

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID**  
**FACULTAD DE PSICOLOGÍA**  
**DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA SOCIAL Y METODOLOGÍA**



**TESIS DOCTORAL**

**Estudio de los conceptos cotidianos de**  
***happiness y felicidad***  
**desde un enfoque probabilístico**

**Héctor Vargas Garrido**

**Director**  
**José Miguel Fernández-Dols**

**Madrid, Octubre de 2010**



**FACULTAD DE PSICOLOGÍA**  
**DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA SOCIAL Y METODOLOGÍA**

**Estudio de los conceptos cotidianos de**  
***happiness y felicidad***  
**desde un enfoque probabilístico**

**Héctor Vargas Garrido**

**Director**  
**José Miguel Fernández-Dols**

**A mi familia, por el apoyo permanente  
durante todos estos años.**

## AGRADECIMIENTOS

Al finalizar este proyecto quisiera expresar mi gratitud a tantas personas por su apoyo, que necesitaría varias hojas para mencionar a cada una de ellas. Por ésta razón, señalaré algunos casos representativos, y por medio de ellos, a todos quienes de un modo u otro han hecho posible la realización de esta tesis doctoral.

En primer lugar, quisiera agradecer sinceramente al profesor Dr. José Miguel Fernández-Dols, que un día aceptó ser mi tutor de manera provisional, y posteriormente, me dio la oportunidad de realizar mis trabajos bajo su dirección. Conociendo sus enormes exigencias académicas, le agradezco su tiempo, su compromiso y su paciencia.

También debo agradecer a la Facultad de Psicología de la Universidad Autónoma de Madrid, en especial a nuestro Departamento de Psicología Social y Metodología, la oportunidad de crecer académica y profesionalmente. En particular a los profesores Rafael San Martín, Pilar Carrera, Jorge López y Barbara Scandroglio.

Agradezco los apoyos financieros, que en diferentes etapas han sustentado este proyecto. Beca Alban de la Unión Europea (E04M028064CL); Beca de la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica de Chile, en su modalidad de Doctorado en el Extranjero por Gestión Propia y Beca de ayuda de Movilidad del Ministerio de Educación de España (TME2008-00886).

También han sido muy importantes tanto los participantes de las investigaciones como quienes me ayudaron a conseguir las muestras, especialmente la Sra. Rocío Álvarez, la profesora Mariana Bargsted, el profesor Sofián El-Astal, el profesor Francisco Kamann y la profesora Alba Martínez; también Chelsea, Joanna, Deepa y Teresa, por su ayuda inestimable.

Agradezco, asimismo, el apoyo de los amigos. Los de allí, Gladys, Luis, Daniel, Claudio, Tatiana y M. Paz. Y los de aquí, Mary Luz, Piluca, Sonsoles, Carlos y Carina.

Gracias a los compañeros del doctorado, con quienes hemos compartido experiencias, pesares y alegrías, a lo largo de este “camino iniciático” para obtener el título de doctor.

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCION GENERAL</b>	2
<b>PARTE I TEORIA DE LOS CONCEPTOS EMOCIONALES Y SU PROBLEMATICA TRADUCCION</b>	7
<b>INTRODUCCION</b>	8
<b>CAPITULO I LOS DOS ENFOQUES PRINCIPALES EN LA TEORIA DE LOS CONCEPTOS</b>	11
1.1. El enfoque clásico	11
1.2. El enfoque probabilístico	13
<b>CAPITULO II TEORIA DE LOS CONCEPTOS EMOCIONALES</b>	20
2.1. La relación entre el concepto emocional y la experiencia emocional	23
2.2. La relación entre el concepto emocional y el término emocional	25
<b>CAPITULO III ENFOQUES CLASICO Y PROBABILISTICO APLICADOS A LOS CONCEPTOS EMOCIONALES</b>	28
3.1. Las emociones como entidades susceptibles de ser definidas mediante características necesarias y suficientes	28
3.2. La precisión de las personas para utilizar los conceptos emocionales adecuadamente	34
3.3. La estructura interna de los conceptos de emoción y sus límites difusos	40
3.4. Algunas convergencias entre los enfoques clásicos y probabilísticos	42
3.5. La persistencia del enfoque clásico en el estudio de los conceptos emocionales	46
<b>CAPITULO IV EL PROBLEMA DE LA TRADUCCION DE LOS CONCEPTOS EMOCIONALES Y LA PROPUESTA DEL CONOCIMIENTO ENCICLOPEDICO</b>	50
4.1. La problemática traducción de los conceptos emocionales	50
4.2. La propuesta del conocimiento enciclopédico	56
<b>RESUMEN PARTE PRIMERA</b>	60

<b>PARTE II EL COMPLEJO CONCEPTO DE “HAPPINESS” Y EL SESGO ACERCA DE SU UNIVERSALIDAD</b>	62
<b>INTRODUCCION</b>	63
<b>CAPITULO V EL CONCEPTO COTIDIANO DE HAPPINESS</b>	70
5.1. Elementos componentes y causas asociadas con el concepto “happiness”	70
5.2. La estructura jerárquica y los límites difusos de <i>happiness</i>	80
5.3. Diferencias en el concepto relacionadas con las variables edad y género	82
5.4. La necesidad de desarrollar un conocimiento enciclopédico de “happiness”	85
<b>CAPITULO VI EL CONCEPTO HAPPINESS EN EL LENGUAJE CIENTIFICO</b>	87
6.1. Los dos principales énfasis del concepto happiness en los trabajos científicos	88
6.2. Definiciones científicas de <i>happiness</i> y algunas controversias que se desprenden de ellas	92
<b>CAPITULO VII LAS DIFERENCIAS ENTRE HAPPINESS Y ALGUNOS DE SUS CONCEPTOS MÁS PROXIMOS EN OTROS IDIOMAS</b>	99
7.1 La diferencias entre el concepto emocional de “happiness” y algunas de sus traducciones más habituales (“Glück”, “fu”, “felicidad”, etc.).	101
7.2 Las diferentes normas culturales asociadas con los reportes de “happiness”, “Glück”, “fu”, “felicidad”, etc.	112
<b>RESUMEN PARTE SEGUNDA</b>	120
<b>PARTE III ESTUDIOS EMPIRICOS</b>	122
<b>INTRODUCCION</b>	123
<b>CAPITULO VIII</b>	125
Estudio 1	130
<b>CAPITULO IX</b>	140
Estudio 2	149
Estudio 3	157
Estudio 4	169

<b>CONCLUSIONES GENERALES DE LA TESIS DOCTORAL</b>	176
<b>PRINCIPALES RESULTADOS E IMPLICACIONES</b>	177
<b>LIMITACIONES Y MEJORAS POSIBLES EN LOS DISEÑOS EXPERIMENTALES</b>	182
<b>LINEAS DE TRABAJO EN CURSO Y FUTURAS</b>	187

<b>REFERENCIAS</b>	188
--------------------	-----

<b>ANEXOS</b>	199
---------------	-----

Anexo 1. Cuestionario CUFE utilizado en Estudio 1.	200
Anexo 2. Cuestionario abierto de recolección de información utilizado en Estudio 2.	202
Anexo 3. Cuestionario de conceptos emocionales probabilísticos utilizado en Estudio 3.	205
Anexo 4. Rejilla del Afecto utilizada en Estudio 4.	211

### **INDICE DE FIGURAS**

Figura 1. Efecto de la interacción de las respuestas cuando la muestra es dividida en subgrupos	133
Figura 2. Representación de la estructura interna de “happiness” y “felicidad” basadas en las ponderaciones acerca de la centralidad de las características en el Estudio 2	163
Figura 3. Interacción entre Tipo de Característica e Idioma	164
Figura 4. Representación de los términos emocionales basados en las dimensiones de placer y activación	172

### **INDICE DE TABLAS**

Tabla 1. Frecuencia de aparición y número de páginas que mencionan la palabra happiness en el Handbook of Psychology y el Handbook of Emotions	87
Tabla 2. Evaluación de la felicidad propia y la de los otros en Palestina, Alemania, España, Chile, USA y Colombia	131
Tabla 3. Evaluación de la felicidad propia y la de los otros en Palestina, Alemania, España, Chile, USA y Colombia (quienes se evaluaron entre los niveles 1 y 3 de la escala)	132

Tabla 4.	Evaluación de la felicidad propia y la de los otros en Palestina, Alemania, España, Chile, USA y Colombia (quienes se evaluaron entre los niveles 4 y 5 de la escala)	132
Tabla 5.	Porcentajes de las características del concepto de “felicidad” o “happiness” mencionadas por más del 5% de los participantes de alguna de las muestras estudiadas.	153
Tabla 6.	Porcentajes de las causas o fuentes de la felicidad/happiness mencionadas por más del 5% de los participantes de alguna de las muestras estudiadas	154
Tabla 7.	Diferencias de medias entre las características de “felicidad” y “happiness”	159



## **INTRODUCCION GENERAL**



## INTRODUCCION GENERAL

La traducción de los términos emocionales entre diferentes idiomas es aparentemente fácil y automática en películas, noticias, libros, etc. Por ejemplo, en los diccionarios de inglés y español es frecuente revisar que términos como *shame* y *embarrassment* son traducidos por *vergüenza*, *disgust* se traduce por *asco*, así como *happiness* por *felicidad*. Sin embargo, detrás de esos términos emocionales hay unos “conceptos emocionales”, es decir, hay un conjunto de características asociadas y que corresponden a la representación mental que las personas comunes y corrientes poseen acerca de esas categorías emocionales.

Cuando se utiliza la traducción directa de los términos, se descuida que los conceptos emocionales que ellas contienen pueden no ser exactamente equivalentes, debido a que tienen diferentes configuraciones por razones culturales e idiomáticas. Esta situación es particularmente importante en las investigaciones en psicología, en donde las palabras y los conceptos detrás de ellas adoptan propiedades psicométricas, porque son empleadas en los cuestionarios cuando se realizan investigaciones interculturales. Basados en la supuesta equivalencia de los conceptos, se interpretan los datos y se elaboran las conclusiones de los estudios.

Hurtado de Mendoza, Fernández-Dols, Parrott & Carrera (2010) han postulado el *error fundamental de traducción*, según el cual la traducción directa uno a uno podría referirse a categorías que no son del todo comparables. Es decir, la investigación científica en psicología ha descuidado el simple hecho que quizás las personas responden a constructos diferentes, y por lo tanto, aquello que aparentemente podría ser una diferencia de una experiencia emocional, en realidad sea diferencia entre los conceptos emocionales que tienen las personas que hablan diferentes idiomas o proceden de diferentes culturas.

Señalaremos dos ejemplos para mostrar la dificultad de la traducción de *happiness* en las investigaciones académicas. Primero, en los años '50, una investigadora alemana radicada en USA dejó registrado en su investigación que tuvo problemas para encontrar en el idioma alemán un equivalente para la palabra inglesa *happiness*, y escribió: “Como una cuestión de hecho, los psicólogos de habla alemana estaban en lo cierto. La traducción de la palabra ‘happiness’ es una dificultad” (Barschak, 1951). Esta investigadora optó por utilizar dos palabras para describir el término inglés en alemán: *gluecklich* y *zufrieden*, y de este modo, precisar su significado para que todos los participantes pudieran entender lo mismo.

Segundo, el Cuestionario de Medición de la Felicidad (“happiness” en el original) (Fordyce, 1988), que es considerada una útil herramienta para medir *happiness* (Seligman, Steen, Park, & Peterson, 2005), establece en su nivel más elevado: “10. Extremadamente Feliz (me siento eufórico, jubiloso, ¡fantástico!)”. Efectivamente, este cuestionario podría ser utilizado para *happiness*, pero no para otros conceptos emocionales que se consideran equivalentes en otros idiomas. Hay estudios que han observado que en la cultura japonesa y la china el ideal de la representación del afecto positivo es de calma y tranquilidad, es decir, un ideal con bajo nivel de activación (Tsai, Knutson & Fung 2006; Uchida & Kitayama, 2009), en contraste con lo que ha sido observado en culturas como la norteamericana, en donde implica un elevado nivel de activación.

Específicamente en la presente tesis doctoral nuestro propósito principal ha sido comparar los conceptos emocionales detrás de los términos *happiness* del inglés y *felicidad* del español, con el propósito de revisar si efectivamente corresponden a categorías completamente equivalentes.

Metodológicamente, proponemos y utilizamos un enfoque probabilístico para el estudio de los conceptos emocionales. Esto es, entendemos que hay un concepto emocional detrás de cada término emocional estudiado (*happiness* y *felicidad*), los cuales poseen características diversas, las que no pueden ser consideradas ni necesarias ni suficientes. Esos conceptos tienen estructuras internas con límites borrosos, donde hay características más típicas que otras, las que se pueden clasificar de acuerdo con el grado de importancia que tiene dentro de cada concepto.

Esa exploración exhaustiva del contenido interno del concepto emocional está en concordancia con el planteamiento de Geeraerts (1997) acerca del conocimiento enciclopédico. El conocimiento enciclopédico implica que los significados lingüísticos no están separados de las otras formas de conocimiento del mundo que tiene una persona o cultura (en este sentido es enciclopédico y no autónomo). El conocimiento del mundo está integrado con las otras capacidades cognitivas, produciendo en conjunto una identidad social y cultural que puede ser develada por medio del lenguaje. Así, la experiencia del lenguaje es una experiencia del uso del lenguaje concreto o cotidiano, no de las palabras que se encuentran en un diccionario.

Aplicado a la comparación intercultural de los conceptos emocionales, el conocimiento enciclopédico investiga las características incluidas dentro de un concepto emocional determinado (en este caso *happiness*) y el grado de centralidad o prototipicidad que tienen dentro de ese concepto. Posteriormente, se sigue el mismo procedimiento con el término considerado como la traducción más próxima en otro idioma (en este caso *felicidad*), para comparar qué características se solapan entre ambos conceptos y si las características centrales en un idioma lo

son también en el otro. Con este procedimiento se determina el grado de similitud y la real posibilidad de utilizar ambos términos como equivalentes.

Nuestros resultados han arrojado que los conceptos de “happiness” y “felicidad” se configuran por características que son mínimamente independientes, por lo que podrían ser utilizados como equivalentes. Sin embargo, presentan diferencias significativas en algunas características, las cuales deberían ser tomadas en cuenta para interpretar los datos de estudios con muestras de países que utilicen ambos términos.

Consideramos que esta línea de trabajo es un aporte para el conocimiento psicológico de las emociones y específicamente de los conceptos emocionales. Por una parte, los psicólogos necesitamos comprender los conceptos emocionales en nuestro lenguaje natural, ya que es el que utilizamos en las comunicaciones habituales para la difusión e investigación científica, en las comunicaciones con los pares y con los pacientes en la clínica (Russell, 1992a), de manera que cuanto más completo sea el conocimiento de esas categorías mayores herramientas tendremos para el análisis de nuestros datos y el desarrollo de cuerpos teóricos con mayor grado de validez.

Por otra parte, tener una visión más completa de los conceptos cotidianos nos ayudará a comprender mejor, en último término, las experiencias emocionales. Ese contenido cognitivo afecta nuestro sistema de creencias y atribuciones, por lo que forma parte de la experiencia emocional particular (Schachter & Singer, 1962). Además, como lo sugieren recientemente Niedenthal, Barsalou, Winkielman, Krauth-Gruber & Ric (2005), dentro del contexto de las teorías del *embodiment*, la información relacionada con las emociones (como es el caso de los conceptos emocionales) están internalizadas en un contexto pragmático de significado, es

decir, en una situación social y con un estado corporal específico, de manera que ese concepto emocional forma parte de las *cogniciones offline* que las personas tienen de las experiencias emocionales.

La presente tesis doctoral está desarrollada en tres partes. La primera expone las teorías de los conceptos emocionales y el problema de traducción de los mismos. La segunda, aborda específicamente el concepto emocional de “happiness” y el sesgo que existe acerca de su supuesta universalidad.

Finalmente, la tercera parte se compone de las investigaciones empíricas. El Estudio 1, compara las diferentes expectativas de respuestas de los participantes a los cuestionarios que preguntan por *happiness*, *felicidad*, *saadah* y *glück*, en muestras de USA, España, Chile, Colombia, Palestina y Alemania, de manera que refleja la importancia considerar las normas culturales y las representaciones mentales asociadas con esos términos en las investigaciones interculturales.

