



Investigación de la Universidad de Duke mostró los efectos de dar un obsequio

Estudio comprueba que en momentos de crisis es mejor sorprender con un regalo que dar un consejo

“Las conversaciones de apoyo también generan estímulos positivos, sin embargo, solo lo hacen a nivel auditivo”, dice la neuróloga Evelyn Benavides.

MARCELO POBLETE

En un hallazgo que podría transformar nuestra comprensión de las dinámicas del apoyo emocional, un estudio publicado en 2024 sugiere que los regalos podrían ser más efectivos que las conversaciones para brindar consuelo en momentos de estrés. Los investigadores Holly S. Howe, Hillary J. D. Wiener y Tanya L. Chartrand, a través de siete estudios exhaustivos, concluyen que recibir un pequeño obsequio, como una barra de chocolate o flores, tiene un impacto emocional más profundo que una conversación reconfortante. ¿Por qué?

Ventaja material

El estudio de la Universidad de Duke, Estados Unidos, titulado “El dinero puede comprarme el amor: los regalos son una forma más eficaz de apoyo social agudo que las conversaciones” (lo puede leer aquí <https://goo.su/JIzWAQ>), explora cómo los regalos son percibidos como un gesto de mayor sacrificio, lo que hace que quienes los reciben se sientan más valorados y queridos. Esta percepción de sacrificio parece ser clave para que los obsequios generen un alivio emocional más efectivo que las palabras de apoyo.

Los investigadores recopilaron datos de cientos de participantes, quienes formaron parte de estudios tanto en laboratorio como basados en recuerdos de experiencias personales. En cada experimento, compararon los efectos de recibir un regalo frente a mantener una conversación emocionalmente significativa. Los resultados, medidos en términos de afecto positivo y negativo, fueron consistentes: aquellos que recibieron regalos mostraron una mayor mejoría en su estado emocional.



LUN

“Las conversaciones de apoyo también generan estímulos positivos, sin embargo, solo lo hacen a nivel auditivo”, plantea la neuróloga Benavides.

Sobre qué nos mueve o desencadena cada tipo de emoción, la neuróloga comenta que es variable de persona a persona y tiene que ver “principalmente con algo aprendido”. El estudio mostró que en momentos de crisis o estrés, un pequeño regalo no solo puede alegrar a alguien, sino también hacer que se sienta apoyado por más tiempo. Los investigadores creen que lo importante es que el regalo se ve como un sacrificio y una muestra de cuidado.

Factor sorpresa

“Mientras más inesperado sea el estímulo, más reacción provoca, porque genera sorpresa”, destaca la doctora Benavides. “Si es un regalo poco habitual, aunque sea pequeño, por la vista o por el tacto o gusto, logra otras sensaciones que van a estas áreas del cerebro y eso es lo más interesante del estudio. Las conversaciones de apoyo también generan estímulos positivos, sin embargo, solo lo hacen a nivel auditivo, eso podría estar relacionado”, opina.

Feticho

Como la investigación sugiere que, cuando las palabras no alcanzan, un gesto concreto, como un regalo, puede ser la mejor manera de mostrar apoyo y cariño de verdad. Luis Pino, director de la carrera de carrera Psicología de Universidad de las Américas, lo explica así: “Un regalo va a tener una significación transversal, porque es un objeto material, por lo tanto, un feticho y los seres humanos somos seres fetichistas, que ponemos significado o relevancia en objetos materiales”.

Costo

A cerca de cómo puede vincularse el sacrificio percibido, al dar un regalo con los conceptos económicos de algo materia, Héctor Osorio, economista de la consultora PKF, cree que “si bien existe en este proceso la relación costo-beneficio, sobre todo cuando hacemos un regalo lo que estamos diciendo es que la persona en cuestión nos importa, significa algo para nosotros y, para quien recibe el regalo, la sensación que le otorga es que efectivamente somos importantes para aquel que nos otorgó el regalo en cuestión”.

Estímulos cerebrales

El trabajo de investigación plantea que los regalos son percibidos como gestos intencionales centrados exclusivamente en el bienestar de la otra persona, mientras que las conversaciones suelen verse como una forma de intercambio más equitativo, donde ambos participantes obtienen algún beneficio. Incluso cuando se igualaron variables como el costo monetario y el tiempo dedicado, los regalos mantuvieron su ventaja en cuanto a la efectividad emocional.

Sobre cómo se procesan a nivel

neurológico las emociones, cuando una persona recibe un regalo en comparación con tener una conversación de apoyo, la neuróloga Evelyn Benavides y académica de la Facultad de Medicina de la Universidad Diego Portales, dice que corresponde al sistema límbico del cerebro “que se encuentra en los lóbulos temporales, en las partes internas del cerebro y que son las que procesan la ira, el odio, el amor, la alegría y la tristeza. Estas zonas, a su vez, se comunican con las áreas frontales, que hacen que se regulen las emociones, y que tengamos un filtro para poder funcionar”, dice.

“Cuando hacemos un regalo lo que estamos diciendo es que la persona en cuestión nos importa”

Héctor Osorio, economista

ARCHIVO LUN