiedad, de derechos sobre el cuerpo de la mujer y sus hijos. Recién en el siglo XVIII se empezó a pensar, en América y Europa, que el amor debía ser la razón principal para casarse y procrear. Comenzó a tenerse en cuenta la opinión de los contrayentes, pero aun así se trataba de una libertad limitada, ya que las mujeres seguían requiriendo la venia de su padre, la cual solía estar sujeta a intereses económicos. Se trataba de sociedades completamente patriarcales, en las que los derechos femeninos eran muy limitados: la mujer y los niños seguían siendo una propiedad más del hombre de la casa. Este modelo de casamiento y de subordinación al hombre como una propiedad más subsistió, casi intacto, hasta mediados del siglo pasado.

## **Sexo en la ciudad**

En la década de 1960 se inició la revolución sexual femenina, en coincidencia con la creación de la pastilla anticonceptiva, que independizó al sexo de la función reproductiva y permitió reivindicar la sexualidad femenina basada en el placer. A su vez, las mujeres comenzaron a reclamar y a recuperar derechos sociales, sexuales,

políticos y económicos. En la década de 1980 el divorcio fue legalizado en muchos países. La monogamia “para toda la vida”, heredada de nuestros antepasados rurales, empezaba su declive tras siglos de mandato.

Desde mediados del siglo pasado hasta principios de este, la novedad respecto de la vida familiar fue la gran cantidad de personas solteras que vivían solas, un fenómeno sin precedentes en la historia. Cincuenta años antes, casi nadie lo hacía. Hoy las viviendas pensadas para una o dos personas son las que más se construyen. Así resume Helen Fisher algunos de los cambios que experimentamos a finales del siglo pasado en nuestra vida sexual y romántica:

Nos estamos desprendiendo de las actitudes sexuales de la vida de los granjeros. En la Europa preindustrial un casamiento casi siempre marcaba la integración de propiedades y la alianza de dos familias, de modo que los matrimonios debían ser estables y permanentes. Esta necesidad ya no existe. La tarea de la mujer era llevar en su cuerpo la semilla del marido y criar a los hijos, por lo tanto, nuestros antepasados agrícolas exigían que la mujer llegase virgen al matrimonio. Dicha costumbre ya no existe. La mayoría de nuestros antepasados rurales negociaban sus matrimonios. Ese hábito prácticamente ha desaparecido. Prohibían el divorcio. Ya no es así. Respecto al adulterio, la prohibición regía solo para la mujer. Esto ha cambiado. Y honraban dos lemas matrimoniales sagrados: “Honrarás a tu esposo” y “Hasta que la muerte los separe”. Esto también tiende a desvanecerse.

A finales del siglo XX, la monogamia sexual para toda la vida fue cediendo lugar a la monogamia sucesiva, esto es, salir de una relación y comenzar otra. En las últimas décadas, la monogamia sucesiva se convirtió en norma. Y en los últimos años comenzó a tomar protagonismo otra forma de relacionarse: cada vez más personas se declaran o son consideradas *poliamorosas*, o practicantes del *amor libre*. Pero ¿de qué se trata el fenómeno conocido como *poliamor*?

## **Poliamor: sexo y libertad**

Es un neologismo que se utiliza para señalar cuando una persona está involucrada en más de una relación íntima –amorosa o sexual– de manera simultánea y con el pleno consentimiento de todos los

involucrados. El término lo utilizó por primera vez Diana Moore en 1990, en el manifiesto titulado “A Bouquet of Lovers”. Entre otras cosas, el poliamor busca “crear relaciones duraderas, a largo plazo y complejas basadas en una profunda amistad mutua”. No se trataría de relaciones pasajeras, sino de una nueva forma de vincularse.