Los Estudios 2, 3 y 4, que son los trabajos centrales de esta tesis, efectúan una comparación de los conceptos de “happiness” y “felicidad” desde la perspectiva probabilística, junto con una evaluación de los términos dentro del espacio afectivo conformado por la “rejilla del afecto” (Russell, Weiss & Mendelsohn, 1989).

**PARTE I**

**TEORIA DE LOS CONCEPTOS EMOCIONALES  
Y SU PROBLEMATICA TRADUCCION**

---

---

## INTRODUCCION

Para manejar el infinito número de estímulos que tenemos cotidianamente, los seres humanos agrupamos eventos u objetos que percibimos como aparentemente similares. Los “conceptos” son procesos mentales que permiten transformar esos datos brutos de la experiencia en unidades manejables, que son procesadas junto a la restante información disponible (Russell & Lemay, 2000).

Los conceptos tienen la finalidad de ayudar a entender lo que sucede. Por ejemplo, rara vez comemos un mismo tipo de *tomate*, así como frecuentemente encontramos objetos y personas nuevas. Esa información sería muy compleja de utilizar si las registráramos como categorías de eventos únicos, por lo que los conceptos actúan como una especie de “pegamento mental” que une elementos u objetos similares y los integra en una categoría que nos ayuda a conectar nuestras experiencias pasadas con nuestras interacciones presentes con el mundo.

Este mecanismo posee ventajas e inconvenientes. De la misma forma que los conceptos nos ayudan a comprender el mundo, también condicionan los hechos reales y afectan nuestra percepción y nuestras conductas. Por ejemplo, si se nos dice que una persona es un “abogado” en vez de un “cura”, nuestro comportamiento será diferente cuando estemos en presencia de uno u otro. Liberman, Samuels & Ross (2004) encontraron que sus participantes desplegaron comportamientos significativamente diferentes, ya sea de cooperación o conflicto en el dilema del prisionero, simplemente por el hecho de que a unos se les dijo que el nombre del juego era “la bolsa” y a otros se les dijo que se llamaba “la comunidad”.

De este modo, la velocidad y facilidad con la cual clasificamos categorías como *sillas*, *tomates* o *pájaros*, que nos permite extraer inferencias de esa clase de



objetos, nos puede engañar acerca de las características reales que poseen las unidades o individuos pertenecientes a dichas agrupaciones. Los conceptos dan cuerpo a nuestro conocimiento del mundo, estableciendo tanto las cosas que están presentes como sus propiedades y características. Por ejemplo, si preguntamos a las personas por el color de los *tomates*, seguramente la gran mayoría dirá “rojo”, omitiendo que hay tomates de color amarillo y verde. Asimismo, si preguntamos por las patas de una mesa, la respuesta más típica será que “las mesas poseen cuatro patas”, pero hay mesas de algunos restaurantes de comida rápida que tienen sólo una, otras tres y algunas no tienen ninguna porque están unidas a las sillas o afirmadas a la pared.

Este tipo de generalizaciones, que llevan a sesgarnos en las respuestas sobre las unidades particulares, probablemente se producen porque aprendemos las categorías reconociendo los casos más típicos primero y luego los menos típicos. Es decir, los casos típicos se aprenden más rápido y se ubican en un primer orden de accesibilidad. Por ejemplo, la gente prefiere decir que 101 es virtualmente 100 antes que decir que 100 es virtualmente 101 (Murphy, 2002).

Los conceptos se estructuran mediante un proceso dinámico que evalúa la información disponible. Los seres humanos elaboramos nuestro conocimiento como lo hace el método científico, estableciendo hipótesis y contrastándolas con la experiencia. Los conceptos previamente disponibles se contrastan con las nuevas experiencias y la información que de ese proceso se obtiene permite mantener o modificar el concepto preexistente. Este proceso opera de manera automática y permanente en el ser humano (Kelly, 1966; 2001). Por esa razón, las personas encuentran difícil la tarea de describir algún concepto o categoría, ya que se pide elaborar una descripción en el presente de una teoría que va en constante

transformación y que se refiere a un conjunto de elementos con características diversas.

Con fines descriptivos, durante el desarrollo de la presente tesis doctoral seguiremos el planteamiento de Murphy, quien entiende los “conceptos” como las representaciones mentales de las clases de cosas y las *categorías* como las clases de cosas en sí mismas, aunque sabemos que son dos partes de un mismo todo que no se pueden comprender por separado.

En esta primera parte de la tesis, describiremos en detalle los dos enfoques principales en el estudio de los conceptos y revisaremos su aplicación específica al caso de los conceptos emocionales. Expondremos sus controversias y coincidencias, así como también, plantearemos el problema de la traducción de los conceptos emocionales entre diferentes culturas e idiomas.

## CAPITULO I

### LOS DOS ENFOQUES PRINCIPALES EN LA TEORIA DE LOS CONCEPTOS

Hay dos corrientes principales en el estudio de los conceptos: el enfoque clásico y el enfoque probabilístico.

#### 1.1. El enfoque clásico

Este enfoque entiende los conceptos como descripciones resumidas de un conjunto de características necesarias y suficientes que poseen todos los miembros de una categoría determinada. Implica una visión naturalista del mundo, ya que las palabras y los conceptos que ellas contienen, harían referencia a entidades naturales que existen de manera independiente del ser humano. Por ejemplo, dentro del concepto “ave” que describe la categoría de las aves, cualquier individuo particular (paloma, gorrión, águila, etc.) cumpliría con todas las características del concepto, como “tener plumas”, “tener alas” y “poder volar”.

Muchos filósofos han asumido que las definiciones con características necesarias y suficientes son el camino apropiado para representar los significados de las palabras y para definir la pertenencia de los individuos u eventos particulares a las categorías en las cuales se agrupan. Esta tradición filosófica se retrotrae a tiempos de la antigua Grecia y particularmente se relacionaría con el pensamiento aristotélico.

Entender que las categorías están formadas por atributos necesarios y suficientes implica partir de la premisa que todos sus miembros comparten los mismos atributos y que todos los casos o eventos que poseen esos atributos están incluidos en la misma categoría. De acuerdo con este razonamiento, los límites entre las categorías están claramente establecidos y la decisión de clasificar la pertenencia de un miembro es una cuestión dicotómica: cualquiera de nosotros

podría identificar claramente a los miembros de la categoría *silla* o *mesa* y sabríamos distinguir que un ordenador no pertenece a ninguna de esas categorías. Este modo de razonamiento, implica que cuando utilizan el término, las personas conocen las características constitutivas de las categorías adecuadamente.

Cuando se indica que las características son necesarias, se refiere a que las partes de la definición deben estar en la entidad: cualquier taza concreta contiene las características: “es una vasija pequeña que sirve para beber” y “tiene un asa”. Si algo no tiene los atributos de *taza* entonces *no es una taza*. Cuando se indica que las características son suficientes, implica que si algo posee todos los atributos mencionados en la definición, entonces deberá pertenecer a la categoría: todo aquello que posea “alas”, “plumas” y “pueda volar”, es sin lugar a dudas, un individuo que pertenece a la categoría *ave*.

Murphy (2002) describe los principales argumentos de la teoría clásica de los conceptos:

“Aquí, los principales planteamientos de la visión clásica. Primero, los conceptos están mentalmente representados como definiciones. Una definición entrega características que son a) necesarias y b) conjuntamente suficientes para determinar la pertenencia a una categoría. Segundo, la visión clásica defiende que cada objeto forma parte o no de la categoría, donde no hay casos entre medio...cada afirmación es verdadera o falsa...Tercero, la visión clásica no hace distinción entre los miembros de una categoría. Cualquiera que encaje en la definición es tan buen miembro de la categoría como cualquier otro.” p.15

De acuerdo con la visión clásica *la definición es el concepto*. No obstante, como veremos a continuación, este enfoque tiene algunos problemas para explicar adecuadamente la relación entre los conceptos y las categorías.

## 1.2. El enfoque probabilístico

Los principales hallazgos que han planteado serias dudas respecto a la adecuada comprensión de la realidad por parte de la visión clásica provienen de los trabajos de Eleanor Rosch (1975; Mervis & Rosch, 1981). Esta investigadora se inspiró en las teorías del filósofo Wittgenstein, quien cuestionó la forma en la cual importantes conceptos podrían ser definidos. Wittgenstein revisó el concepto de “juego” y encontró dificultades para conseguir una definición que incluyera todos los tipos de *juego* (juegos por equipos, juegos en solitario, juegos aburridos, juegos dirigidos a ganar dinero, etc.), pero que descartara otras actividades que no son consideradas habitualmente como *juegos* (como cazar o simplemente golpear la pelota contra un muro). También revisó otros importantes conceptos como “gobierno” o “enfermedad”, y constató las dificultades para encontrar definiciones necesarias y suficientes. Concluyó que esto ocurría en la mayoría de las categorías del mundo. Sus hallazgos mostraron que detrás de la aparente claridad de los conceptos, y las clasificaciones, se esconde una multiplicidad de matices y tonalidades problemáticas (Geeraerts, 1997; Nisbett, 2003).

Mencionamos anteriormente que el concepto “ave” consideraría elementos como “tener plumas”, “tener alas” y “poder volar”. No obstante, ¿qué ocurre en casos de aves atípicas como los pingüinos?. El pingüino es un caso poco claro dentro de esa categoría. Este ejemplo demuestra que los conceptos se configuran preferentemente en relación con los casos más típicos. Si pedimos a las personas que nos indiquen un tipo de *pez*, éstas tenderán a responder con casos típicos como la trucha o la merluza, en vez de mencionar la anguila, que resulta ser un caso atípico. En la vida cotidiana hay muchas cosas que no están claramente dentro o fuera de las categorías, por ejemplo, podemos preguntarnos si los tomates

o los aguacates son *vegetal o fruta*, al igual que si dentro de la categoría *fruta* se puede considerar a las aceitunas.

Las premisas del enfoque clásico fallan como mecanismo explicativo sobre los conceptos ya que en muchos casos no resulta clara la distinción entre un miembro y un no-miembro de una categoría. La presencia de límites difusos no es una característica sólo del conocimiento cotidiano de las personas, sino que también se observa en el conocimiento científico, en cuyo caso adquiere importancia epistemológica, asunto que frecuentemente es omitido o pasado por alto.

Murphy (2002) relata el caso de un reputado metalúrgico, quien en una conferencia intentó plantear una definición de “metal” e indicó seis propiedades que deberían cumplir los metales para ser clasificados como tal: “conductividad eléctrica, conductividad térmica, ductibilidad, maleabilidad, fuerza y alta densidad”. Sin embargo, los metalúrgicos de esa conferencia no pudieron ponerse de acuerdo acerca de cuáles eran las características que debían ser consideradas, algunos dijeron que se debían cumplir con tres, otros decían que cinco y otros que seis. No hubo acuerdo entre los propios científicos de esta rama del conocimiento sobre un aspecto tan esencial como los requisitos para clasificar los elementos que son parte de su área de especialización.

Hace pocos años fuimos testigos de otro hecho científico que servirá como ejemplo. Durante el año 2006, los medios de comunicación de todo el mundo informaban del debate que se produjo en un congreso de astrónomos acerca de si Plutón era o no un planeta del sistema solar, ya que entre los expertos no había consenso para clasificarlo. Después de muchas disquisiciones, para zanjar la disputa se llevó a cabo una votación, y por decisión mayoritaria Plutón bajó de

categoría, ya no es más un planeta del sistema solar, sólo un “planeta enano”. La ciencia, y el conocimiento que ella genera, se zanjó por votación democrática.

De esta manera, la idea de que toda ciencia consiste en categorías lógicas bien cimentadas, en contraste con el conocimiento de la vida cotidiana que sería poco claro, parece más una ilusión que una realidad. Los seres humanos en general (científicos y legos) manejamos categorías difusas con límites poco claros. Por ejemplo, en la misma psicología hay importantes conceptos que no poseen una clara definición operacional como “ansiedad”, “actitudes” o “inteligencia”, aunque los constructos a los que hacen referencia son estudiados, utilizados y medidos de manera frecuente (Kelly, 1966).

En términos generales, el enfoque probabilístico plantea tres razones fundamentales para cuestionar la verosimilitud del enfoque clásico. Primero, que ha habido mucha dificultad para encontrar definiciones apropiadas para la mayoría de las categorías. Segundo, que los casos particulares tienen diferentes grados de pertenencia a las categorías, lo que genera la presencia de miembros poco claros. Y tercero, la existencia de casos intransitivos, es decir, casos particulares que se consideran parte de una categoría mayor aunque no de la superior a aquella (explicaremos más en detalle este punto específico en el capítulo III)

Los reparos planteados al enfoque clásico han dado cabida a una serie de visiones críticas, que en su conjunto han sido denominadas como enfoque o teorías probabilísticas. Estas sostienen que las propiedades de los conceptos no son necesarias ni suficientes, sino que tienen una probabilidad de ocurrencia, y que los miembros de una categoría pueden ser clasificados de acuerdo con su grado de cumplimiento de las propiedades en vez de ser clasificados tajantemente como todo o nada (Russell & Lemay, 2000).

Las teorías probabilísticas defienden la hipótesis de que las categorías poseen una estructura interna que hace que los casos particulares se constituyan en mejores o peores ejemplos de dichas categorías. Por ejemplo, si mencionamos las categorías *fruta*, *vehículo* o *mamífero*, probablemente pensaremos de manera más accesible en casos típicos tales como una manzana, un coche o un lobo, dejando de lado casos como una nuez, una bicicleta o un ornitorrinco porque son casos menos probables o menos típicos dentro de esas categorías, ya que cumplen una menor cantidad de características que los casos más típicos.

Las teorías probabilísticas entienden que las categorías se agrupan por semejanzas, formando familias más o menos relacionadas por similitud, y consideran que los límites son borrosos, por lo que las categorías se superponen unas con otras (Mervis & Rosch, 1981; Russell & Lemay, 2000). Hay tres corrientes principales dentro del enfoque probabilístico: *la corriente de prototipos*, *la corriente del ejemplar* y *la perspectiva del conocimiento*.

La máxima representante de la corriente de prototipos es Eleanor Rosch, una de las autoras más críticas de la visión clásica. Plantea que existe un caso que actuaría como punto de referencia central o prototípico que es utilizado para comparar a los demás miembros de una categoría según su similitud. Sus seguidores debaten si este punto de referencia central corresponde a un caso de prototipo único o mejor ejemplo, o bien, si corresponde a una representación resumida que contiene las características de la categoría. Parece plausible inclinarse por la posibilidad de una representación resumida, lo cual otorga mayor flexibilidad a la comprensión de la categoría, ya que un caso único es difícil que englobe todas las características posibles. Es difícil que un caso único de pájaro



incluya todas las posibilidades como ser “pequeño”, “mediano” o “grande”, que “cante”, “sea silencioso” o “pueda imitar sonidos”, etc.

Esa representación resumida sería la “semejanza de familia” (Mervis & Rosch, 1981), es decir, las características que usualmente se encuentran en los miembros de una categoría. De manera que, cuanto más frecuente aparece una característica en una categoría y menos frecuente aparece en otras, mayor es el peso que tiene esa característica en el concepto. Por ejemplo, la característica “tener cuatro patas” sería muy frecuente en la categoría *mueble* y “es suave” una menos frecuente, aunque sería más frecuente en otras categorías como *ropa*.

Cuanto menor sea la distorsión con respecto a ese punto de referencia central, más típico será el caso particular. Los casos particulares pueden ser extremadamente típicos, moderadamente típicos, atípicos y finalmente marginales. Los estudios han demostrado que cuando la pertenencia a una categoría es poco clara o atípica, las personas cambian sus opiniones en mediciones sucesivas. Por ejemplo, cuando se pregunta si la aceituna es *fruta* o si las cortinas son parte del *mobiliario*, las personas tienden a cambiar su opinión al responder en diferentes ocasiones, asimismo, tardan más en clasificar esos casos (Murphy, 2002; Russell, 1992a).

