

**Influencia del atractivo físico en la percepción de la inteligencia y de la  
extraversión.**  
**Physical attractiveness influence on the perception of the intelligence and  
extraversion.**

Álvaro Postigo Gutiérrez y Eduardo García-Cueto  
*Departamento de Psicología. Universidad de Oviedo.*

**RESUMEN**

**Antecedentes:** El objetivo de la investigación es estudiar la influencia del atractivo físico en la construcción del prejuicio sobre la inteligencia y la extraversión. **Método:** La muestra fue incidental. Estuvo compuesta por 628 personas con edades comprendidas entre los 16 y los 80 años, y un 47,4% fueron mujeres. Como instrumentos de evaluación se han utilizado seis escalas de comparaciones binarias, las cuales se construyeron con 20 fotografías de estudiantes universitarios (10 de mujeres y 10 de hombres). Como condicionante del prejuicio se tuvo en cuenta la variable de atractivo físico. **Resultados:** Se pone de manifiesto que el atractivo físico influye en la percepción de las personas a la hora de estimar subjetivamente la inteligencia y la extraversión. **Conclusiones:** El atractivo físico puede llegar a ser relevante en aspectos importantes de la vida debido a su influencia a la hora de juzgar cualidades de las personas como la inteligencia y la extraversión, por lo que se confirma el estereotipo de *Palabras clave* Estereotipos, atractivo físico, inteligencia, extraversión.

**ABSTRACT**

**Background:** The goal of this investigation is to study the influence of physical attractiveness in the construction of prejudice about intelligence and extraversion. **Method:** The sample was incidental. It consisted of 628 people with ages between 16 to 80 years old, and 47,4% were women. The evaluation system included six binary comparison scales, which were developed using 20 college students' photographs (10 men and 10 women). As a judgement-conditioning fact the variable of physical attractiveness was taken into account. **Results:** The study shows that physical attractiveness influences the perception of intelligence and extraversion in people. **Conclusions:** Physical attractiveness can be relevant in some aspects of life due to its influence when first judging the intelligence and extraversion of a person. Therefore let the Spanish proverb 'Lo que es bello es bueno' (What is beautiful is good) be confirmed.

*Keywords:* stereotypes, physical attractiveness, intelligence, extraversion.

Contacto

alvaro.postigo.gtz@gmail.com

## 1.- Introducción

En general, se habla de estereotipo para referirse a un conjunto de creencias compartidas sobre atributos personales que poseen los miembros de un grupo. Se entiende que son rígidos y repetitivos, aplicables de manera automática (Fiske y Neuberg, 1989; Morales y Moya, 1996; Oakes, Haslam y Turner, 1994; Stephan, 1989; Tajfel, 1984 y Taylor, Fiske, Etoff y Ruderman, 1989). Sin embargo, los estereotipos no son sólo características que se asocian a una determinada etiqueta grupal, sino que ayudan a las personas a orientarse en su entorno debido a que les proporciona información sobre el mundo social (Yzerbyt, Rocher y Schadron, 1997). El estereotipo es una idea reduccionista sobre un grupo de gente que comparte unas supuestas características, como que todos los hombres son fuertes, las mujeres sensibles y los niños inocentes. Es decir, se categoriza con un elemento común a todos los miembros y, por consiguiente, cada característica perteneciente al grupo ha de estar incluida en esa categoría. Así pues, lo que se espera es que cada miembro del grupo responda de forma que confirme la expectativa creada, de tal modo que el hombre levantará más peso que la mujer, ésta tendrá más posibilidades de llorar ante una película romántica así como el niño podrá hacer rebeldías y no será culpable de sus actos. Así lo ejemplifican Suárez-Álvarez, Pérez-Sánchez, Soto, Muñiz y García-Cueto (2011) diciendo que todos los catalanes son avaros, los andaluces graciosos, los gitanos ladrones y las jóvenes suecas guapas. Entonces, si un gitano entra en una casa se piensa que robará, quien sale con un catalán creará que va a tener que invitar siempre y si alguien dice que acudirá a una cita acompañado de una “sueca” se supone que ésta ha de ser una beldad, rubia, de ojos azules y muy alta. Esto es lo que Brown (1972) denomina estereotipos como expectativas categóricas.