¿El poliamor tiene algo que ver con la nueva revolución que están encabezando las mujeres? Una de las grandes cuestiones planteadas por el movimiento reivindicativo de las mujeres es dejar de considerar al cuerpo del otro como propiedad exclusiva. Posiblemente este sea el punto de contacto entre el poliamor y la nueva revolución cultural, y explique el porqué de su (re) nacimiento conjunto. Como bien señalan Dossie Easton y Janet Hardy:

Muchas personas creen que la territorialidad sexual es una parte natural del individuo y la evolución social. Las teorías más recientes apuntan a que dicha territorialidad se remonta a ocho mil años atrás, cuando los humanos dejaron de ser nómadas cazadores-recolectores para convertirse en agricultores sedentarios en una transformación que concedía mucha más importancia al control a largo plazo de las tierras, las familias y todos los medios de producción. Si consideras que los celos son un fenómeno de la naturaleza en vez de un constructo social, entonces te resultará sencillo escudarte en ellos para perder los estribos y dejar de ser un ser humano razonable, responsable y ético<sup>51</sup>.

Los celos encajan a la perfección con la idea de propiedad. Posiblemente por ello, en una sociedad que enaltece la propiedad privada y el interés individual, los tengamos tan naturalizados.

La experiencia susurra al oído que la fidelidad es imposible, que la monogamia es una ilusión y que las leyes del deseo triunfan siempre sobre las leyes de la costumbre. La inocencia grita que el amor solo puede ser libre, que la pluralidad de afectos es un hecho y que el deseo obedece a un orden natural, anterior y superior a todo mandato social establecido<sup>52</sup>.

El mandato social del matrimonio y de la monogamia sexual se están debilitando, es un hecho. Cada vez menos personas se casan y nuevas formas de relacionarse están surgiendo. ¿Cuál es entonces el futuro de las relaciones románticas y sexuales?

**Nueva (s) forma (s) de amar**

Soy optimista con respecto a la evolución humana. También soy consciente de que aún nos queda mucho camino por recorrer para construir una sociedad libre de opresión y sometimiento. Sin embargo, creo que, a pesar de ciertos vaivenes, los seres humanos somos cada vez más libres y vivimos cada vez en mejores condiciones. Vivimos más años que nuestros antepasados. En las últimas décadas las mujeres vienen recorriendo un camino de liberación sin igual. Nuestra sexualidad es mucho más libre que hace veinte, cincuenta o cien años atrás.

Durante siglos hemos ligado la idea de amor romántico a la posesión, a la exclusividad. Hoy la idea del amor como propiedad está siendo cuestionada. Debo confesar que, aunque me considero poliamoroso –porque encuentro muy sanos sus principios y porque de hecho lo practico–, no me siento cómodo con la clasificación que se hace del poliamor. ¿Por qué? Porque implicaría que el amor es una cosa y el poliamor es otra. Sin embargo, pienso que se trata de redefinir lo que entendemos por amor y desligarlo por fin de la propiedad sobre el cuerpo o la sexualidad de otrx. Como bien señala Baigorria, “La posesión es la antítesis de la libertad. ¿Cómo uno puede ser verdaderamente libre cuando ama? Solo mediante una reinención de la palabra *amor*”.

Creo que es posible redefinir el amor y dejar de pensarlo como un producto más que se acaba cuando lo consumimos o que se reduce cuando lo compartimos. El amor puede ser infinito y no disminuye necesariamente porque deseemos a otra persona. Cualquiera sabe que sentir amor por un hijo o un hermano no significa sentir menos por otro. Con el amor romántico puede sucedernos lo mismo: podemos sentirnos atraídos romántica o sexualmente por dos o más personas sin que ello signifique que ese amor es de menor calidad o inferior, y esto lo pueden sentir incluso personas que toda la vida se pensaron monógamas: los millones que fueron o son infieles y sienten algo por otra persona mientras siguen amando a su pareja... ¿no son acaso poliamorosos no asumidos?

Quienes decidan romper con la norma establecida de la monogamia se encontrarán en el camino con muchos “pros”, pero

también con muchas “contras”. La principal contra será que aún no poseen muchos modelos para referenciarse. Arrastramos siete mil años de sexualidad y amor monógamo contra apenas unos pocos años de apertura. Ante cualquier conflicto será difícil encontrar una guía, alguien con una experiencia similar, un ejemplo en el cual referenciarse, el consejo de un amigo. Sin embargo, la debilidad puede transformarse en fortaleza, pues quienes se embarcan en esta aventura tendrán que construir a cada paso sus propios acuerdos sobre cómo cuidarse y respetarse, es decir, deberán dialogar, cuidarse, comprenderse. Deberán construir una responsabilidad afectiva con sus vínculos. El amor basado en la libertad se apoya en el diálogo y el cuidado, y es uno de sus pilares más fuertes.