La segunda es la corriente del ejemplar, entiende que la categoría está formada por una serie de casos concretos en vez de una representación conceptual abstracta. El concepto que tenemos de “perro” estaría formado por el conjunto de perros que hemos conocido de manera efectiva, es decir, todos los perros que tenemos en la memoria. Los seres humanos compararíamos los casos nuevos observados con los que tenemos en la memoria, desde los más frecuentes y recordados hasta los menos frecuentes y menos salientes, y así calcularíamos el

grado de similitud para finalmente clasificar los nuevos eventos de acuerdo con esa semejanza dentro de la categoría a la que pertenece (Russell & Lemay, 2000). Esta teoría es muy útil para explicar los cambios en los modelos.

La última, la perspectiva del conocimiento, es aún prematura en cuanto a su desarrollo. Argumenta que los conceptos son parte de una estructura mayor de conocimiento ya que están integrados en nuestra compleja comprensión del mundo. Así como los conceptos están influenciados por lo que ya conocemos, un nuevo concepto también puede cambiar nuestro conocimiento general. En términos prácticos, cuando obtenemos un nuevo conocimiento sobre los animales, también lo hacemos sobre la biología, la conducta y, finalmente, sobre la forma cómo está organizado el mundo que nos rodea.

En resumen, todas las corrientes del enfoque probabilístico responden de mejor forma a los problemas de la visión clásica: consideran que las categorías tienen grados de tipicidad y que hay casos difusos que afectan el procesamiento conceptual (produciendo cambios de opinión y requiriendo más tiempo para ser procesados). Sin embargo, las tres corrientes no son autosuficientes por sí mismas, por lo que deberían ser agrupadas, integradas y potenciadas unas con otras (Murphy, 2002).

Dentro del enfoque probabilístico ha habido un importante desarrollo de investigación según la corriente prototípica, considerada por algunos autores como la que debe tomarse como columna vertebral en el estudio de los conceptos emocionales (Geeraerts, 1997; Kövecses, 1995), de allí que se observe frecuentemente en la literatura que algunos investigadores utilizan los términos *probabilístico* y *prototípico* de manera intercambiable para referirse en general a todas las corrientes dentro de este enfoque.

A lo largo de la presente tesis doctoral utilizaremos el término *probabilístico* para referirnos en general a las corrientes opuestas a la visión clásica y utilizaremos el término *prototípico* para referirnos tanto a esa corriente específica como a los eventuales modelos que plantea para las categorías.

Debemos hacer presente que la psicología de los conceptos ofrece muchas herramientas a otras ramas de la psicología (psicoterapia, social, educacional, etc.) y de las ciencias cognitivas en general (antropología, razonamiento, psicolingüística, etc.), pero requiere que cada disciplina específica desarrolle su propio cuerpo investigativo, como ocurre en el caso de los conceptos emocionales, tema que ocupará nuestra atención en el siguiente capítulo.

## CAPITULO II

### TEORIA DE LOS CONCEPTOS EMOCIONALES

El primer asunto que debemos precisar es la diferencia entre los procesos emocionales o experiencias emocionales subjetivas (v.gr., ¡no tengo ganas de hablar, acabo de suspender el examen!, ¡qué alegría saber esta noticia!) y las categorías de emoción socialmente compartidas (por ejemplo: *ira*, *alegría*, *happiness*, *vergüenza*, *amae*, etc.). Ambos fenómenos están relacionados, pero no hay una relación simple y directa. El proceso emocional hace referencia a una amplia gama de aspectos fisiológicos, cognitivos, conductuales y culturales; en tanto que los conceptos emocionales son representaciones mentales que contienen un conjunto de características asociadas con diferentes categorías de procesos emocionales.

Según la aproximación teórica que se siga, se concibe de manera diferente la relación entre término, concepto y experiencia emocional. Fernández-Dols & Russell (2003) describen los diferentes enfoques teóricos que se pueden identificar, de los cuales describiremos tres: realismo ontológico, nominalismo y conceptualismo.

El “realismo ontológico” entiende que los términos son simples etiquetas que designan entidades reales, es decir, términos emocionales como *tristeza* o *sadness* son sólo etiquetas que designan una entidad biológica preexistente y claramente localizada tanto dentro del ser humano como en otros animales. Esta postura está muy extendida en la investigación sobre emociones básicas (Ekman, 1992a; 1992b; 1993) y se ilustra en planteamientos como: “Así como los términos de los colores reflejan una fisiología subyacente, los términos de emoción se espera que reflejen

las condicionantes biológicas de las emociones básicas” (Church, Katigbak, Reyes & Jensen, 1998).

Una visión diferente es la llamada “nominalismo”, que plantea que sólo existen procesos o experiencias emocionales individuales, los cuales no comparten una propiedad inherente o una esencia común, sino que son fenómenos categorizados de manera externa y arbitraria. Los términos emocionales como *alegría* o *miedo* no reflejan una entidad biológica subyacente, sino que hacen referencia a categorías estrictamente culturales. No niegan la existencia de componentes biológicos, de hecho, reconocen que la única entidad concreta es la experiencia individual, pero se entiende que éstos por sí mismos carecen de significado emocional y no son siempre necesarios.

Las versiones modernas del nominalismo, consideran que se puede comprender el término emocional sólo dentro del contexto socio-cultural en el que tiene existencia (*miedo, anger, ningaq, etc.*), por lo que las palabras de emoción no pueden ser comprendidas fuera del contexto en el cual satisfacen un importante papel en la regulación de las interacciones cotidianas. Por esta razón, se centran en el estudio de los conceptos emocionales y de la manera en que encajan en una cultura. Esta postura tiene su génesis en la visión socio-constructivista de Averill (1998).

La tercera alternativa es el punto de vista “conceptualista”. Comparte con el realismo ontológico que las palabras de emociones hacen referencia a realidades no lingüísticas y su interés por la realidad más que por las palabras. Sin embargo, los autores próximos a esta perspectiva defienden que los términos emocionales expresan conceptos cotidianos y que esos conceptos deben ser estudiados porque las personas cuando los utilizan hacen referencia a eventos fisiológicos,

conductuales o situacionales específicos y no a cualquier entidad emocional. Consideran que el estudio de las emociones no se debe limitar al estudio de los términos y los conceptos, ya que la emoción es un proceso en el cual hay niveles de análisis diferentes: uno experiencial y otro representacional. Aunque ambos niveles están relacionados, no se pueden llevar a cabo inferencias directas entre ellos (Fernández-Dols & Russell, 2003).

El debate respecto al papel e importancia de los conceptos emocionales es interesante desde el punto de vista teórico y metodológico. No se puede desconocer que los conceptos emocionales y las palabras emocionales que los designan tienen un papel importante en nuestra vida cotidiana. Tanto los términos emocionales como los conceptos emocionales son usados a diario por investigadores, psicólogos, y en general, por todas las personas en sus comunicaciones cotidianas, de manera que como elementos imbricados en los episodios emocionales merecen la investigación de nuestra disciplina (Murphy, 2002; Russell & Lemay, 2000).

La psicología sigue el estudio de los conceptos emocionales por dos vías. Por un lado, estudia los conceptos cotidianos que tienen las personas en su uso corriente, considerando sus propiedades, la forma de adquisición, las diferencias y semejanzas que se encuentran entre ellos; y por otro lado, desarrolla un conjunto de conceptos y términos científicos para referirse a los eventos emocionales. No debe confundirse, por supuesto, el uso común y corriente de los conceptos con los usos científicos o metodológicos, aunque hay una complementariedad y relación entre ellos (Russell & Lemay, 2000). Parrott (1995) plantea que debe existir un complemento entre ambas dimensiones, advierte que las definiciones científicas de las emociones carecen de los elementos sociales presentes en los conceptos

cotidianos, por lo que en ocasiones fallan en apreciar las importantes diferencias entre el ámbito individual y social, así como entre la perspectiva pública y privada que subyacen al uso cotidiano.

Un frecuente problema que se observa en las investigaciones es la confusión entre término y concepto emocional con las experiencias emocionales. A menudo son tratados como si fueran exactamente el mismo fenómeno y a partir de allí se extraen inferencias directas de uno respecto a los otros. Por ejemplo, Mauro, Sato & Tucker (1992) pidieron a sus participantes reexperimentar algunos episodios emocionales vividos previamente (utilizaron 15 términos, entre ellos: *sadness*, *fear*, *shame*, *happiness*, *pride*, etc.) y solicitaron evaluar dichos episodios por medio de diez dimensiones de appraisal cognitivo (por ejemplo: placer, certeza, control, etc.). Con esta estrategia metodológica buscaron extraer conclusiones acerca de las dimensiones evaluadas, que serían supuestamente descripciones de las experiencias emocionales; sin embargo, con esa metodología probablemente conocieron más acerca de los conceptos que las personas tienen (la representación mental) en vez de las experiencias emocionales efectivamente vividas.

La relación biunívoca y automática entre término y experiencia resulta engañosa. Es necesario comprender que la relación entre términos, conceptos y experiencias no es simple ni directa, constituye un problema de investigación en sí mismo.

### **2.1. La relación entre el concepto emocional y la experiencia emocional.**

A pesar de la evidencia en psicología social para cuestionar la validez de los autoinformes como herramientas únicas de análisis de las experiencias emocionales, gran parte de la investigación en este campo se realiza mediante el método de preguntar a los participantes por experiencias emocionales prototípicas

que hayan experimentado. Al basarse en recuerdos, es probable que la información obtenida mezcle elementos de la experiencia efectiva con características de la categoría prototípica. Cuanto más tiempo pasa entre la experiencia y el autoreporte, es más probable que la información obtenida se acerque a las categorías prototípicas. Cuando una persona intenta recordar un hecho del pasado, sus expectativas y deseos de lo que debería haber ocurrido tienen mucha más importancia de lo que ocurrió en realidad.

En términos más amplios, los autoinformes verbales sobre los procesos psicológicos (como es el caso de las emociones) no son un auténtico reflejo de los procesos psicológicos, sino que una mezcla de hechos concretos con las teorías causales a priori que poseen las personas acerca esos tipos de hechos concretos, circunscritas a un contexto cultural determinado (Nisbett & Wilson, 1977; Wilson & Nisbett, 1978). Es decir, los autoinformes parecen generar versiones “verosímiles” sobre las causas de nuestros comportamientos, más que referirse a los procesos psicológicos o las experiencias subjetivas en sí mismas.

Además, los autoinformes presentan diferentes tipos de sesgos (p.ej. “deseabilidad”, “error fundamental de atribución”, “sesgo del beneficio propio”, etc.), lo que produce que nuestro autoconocimiento resulte limitado, ya que distorsionamos las explicaciones acerca de las circunstancias reales de nuestros comportamientos. Wilson & Dunn (2004) detectaron brechas importantes entre las mediciones implícitas y explícitas en áreas tan relevantes como la percepción, el aprendizaje motor, la personalidad, la auto-estima, entre otras. Un ejemplo en el campo de la percepción: se pidió a unos participantes cruzar un terreno irregular, y a pesar de que ellos pudieron resolver los problemas de cálculos de distancia e inclinación de manera adecuada (medida implícita), se detectó que hubo sesgos



importantes cuando hicieron sus reportes de distancias e inclinación (medida explícita). Entre las variables que moderaron ese efecto estuvo la fatiga, el estado físico y de salud de los participantes.

En resumen, generalmente se produce una confusión cuando se utilizan los conceptos y experiencias emocionales, se tiende a mezclar y pasar desde el mapa al territorio con facilidad, sin las debidas precauciones.

## **2.2. La relación entre el concepto emocional y el término emocional.**

Desde el punto de vista “conceptualista” se plantea que el significado de los términos emocionales está psicológicamente representado por estructuras conceptuales, las cuales poseen características con comportamientos probabilísticos. Una creencia muy arraigada dentro del estudio de las emociones es el supuesto de que existe correspondencia uno a uno entre término emocional y concepto emocional, sin embargo, esa relación es compleja y no directa, existen diferentes términos conectados a un mismo concepto, como también habría términos conectados a más de un concepto.

Kövecses (1991) llevó a cabo una investigación en la que exploró el concepto cotidiano de *happiness* y plantea que no tiene sólo un prototipo cognitivo, sino que tiene al menos tres formas características: primero, *happiness* como un valor o estado deseado de bienestar subjetivo; segundo, *happiness* como un elevado estado emocional producto de situaciones favorables inmediatas, en cuyo caso es sinónimo de *joy*; y tercero, *happiness* frecuentemente utilizado en la vida cotidiana como un estado moderado de placer, en cuyo caso se asemeja con *glad* o *happy* (Are you happy in your new job?; Happy memories).

Fehr & Russell (1991) encontraron diversos conceptos relacionados con la palabra *love* (*amor*), como *romantic love* (*amor romántico*), *maternal love* (*amor*

*maternal*) o *self-love* (*amor propio*), todos los cuales tienen características marcadamente diferentes, pero están vinculados a un solo término emocional. También en castellano hay trabajos que muestran que los términos expresan conceptos diferentes, por ejemplo, términos como *ilusión* o *emocionado*. Casado (2003) concluyó que *emocionado* puede ser utilizado como antesala de un episodio emocional prototípico (“se emocionó cuando supo que había nacido su primer hijo y luego estalló en alegría”), en cuyo caso adopta una configuración inespecífica; o bien, como sinónimo de un episodio emocional específico (está triste/emocionada).

Estudios con niños muestran que éstos adquieren los conceptos en forma parcial o con una configuración diferente a los adultos. Esto permite sostener que dentro de un mismo sistema cultural los conceptos asociados a un término pueden ser diversos y cambian con el tiempo (Widen & Russell, 2008).

En resumen, establecer inferencias directas desde los términos emocionales a la experiencia emocional proviene del modo de razonamiento que entiende el mundo como un lugar ordenado y claramente delimitado, por lo que un término etiquetaría un tipo de entidad concreta preexistente al lenguaje. No obstante, sabemos que los términos en general y los términos emocionales en particular se usan en un contexto pragmático. La experiencia emocional de “alegría” que se tiene cuando se aprueba un examen importante no es la misma “alegría” de cuando encontramos un billete de 20 euros en un pantalón sucio. Podemos utilizar un mismo término para describir experiencias emocionales con contenidos y formas diversas.

En las situaciones antes descritas, las personas podrían describir que se sienten *emocionadas*, *alegres* o *felices*, indistintamente, pero, ¿sabemos realmente qué están sintiendo?. Parece que actuamos por prototipos y convenciones,

aceptando diferentes términos que asociamos con ciertas experiencias emocionales que suponemos ocurren en determinadas ocasiones, con características que conocemos previamente, que forman parte de nuestro conocimiento del mundo.

En resumen, hemos visto que establecer relaciones simples y directas entre el término, el concepto y la experiencia emocional puede llevar a confusión y dificultades en la comprensión de los fenómenos emocionales. Las relaciones entre estos elementos son complejas y deben ser tomadas en cuenta cuando se formulan las investigaciones en esta área del conocimiento psicológico.

## CAPITULO III

### ENFOQUES CLASICO Y PROBABILISTICO APLICADOS A LOS CONCEPTOS EMOCIONALES

Los aportes de las teorías probabilísticas han ido tomando fuerza en diferentes ramas de la psicología. Han ayudado a la clasificación de los desórdenes mentales y han contribuido a la comprensión de conceptos centrales como los rasgos de personalidad, la inteligencia y las situaciones sociales (Russell, 1992a; Schneider, 2001). Un ejemplo de su aplicación y utilidad podemos observarlo en el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Desórdenes Mentales (DSM-IV-TR, 2002).

En el estudio de los conceptos emocionales el enfoque probabilístico no ha tomado la misma fuerza y se ha mantenido la predominante tendencia de utilizar el enfoque clásico. La disputa entre ambas visiones ha generado un interesante debate entre los investigadores. Por un lado, están quienes defienden la visión clásica (Johnson-Laird & Oatley, 1989; 2000; Oatley & Johnson-Laird, 1992), y por otro, quienes plantean que la perspectiva probabilística resulta mejor en estos casos (Fehr & Russell, 1984, 1991; Kövecses, 1995; 1991; Russell, 1992a; 1992b). Este debate debe ser considerado como un marco de referencia para el desarrollo de cualquier trabajo que se refiera a los conceptos emocionales, como es el caso de la presente tesis doctoral, por lo que haremos un esfuerzo para simplificar los puntos centrales en controversia, y junto con ello, mencionar también las similitudes o convergencias.