Algo relacionado con el estereotipo es el efecto halo, introducido por Thorndike (1920), que consiste en un sesgo cognitivo, en realizar una generalización errónea a partir de una sola característica o cualidad de un objeto o de una persona, y que surgió a partir de sus investigaciones en el ejército cuando se percató de la tendencia de los oficiales a atribuir una serie de características positivas a sus superiores una vez que habían descubierto una sola cualidad positiva, o viceversa. También se puede entender como un sesgo cognitivo en el que la impresión general que obtenemos de la persona determina cómo pensamos acerca de su carácter (Cherry, 2016). Este efecto se vio en un experimento realizado años más tarde, en el que a los sujetos se le presentaban fotografías de personas que no podían conocer, y tenían que valorar su personalidad. Las personas físicamente más atractivas se veían con rasgos de personalidad socialmente más deseables (tales como responsabilidad y afabilidad) que las personas físicamente menos atractivas (Dion, Berscheid y Walster, 1972). Las personas más atractivas son percibidas como más sociables, dominantes, activos sexualmente, inteligentes, sanos mentalmente y hábiles socialmente (Feingold, 1992).

El atractivo físico constituye una de las características que primero se utilizan para categorizar a los demás. Nadie duda de la importancia de lo físico en la vida del ser humano. La apariencia externa es, por decirlo de alguna forma, la carta de presentación según la cual los demás van a realizar su primer juicio. El mismo C. Darwin señaló que, a pesar de que no existía un modelo de belleza universal en relación al cuerpo humano, no excluía la posibilidad de cierto consenso en juicios de atractivo facial (Darwin, 1871). El atractivo físico ha demostrado ser una variable de extrema importancia en la vida social y personal del ser humano y, concretamente, el atractivo facial. El atractivo es una característica que parece influir en diferentes procesos, como en la persuasión, en la percepción de credibilidad inicial, en la toma de decisiones en jurados (junto con

otros muchos factores) y en la selección de pareja (Dion et al., 1972; Snyder, Tanke y Berscheid, 1977; Walster, Aronson, Abrahams y Rottman, 1966), incluso cuando la atención no se dirige explícitamente a la apariencia de una persona (Leeuwen y Macrae, 2004).

Se ha acumulado una gran cantidad de investigación sobre el atractivo físico y en la mayoría de los trabajos han surgido tres preguntas generales: (a) ¿Son las personas más atractivas percibidas de manera diferente que las personas menos atractivas? (b) ¿Son las personas más atractivas tratadas de manera diferente que las personas menos atractivas? (c) ¿Las personas atractivas tienen características diferentes (rasgos de personalidad, aptitudes, tendencias de comportamiento) de las que tienen las personas menos atractivas? (Eagly, Ashmore, Makhijani y Longo, 1991).

En la misma línea, Asch (1946) ya había propuesto que el atractivo era un aspecto central a la hora de percibir a los demás porque incita una reacción en cadena percibiendo que la persona tiene otros rasgos positivos. Años más tarde, se concluye que el núcleo del estereotipo del atractivo físico es la vitalidad social o la extraversión (Bassili, 1981). Del mismo modo, Moore, Filippou y Perret (2011) encontraron que las personas con rasgos faciales atractivos suelen ser consideradas por las demás como personas con cualidades positivas adicionales, tales como sentido del humor, amabilidad e inteligencia. Solnick y Schweitzer (1999) mostraron en su estudio que las personas más atractivas eran tratadas de manera diferente que las personas menos atractivas.