No existe una forma única de ejercer el amor libre porque justamente se trata de la ausencia de fórmulas preestablecidas para amar. Quizá el futuro esté atravesado por diversas maneras de relacionarse que sean más sanas que las que arrastramos desde hace miles de años. Se tratará entonces de encontrar el modo más adecuado para cada caso.

Existen vínculos de poliamor con acuerdos muy diversos: relaciones cuyo trato es que cada uno puede hacer lo que desea afuera de la relación mientras que el otro no se entere; otras cuyo arreglo es que los integrantes pueden hacer lo que quieran fuera del vínculo siempre y cuando se informen previamente; relaciones que solo incorporan terceros en lo sexual pero que no permiten encuentros sexuales por fuera; otras que solo aceptan relaciones sexuales con terceros por fuera en ciertas condiciones (por ejemplo, en viajes); otras que solo dan lugar a encuentros íntimos con personas de determinado sexo; y todos los acuerdos imaginables.

## **Seducción y educación**

Es muy probable –y esperable– que en los próximos años hablemos cada vez más sobre la temática de este libro: cuáles son las mejores formas de expresar nuestros deseos e intenciones sexuales o románticas. Eso aportará a la construcción de relaciones

sanas basadas en el consentimiento. En la actualidad, por primera vez se está haciendo visible masivamente el acoso que las mujeres han sufrido y sufren por parte de algunos hombres. Se está haciendo público qué es todo aquello que no deben hacer los hombres en sus interacciones con las mujeres. Visibilizar el problema es un primer paso para superarlo.

Uno de mis anhelos es que la educación en seducción pase a ser parte de nuestra educación formal. Sé lo importante que es construir relaciones románticas en la vida de las personas. También sé lo frustrante que puede ser no lograrlo y las consecuencias negativas de no enseñar cómo se construye el consentimiento. Será un día de enorme progreso humano y social cuando se enseñe formalmente y a toda la población acerca de las etapas del proceso de seducción, del poder de la mirada y de la sonrisa, de cómo y cuándo establecer contacto físico, de la importancia de la postura y de la imagen, del respeto por el espacio personal y de la lectura del lenguaje corporal. Llevo más de diez años instruyendo en ese sentido, y el cambio positivo en las vidas de quienes lo aprenden y su entorno es muy notorio. Educar en cómo se construye el consentimiento es fundamental para vivir una sexualidad libre. Espero sigamos contribuyendo en esa dirección con este libro.

La experiencia ha demostrado que es posible aprender a seducir, no tenemos por qué manejarnos a tientas. La desinformación al respecto es brutal, y es lo mismo que sucedía pocas décadas atrás en torno al sexo. ¿Hablar de sexo en las escuelas? Para algunos, que pudiera existir una materia llamada “Educación sexual” era una idea descabellada y hasta repugnante. Para entrar en la currícula oficial hubo que batallar contra prejuicios y conservadurismos, y al ganar la pelea permitió a muchas personas vivir el sexo más seguro y libremente, pero a la vez proteger su salud, su bienestar y su integridad. De la misma forma, la educación en seducción brinda la posibilidad de ser más libres al relacionarnos con quienes deseamos, nos acerca a otras personas de una forma armoniosa, aporta herramientas para satisfacer nuestra necesidad básica de sexo de manera humana y consentida. Dejar librado al azar el saber

sobre sexo y seducción puede tener consecuencias negativas para la felicidad y el desarrollo de las personas.

Es posible aprender a seducir. Pero ¿podremos redefinir el amor? Las ya citadas Dossie Easton y Janet Hardy proponen interrogantes válidos como punto de partida:

¿Puedes imaginarte un amor sin celos, sin sentimientos de propiedad? ¿Un amor libre de toda la dependencia y desesperación? Intentémoslo.