#### **3.1. Las emociones como entidades susceptibles de ser definidas mediante características necesarias y suficientes**

Quienes sostienen el enfoque clásico aplicado a los conceptos emocionales afirman que habría un número fijo de emociones básicas que tendrían una base

biológica y estarían presentes en todos los seres humanos del mismo modo (el número es variable entre los autores, algunos indican que serían 5 emociones básicas, otros 7, y así). De acuerdo con Johnson-Laird & Oatley (1989; 2000) las emociones básicas serían cinco estados fisiológicos con señales distintivas propias y serían las piedras fundamentales sobre las cuales se estructurarían las otras emociones complejas. Ellas serían: *happiness* (felicidad), *sadness* (tristeza), *fear* (miedo), *anger* (ira) y *disgust* (asco). Los términos que se refieren a esas supuestas emociones básicas no serían reducibles de ninguna forma ni a características constitutivas ni a significados semánticos más básicos, por lo que descartan que sea útil realizar análisis de los conceptos emocionales ya que no entregaría información relevante y sustancial, sino que sólo información epifenoménica.

Para ejemplificar este planteamiento teórico, podemos hacer un símil de las emociones básicas con elementos como el fuego, el aire o el agua. El fuego será fuego, y las personas lo entenderán así, independiente de la sustancia que esté ardiendo (madera, un coche o gas), independiente del color que genere (azulino, amarillo o rjizo), independiente de la forma que adopte (la producida por un mechero, un incendio forestal o una hoguera), y finalmente, independiente del término que se utilice para referirse a ello (fuego, feu, etc.). Las personas saben lo que es el fuego y pueden fácilmente reconocerlo, aún cuando no puedan definirlo, ya que pueden percibirlo y experimentarlo claramente. Una característica de las emociones básicas es que podrían ocurrir sin ninguna evaluación cognitiva, entonces ocurren las emociones que son evaluadas por las personas como sin justificación o razón aparente.

Cabe hacer presente, que la base epistemológica en la que se sustenta la perspectiva de las emociones básicas es que las emociones serían “categorías

naturales”, es decir, que serían procesos con mecanismos causales específicos localizados en el cerebro con señales distintivas propias (en el rostro, en la voz, en el cuerpo, etc.). Sin embargo, la evidencia empírica es inconsistente con esta visión de “clases naturales” con límites bien definidos por la naturaleza, por lo que surgen con fuerza investigadores que sostienen la necesidad de mover ese paradigma con el propósito de una mejor comprensión científica de las emociones (Barrett, 2006; Russell, 2003).

No obstante, y siguiendo con aquella línea de razonamiento, debido a que los términos que designan las emociones básicas se referirían a entidades prelingüísticas, el uso de los términos en el idioma inglés resultaría adecuado y pertinente porque harían alusión a entidades que existen en cualquier cultura o idioma, independiente del nombre que tengan. Esta declaración de intención queda clara en la afirmación de Oatley & Johnson-Laird (1992):

“En el núcleo de nuestra hipótesis está la idea de que en la cultura angloparlante las emociones básicas han tenido un papel relevante en el modo en que los términos emocionales se han generado y en cómo ellos continúan condicionando el uso cotidiano.” (p.100)

Una explicación diferente elaboran esos autores para el resto de las emociones, que se derivan de las básicas, las llamadas emociones complejas. Las emociones complejas pueden tener definiciones necesarias y suficientes porque son producto de la fusión entre una emoción básica y un contenido cognitivo derivado de la evaluación que realizan las personas que experimentan una emoción.

Johnson-Laird & Oatley (1989) definieron 590 términos referidos a conceptos emocionales. Las emociones complejas pueden tener algunas características accesorias o probabilísticas debido a que están afectadas tanto por procesos de

construcción social como por diferencias individuales (Johnson-Laird & Oatley, 2000). Oatley & Johnson-Laird (1992) exponen dos ejemplos de emociones complejas. En primer lugar, indican el caso de: “Andrés se sentía ansioso ese día”, en donde se puede inferir de manera válida que “Andrés estaba en un estado concreto llamado ansiedad...una clase de miedo”; adicionalmente, cualquier persona podría inferir, agregar o suponer otras características, como que Andrés estaba tembloroso, insomne o irritable, aunque todas esas últimas informaciones son accesorias y no modifican la inferencia principal que describe la *ansiedad* de Andrés.

En el segundo caso: “Beatriz sintió remordimientos ese día”, se puede deducir válidamente que “Beatriz tuvo una emoción de tristeza, y...la tristeza fue causada por algo que ella había hecho o dejado de hacer”. Del mismo modo, hay una serie de características que se pueden añadir de manera accidental, que pueden servir para precisar, pero no afectan el significado principal del concepto, por ejemplo, agregar información sobre los pensamientos de Beatriz, su estado autonómico, etc. Oatley & Johnson-Laird concluyen que “todo el mundo que conoce el significado de la palabra ‘remordimiento’ puede inferir que Beatriz ha hecho o no ha hecho algo”. La justificación para la obtención de esas inferencias válidas radica en que “aunque sean pocas en número, hay inferencias válidas,...que pueden ser extraídas de muchos de los términos emocionales en inglés...”

Los investigadores de la corriente probabilística sostienen que es un error considerar que el idioma inglés sea útil para referirse a las emociones como categorías universales (Russell, 1992a). Como ha sido revisado en el capítulo anterior, el término, el concepto y el proceso emocional son entidades diferentes, donde no hay una relación directa uno a uno, de manera que sostener que los

términos emocionales del inglés dan adecuada cuenta de categorías emocionales supuestamente universales podría ser un etnocentrismo cultural (Lutz & White, 1986; Wierzbicka, 1986). Concluir que la visión angloparlante para referirse a los fenómenos emocionales es un reflejo exacto de lo que ocurre en la realidad puede ser más que engañoso.

Específicamente respecto a las inferencias válidas, la pregunta es qué inferencias válidas pueden hacerse y por qué son válidas cuando se utiliza el idioma inglés. Las inferencias válidas que elaboran Oatley & Johnson-Laird de los 590 términos emocionales fueron elaboradas utilizando el contexto del idioma inglés, por lo que es perfectamente legítimo preguntarse por qué no es posible utilizar otro idioma. Sabemos que los términos que se refieren a conceptos supuestamente equivalentes no son completamente idénticos entre diferentes idiomas. Por ejemplo, hay antecedentes empíricos que reportan diferencias culturales significativas para casos como *anger*, *sadness* (Russell, 1992b) o *shame* (Hurtado de Mendoza et al., 2010), información que arroja serias dudas acerca de la exactitud de los planteamientos sostenidos por los investigadores de la perspectiva clásica.

La corriente probabilística considera que los conceptos emocionales forman parte del proceso emocional porque permiten identificar y entender los procesos emocionales, y por lo tanto, influyen en la manera como se conciben y perciben los fenómenos de la realidad. De allí la importancia de estudiar y profundizar en el conocimiento de los conceptos emocionales cotidianos, porque son los que utilizan todas las personas para comunicarse (psicólogos, investigadores y en general todas las personas). Dentro de esta perspectiva se entiende que los conceptos emocionales hacen referencia a un script o guión, es decir, los conceptos describen



los subacontecimientos que constituyen un proceso emocional, tales como: causas, creencias, sentimientos, cambios fisiológicos, deseos, acciones, expresiones vocales y faciales, etc. (Fehr & Russell, 1984; Russell, 1992a,1992b). Las personas contrastan los acontecimientos que efectivamente ocurren con los guiones o script que conocen para determinar los grados de similitud y concluir la clasificación de un evento particular dentro de una u otra categoría emocional probabilística.

Los investigadores que adscriben las teorías probabilísticas aplicadas al estudio de los conceptos emocionales, sostienen serias dudas acerca de la posibilidad de contar con definiciones clásicas, considerando características necesarias y suficientes. Además, defienden que la clasificación de los conceptos emocionales no es un asunto de todo o nada y que los límites son borrosos. Mediante sus investigaciones han llegado a ejemplos de conceptos emocionales concretos que son mejor explicados considerando una visión probabilística, como por ejemplo para *love (amor)*, *anger (ira)* y *emotion (emoción)* (Fehr & Russell, 1984; 1991; Russell, 1992a).

Especial mención tiene el hecho que sistemáticamente las personas tienen problemas para clasificar las subcategorías que contiene el concepto mismo de *emoción*, en donde la pertenencia a dicha categoría es una cuestión de grados, más que de todo o nada, así como los límites entre algunos miembros y no miembros son poco claros como en los casos de “meditación” o “incertidumbre” (Fehr & Russell, 1984).

Finalmente, los partidarios del enfoque clásico argumentan que el hecho de que no exista una definición clásica para algunos conceptos emocionales no es impedimentos para que en un futuro pueda haberlas (Oatley & Johnson-Laird, 1992). Este punto es respondido por Russell (1992b), quien se muestra escéptico

respecto a que en el futuro pueda encontrarse alguna definición clásica. Del mismo modo, Murphy (2002) sostiene que cada vez que hay una mayor profundización en el estudio de los conceptos se encuentran más límites difusos, como en los ejemplos acerca de las características de la categoría *metales* y la dificultad de clasificar aquello que es o no una *emoción*.

### **3.2. La precisión de las personas para utilizar los conceptos emocionales adecuadamente**

Frente a la evidencia encontrada por los investigadores que defienden una aproximación probabilística (que los conceptos emocionales tienen una estructura con grados de probabilidad, con límites difusos y algunos miembros cuya pertenencia es poco clara), los investigadores que defienden la visión clásica responden que estos hallazgos pueden ocurrir por varias razones.

Una primera posibilidad es que los términos son polisémicos, es decir, tienen varios significados que se identifican con contextos específicos, de modo que quizás lo que falla es el contexto de interpretación que lleva a las personas a entender erróneamente el significado específico con el cual se quiere trabajar (Oatley & Johnson-Laird, 1992). Un ejemplo de término polisémico es la palabra “dado”, que significa tanto un adjetivo (por ej., “dado que”) como el nombre de un cubo con las caras pintadas que se utiliza en algunos juegos de azar.

Aplicado este argumento a los conceptos emocionales, podemos tomar como ejemplo el caso de *orgullo*, el cual puede ser entendido tanto como (a) “sentido de nuestra propia identidad o valor”, o bien como (b) “Placer o satisfacción que se obtiene a partir del propio trabajo, logros o posesiones” (Johnson-Laird & Oatley, citado por Russell, 1992a). La lógica de este razonamiento es que si se precisa una u otra acepción, mediante el contexto adecuado, las personas podrán

entonces evaluar adecuadamente si es un ejemplo de la categoría *emoción* o no, superando fácilmente el problema original de la imprecisión en las respuestas.

La segunda opción posible es que las personas cuando responden a las clasificaciones de los conceptos emocionales utilizan conocimientos ambiguos y no utilizan la información relevante. En esta situación no es el concepto el que está en un contexto poco claro, sino que las personas desconocen las características correctas del concepto y utilizarían las características accesorias en vez de las principales para hacer sus evaluaciones (Oatley & Johnson-Laird, 1992).

Una tercera alternativa (relativamente similar a la anterior) es que las personas cuando responden no dominan completamente el concepto o tienen una versión incompleta o limitada del mismo. En este caso, se supone que si las personas son bien entrenadas, se concentran y están lo suficientemente incentivadas, sabrán clasificar los conceptos de manera adecuada. Este tipo de razonamiento también implica distinguir entre aquellos que saben el uso correcto de los conceptos y aquellos que lo desconocen.

Ortony, Clore & Foss (1987) plantean que las personas normalmente presentan dificultades para responder si el número 356.489.132.017 es un número impar o no, sin embargo, para los expertos en la materia no es ningún problema. Detrás de este razonamiento se encuentra la idea que las verdaderas definiciones son clásicas y que los conceptos probabilísticos deberían ser considerados como un fenómeno secundario, propio de la gente leiga o de quienes desconocen el real significado de los conceptos.

Los autores que defienden el enfoque probabilístico han entregado una serie de contraargumentaciones a los reparos expuestos anteriormente.

En primer lugar, respecto a que los términos son polisémicos y que debe ser entregado un adecuado encuadre para que las personas entiendan correctamente el significado que se está trabajando, Russell (1992a) respondió utilizando el mismo término *orgullo* y solicitó a sus participantes que clasificaran si corresponde o no a un tipo de emoción; para estos fines, las preguntas se hicieron acotando las dos acepciones propuestas por Johnson-Laird & Oatley, esto es, se preguntó a un grupo “¿Es orgullo (palabra que significa sentido de nuestra propia dignidad o valor) una emoción?”, en tanto que se preguntó a otro grupo “¿Es orgullo (palabra que significa satisfacción o placer que se obtiene a partir del propio trabajo, logros o posesiones) una emoción?”. En ambos casos no hubo diferencias significativas en las respuestas y nuevamente las personas tuvieron dificultades para distinguir claramente si *orgullo* corresponde a un ejemplo de emoción o no.

Además, si el contexto tiene tanta importancia como lo indican Johnson-Laird & Oatley, quiere decir que el concepto por sí mismo carece de características necesarias y suficientes para ser entendido en su esencia. Si el contexto forma parte del marco de referencia para entender adecuadamente un concepto, entonces el contexto no es un elemento accesorio sino que esencial. El concepto de “ansiedad” al que hagamos referencia será distinto si se asocia con la muerte de un familiar querido o por el hecho de estar próximos a casarnos (Russell, 1992b).

Pasemos al segundo tipo de reparos, el que dice que las personas consideran las características accesorias y no principales cuando describen los conceptos. Un ejemplo recurrente para el debate de este punto es el caso del concepto “abuela” (cuyo significado podría ser “madre de un padre o madre”). Al respecto, Hurtado de Mendoza et al. (2010) plantean que puede haber definiciones prescriptivas para algunos conceptos, como “abuela” o “shame”, pero que ellas no

necesariamente son congruentes con el uso cotidiano. El concepto cotidiano es diferente al que pueda haber sido elaborado en un sentido académico o como definición de referencia. De hecho, una mujer mayor puede tener todos los atributos para ser considerada *abuela* por los hijos de su hijastro, o bien, en algunas familias hay *abuelos* o *abuelas* “adscritos” (generalmente familiares lejanos o amigos que pasan a ser parte de la familia), quienes nunca tuvieron hijos, que sería el requisito esencial de acuerdo con la supuesta definición clásica

Debemos recordar un hecho importante, el concepto cotidiano afecta el comportamiento de las personas. El modo en el cual las normas de una cultura o grupo hacen saliente características como “pelo gris” y “amable” y otra hace saliente “fea” y “bruja” tiene efectos en lo que esa cultura espera que las personas representen por el concepto de “abuela”. Tsai et al. (2006) encontraron que para los americanos el afecto positivo ideal se relaciona con un elevado nivel de activación (excitación) en tanto que para los chinos se vincula con un bajo nivel de activación (calma). Alejarse de ese ideal del afecto positivo cultural correlaciona con depresión en las personas.

También dentro de esta discusión es necesario hacer una precisión metodológica. Considerar el concepto de “abuela” como equivalente a conceptos como “ira”, “tristeza”, “número impar”, etc., se basa en la premisa que todos los conceptos en general, y los conceptos emocionales en particular, tendrían la misma complejidad. Sin embargo, los hallazgos de Dirk Geeraerts (2006a; 2006b) muestran que ese modo de razonamiento estaría sesgado, ya que los conceptos en sí mismos son probabilísticos, es decir, hay algunos que presentan una menor complejidad y por lo tanto tendrían mayor posibilidad de ser abordados mediante

una definición clásica y otros que en función creciente adoptan mayores niveles de complejidad, y por lo tanto, se abordan mejor como categorías probabilísticas.