Se infiere de lo anterior que un estereotipo muy común es el relacionado con el atractivo físico, la inteligencia y la extraversión. Y este estereotipo, en ocasiones, se cumple, siendo las personas más inteligentes valoradas como más atractivas (Kanazawa, 2011). Respecto a esta correlación positiva, hay que referirse a la explicación más contundente, refundada en un teorema basado en cuatro supuestos (Kanazawa y Kovar, 2004). Los hombres más inteligentes son más propensos a alcanzar un estatus más alto en la sociedad. Entonces, los hombres con más estatus son más propensos a juntarse con las mujeres más hermosas. El tercero y el cuarto lo formarían los supuestos de que la inteligencia y la belleza son hereditarios, y si se cumplen estos cuatro supuestos, entonces la conclusión de que la belleza correlaciona positivamente con la inteligencia es verdadera. En cambio, existe una postura contraria en la que se critica el teorema de los cuatro argumentos, defendiendo que puede haber cambios en el entorno, considerando la relación entre atractivo físico e inteligencia como una posibilidad, y no como una evidencia (Denny, 2008) o incluso criticando la conexión incoherente sobre psicología evolutiva y psicología diferencial que pretende hacer Kanazawa (Penke et al., 2011).

Cabe destacar su importancia en el mundo laboral, en el cual, las personas más hermosas se perciben como más cooperativas, siendo esta percepción más potente en hombres (Andreoni y Petrie, 2008). De hecho, Mobius y Rosenblatt (2006) muestran que los trabajadores más atractivos tienen una mayor confianza en sí mismos, lo que afecta positivamente a su rendimiento. A pesar de ello, hay estudios que demuestran que el atractivo físico resulta perjudicial para las mujeres que solicitan puestos de trabajo típicos del sexo masculino (Johnson, Sitzmann y Nguyen, 2014; Paustian-Underdahl y Walker, 2016). En la misma línea, cabe señalar la importancia en la percepción de la criminalidad de los sospechosos en los juicios, siendo los estereotipos criminales una fuente potencial de sesgo en el análisis de las pruebas forenses (Smalarz, Madon, Yang, Guyll y Buck, 2016) o como el estudio que muestra que el atractivo físico en mujeres que representaban un escenario judicial ficticio influía en la percepción de los policías que las evaluaban, mostrándose los resultados de que los policías determinaban una

mayor responsabilidad a las más atractivas que a las menos atractivas. (Herrera, Valor-Segura y Expósito, 2012). También el atractivo físico está relacionado con la política como trabajos que muestran que los individuos más atractivos son vistos como más informados y más persuasivos (Palmer y Peterson, 2016). Incluso, se puede hablar de estudios más específicos como es el caso en el que se juntaron a personas desconocidas durante tres minutos, y donde las personas evaluadas como más atractivas fueron percibidas con más precisión, ya que se describían más aspectos de esas personas (Lorenzo, Biesanz y Human, 2010), o como el estudio en el que se encontraron relaciones relevantes entre la inteligencia (factor g) y la simetría corporal (Prokosch, 2005), la cual está relacionada con la belleza. En consecuencia, como aspecto destacado, los estereotipos pueden cambiar la percepción de la realidad, lo que puede llevar a tomar decisiones que influyen de forma realmente injusta sobre la vida de otras personas (Vega, 2006).

Todo esto se traduce al estereotipo de ‘lo que es bello es bueno’, en la medida en que las personas físicamente más atractivas tienden a ser percibidas y tratadas en las interacciones sociales diarias más positivamente que las personas menos atractivas (Dion et al. 1972).

Con todo ello, los objetivos del presente estudio son los siguientes: el primer objetivo es ver cómo influye el atractivo físico de las personas en la percepción que se tiene de ellas respecto a la inteligencia. El segundo objetivo es ver cómo influye el atractivo físico de las personas en la percepción que se tiene de ellas respecto a la extraversión. Y el tercer y último objetivo es establecer si existen diferencias entre hombres y mujeres a la hora de evaluar o percibir estos parámetros.