Podemos tomar algunos pensamientos del budismo: ¿cómo sería un amor sin apego? ¿O abrir nuestros corazones a alguien sin otra expectativa que otro corazón abriéndose como respuesta? ¿Amar solo por el placer de hacerlo, sin importar lo que podamos obtener a cambio?<sup>53</sup>

Amar solo por el placer de hacerlo. Estar lleno de amor sin esperar algo a cambio. Dar lo mejor de uno mismo siempre. ¿Acaso no es esa la esencia del amor?

Hace veinte años un libro me enseñó que no hay ámbito de nuestras vidas donde no podamos mejorar, y ese es uno de los rasgos más significativos de nuestra naturaleza. Somos seres humanos, aprendemos y evolucionamos. El amor y la seducción no escapan de esa realidad: podemos aprender a seducir y podemos aprender a amar. Estoy seguro de que puedes hacerlo y que tus seres queridos también. Atrevete.

<sup>49</sup> Para un desarrollo mayor del tema, sugerimos consultar *Anatomía del amor. Historia natural de la monogamia, el adulterio y el divorcio*, de Helen Fisher.

<sup>50</sup> Daniel López Rosetti, ob. cit.

<sup>51</sup> Dossie Easton y Janet Hardy, *The Ethical Slut*, Melusina, 3.<sup>a</sup> ed., 2018.

<sup>52</sup> Osvaldo Baigorria, *El amor libre. Eros y anarquía*, Anarres, 2006.

<sup>53</sup> Easton y Hardy, ob. cit.



## **¡ESTO RECIÉN COMIENZA!**

Has terminado el libro, ¡felicitaciones!

No tenemos dudas de que luego de leer este libro muchas cosas habrán cambiado en tu vida, sin embargo... ¡esto recién comienza!

Las habilidades sociales son un camino de crecimiento continuo, no hay una meta a la que llegar, ni laureles en los que dormirse, se trata de ser una mejor persona día a día y para siempre.

Queremos que sepas que estamos para acompañarte en el desarrollo de tus habilidades sociales y de seducción.

Sin importar cuánto hayas logrado, nos gustaría que consideres a este libro como el puntapié inicial: la seducción es una habilidad que se puede practicar y se puede mejorar de forma permanente.

Te invitamos a seguir transitando este camino con nosotros.

Para acceder a la Academia Tesler visita [www.teslertraining.com](http://www.teslertraining.com).

Para acceder a mentorías, entrenamientos y cursos con Martín Rieznik visita [www.levantarte.com](http://www.levantarte.com)

**¡Lo mejor está por venir!**

## AGRADECIMIENTOS

Este libro que lleva la firma de dos autores y dos colaboradores es por supuesto fruto de un gran trabajo colectivo. En esa jornada colaboraron con sus aportes directos sobre manuscritos preliminares Bárbara Domato, Alejandra Herrera, Wanda Dobler, Andrés Rieznik, Gabriel Hormazabal y Antonella Zamponi. El libro fue posible también gracias al trabajo profesional del personal de Dunken Argentina y de Marta Rosa Mutti. Y por supuesto pudimos realizarlo también gracias a las miles de personas que confiaron en nuestro trabajo a lo largo de los últimos años y que nos permitieron dedicarnos a la investigación que dio origen a todas estas palabras. A todxs ustedes, ¡gracias!

[www.instagram.com/martinrieznik](https://www.instagram.com/martinrieznik)

[www.instagram.com/marietesler](https://www.instagram.com/marietesler)