Geeraerts analizó algunos conceptos y estableció un orden de menor a mayor complejidad probabilística, de los cuales mencionaremos tres ejemplos: “numero impar”, “color rojo” y “ave”, donde “número impar” sería el candidato más apropiado de los tres para una posible definición clásica.

Los autores que sostienen el enfoque probabilístico plantean que son los conceptos emocionales los que son altamente probabilísticos, pero no se refieren a todos los conceptos en general o a conceptos técnicos como “números impares”. Se refieren específicamente a conceptos como “emotion”, “anger”, “love” o “shame” (Hurtado de Mendoza et al., 2010; Russell, 1992a).

Como lo indica Russell (1992a, p.77): “A pesar de los siglos de esfuerzo, de...filósofos ...y...psicólogos, la aproximación clásica todavía no logra obtener una definición compartida para los conceptos como *emoción, enojo, amor...*”. El caso de *abuela* no es válido para los resultados de las investigaciones que han mostrado que las personas tienen problemas para clasificar si un término de emoción X es un tipo de *emoción*, toda vez que esta situación demuestra que las personas no saben clasificar con precisión las categorías. No se les pidió su descripción del concepto, sino la utilización del mismo, y si ese uso fuese claro las personas no deberían tener problemas estableciendo las clasificaciones.

La tercera crítica sostiene que las personas no dominan completamente el concepto, no conocen el concepto técnico, o bien, tienen una versión incompleta o limitada del mismo. Es decir, la situación que hemos ejemplificado con el concepto de “número impar”. En este caso, los partidarios del enfoque probabilístico parecen aceptar que el concepto de “número impar” es un candidato bueno para tener una

definición clásica y aceptan que las personas comunes y corrientes si son bien entrenadas sabrían distinguir todos los números impares (a pesar de que hay dificultades para clasificar números diferentes a los clásicos ejemplos como el 5 ó 7), ya que el concepto de “número impar” es una abstracción con fines operativos (Russell,1992a). Pero, nuevamente debemos recordar que los conceptos emocionales no son equivalentes al concepto de “número impar”.

Además, justificar que las personas no conocen el concepto técnico es un argumento bastante débil, ya que conceptos como “orgullo”, “enojo” o “emoción” carecen de sentidos técnicos, como lo demuestra el hecho que los propios investigadores aún no se ponen de acuerdo en qué fenómenos son o no son emociones. Geeraerts (2006a) plantea que esta argumentación se basa en un empirismo radical:

“...que la ciencia es ordenada y clara mientras que el lenguaje cotidiano es borroso, se vincula con el objetivismo empirista de la corriente del Lenguaje Ideal de la filosofía analítica: la estructura objetiva de la realidad es mejor descrita por el lenguaje de la ciencia y el lenguaje cotidiano, a lo sumo, es una débil derivación de la categorización científica...” (p.158)

Asimismo, las definiciones técnicas planteadas por Johnson-Laird & Oatley (1989) parecen tener múltiples reparos. Por un lado, estos autores indican que no es posible llegar a definiciones para conceptos centrales como “happiness” (felicidad), “anger” (ira), “sadness” (tristeza), “disgust” (asco) y “fear” (miedo), pero sí se podrían definir adecuadamente otras emociones complejas que son derivadas de aquellas, lo cual aparentemente es una contradicción o al menos una situación problemática, porque si no se puede definir la unidad menor o fundamental habrá problemas para explicar con rasgos necesarios y suficientes la estructura más compleja (habría elementos estructurales que no conocemos o que no podemos describir).

Declarar que las personas tienen ciertos grados de ignorancia de los conceptos parece ser también un argumento débil. La mayoría de las investigaciones referidas a los conceptos emocionales ha sido realizadas con muestras de estudiantes universitarios, quienes han sido nativos en el idioma inglés, el mismo de dónde ha surgido las tesis de los conceptos de emoción básica y la posibilidad de generar definiciones necesarias y suficientes para los conceptos complejos. La evidencia indica que los participantes conocen y utilizan cabalmente los conceptos, pero desconocen los atributos clásicamente definatorios para categorías como *vehículo*, *vegetales*, *deporte*, *amor*, *enojo*, etc., lo que indicaría que los supuestos atributos clásicos no constituyen el significado de las palabras (Russell, 1992a).

También se sugiere que las personas se equivocan al clasificar los casos particulares debido a falta de atención o concentración, lo cual generaría las diferencias halladas por los estudios propabilísticos.

Sin embargo, los estudios probabilísticos han encontrado que los casos poco claros resultan clasificados de un modo u otro en diferentes mediciones sucesivas, utilizando los mismos participantes, lo cual indicaría que las personas cambian de opinión con facilidad en aquellos casos que se encuentran en los límites. Esta poca claridad respecto a la pertenencia a una categoría es una característica propia de los casos que están en el límite y no se debe a la falta de atención de los participantes (Murphy, 2002; Russell, 1992a).

### **3.3. La estructura interna de los conceptos de emoción y sus límites difusos**

Los investigadores probabilísticos han encontrado que los conceptos emocionales tienen una estructura interna y que dicha estructura permite predecir



varios aspectos del procesamiento cognitivo, tales como el tiempo de reacción y la accesibilidad de inferencias por parte de los participantes.

Los investigadores de la visión clásica aceptan que los conceptos pueden tener estructuras internas e indican que esta situación no es incompatible con las definiciones clásicas (Johnson-Laird & Oatley, 1989), de hecho, parten del supuesto que hay cinco emociones básicas sobre las cuales se estructuran las emociones más complejas, por lo que en este punto parece haber coincidencia entre ambas corrientes.

Sin embargo, respecto a los límites borrosos derivados de la dificultad que tienen las personas para distinguir algunos miembros de los no miembros (el cual es uno de los principales argumentos para demostrar que los conceptos no tienen una conformación necesaria y suficiente), los seguidores de la posición clásica plantean que esta situación se produciría por los múltiples problemas ya expuestos en el punto 3.2, mediante los cuales básicamente se responsabiliza a los participantes de errores en la ejecución de la tarea, ya que utilizarían información sesgada o carecerían del concepto técnico o verdadero.

Otro antecedente dentro de esta controversia se refiere a los denominados “intransitivos”. Es decir, elementos que forman parte de una categoría mayor, pero hay problemas para clasificarlos en la superior a aquella. Por ejemplo, resulta fácil entender el siguiente razonamiento: todos los “mastines” son “perros” y todos los “perros” son “mamíferos”, luego, todos los “mastines” son “mamíferos”; este razonamiento además de ser consistente con la perspectiva clásica, es fácil de entender para todas las personas porque es un tipo de razonamiento frecuente en la filosofía occidental (Nisbett, 2003).

No obstante, el enfoque probabilístico plantea la falacia de dicha lógica en muchos casos del mundo real. Por ejemplo, la mayor parte de la gente acepta que silla es un tipo de *mueble*, y que el asiento del coche es un tipo de *silla*, pero rehusa aceptar que el asiento del coche sea un tipo de *mueble* (Hampton, 1982). Si utilizamos el principio lógico de los intransitivos, tendríamos que pensar que si silla de auto tiene todas las características de silla y las sillas tienen todas las características de muebles, entonces las sillas de autos deberían ser consideradas como muebles, pero no es aceptado como razonamiento lógico por las personas (Murphy, 2002).

En resumen, la visión clásica entiende que cada elemento que está inserto en una categoría inferior debe necesariamente entenderse dentro de la categoría superior a la que se evalúa, en tanto que la visión probabilística previene que ese axioma no se cumple en todos los casos, lo que aporta un antecedente adicional para sostener la tesis de la presencia de límites difusos en los conceptos.

### **3.4. Algunas convergencias entre los enfoques clásicos y probabilísticos**

Ambas corrientes parecen tener un elevado acuerdo en algunos aspectos. Primero, en la falta de acuerdo o diferencias considerables entre los conceptos cotidianos y los conceptos denominados como científicos. Segundo, en que los *script* o guiones pueden ser de mucha utilidad para comprender los conceptos cotidianos; y tercero, ambos enfoques parecen estar de acuerdo en que no son mutuamente excluyentes (Oatley & Johnson-Laird, 1992; Russell, 1992a;1992b). Hasta aquí, todo bien.

El problema fundamental viene cuando se define el papel que a cada enfoque le cabe en la elaboración de las definiciones científicas. Los autores clásicos sostienen que las definiciones captan las esencias de las bases

psicológicas de los procesos emocionales, por lo que reflejan la realidad que los científicos han observado, de modo que las definiciones elaboradas por los investigadores tienen una finalidad que es tanto descriptiva (dar cuenta de las características del fenómeno) como operativa (referirse al fenómeno en sí) (Johnson-Laird & Oatley, 2000; Oatley & Johnson-Laird, 1992).

Esos autores consideran que el concepto cotidiano tiene características probabilísticas y que esas características ayudan a conocer las variables culturales e individuales presentes en los conceptos emocionales, pero serían accesorias o *inferencias por defecto*, es decir, no serían parte fundamental del concepto emocional. Oatley & Johnson-Laird (1992) sostienen que la organización del concepto de manera probabilística es usualmente más aplicable a casos con palabras que “remiten a significados que tienen un elemento de uso convencional dentro de una sociedad (como...‘abuela’..), en vez de las clases naturales de seres (como ‘perro’)”.

Esta última cita permite comprender que estos autores entienden que los conceptos emocionales se refieren a clases de cosas con una existencia material sujeta a la percepción directa de quien observa los hechos, descartando toda influencia fenomenológica en el proceso cognoscitivo.

Los partidarios del enfoque clásico consideran que la aproximación probabilística da cuenta de cómo la gente comprende los conceptos cotidianos de emoción y que las definiciones clásicas son logradas por expertos considerando las características esenciales de las clases de cosas (en este caso las emociones, que serían una categoría objetivamente perceptible como los “perros”). Además, consideran que los investigadores del enfoque probabilístico cometen el error de otorgar un peso excesivo a las características accesorias, las que probablemente

son mayores en número y son más salientes, pero descuidan las características esenciales, las cuales pueden ser extraídas de los conceptos del idioma inglés referidos a las categorías de emociones.

Por su parte, los partidarios del enfoque probabilístico distinguen entre las finalidades descriptivas y prescriptivas de los conceptos emocionales (Russell, 1992a). Los conceptos emocionales deberían tener una finalidad preferentemente descriptiva, es decir, describir aquello que los hablantes entienden cotidianamente por conceptos como “ira”, “amor”, “odio”, etc., ya que el concepto emocional es primero, y antes que nada, un concepto cotidiano utilizado en las comunicaciones por investigadores, psicólogos y toda las personas en general, por lo que es en la interacción donde está la fuente más importante para entender estos fenómenos (tanto en sus propiedades como en su forma de adquisición). También los conceptos tienen una función prescriptiva derivada de la anterior, cuya meta es generar conceptos para usos científicos que se refieran de modo válido a los fenómenos emocionales estudiados (Russell & Lemay, 2000).

La influencia cultural en los conceptos emocionales se observa en que se aprenden primero aquellos casos que cumplen la mayor parte de las características salientes o importantes para nuestra cultura (teorías válidas), transformándose en casos ejemplares o típicos de categoría emocional. En el contexto de las culturas occidentales, lo primero que piensan las personas cuando se les pide mencionar tipos de emociones es en ejemplos prototípicos como *ira*, *alegría*, *sorpresa* o *miedo*, dejando de lado que dentro de cada una de esas categorías se presenta una gran cantidad de casos particulares que son agrupados por semejanza de familias (es diferente la ira por un daño que nos han hecho que ira por haber

fracasado en algo, el miedo a las arañas que el miedo de cuando se da permiso para salir a los hijos de noche, etc.).

La noción de *script* parece una útil herramienta en la comprensión de los conceptos emocionales, ya que encaja con la forma como se van adquiriendo los conceptos emocionales (Fehr & Russell, 1984; Kövecses, 1995; Russell, 1991). La estructura de un concepto estaría integrada por un conjunto de *scripts*, es decir, unos guiones o modelos que integran una secuencia de elementos aparentemente relacionados, y que en su conjunto conforman la estructura del concepto probabilístico de cualquier emoción.

Adicionalmente, creemos que otra herramienta importante para la comprensión de los conceptos emocionales proviene de las teorías del *embodiment*. Los conceptos no corresponden a representaciones cognitivas amodales que están aisladas de la experiencia, como unidades de información separadas de la estructura perceptual de las personas. Las modernas perspectivas del *embodiment* sugieren que la información social en general y las relacionadas con las emociones en particular, están internalizadas en un contexto pragmático de significado y respecto a un estado corporal específico, que se plasma en sistemas modales específicos del cerebro (Niedenthal et al. 2005).

En el caso de las emociones, la posición corporal, el contexto social y las respuestas de los otros, forman parte de la *cognición online* de una experiencia emocional específica, como cuando la madre imita los gestos del hijo para generar una empatía entre ellos, es decir, el conocimiento de la emoción es corporalizado y no es independiente de éste. La *cognición offline* ocurre, por ejemplo, cuando se pregunta a las personas por el concepto de una determinada emoción (v.gr., “felicidad”). Las personas no aluden a cualquier información, sino que a aquella que

han fijado como representaciones mentales asociadas a situaciones concretas, incorporadas como *cognición online*, relacionadas con la categoría de *felicidad*.

### **3.5. La persistencia del enfoque clásico en el estudio de los conceptos emocionales**

Para probar la validez de las teorías probabilísticas se han llevado a cabo estudios sobre la representación de diferentes categorías emocionales, tales como *emotion, love, anger* y *shame*, tanto en inglés como con su posible mejor traducción a otros idiomas y estos han demostrado que no hay acuerdo en los atributos necesarios y suficientes de cada categoría y que ellas tienen una estructura interna de la cual se desprende que hay mejores y peores ejemplos (Casado, 2003; Fehr & Russell, 1984, 1991; Hurtado de Mendoza, 2007; Kövecses, 1995; Russell & Fehr, 1994).

A pesar de la evidencia recolectada en esos estudios, que plantean sólidos cuestionamientos en su contra, el enfoque clásico sigue siendo la teoría más utilizada (de manera implícita o explícita) en la investigación sobre conceptos emocionales (Hurtado de Mendoza, 2007). Creemos que hay varios factores que influyen en esta situación.

Un primer antecedente a considerar es lo que Medin (1989) ha denominado como “heurístico esencialista”, según el cual las personas tendemos a percibir que las cosas que se parecen comparten propiedades internas. Este mecanismo frecuentemente es bastante correcto porque en muchos artefactos tiende a haber una correlación entre estructura y función, como es en el caso de los *coches* o de las *computadoras*. Sin embargo, las características externas observables de los objetos pueden llevar a inferencias erradas, es decir, la clasificación sobre la base de las semejanzas puede ser relativamente efectiva, pero inmediatamente llevará a

suponer un conocimiento más profundo de las características constitutivas, las cuales no son observadas realmente, y que por lo tanto, pueden resultar muy sesgadas (Barrett, 2006).

Otro probable antecedente para explicar la preeminencia del enfoque clásico proviene de la concepción aristotélica, que ha predominado en el pensamiento lógico formal de occidente, según la cual los seres humanos tendríamos una forma relativamente clara de ver el mundo, de manera ordenada y con límites bien definidos (Murphy, 2002; Russell & Lemay, 2000). Aristóteles buscó extraer los atributos de las cosas, sus características abstractas (su “esencia”), lo que supone un mundo estático y ordenado. Esas esencias características serían susceptibles de ser analizadas mediante un sistema de razonamiento lineal y lógico, para finalmente ser transformadas en conocimientos a partir de las inferencias válidas sobre el mundo.