Las hipótesis del estudio son las siguientes:

1. Si el atractivo físico influye positivamente en la percepción de la inteligencia de la persona, entonces las personas consideradas como más atractivas serán consideradas como más inteligentes.

2. Si el atractivo físico influye positivamente en la percepción de la extraversión de la persona, entonces las personas consideradas como más atractivas serán consideradas como más extravertidas.

3. Si las personas de género masculino perciben de forma diferente que las personas de género femenino, entonces habrá diferencias entre hombres y mujeres a la hora de percibir a las personas en los parámetros ya indicados.

## **2.- Método**

### **2.1.- Participantes**

La muestra fue incidental. Estuvo formada por 628 personas, donde todos los datos se pueden encontrar en la Tabla 1.

### **2.2.- Procedimiento**

Para este estudio se contó con 40 estudiantes de la Universidad de Oviedo (20 hombres y 20 mujeres) a los cuales se les hizo una fotografía de medio cuerpo, con el consentimiento firmado, en el mismo lugar y mediante el mismo medio (una cámara Canon MP460), para evitar posibles sesgos. Una serie de jueces (120 personas), 30 por cada test, los cuales no podían conocer a las personas de las fotografías, las evaluaron “on-line”, en función de lo atractivo que les pareciesen esas personas, en una escala de 0 a 10, donde 0 significaría ‘nada atractivo’ y 10 ‘muy atractivo’. De estas 40 personas, fueron seleccionadas aquellas que presentaron las diez puntuaciones más extremas, o

dicho de otro modo, las cinco personas percibidas como más atractivas y las cinco personas percibidas como menos atractivas, tanto en hombres como en mujeres.

A continuación, se utilizaron las 20 personas seleccionadas (10 de hombres y 10 de mujeres) para elaborar seis escalas de comparaciones binarias de Thurstone.

	N	Mínimo Edad	Máximo Edad	$\bar{X}$ Edad	$S_x$ Edad	% Mujeres	% Hombres	
Total	628	16	80	38,40	14,52	47,4%	52,6%	
Atractivo	Hombres	104	16	67	37,69	12,46	62,5%	37,5%
	Mujeres	107	16	75	41,18	13,77	46,7%	53,3%
Extraversión	Hombres	101	16	75	33,42	15,21	39,6%	60,4%
	Mujeres	104	16	70	34,49	14,43	48%	52%
Inteligencia	Hombres	105	16	69	38,86	14,20	44,7%	55,3%
	Mujeres	107	16	80	44,81	17,05	43%	57%

**Tabla 1.** Descripción de la muestra en función del diseño.

### 2.3.- Instrumentos

Se elaboraron seis escalas con 20 fotografías mediante un test en papel y lápiz según el método de las comparaciones binarias de Thurstone (1928). Primero se pide que se evalúe el atractivo físico, después la extraversión y por último, la inteligencia, en función de los rasgos faciales, tanto en hombres como en mujeres. Cada fotografía se compara con las otras nueve, en comparaciones dos a dos y donde quien responda decide en cada comparación qué fotografía le parece la más adecuada para aquello que se está evaluando. Por cada test, se presentaron 45 comparaciones. Así pues, se construyeron seis escalas, una que evalúa inteligencia, otra que evalúa extraversión, y otra que evalúa atractivo físico, tanto en hombres como mujeres.