## BIBLIOGRAFÍA

- ANSARI, Azis. Modern romance: Love in the Digital Age. Lectorum Pubns, 2017.
- BAIGORRIA, Osvaldo. El amor libre. Eros y anarquía. Libros de Anarres, 2016.
- BARANOWSKI, Andreas. The Science of Seduction: Towards an Evidence-based Approach to Heterosocial Skills Training. AV Akademikerverlag, 2012
- BRIZENDINE, Louann. El cerebro femenino. Las claves científicas de como piensan y actúan las mujeres y las niñas. Pas. Editorial RBA/Del nuevo extremo, 2010.
- BUSS David. The evolution of desire. Basic Books, 2003.
- CARNEGIE, Dale. Cómo ganar amigos e influenciar sobre las personas. Buenos Aires: Ediciones Sudamericana, 2006.
- CIALDINI, Robert. Influence: The Psychology of Persuasion. HARper Business, 2006.
- COVEY, Stephen. Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva. Barcelona: Ediciones Paidós, 2005.
- DEANGELO, David, How to meet women in bars and clubs. Nueva York, DD, 2005.
- DYER, Wayne. Tus zonas erróneas. México: Editorial Grijalbo, 1991.
- EASTON, Dosie & HARDY Janet, The Ethical Slut: A Practical Guide to Polyamory, Open Relationships, and Other Freedoms in Sex and Love. Ediciones Melusina. 3ra Edición, 2013.
- FERRIS, Timothy. O Céu da Mente. Rio de Janeiro: Editorial Campus, 1993.
- FISHER, Helen. Anatomía del amor. Barcelona: Ediciones Anagrama, 1992.
- \_\_\_\_\_, Por qué amamos. Buenos Aires: Ediciones Punto de lectura, 2006.

FISAS, Carlos. Erotismo en la historia. Barcelona: Editorial Plaza Janes, 1999.

FROMM, Erich. El arte de amar. Madrid, Editorial Paidós, 2009.

FROMM, Erich. El miedo a la libertad. Madrid, Editorial Paidós, 2009.

FUSARO, Fabio. Mi novia, manual de instrucciones. Buenos Aires. Editorial Siglo XXI, 2006

GALLOTI, Alicia. Placer sin limites. Barcelona: Ediciones Martinez Roca, 2000.

GLADWELL. Malcolm. Blink: The Power of Thinking Without Thinking. USA: Editorial Back Bay Books, 2005.

GOLEMAN, Daniel. Inteligencia emocional. Madrid. Editorial Kairos, 2010.

GOLOMBEK, Diego. Sexo, drogas y biología. Buenos Aires. Editorial Siglo XXI, 2006.

GRAY, John. Las mujeres son de Venus y los hombres son de Marte. Barcelona: Debolsillo, 2009.

GREENE, Robert. El arte de la seducción. Barcelona: Espasa-Calpe, 2011.

HARRIS, Carol. Los elementos de PNL. Madrid: Ediciones Improve, 2002.

HELITZER, Melvin. Comedy writing secrets. Cincinnati, EE. UU.: Writers Digest Books, 2012.

HOPKINS, Cathy. A la caza de las mujeres. Buenos Aires, Editor Javier Vergara, 1991.

KIYOSAKI, Robert y LECHTER, Sharon. Padre rico, padre pobre. Buenos Aires: Editorial Aguilar, 1997.

LOPEZ ROSETTI, Daniel. Ellas. Editorial Planeta, 2017.

LOPEZ ROSETTI, Daniel. Emoción y Sentimientos. Editorial Ariel, 2018.

LOPEZ ROSETTI, Daniel. Equilibrio. Editorial Planeta, 2019.

LOWNDES, Leil. How to make anyone fall in love with you. EE. UU.: McGrawHill, 1997.

LOWNDES, Leil. .Undercover Sex Signals, Citadel Press Inc, 2006.

MAGARIN, Dalila. O homem irresistível. San Pablo: Editorial Original.

MANSON, Mark. Models: Attract women through honesty. London. Editorial CIPP. 2011

MORRIS, Hugh. The art of kissing. EE. UU.: Dolphin Books, 1977.

ORDEIX, Juan. Comunicación de alta influencia. Penguin Random House, 2017.

ORTEGA Y GASSET, José, Estudios sobre el amor, Madrid, Editorial Edaf, 1994.

PEASE, Allan y Bárbara. El lenguaje del cuerpo. Barcelona: Ediciones Amat, 2006.

ROBBINS, Anthony. Poder sin límites. Buenos Aires. Editorial Vintage, 2010.