En su interesante libro titulado “The geography of thought”, Richard Nisbett (2003) desarrolla la tesis de que las cogniciones humanas no son idénticas en todas las personas, sino que derivan de sus diferentes cosmovisiones para entender la realidad, típicamente separando el mundo occidental como heredero de la Grecia clásica y el mundo del Asía del Este como legado actual de la antigua China con su filosofía confucionista, taoista y budista. Nisbett sostiene que mientras filósofos, historiadores y antropólogos han considerado esas diferencias, los psicólogos hemos asumido universalidad en las cogniciones humanas. La siguiente cita resulta ilustrativa:

“A lo largo de la historia intelectual de Occidente ha habido la convicción de que es posible encontrar las condiciones necesarias y suficientes de cualquier categoría...Ludwig Wittgenstein, en sus *Investigaciones Filosóficas*, llevó el anhelo occidental de lo necesario y suficiente a estrellarse contra la tierra...El discurso de Wittgenstein no habría sido necesario en el Este. La declaración de que las categorías complejas no siempre son definidas por condiciones necesarias y

suficientes difícilmente hubiese sido tomada con sorpresa.” (ps.154-155)

Un tercer antecedente que nos ayuda a entender por qué persiste la teoría clásica en el campo de los conceptos emocionales proviene de la coherencia que tiene con la corriente principal en el estudio de las emociones, la llamada “teoría de las emociones básicas”. Este planteamiento teórico ha tenido un vasto desarrollo y aceptación, sostiene que las emociones son entidades concretas, con manifestaciones universales y señales distintivas específicas, presentes en todos los seres humanos del mismo modo (en sus rasgos esenciales), independiente de factores culturales y con claro fundamento biológico.

Esta corriente otorga un especial énfasis al estudio de las expresiones faciales como características distintivas de las emociones (Ekman, 1992a; 1992b;1993). Tanto la visión clásica como la teoría de las emociones básicas comparten que las categorías emocionales están claramente diferenciadas, por lo que los términos emocionales no son más que etiquetas que designan entidades que todos los seres humanos pueden experimentar, y por lo tanto, comprender fácilmente. Sin embargo, esta comprensión de las emociones resulta altamente sesgada, como lo han argumentado algunos autores que han revisado en profundidad sus fundamentos epistemológicos (Barrett, 2006; Russell, 2003).

Los tres factores antes expuestos permiten entender por qué está tan extendida la creencia, tanto en el campo científico como en el conocimiento común, que los términos y conceptos emocionales tienen equivalentes en todos los lenguajes, puesto que está subyacente la premisa que corresponderían a categorías o entidades universales. No obstante, diversos trabajos han aportado abundante evidencia para sostener que las experiencias emocionales se categorizan de manera diferente en distintas culturas (Casado, 2003; Hurtado de



Mendoza, 2007; Lu & Gilmour, 2004). De este modo, las traducciones biunívocas de las categorías emocionales se vuelven un problema importante en la investigación transcultural, tema que abordaremos en el próximo capítulo.

## CAPITULO IV

### EL PROBLEMA DE LA TRADUCCION DE LOS CONCEPTOS EMOCIONALES Y LA PROPUESTA DEL CONOCIMIENTO ENCICLOPEDICO

#### 4.1. La problemática traducción de los conceptos emocionales

Como hemos indicado recientemente, la investigación psicológica predominante en el campo de las emociones y los conceptos emocionales se ha sostenido en la teoría de las emociones básicas, la cual considera algunos supuestos de gran relevancia para los resultados de las investigaciones. En primer lugar, respecto a la experiencia emocional reconoce la existencia de emociones básicas universales como entidades discretas (Ekman, 1992a, 1993). Segundo, esas emociones básicas se corresponderían con términos ingleses tales como *happiness, fear, sadness, anger* y *disgust* (Oatley & Johnson-Laird, 1992). El tercer supuesto es que las categorías representadas por esos términos emocionales serían también universales (Johnson-Laird & Oatley, 1989), y por lo tanto, fácilmente traducible entre los idiomas.

Sin embargo, esos supuestos han suscitado debates y controversias. Respecto a la posibilidad de traducir directamente los conceptos emocionales, algunos investigadores han puesto en duda la correspondencia biunívoca entre en distintos idiomas (Barschak, 1951; Hurtado de Mendoza, 2007; Lu & Gilmour, 2004; Wierzbicka, 1986). Esto se debería a que la traducción automática no considera tanto los contextos sociales de significado en los cuales están presentes los términos emocionales, como la diferente configuración de los conceptos detrás de esos términos (Lutz, 1982; Lutz & White, 1986).

Algunas propuestas para hacer frente a este problema sugieren descomponer los eventos constitutivos (determinantes del entorno, fenomenología

somática, fenomenología afectiva, auto evaluación, códigos de comunicación, etc.) para tener una genuina comprensión de los conceptos emocionales, y de esta forma, poder hacer comparaciones interculturales, ya que sólo considerar la traducción de los términos emocionales sería una postura simplista (Ortony & Turner, 1990; Schweder & Haidt, 2000).

Otras propuestas sugieren utilizar primitivos semánticos como bueno/malo/querer/decir/yo/tú/persona, etc., como una forma de lenguaje universal que permita elaborar definiciones que puedan ser traducibles de manera equivalente en diferentes idiomas (Wierzbicka, 1986).

A continuación, revisaremos algunos ejemplos que muestran el problema de que las categorías emocionales no se corresponden necesariamente de manera exacta entre una cultura y otra.

Russell (1991) plantea que hay términos y conceptos que no tienen una traducción en otros idiomas o culturas. La palabra checa *Litost*, se refiere a un sentimiento que es “una síntesis de muchos otros, tales como pena, compasión, remordimiento y un indefinible anhelo...*Litost* es un estado tormentoso causado por una repentina introspección de la propia miseria del yo”. Seguramente, para alguien que no comparte dichas pautas culturales resultará difícil comprender una categoría tan compleja como la descrita.

Un ejemplo muy conocido es citado en el trabajo de Buss (2000), quien transcribe las declaraciones de un angloparlante que se sorprende al conocer que en alemán existe una palabra para designar lo que a veces siente y para lo cual no tenía un término asociado (*schadenfreude*, *placer con el infortunio de otro*). En el español existiría un equivalente que sería *regodeo*, sin embargo, su uso aparentemente no es muy extendido en todos los países hispanohablantes. Una

nativa en alemán, me dijo que un buen ejemplo para entender *schadenfreude* es la famosa risa burlona que hace el personaje de Nelson Muntz de la serie Los Simpsons, cuando a otro personaje le ocurre algo desagradable y él lanza su famoso “¡ha ha!”.

Varias investigaciones indican que el idioma inglés no tiene un equivalente al término emocional “*amae*” del japonés, que designaría *una sensación agradable de depender de otra persona, basado en el cariño recíproco y sabiendo que se puede utilizar ese vínculo con cierto grado de indulgencia*. Niiya, Ellsworth & Yamaguchi (2006) ponen el ejemplo que “una esposa podría pedirle a su esposo que le comprara un collar de un escaparate de una tienda como una forma de confirmar su amor (y obtener el collar...)”, también presentan otro ejemplo asociado con la relación madre e hijo, que es donde se socializa el *amae*: “un niño de seis años que se sube a las rodillas de su madre y le pide que le lea una historieta mientras la madre está trabajando en el ordenador...”. Hay algunos investigadores que sostienen que en general los idiomas occidentales no tienen un término para ese concepto (Frijda, Markam, Sato & Wiers, 1995), el cual quizás en castellano podríamos entender como “una dependencia indulgente”.

También están los términos referidos a las supuestas emociones básicas del idioma inglés que no tienen un equivalente exacto en otros idiomas. Wierzbicka (1986) sostiene que el idioma polaco no tiene una traducción exacta para la palabra *disgust*, de tal forma que plantea que si el autor de las emociones básicas en vez de ser angloparlante hubiese sido polaco, habría considerado un número diferente de “emociones básicas”. Barschak (1951) tuvo problemas para traducir la palabra *happiness* al alemán y decidió utilizar dos términos alemanes “*glücklich*” y “*zufrieden*” (veremos más en detalle este caso en el capítulo VII).

Otros casos interesantes de mencionar. En la cultura Ifaluk de la Polinesia carecen de una palabra para *surprise*, lo mismo pasa con la palabra *sadness* para los tahitianos, quienes no tienen un equivalente en su idioma (Levy, 1973, citado por Russell, 1991). Los Gidjingali de Australia parecen no distinguir entre los términos *fear* y *shame* (Wierzbicka, 1986).

Si consideramos que términos como *disgust*, *surprise*, *sadness*, *fear* y *shame* harían referencia a las emociones básicas para Ekman (1992a; 1992b), la información expuesta constituiría un antecedente importante y significativo para cuestionar el supuesto de las emociones básicas. Uno de los pilares teóricos sobre los que descansa esta teoría es que estas emociones son estados discretos, bien definidos y presentes en todas las culturas de la misma forma, puesto que poseerían una base biológica derivada de la evolución.

El concepto mismo de “emoción” parece no ser universal. Russell (1991; citando a Matsuyama, Hama, Kawamura & Mine) indica que la traducción de la palabra *emotion* en japonés es *jodo*, que incluye categorías típicamente consideradas como *emotion* tales como *angry*, *happy*, *sad* y *ashamed* pero que también incluye algunas categorías que no se reconocen como prototípicas en el inglés dentro de la categoría *emotion*, tales como *considerated*, *motivated*, *lucky* y *calculating*. Además, Russell revisa una serie de estudios antropológicos que avalan este planteamiento, destacando que ni los Tahitianos, los Bimin-Kukusmin de Papua Nueva Guinea, los Ifaluks de Micronesia, ni los Samoanos, entre otros, tienen una palabra equivalente a *emotion* del inglés.

En relación con otros conceptos emocionales, en una serie de estudios en los cuales se compararon términos que tradicionalmente se traducen como equivalentes entre el inglés y el japonés, se encontró que el porcentaje de

elementos compartidos por ambos conceptos no supera el 50%. Términos que comúnmente se traducen de manera directa como *yuutsu/depression* tuvieron un 48,4% de características compartidas, en tanto que *kyofu/fear* tuvo un 42,0% y *fuan/anxiety* sólo un 9,8% (Imada, Araki, & Kujime, citado en Russell, 1991).

Esto nos lleva a destacar el importante rol que tiene la utilización del idioma inglés en el desarrollo de la investigación emocional. Es el idioma utilizado por los principales investigadores en sus trabajos, de manera que se ha generado una doctrina considerable para conceptos claves como *fear* (miedo), *anger* (ira), *happiness* (felicidad), entre otras. Sin embargo, como hemos revisado, abundante evidencia previene acerca de los problemas de equivalencia que tienen esos términos en otros idiomas, por lo cual no podrían ser considerados como categorías universales (Kövecses, 1995; Lu & Gilmour, 2004; Wierzbicka, 1986).

Tomando en cuenta esos antecedentes, surge la necesidad de analizar los límites que poseen los conceptos emocionales en el inglés de EEUU y llevar a cabo comparaciones con otros idiomas, para ponderar la real equivalencia y validez de alcance de las conclusiones obtenidas en las investigaciones que han considerado los conceptos como universales.

Este ha sido el contexto en el cual se ha formulado y llevado a cabo las investigaciones cuyos resultados se exponen en la presente tesis doctoral. Estas forman parte de un programa de investigación sistemático que compara conceptos emocionales entre diferentes idiomas. La metodología utilizada se basa en el procedimiento estandarizado de traducción, doble traducción, consulta a informantes bilingües y aplicación a muestras en el idioma materno (Casado, 2003; Fehr & Russell, 1994; Hurtado de Mendoza, 2007; Russell, 1991).

Dos interesantes trabajos previos se han desarrollado dentro de este programa de investigación. En primer lugar, el trabajo de Cristina Casado (2003), quien comparó la categoría de *emocionado* con las categorías expresadas por varias traducciones al inglés, japonés y árabe. La conclusión fue que el término *emocionado* en español expresa una categoría que no coincide exactamente con las expresadas por las distintas traducciones. Describió “emocionado” como “un sentimiento intenso, profundo...una experiencia inespecífica, ...positiva y negativa... que puede desembocar en una experiencia más específica como la alegría”. De las posibles traducciones al inglés, concluyó que “touched” coincide con “emocionado” en la cualidad afectiva y en el nivel de activación, pero es considerado como más profundo. “Excited” se caracteriza por una mayor activación y está más vinculada a una pauta expresiva similar a la de “alegría”. El concepto “moved” se juzga como más negativo y menos profundo que el español. Similares hallazgos encontró con las posibles traducciones al japonés y al árabe. Es decir, encontró que el término español *emocionado* alude a una categoría que se solapa en distintos grados con varias de sus posibles traducciones a otras lenguas, pero que para describirla sería necesario recurrir a más de una categoría de otros idiomas porque ninguna de ellas se puede considerar completamente equivalente.

En segundo lugar, Alejandra Hurtado de Mendoza (2007) estudió las categorías *vergüenza* en español y *shame* en inglés. Encontró algunas convergencias entre ambas categorías, pero mayor cantidad de discrepancias. “Shame” se evaluó como más desagradable y con una menor activación que “vergüenza”. El término en inglés más próximo a *vergüenza* sería *embarrassment*, aún cuando no alcanza a representar la misma categoría que el término español.

Usualmente se hace la traducción directa de *shame* o *embarrassment* como *vergüenza*.

Esta última investigadora y sus colegas postularon el denominado *error fundamental de traducción* (Hurtado de Mendoza et al., 2010), según el cual la traducción directa uno a uno podría referirse a categorías que no son del todo comparables, por lo que los estudios previos basados en este criterio deberían ser revisados. Específicamente plantearon que los trabajos sobre *shame* y sus mejores traducciones en otros idiomas han considerado que son términos directamente comparables y han sacado conclusiones con implicaciones sociológicas y políticas. Esas conclusiones se han vinculado con las dimensiones de Hofstede, con antecedentes religiosos, con grados de civilización, con el valor del honor o las dimensiones independiente o interdependiente del autoconcepto, pero han descuidado sistemáticamente el simple hecho que cuando se pregunta por *shame* a los americanos es diferente que cuando se pregunta por *vergüenza* a los españoles. Afirman que al utilizar ambos conceptos emocionales, los “[p]articipantes de USA imaginarán experiencias tales como transgresiones morales, en cambio los participantes españoles imaginarán experiencias tales como hacer el ridículo en público” (p.677).

Siguiendo con esta línea de trabajo, en esta tesis abordamos el caso del concepto de “happiness” y su posible mejor traducción al español (“felicidad”).

#### **4.2. La propuesta del conocimiento enciclopédico**

Hemos revisado en el capítulo anterior que las teorías probabilísticas no son autosuficientes por sí mismas, es necesario agruparlas y potenciarlas porque se encuentran en desarrollo teórico y aún no constituyen un cuerpo sólidamente establecido. Aún así, no podemos desconocer su innegable aporte al estudio y



descripción de los conceptos emocionales cotidianos, por eso es que las hemos adoptado como un importante antecedente teórico en la presente tesis doctoral.

Asimismo, hemos revisado que los llamados enfoque clásico y enfoque probabilístico sobre el estudio de los conceptos emocionales no se encuentran completamente en contradicción (de hecho, coinciden en algunos aspectos como la semejanza de familia y la estructura interna de los conceptos). Propender a su integración, más que una utopía es una necesidad para el desarrollo de una teoría general del estudio de los conceptos emocionales.

Si a lo anterior se agrega que investigadores de ambas escuelas coinciden en el aporte que significa estudiar los conceptos emocionales cotidianos, entendemos entonces que nuestro esfuerzo orientado al estudio de los conceptos cotidianos de “happiness” y “felicidad”, está ampliamente legitimado como proyecto de investigación.

En esta tesis compartimos el planteamiento pragmático de Russell (1992a), según el cual, la perspectiva probabilística serviría mejor para analizar los conceptos cotidianos de las personas, que sería un antecedente a considerar para elaborar conceptos científicos que representen de manera válida las categorías emocionales. Además, los conceptos cotidianos son una forma de *cognición offline*, es decir, son representaciones mentales asociadas a situaciones concretas, tanto sociales como corporales, relacionadas con las categorías emocionales que representan (Niedenthal et al., 2005).