### 2.4.- Análisis estadístico

Para la estimación de los valores escalares de cada prueba se siguió el método propuesto por Thurstone (1927) en su obra “ley del juicio comparativo”. Para estimar las correlaciones entre los valores escalares se utilizó el coseno entre los vectores. La medida del coseno es semejante, tiene la misma interpretación, que el coeficiente de correlación momento-producto de Pearson y no se ve afectado en sus cuantías por el tamaño muestral (Egghe y Leydesdorff, 2009). Nótese que en este caso, la estimación de los valores escalares se llevó a cabo con las respuestas dadas a los tests por 628 personas; pero la correlación entre los mismos parecería hecha sólo por 10 participantes. En este caso resulta más apropiada la medida dada por el coseno entre los vectores de los valores escalares para cada estímulo que el coeficiente de correlación momento-producto de Pearson. Para este cálculo se utilizó el SPSS 19.0

## 3.- Resultados

En la tabla 2 y 3 se muestra el valor de las relaciones entre los valores escalares obtenidos en la aplicación de las escalas de las comparaciones binarias. Como puede observarse en la tabla 2 referida a las fotos de las mujeres, la relación más alta se

encuentra en la percepción del atractivo físico con la percepción de la inteligencia evaluada por las mujeres (.917), y evaluadas por los hombres (.912).

	Evaluadores			
	Hombres		Mujeres	
	Extraversión	Inteligencia	Extraversión	Inteligencia
Atractivo	.681	.912	.665	.917

**Tabla 2.** Relación entre fotos de mujeres en Atractivo, Extraversión e Inteligencia.

En la tabla 3, referida a las fotos de los hombres, la relación más alta es entre la percepción del atractivo físico y la percepción de la extraversión evaluada por hombres (.733), y por mujeres (.724).

	Evaluadores			
	Hombres		Mujeres	
	Extraversión	Inteligencia	Extraversión	Inteligencia
Atractivo	.733	.617	.724	.570

**Tabla 3.** Relación entre fotos de hombres en Atractivo, Extraversión e Inteligencia.

Como puede ir observándose, en la tabla 4 se muestra la relación de la percepción entre diferente sexo a la hora de percibir a las mujeres y a los hombres en atractivo físico, en extraversión y en inteligencia, la cual es muy alta (.99), salvo en inteligencia de fotos de hombres (.81).

	Evaluadores hombres					
	Fotos hombres			Fotos mujeres		
	A	E	I	A	E	I
Evaluadoras mujeres	.99	.99	.81	.99	.99	.99

*Nota: Atractivo (A), Extraversión (E) e Inteligencia (I).*

**Tabla 4.** Relación entre diferente sexo a la hora de percibir a las mujeres y a los hombres en atractivo, extraversión e inteligencia.

#### 4.- Discusión.

El objetivo de esta investigación fue estudiar si el atractivo físico de las personas influye, en un primer juicio, a la hora de percibir a las mismas como inteligentes o extravertidas. Los resultados obtenidos no son muy claros en todos los aspectos, pero hay ciertas evidencias que determinan que el atractivo influye a la hora de emitir un primer juicio. Esto se observa en la relación entre el atractivo físico y la inteligencia en mujeres, con una relación de .923, ya que de las 10 mujeres fotografiadas, las 5 que son percibidas como más atractivas, 4 son consideradas como las más inteligentes. En cambio, esta relación no se da en hombres, siendo baja (.598). De este modo y debido a la falta de información proporcionada por las fotografías utilizadas (se utilizaron estímulos neutros) se puede afirmar que el juicio de los evaluadores se ve influido por

estereotipos. Este resultado se puede integrar, en parte, con la conclusión que realiza Feingold (1992) de que los más atractivos se consideran más inteligentes, aunque únicamente en mujeres. De la misma forma, este resultado va en relación con la conclusión de Vega (2006) acerca de que los prejuicios y los estereotipos pueden cambiar la percepción de la realidad, llevando a perjudicar de manera injusta a terceras personas. Por otra parte, hombres y mujeres tienen una alta relación a la hora de evaluar a las personas (.99) funcionando como excepción la percepción de la inteligencia en fotografías de hombres, no siendo excesivamente baja (.81).