RUDDER, Cristian. Dataclysm: Love, Sex, Race, and Identity--What Our Online Lives Tell Us about Our Offline Selves. Crown, 2014.

STRAUSS, Neil. El método. Barcelona: Ediciones Planeta, 2006.

SAVIAN, Sergio. Paquera, guia práctico da conquista. San Pablo:Editora Gente, 1999.

TENENBAUM, Tamara. El fin del amor: Querer y coger en el siglo XXI. Ediciones Planeta, 2019

TZU, Sun. El arte de la guerra.

VON MARKOVIK, Erik, The Mystery Method: How To Get Beautiful Woman Into Bed, Connecticut, Tantor Media, Inc; Library edition, 2007.

WEIL, Pierre y TOMPAKOW, Roland. O corpo fala. Rio de janeiro: Editorial Vozes, 2000.

# ÍNDICE

## Nota de los autores

## Prólogo. Epistemología de la seducción

El arte de amar

Seducir antes de Cristo: Ovidio

La ciencia de la observación

La ciencia de la experimentación

Helen Fisher

El surgimiento de las comunidades de seducción

## **1. El aprendizaje de la seducción**

Teoría y práctica de las relaciones amorosas

Más conectados, menos sociables

Cuando la profesión no suma

Cuando la política no suma

El fenómeno de los hombres “herbívoros” y las mujeres “fujoshi” en Japón

El sexo “solo” o con un robot

Una materia para aprender a seducir

## **2. La ciencia del acercamiento**

¿Quién toma la iniciativa?

¿Por qué nadie me mira?

Las primeras palabras

Todo es relativo... al contexto y... a las formas

## **3. Atracción científica**

¿Es cierto que la verdad no ofende?

Ponderamos diferente

Los principales disparadores de la atracción

Los rasgos físicos que atraen a los hombres

Los rasgos físicos que atraen a las mujeres

Rasgos universales de belleza

Ellas son más selectivas

La preselección como atajo de la atracción

La edad

Amor a primer olfato

Estrategias femeninas y estrategias masculinas  
¿Billetera mata galán?

#### **4. La comunicación no verbal. El lenguaje universal**

El lenguaje no verbal cambió la historia del siglo XXI

Empatía y lenguaje no verbal

¿Existe la intuición femenina?

La danza de la seducción

#### **5. Comportamientos generadores de atracción**

Escasez, disponibilidad y deseo

¿Me quiere o no me quiere?

La escalera del sí

Dar para recibir

#### **6. Nunca estamos solos. La influencia de terceros en el proceso de seducción**

Todos tienen que ver con todas

¿Proponer o disponer?

Juego de grupos

El juego de a dos

#### **7. Sellando el vínculo. La etapa de conexión: el punto de no retorno**

Los atajos de la conexión

La cita y sus etapas

#### **8. Seducción en el *smartphone*. Las aplicaciones de citas**

Coqueteando online

De nuevo, ellas son más selectivas

La foto

La descripción

La conversación

Preguntas predictivas

La curiosidad (y el humor)

No todo lo que brilla es oro

Ese rollito sexy

El futuro de las aplicaciones

#### **9. El miedo a seducir. Cuando la emoción gana**

El miedo como emoción primaria

El miedo en el cerebro

¿Somos chimpancés?

Estrategias para lidiar con el miedo

La regla de los tres segundos

Si no puedes contra el miedo, únete

Ejercicio práctico: reconocer los miedos

**Trabajar el punto C (el cerebro).** *Epílogo de Mariela Tesler*

Una norma anticuada

Una historia asimétrica de la sexualidad

El placer se asoma

Las mujeres también gozan

Un mundo exprés

Naranjas enteras, aquí y ahora

**La película de la seducción.** *Epílogo de Martín Rieznik*

De dónde venimos, a dónde vamos

Sexo y propiedad

Sexo en la ciudad

Poliamor: sexo y libertad

Nueva (s) forma (s) de amar

Seducción y educación

**¡ESTO RECIÉN COMIENZA!**

**Agradecimientos**

**Bibliografía**