Esta posición metodológica también es afín con las propuestas de Geeraerts (2006a) sobre el conocimiento enciclopédico de los conceptos. El conocimiento enciclopédico implica que los significados lingüísticos no están separados de las otras formas de conocimiento del mundo que tiene una persona o cultura (en este

sentido es enciclopédico y no autónomo). El conocimiento del mundo está integrado con las otras capacidades cognitivas, produciendo en conjunto una identidad social y cultural que puede ser develada por medio del lenguaje: “el idioma puede dar cuerpo a la experiencia histórica y cultural de grupos de hablantes (e individuos)...los significados están basados en la experiencia- incrustados en la experiencia”. De esta forma, la experiencia del lenguaje es una experiencia del uso del lenguaje concreto o cotidiano, no de las palabras que se encuentran en un diccionario, como se ejemplifica con la siguiente alegoría:

“...esas experiencias serán diferentes entre una cultura y otra: el pájaro típico, el más familiar en una cultura será diferente de aquel que lo es en otra, y eso afectará el conocimiento que la gente asocia con una categoría como ‘pájaro’”. (p.5).

Aplicado a la comparación intercultural de los conceptos emocionales, el conocimiento enciclopédico requiere investigar las características incluidas dentro de un concepto emocional y su grado de centralidad o prototipicidad dentro de ese concepto. Los investigadores deberíamos seguir el mismo procedimiento con los términos considerados como la traducción más próximas en diferentes idiomas y comparar (a) qué características se solapan entre ambos términos, y (b) si las características centrales en un idioma lo son también en el otro, para determinar el grado de similitud y la real posibilidad de utilizar ambos términos como equivalentes (Geeraerts, 1997). De no resultar del todo equivalentes, deberían evaluarse otros métodos tales como el uso de viñetas, o bien, hacer saliente o explícito el mismo conjunto de características que se quiere evaluar en ambos idiomas (Hurtado de Mendoza et al., 2010).

Consideramos que esta línea de trabajo es un aporte para el conocimiento psicológico de las emociones y específicamente de los conceptos emocionales. Por

una parte, los psicólogos necesitamos comprender los conceptos emocionales en nuestro lenguaje natural, ya que es el que utilizamos en las comunicaciones habituales para la difusión e investigación científica, en las comunicaciones con los pares y con los pacientes en la clínica (Russell, 1992a), de manera que cuanto más completo sea el conocimiento de esas categorías mayores herramientas tendremos para el análisis de nuestros datos y el desarrollo de cuerpos teóricos con mayor grado de validez.

Por otra parte, tener una visión más completa de los conceptos cotidianos nos ayudará a comprender mejor, en último término, las experiencias emocionales. Ese contenido cognitivo afecta nuestro sistema de creencias y atribuciones, por lo que forma parte de la experiencia emocional particular (Schachter & Singer, 1962).

## RESUMEN PARTE PRIMERA

De acuerdo con lo que hemos visto en esta primera parte, la relación término, concepto y experiencia emocional es compleja. Este antecedente usualmente no es considerado cuando se estudia las emociones, como tampoco se considera la configuración probabilística que tienen los conceptos emocionales y se entiende que basta con la traducción simple y directa de los términos para llevar a cabo investigaciones interculturales.

Sin embargo, hemos revisado abundantes antecedentes que permiten sostener que las categorías emocionales no se corresponden de manera directa unas con otras entre diferentes culturas, por lo que considerar que las traducciones simples conllevan la equivalencia de los conceptos emocionales es un sesgo que puede distorsionar metodológicamente la investigación y sus resultados. Este sesgo ha sido llamado el *error fundamental de traducción* (Hurtado de Mendoza et al., 2010).

La presente tesis doctoral forma parte de un programa de trabajo que busca explorar y conocer los conceptos cotidianos que las personas tienen sobre las categorías emocionales. Este antecedente cognitivo juega un papel relevante tanto en las comunicaciones habituales de las personas (investigadores, psicólogos y todas las personas en general) como en la comprensión de la experiencia emocional (Russell & Lemay, 2000; Schachter & Singer, 1962).

Los fundamentos teóricos y metodológicos de nuestro trabajo se sostienen en las propuestas específicas acerca del estudio de conceptos emocionales desde una perspectiva probabilística, planteadas y aplicadas por investigadores como Fehr & Russell (Fehr, 1988; Fehr & Russell, 1984, 1991; Russell, 1992a, 1992b;

Russell & Fehr, 1994) y aplicadas previamente en las tesis doctorales de Hurtado de Mendoza (2007) y Casado (2003).

**PARTE II**

**EL COMPLEJO CONCEPTO DE “HAPPINESS”  
Y EL SESGO ACERCA DE SU UNIVERSALIDAD**

---

---

## INTRODUCCION

Algunas investigaciones referidas a la experiencia emocional de happiness afirman que trabajan con un tema que ya era de interés en la antigua Grecia, en donde se denominaba “eudemonía”. Averill & More (2000), luego de exponer cuatro tipos posibles de *happiness* (joy [alegría]; contentment [satisfacción]; equanimity [ecuanimidad], y eudaemonia [eudemonía]), se preguntan acerca de cuál es el sentido verdadero que tiene el concepto y se responden de la siguiente forma: “...imaginamos felicidad (happiness) en el sentido de eudemonía”. Este tipo de razonamiento está detrás de la idea que “happiness” ha sido un concepto trascendental a lo largo de la historia y que ha sido objeto de estudio durante miles de años desde tiempos de Aristóteles (Csikszentmihalyi, 1999; Lyubomirsky, 2001).

Sin embargo, otros investigadores previenen sobre el error de la asociación directa de los conceptos emocionales de “happiness” y “eudemonía” (Diener, 1984; Griffin, 2007; Haybron, 2000; Ryff, 1989). El concepto griego hacía alusión al “estado de tener una vida objetivamente valiosa” (Griffin, 2007), el cual era el fin de toda acción humana y que implicaba orientarse según los “sentimientos que acompañan el... verdadero potencial personal” (Waterman, citado en Ryff, 1989). Ese concepto difiere considerablemente del concepto inglés actual de *happiness*, el cual tiene un marcado componente de hedonismo intrapsíquico, relacionado con experiencias emocionales placenteras y que ha sido operacionalizado en múltiples investigaciones de la siguiente forma “...tomando lo bueno con lo malo, ¿cuán feliz y contento en promedio está usted ahora, comparado con las otras personas?” (Lykken & Tellegen, 1996).

La descripción anterior permite ejemplificar dos de los problemas más relevantes para la presente tesis doctoral. En primer lugar, las imprecisiones del

concepto emocional “happiness”, su poca claridad y los desacuerdos que se producen cuando se intenta proponer alguna definición (Halpern, 2008).

En segundo lugar, demostrar que la interpretación que el término inglés es equivalente de manera inequívoca con el término griego clásico es el mismo sesgo que está a la base cuando en las investigaciones interculturales se considera que el término *happiness* es equivalente de manera inequívoca a términos directamente traducibles como el español *felicidad*, el árabe *saadah*, el alemán *Glück*, etc.

Ha imperado la idea de manera implícita o explícita de que todo el mundo conoce el mismo significado del concepto “happiness”, porque se ha entendido que es el mismo en todas las culturas e idiomas (Johnson-Laird & Oatley, 1989; Layard, 2005).

En las investigaciones psicológicas es frecuente encontrar planteamientos como el de Czikzentmihaly & Wong (1991) que indican que “si uno fuese a elegir una única medición de bienestar subjetivo, felicidad (*happiness*)...sería candidato,...porque toda persona parece entender lo que el concepto significa”. Del mismo modo, Lyubomirsky (2001, citando a H.M. Jones) indica que *happiness* hace referencia a “un constructo psicológico ‘el significado de lo que toda persona conoce, pero la definición de lo que nadie puede dar’”. En esta misma línea de razonamiento, pero en una versión levemente diferente, los investigadores plantean que dejan la interpretación de “happiness” en un plano puramente subjetivo, referido a lo que cada cual quiera entender por dicho concepto emocional (Lyubomirsky, Sheldon & Schkade, 2005; Myers & Diener, 1995).

Este tipo de planteamientos metodológicos, que implica suponer una universalidad del concepto emocional detrás del término *happiness* y su equivalencia directa en todos los idiomas, está en consonancia con la escuela



principal en la psicología de las emociones que considera a *happiness* como una emoción básica, que tendría bases biológicas, con señales distintivas específicas y que se caracterizaría por ciertas expresiones faciales que permitiría identificarla (Ekman, 1992a; 1992b; 1993).

Sin embargo, esas bases teóricas contrastan con lo que es posible observar en las investigaciones psicológicas sobre emociones, donde el término *happiness* es utilizado con diferentes enfoques, dentro de un marco amplio de interpretación. Trabajos anteriores han observado que en las investigaciones científicas el término *happiness* es utilizado con dos énfasis diferentes (Diener, Lucas, Schimmack & Helliwell, 2009; Vargas, 2008). En algunos casos se utiliza como la evaluación de un estado de “satisfacción placentero” y en otros casos es utilizado para referirse a una “respuesta” inmediata a eventos de la vida que son evaluados como agradables. En el primer caso se puede utilizar como sinónimo de *subjective well-being* (bienestar subjetivo) y en el segundo como sinónimo de *joy* (alegría).

Detrás del término emocional *happiness*, a diferencia del criterio implícito de que hay un único concepto emocional asociado, el cual estaría bien definido y sería entendido por todas las personas del mismo modo, hay un concepto emocional probabilístico que tiene características o elementos con probabilidad de ocurrencia, los cuales conforman una categoría con límites difusos, que hacen imposible que se pueda establecer una definición única con elementos necesarios y suficientes. Tanto las personas en general como los investigadores en particular no tienen un criterio único e invariable respecto al concepto emocional de *happiness*, por lo que asumir la idea que todas las personas entienden lo mismo, parece ser una declaración de intención en vez de una afirmación respaldada en evidencia empírica.

El término *happiness* ha adquirido una posición relevante como objeto de estudio dentro de las investigaciones de la psicología de las emociones. Es utilizado en múltiples instrumentos de medición (Fordyce, 1988; Hills & Argyle, 2002; Lyubomirsky & Lepper, 1999) y ha sido utilizado como medio para estudiar los mecanismos explicativos causales y para establecer comparaciones interculturales del supuesto estado emocional subyacente (Diener, 2000; Diener & Suh, 2000; Myers, 2000).

Sin embargo, a pesar de esa importancia, el concepto detrás de ese término ha sido descuidado por parte de los investigadores, así como también el estudio de la exacta equivalencia de los conceptos que pueden ser similares en otros idiomas (Griffin, 2007; Lu & Gilmour, 2004).

De esta forma, las investigaciones en psicología preguntan directamente a los participantes por sus niveles de felicidad, aunque no se tiene un modelo teórico claro y “sin conocer lo que la gente verdaderamente entiende por la palabra felicidad (*happiness*)” (Galati, Manzano & Sotgiu, 2006). Parece entonces necesario comprender que el concepto de “*happiness*” es antes de todo un concepto emocional utilizado en el lenguaje cotidiano, tanto por las personas comunes y corrientes como por investigadores y psicólogos, de manera que resulta apropiado explorar los conceptos cotidianos que se encuentra detrás de términos como *happiness* y sus equivalentes más habituales en otros idiomas (como *saadah*, *felicidad*, *glück*, entre otros) para determinar su real grado de equivalencia.

En esta segunda parte de nuestra tesis doctoral, revisaremos la evidencia empírica disponible sobre el concepto emocional cotidiano de “*happiness*”. Observaremos los principales usos que tiene en las investigaciones científicas y

algunas agrupaciones de elementos características, lo que nos permitirá sostener que el concepto es un todo probabilístico con límites difusos.

Además, expondremos la evidencia disponible respecto a las diferencias existentes entre los conceptos detrás del término *happiness* y algunos conceptos detrás de términos que se han considerado como la traducción más cercana en otros idiomas y culturas.

Especial atención será puesta en este capítulo tanto a la cultura norteamericana como al idioma inglés, que son variables que influyen para hacer más saliente términos como *happiness* y su adjetivo *happy*.

Fehr & Russell (1984) en un estudio sobre conceptos de emociones desde un enfoque prototípico, encontraron en una muestra de 200 angloparlantes canadienses que un 76% mencionó *happiness* (felicidad) como el ejemplo más típico de emoción, en tanto que un 41% mencionó *joy* (alegría). A modo de comparación, Fernández-Dols, Carrera, Hurtado de Mendoza & Oceja (2007) encontraron en una muestra de 66 estudiantes españoles que el ejemplo más típico mencionado fue *alegría* (85%), que usualmente es la traducción más próxima para *joy* del inglés, en tanto que *felicidad* tuvo una mención de sólo un 26% (que es el término más próximo a *happiness*).

Consistente con el antecedente anterior, Frijda et al. (1995) presentan la información de 11 grupos provenientes de países distintos, a los cuales se pidió mencionar libremente categorías de emociones prototípicas. Los dos grupos angloparlantes mencionaron *happy* como el ejemplo más típico (Inglaterra y Canadá). En cambio, Bélgica, Francia, Suiza e Italia mencionaron los términos *joie*, *joie*, *joie* y *goia* (respectivamente), considerados los términos más próximos a *joy* del inglés. En Indonesia, Japón y Surinam mencionaron *sedih*, *kanasii* y *sari*,

considerados los términos más próximos a *sadness* del inglés. En tanto que en Holanda se mencionó el término *angst*, considerado equivalente de *fear* en inglés; y en Turquía el término *sevgi* considerado como el más próximo a *love* del inglés.

Heine, Lehman, Markus & Kitayama (1999) plantearon que la “*búsqueda de la felicidad (happiness)*” es un principio fundamental para los americanos, garantizada simbólicamente en la propia Declaración de Independencia de ese país. En cambio, la representación conceptual más próxima para los japoneses implica un cierto grado de “doctrina inmoral” porque interfiere con otros valores sociales importantes, como el cumplimiento de las obligaciones. De allí se desprendería que los japoneses cultivan cierto grado de evitación hacia las ideas cercanas a “*happiness*”. En una investigación previa, Heine encontró que los japoneses ubicaron el equivalente a *happiness* (no indica el término utilizado) en el lugar 18 de deseabilidad entre 20 valores estudiados.

Este último hallazgo, de acuerdo con Heine et al., sería similar a lo encontrado por la investigadora Lyubomirsky en sus investigaciones con rusos, por lo que simplemente parece ocurrir que hay culturas donde la traducción más próxima del término *happiness* no implica una elevada deseabilidad social, o bien, se rigen por normas que activan respuestas más moderadas, lo cual contrasta con lo observado en los norteamericanos.

Los antecedentes que revisemos en esta segunda parte servirán de marco de referencia para nuestras investigaciones empíricas, en las cuales llevaremos a cabo comparaciones de los conceptos emocionales de “*happiness*” y “*felicidad*”. El inglés y el español son el tercer y cuarto idioma más hablados en el mundo, de allí que resulta importante determinar hasta qué grado dichos conceptos son equivalentes, ya que en las investigaciones interculturales se parte de ese

supuesto. Basados en ese criterio, se adopta una validez psicométrica, se extraen resultados y se elaboran conclusiones de manera directa. Por lo tanto, es necesario evaluar si esa premisa se cumple en el conocimiento cotidiano de las personas, que son quienes responden a las encuestas, basados en las representaciones mentales que tienen de los términos *happiness* y *felicidad*.

En la actualidad existen antecedentes de investigaciones que han comparado el concepto de “happiness” de USA con el de “fu” del chino (Lu, 2001; Lu & Gilmour, 2004) y con el de “shiwase” del japonés (Uchida & Kitayama, 2009).

De acuerdo con nuestro criterio, consideramos apropiado utilizar un enfoque probabilístico para efectuar las comparaciones interculturales de los conceptos emocionales.

## CAPITULO V

### EL CONCEPTO COTIDIANO DE HAPPINESS

Como hemos indicado, detrás del término *happiness* hay un concepto emocional probabilístico. Este concepto emocional podemos entenderlo como un guión o script, es decir, una secuencia de elementos más o menos relacionados que las personas conocen y que les permite interpretar qué es lo que entienden por *happiness*. Dentro de esos elementos constitutivos, podemos mencionar antecedentes causales, experiencias fisiológicas, consecuencias, contextos situacionales, etc.

Los conceptos emocionales son primordialmente conceptos utilizados en el día a día por las personas, por lo que parece razonable acudir a las evidencias empíricas provenientes de las investigaciones que han trabajado con el conocimiento cotidiano acerca del concepto de “happiness”. En el presente capítulo revisaremos la evidencia disponible acerca de sus elementos constitutivos recurrentes, las diferencias en el concepto relacionadas con variables como edad y género, los factores que son percibidos como requisitos para la experiencia de *happiness* y algunos ejemplos de sus límites difusos.