Como se ha venido comentando, respecto a las variables tenidas en cuenta en este trabajo, se han encontrado relaciones relativamente altas, obteniéndose en el caso más bajo una relación de .57 entre atractivo e inteligencia evaluada por mujeres en el caso de fotografías de hombres, y de .66 entre atractivo y extraversión evaluada por mujeres en el caso de las fotografías de mujeres. Por tanto, se puede afirmar que las tres variables del estudio tienen una importante incidencia en los prejuicios y estereotipos, éstas son: el atractivo físico, la extraversión y la inteligencia. En líneas generales, salvo en la relación del atractivo físico con la percepción de la extraversión, la cual se da más en hombres, los resultados muestran una mayor relación entre las variables del estudio cuando se trata de pre-juzgar a mujeres, lo que se puede concluir que la influencia del atractivo físico se da más en el caso femenino. De esta forma las mujeres más atractivas aparentan ser más inteligentes. A lo largo de la literatura se ha considerado la belleza como el atributo más estudiado que favorece una evaluación positiva a la hora de emitir juicios (Leeuwen y Macrae, 2004; Solnick y Schweitzer, 1999).

En definitiva, los resultados muestran que el atractivo físico influye positivamente a la hora de percibir a las personas, destacando su influencia a la hora de percibir la inteligencia de las mujeres y, aunque en menor medida, la extraversión de los hombres. Entonces, las mujeres consideradas como más atractivas, tienen tendencia a ser percibidas como más inteligentes. Resulta pues obvio que las mujeres más atractivas, simplemente debido al estereotipo podrían verse favorecidas en muchas situaciones cotidianas con respecto a aquellas que resulten menos atractivas. En cambio, los hombres considerados como más atractivos, tienen tendencia a ser percibidos como más extravertidos, pero esto no ocurre en el caso femenino. Todo ello indica una importante incidencia en los estereotipos y prejuicios, y es que, al igual que concluyen Dion et al. (1972), las personas consideradas como más atractivas son percibidas en las interacciones sociales diarias más positivamente que las personas menos atractivas, cumpliéndose en mayor o menor medida, el estereotipo 'lo que es bello es bueno'. Esto implica, al menos en mujeres, que el atractivo físico pueda jugar a favor de la persona en situaciones sociales como los juicios. De ello, los abogados son buenos conocedores, y por eso se preocupan tanto de la imagen que pueda dar su cliente (Suárez-Álvarez et al., 2011). También tiene su importancia en las entrevistas de trabajo, pudiéndose entender un poco mejor por qué los currículos se piden con fotografía, resaltando la importancia de lo que transmitan los rasgos faciales en un primer juicio cuando se seleccionan los currículos y el papel que juega en las entrevistas de trabajo, en las cuales no importaría el género de la persona que te entrevistase, debido a que, como se ha visto, las personas de género masculino no perciben de forma diferente a las personas de género femenino, por lo que hombres y mujeres son muy parecidos en ese aspecto.

En vistas a trabajos futuros, una selección rigurosa de fotografías como la que se realizó al principio del estudio para el atractivo físico es necesaria, pero una posibilidad puede ser realizarla también para extraversión e inteligencia. Además, el número de personas juzgadas debería de haber sido mayor y más heterogéneo, ya que todas las

personas fotografiadas fueron universitarias, y esto puede llegar a estar sesgado, sobre todo en la relación del atractivo con la inteligencia.

En relación a las limitaciones del presente trabajo, la muestra de fotografías es muy homogénea, debido a que son todas personas universitarias. Otra posible limitación a tener en cuenta es que las mujeres seleccionadas puedan ser más o menos atractivas como mujeres de lo que lo son los hombres como hombres. Además, las fotografías han sido evaluadas en papel y lápiz, y resulta complicado dar un juicio sobre la percepción de aspectos como la extraversión, la inteligencia e incluso el atractivo físico mediante estos medios. No obstante, los estudios revisados y la mayor parte de los trabajos sobre atractivo se basan en imágenes fotografiadas, por lo que se hace referencia, en todo momento, al atractivo estático. La sonrisa o la mirada son aspectos dinámicos que, sin embargo, han sido igualmente estudiados como elementos estáticos (Reis et al., 1990). También, se ha de decir que es muy complicado evaluar mediante otro medio, que no sea la fotografía, variables como la inteligencia o la extraversión queriendo sólo que influya el atractivo físico, de forma que el evaluador se aísle del resto de factores que puedan entrar en juego. Así mismo, como fortalezas del trabajo resaltar que los autores desconocen estudios en los que se evalúen variables como la inteligencia y la extraversión a través únicamente del atractivo físico.

## 5.- Referencias

- Andreoni, J., & Petrie, R. (2008). Beauty, gender and stereotypes: Evidence from laboratory experiments. *Journal of Economic Psychology*, 29, 73–93.
- Asch, S. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 258–290.
- Bassili, J. N. (1981). The attractiveness stereotype: goodness or glamour? *Basic and Applied Social Psychology*, 2, 235-252.
- Brown, R. (1972). *Psicología social*. Madrid: Siglo Veintiuno Editores (orig. 1965).
- Cash, T. F. (1981). Physical attractiveness: An annotated bibliography of theory and research in the behavioral sciences. *Catalog of Selected Documents in Psychology*, 11, 83.
- Cherry, K. (2016). What is the Halo effect? Retrieved from <http://psychology.about.com/od/socialpsychology/f/halo-effect.htm>
- Darwin C. (1871). *The descent of man, and selection in relation to sex*. Londres: John Murray.
- Denny, K. (2008). Beauty and intelligence may—or may not—be related. *Intelligence* 36, 616–618
- Dion, K., Berscheid, F. & Walster, E. H. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285–290.

- Eagly, A.H., Ashmore, R.D., Makhijani, M.G., & Longo, L.C. (1991). What is beautiful is good, but ... A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, *110*, 109–128
- Egghe, L., & Leydesdorff, L. (2009). The relation between Pearson's correlation coefficient  $r$  and Salton's cosine measure. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, *60*, 1027–1036.
- Feingold, A. (1992). Good-looking people are not what we think. *Psychological Bulletin*, *111*, 304–341.
- Fiske, S. T., & Neuberg, S. L. (1989). Category-based and individuating processes as a function of information and motivation: Evidence from our laboratory. En D. Bar-Tal, C. F. Graumann, A. W. Kruglanski, & W. Stroebe (Eds.), *Stereotyping and prejudice*. (pp. 83-103). New York: Springer-Verlag.
- Herrera, A., Valor-Segura, I., & Expósito, F. (2012). Is Miss Sympathy a credible defendant alleging intimate partner violence in a trial for murder? *The European Journal of Psychology Applied to Legal Context*, *4*, 179–196.
- Johnson, S.K., Sitzmann, T., & Nguyen, A.T. (2014). Don't hate me because I'm beautiful: Acknowledging appearance mitigates the "beauty is beastly" effect. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *125*(2), 184-192.
- Leeuwen, M. L., & Macrae, C. N. (2004). Is beautiful always good? Implicit benefits of facial attractiveness. *Social Cognition*, *22*(6), 637-649.
- Lorenzo, G. L., Biesanz, J. C., & Human, L. J. (2010). What is beautiful is good and more accurately understood. Physical attractiveness and accuracy in first impressions of personality. *Psychological Science*, *21*, 1777-1782.
- Mobius, M., & Rosenblat, T. (2006). Why beautiful matters. *American Economic Review*, *96*(1), 222-235.
- Morales, J.F. y Moya, M.C. (1996). *Tratado de Psicología Social. Vol. Y. Procesos Básicos*. Madrid: Síntesis Psicología.
- Moore F., Filippou D., & Perrett D. (2011). Intelligence and attractiveness in the face: Beyond the attractiveness halo effect. *Journal of Evolutionary Psychology*, *9*, 205–217.
- Kanazawa S. (2011). Intelligence and physical attractiveness. *Intelligence*, *39*, 7–14
- Kanazawa S., & Kovar J. L. (2004). Why beautiful people are more intelligent. *Intelligence*, *32*, 227–243.
- Smalarz, L., Madon, S., Yang, Y., Guyll, M., & Buck, S. (2016). The Perfect Match: Do Criminal Stereotypes Bias Forensic Evidence Analysis? *Law and Human Behavior*, *40*(4), 420–429.

- Snyder, M., Tanke, E.D., & Berscheid, E. (1977). Social perception and interpersonal behavior: On the self-fulfilling nature of social stereotypes, *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 691-712.
- Solnick, S. J., & Schweitzer, M. E. (1999). The influence of Physical Attractiveness and Gender on Ultimatum Game Decisions. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 79(3), 199-215.
- Stephan, W. G. (1989). A cognitive approach to stereotyping. En D. Bar-Tal; C.F. Graumann; A.W. Kruglanski & W. Stroebe (Eds.), *Stereotyping and Prejudice. Changing conceptions* (pp páginas). New York: Springer-Verlag.
- Suárez-Álvarez, J., Pérez-Sánchez, B., Soto, A., Muñiz, J. y García-Cueto, E. (2011). Prejuicios, estereotipos y asignación de culpa. *REMA, Revista Electrónica de Metodología Aplicada*, 16(1), 1-12.
- Oakes, P.J., Haslam, S.A., & Turner, J.C. (1994). *Stereotyping and Social reality*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Palmer, C.L. & Peterson, R.D. (2016). Halo effects and the attractiveness premium in perceptions of political expertise. *American Politics Research*, 44, 353-382.
- Paustian-Underdahl, S.C., & Walker, L.S. (2016). Revisiting the beauty is beastly effect: examining when and why sex and attractiveness impact hiring judgments. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(10), 1034-1058.
- Penke, L., Borsboom, D., Johnson, W., Kievit, R.A., Ploeger, A., et al. (2011). Evolutionary psychology and intelligence research cannot be integrated the way Kanazawa (2010) suggested. *American Psychologist*, 66, 916-917.
- Prokosch, M. D., Yeo, R. A., & Miller, G. F. (2005). Intelligence tests with higher g-loadings show higher correlations with body symmetry: Evidence for a general fitness factor mediated by developmental stability. *Intelligence*, 33, 203-213.
- Reis, H.T., Wilson, I.M., Monestere, C., Bernstein, S., Seild, E., Franco, M., Gioioso, E., Freeman, L., & Radoane, K. (1990). What is smiling is beautiful and good. *European Journal of Social Psychology*, 20, 259-267.
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Heider.
- Taylor, S.E., Fiske, S.T., Etcoff, N.L. y Ruderman, A.J. (1989). Bases contextuales y categoriales de la memoria de personas y de estereotipia. *Revista de Psicología Social*, 4(2), 191-215.
- Thorndike, E. L. (1920). A constant error in psychological ratings. *Journal of applied psychology*, 4, 25-29.
- Thurstone, L. L. (1927). A law of comparative judgment, *Psychological Review*, 34, 273-286.

- Vega, L. E. (2006). Interethnic group tension: Latino's prejudice and negative stereotypes toward African Americans. *Dissertation Abstracts International: Section B: The Sciences and Engineering*, 66(10-B), 35–57.
- Walster, E., Aronson, E., Abrahams, D., & Rottman, L. (1966). Importance of physical attractiveness in dating behavior, *Journal of Personality and Social Psychology*, 4(5), 508-516.
- Yzerbyt, V., Rocher, S., & Schadron, G. (1997). Stereotypes as explanations: a subjective essentialistic view of group perception. En R. Spears; P.J. Oakes; N. Ellemers y S.A. Haslam (Eds.), *The Social Psychology of stereotyping and group life*. Oxford: Blackwell Publisher.