#### **5.1. Elementos componentes y causas asociadas con el concepto “happiness”**

5.1.1 Kövecses (1991) defiende que los conceptos emocionales son categorías que poseen un conjunto de modelos cognitivos, con uno o más modelos prototípicos en el centro. Considera específicamente que el concepto “happiness” es mejor visto como teniendo varios modelos prototípicos y no sólo uno.

Nosotros consideramos que el concepto está integrado por diferentes elementos constitutivos que tienen probabilidad de ocurrencia, y por lo tanto,

estimamos que las agrupaciones e interpretaciones de Kövecses corresponden a un ordenamiento que no se encuentra tan claramente definido en la vida cotidiana, sino que es una interpretación elaborada por este investigador. Sin embargo, consideramos pertinente mencionar sus descripciones con el propósito de describir algunos de los elementos recurrentes que se observan dentro del concepto cotidiano.

En términos metodológicos, Kövecses llevó a cabo una revisión de expresiones lingüísticas convencionales y efectuó un análisis de las metáforas y contenidos. Mediante este procedimiento distinguió tres modelos prototípicos principales, extraídos a partir del lenguaje cotidiano.

En primer lugar, describió un modelo de “happiness” relacionado con la idea de un valor o estado deseado. En este sentido, los contenidos de este prototipo se relacionan con la idea de una entidad diferente al yo de las personas, algo que se busca y que se desea obtener o encontrar, que implica metáforas como la sensación de “mirar hacia lo alto”, “hacia arriba”, con una clara referencia a “luces y brillos” en la vida. Las características de este prototipo serían:

“Felicidad (happiness) es un estado que dura un tiempo largo.  
Está asociado con un valor positivo.  
Es un estado deseado.  
Es placentero.  
Te da un sentimiento de armonía con el mundo.  
Es algo que tú puedes “difundir” a otros.  
Existe de manera independiente y está fuera de ti.  
No está inmediatamente disponible: requiere un esfuerzo para obtenerlo o que llegue a ti desde fuentes externas.  
Toma un largo tiempo conseguirlo.  
Es tan difícil mantenerlo como alcanzarlo.” p.39

Un segundo modelo elaborado por Kövecses, es lo que consideró como el modelo de “happiness” como emoción. En este sentido las metáforas se relacionan con el hecho que el cuerpo es un “contenedor” que tiene un “fluido que se agita” y

“está en movimiento”. Aquí la idea es la presencia de una fuerza disruptiva, el poder de las fuerzas de la naturaleza sin control. Para aclarar esta configuración, indica que se puede sustituir por la palabra “joy” (alegría), aunque advierte que no pueden hacerse distinciones categóricas. En este caso, el modelo entiende que la persona deseaba tener algo, que logra conseguir, y debido a eso se produce una respuesta emocional inmediata. Este tipo de “happiness/joy” se caracteriza por:

“Tú estás satisfecho.  
Despliegas una variedad de respuestas conductuales y expresivas que incluyen brillo en los ojos, reír, sonreír, saltar de un lado a otro, y muchas veces, llorar.  
Te sientes energizado.  
También experimentas respuestas fisiológicas, incluyendo calor, agitación, y excitación.  
El contexto para el estado en el que estás es frecuentemente social, implica celebración.  
Tienes una visión positiva de la vida.  
Sientes una necesidad de comunicar tus sentimientos a los otros.  
El sentimiento puede “difundirse” a otros.  
Experimentas tu estado como placentero.  
Sientes que estás en armonía con el mundo.  
No puedes “asistir” a lo que sientes; eres pasivo en relación con lo que sientes.  
La intensidad de tu experiencia es alta.  
Más allá de un cierto límite, un incremento en la intensidad implica un peligro para ti que puede llegar a ser disfuncional, esto es, perder el control.  
No es completamente aceptable comunicar y/o dar libre expresión de lo que sientes (es decir, convertirse en disfuncional).” p.40.

Como se puede observar, esta es una forma mucho más intensa que la anterior configuración (“happiness/valor”) y está caracterizada básicamente como una respuesta inmediata. Para Kövecses, este es el más saliente de los tres modelos prototípicos observados, debido a que las personas lo tienen más presente por su elevada activación y por sus características más frecuentes. El primero correspondería a un modelo ideal y éste sería el modelo más saliente.

Finalmente explica su tercer modelo, que es menos saliente y menos intenso que los otros dos. Al igual que en el segundo modelo, hay un escenario previo, esto es, hay un objetivo deseado que se consigue y este escenario produce una respuesta inmediata. En este caso, las características del modelo son:



“Tú estás satisfecho.  
Puedes exhibir alguna respuesta moderada como brillo en los ojos y sonreír.  
Puedes experimentar alguna respuesta fisiológica moderada como calor e incremento de la frecuencia cardiaca.  
Tienes una visión optimista del mundo.  
Sientes que estás en armonía con el mundo.  
Experimentas un estado que es placentero.  
No puedes “asistir” a lo que sientes.  
El contexto para este sentimiento es típicamente una situación no social.” p.42.

Este modelo de “happiness” estaría frecuentemente relacionado con situaciones cotidianas. Los términos que se pueden utilizar como sinónimos en este caso son *glad* (alegrarse, estar contento) o *happy* (feliz), como en la situación que se expresaría por “I’m glad that you came” (“me alegra que hayas venido”).

Kövecses indica que estos no serían los únicos tres modelos, sólo serían los más salientes o recurrentes.

5.1.2 Lu & Gilmour (2004) estudiaron en una muestra de estudiantes universitarios estadounidenses el concepto cotidiano de “happiness”. Preguntaron en un formato libre ¿qué es “felicidad” (happiness)?, sin restricción alguna para las respuestas. Posteriormente la información fue sometida a un análisis temático y se comparó los resultados con un trabajo previo, en el cual se había investigado el concepto cotidiano de “fu”, considerado el equivalente más próximo en Chino (Lu, 2001). Del análisis de la información con los americanos, estos investigadores extrajeron siete temas principales, los cuales son difíciles de separar de manera tajante unos de otros, así como resulta difícil pensar en “una definición que los aborde en su conjunto”.

Un primer tema subyacente, dice relación con “felicidad (happiness) como un estado mental de satisfacción (satisfaction) y estar contento, satisfecho

(contentment)”, lo que estaría vinculado con una evaluación que hacen las personas del estado de sus vidas.

Segundo tema subyacente, “felicidad (happiness) como emociones/sentimientos positivos”. Este tema implicaría las alegrías y los placeres hedónicos, representados mediante manifestaciones prototípicas como “reír”, “sonreír”, y con experiencias positivas que pueden ser “contagiadas” a otras personas. Este contenido estaría relacionado con un contexto momentáneo o acotado en el tiempo.

El tercer tema es “felicidad (happiness) como logro y control”. Este tema se vincula con los objetivos que son conseguidos, los éxitos obtenidos después del esfuerzo, las recompensas por el trabajo realizado. Los investigadores consideran dentro de este tema la visión o expectativa positiva de las cosas.

Como cuarto tema se plantea “felicidad (happiness) como autonomía personal (self-autonomy)”. Aquí se incorpora la responsabilidad por la propia *happiness*; implica contenidos como buscar una vida significativa para uno mismo, procurar tener una autoevaluación positiva y libertad para ser uno mismo. Se expresa en frases como “hacer lo que amas y ser quien tú eres”.

Quinto tema subyacente, “felicidad (happiness) como libertad de malestar (ill-being)”. En este tema se considera una sensación diferente a las anteriores (que implican tener algo), se refiere a no tener ciertas cosas consideradas como no deseadas: displaceres, emociones negativas como *sadness* (tristeza), *regret* (arrepentimiento) o *pain* (dolor). Algunas frases usadas como ejemplos son “no tener arrepentimientos del pasado”, “cuando no sientes tristeza, depresión, ira o soledad”.

El sexto tema es “felicidad (happiness) como la relación con las personas”. Las relaciones sociales, la familia, los amigos. “Amar y ser amado”. Los afectos recíprocos, el rodearse de los seres queridos. También se incluye aquí el amor romántico. Este tema resultó un poco sorprendente para Lu & Gilmour, quienes al parecer esperaban que en una cultura individualista como USA este contenido tuviera una mención marginal (volveremos sobre este punto en el capítulo VII).

Finalmente, “felicidad (happiness) como el valor último de la vida”. Aquí se observa como el objetivo final de la vida, el estado más importante para las personas. Esto es lo que haría la vida importante, significativa. Se expresa en frases como “...La búsqueda de la felicidad (happiness) es una de mis metas supremas en la vida”, o también, “¡felicidad (happiness) es vida!”.

5.1.3 Pflug (2009) también ha investigado el concepto cotidiano de “happiness”, utilizando una muestra de estudiantes negros sudafricanos. La pregunta fue “¿Qué es felicidad (happiness) para ti?”. Este investigador hizo presente que su trabajo no utilizó el idioma materno de sus participantes, sino que el inglés, por lo que este hecho pudo haber sesgado las respuestas. Siguió el mismo procedimiento con un grupo de estudiantes alemanes, a quienes entrevistó en alemán utilizando el concepto que consideró más cercano: “glück”. Después de un análisis temático, Pflug encontró seis temas subyacentes en los datos de ambas muestras (posteriormente unificó los primeros dos, quedando sólo cinco) y uno adicional que fue único en el concepto alemán. A continuación detallaremos los cinco temas subyacentes en ambos conceptos (en el capítulo VII presentaremos las diferencias encontradas). Llama la atención el alto grado de similitud con los hallazgos encontrados por Lu & Gilmour (2004).

Primero, “Felicidad (happiness) como satisfacción (satisfaction) y estar contento (contentment)”. “...cuando estás satisfecho con algo”, implica un estado en el que se está contento, satisfecho.

Segundo, “felicidad (happiness) como afecto positivo”. Sentimientos de alegría y placer. Aunque no fueron referidos a una elevada activación, sino que se referían a estados más contemplativos, de paz y tranquilidad.

Tercero, “felicidad (happiness) como relaciones sociales”. Fue la más mencionada como fuente de felicidad (happiness). Amigos y familia. Aquí se destaca la preocupación de que los seres queridos se encuentren bien, sin problemas. Las relaciones con los miembros de la familia fueron consideradas como especialmente importantes.

Cuarto, “felicidad (happiness) como libertad”. Este tema tuvo aparentemente una de las frecuencias de mención más bajas.

Quinto, “felicidad (happiness) como lo opuesto a infelicidad (unhappiness)”. También fue uno de los temas menos mencionados.

5.1.4 Uchida & Kitayama (2009) estudiaron el concepto cotidiano con muestras de estudiantes de Japón y USA. Preguntaron tanto por *happiness* como por *unhappiness*, utilizando los términos considerados como más próximos del japonés, *shiwase* y *fushiawase*. Se solicitó a los participantes escribir cinco “aspectos distintos, características, efectos” de “happiness/shiwase” o “unhappiness/fushiawase”. Además, se les pidió puntuar en una escala de 1 a 5 el grado de importancia de los ítems escritos. Posteriormente, otro grupo de estudiantes agrupó los diferentes ítems por semejanzas. Con toda esa información los investigadores llevaron a cabo análisis estadísticos para agrupar la información

por temas significativos asociados al concepto emocional (escalamiento multidimensional).

Cinco agrupaciones fueron encontradas, aunque “sólo tres...fueron comunes en las dos culturas. Las dos restantes...combinadas constituyen menos del 2%...generado por los americanos”. Por esta razón, expondremos sólo las tres comunes, que entendemos están presente en “happiness”.

La primera agrupación dice relación con la “experiencia positiva hedónica”, que considera las emociones positivas, tales como “joy” (alegría), así como manifestaciones como reír o sonreír.

El segundo grupo son los “logros personales”, que considera elementos como sentirse bien con uno mismo, el logro de objetivos y el optimismo (sentirse esperanzado).

El tercero, “la armonía social”, considera las relaciones sociales armoniosas, el desplegar rasgos y conductas socialmente deseables, así como compartir momentos buenos con los otros.

5.1.5 Chiasson, Dubé & Blondin (1996) trabajaron con muestras de estudiantes canadienses (anglo y franco parlantes), estadounidenses y salvadoreños. Les hicieron tres preguntas (no se especificó los términos usados en francés ni español): ¿Qué te hace feliz?, ¿Qué necesita una persona para ser feliz? y ¿Qué es una persona feliz?. Se dieron cuenta que la primera pregunta activó respuestas de tipo situacionales, la segunda factores predictores como el dinero, la salud, etc., y la tercera activó respuestas referidas a características personales, lo cual indicaría que “felicidad (happiness) es un concepto complejo de medir”.

Efectuaron un análisis de contenido mediante el cual encontraron tres factores compuestos por varios ítems específicos, los cuales variaron en la frecuencia de mención. Dentro de los factores encontraron algunos ítems mencionados de manera idiosincrática por alguna de las muestras. Como los tres factores fueron hallados en los tres conceptos, entendemos que son propios de “happiness”, pero omitiremos aquellos ítems que no hayan estado presente en los participantes angloparlantes.

Una primer grupo es el denominado “factores interpersonales”, el cual se compone de factores como *relaciones familiares, amistad, relaciones con las demás personas, relaciones íntimas, ayudar a otros, sentirse amado y apreciado.*

El segundo grupo, “factores intrapersonales”, considera ítems tales como: *perseguir y alcanzar metas, tener una actitud positiva hacia uno mismo, tener una actitud positiva hacia la vida, fortalezas personales, logros laborales y sentirse responsable por la propia felicidad.*

El tercer grupo, “factores diversos”, incluye: *disfrutar de los pequeños placeres de la vida, tener dinero, estar sano y sentirse libre de hacer lo que uno quiere.*

5.1.6. Furnham & Cheng (2000) estudiaron específicamente las teorías populares sobre las causas de la felicidad (*happiness*) en una muestra de estudiantes británicos. Aplicaron un cuestionario llamado “The causes of happiness questionnaire”, el cual consta de 38 afirmaciones extraídas tanto de escritos científicos como de entrevistas con personas legas en la materia. Aunque la génesis del cuestionario no es exclusivamente el conocimiento cotidiano de las personas, los investigadores hicieron un análisis factorial con las respuestas entregadas por sus participantes a los ítems del cuestionario. Extrajeron seis

factores que consideramos apropiado describir como otro antecedente teórico para nuestra investigación.

Cabe hacer presente que el segundo factor está compuesto por ítems que las personas consideraron con puntuaciones muy bajas o incluso se manifestaron “en desacuerdo” con algunas de ellas. Del mismo modo, el factor cinco tiene sólo dos ítems que fueron evaluados por los participantes como “de acuerdo”, sólo esos dos ítems serán mencionados.

El primer factor llamado “fortaleza mental y rasgos de personalidad” incluye ítems como *tener un fuerte autocontrol, tener una personalidad amable, tener buenas habilidades sociales, tener fuerza de voluntad, ser mentalmente maduro.*

El segundo factor, llamado “ventajas personales” considera ítems como *tener una elevada educación, ser más inteligente o atractivo.* Todos los ítems que componen este factor fueron evaluados con una puntuación neutra o en desacuerdo por los participantes, de manera que deberíamos excluir este factor completo como fuente de conocimiento cotidiano, ya que las personas no los consideran importantes.

El tercer factor, “logros y libertad en la vida y en el trabajo”, considera ítems como *potencial personal desarrollado, libertad de elección de carrera y trabajo, libertad para vivir la propia vida, conseguir las aspiraciones, hacer el trabajo que les gusta, ser respetado por los otros, etc.*

Cuarto, “soporte social y autoestima”, incluye *ser querido y aceptado por los otros, tener amigos cercanos, tener alta autoestima, tener padres cariñosos, etc.*

Quinto, “seguridad”, sólo dos ítems obtuvieron el acuerdo de los participantes en este factor: *disfrutar de buena calidad de vida y vivir en un área segura.*

Sexto, "Optimism (optimismo) y contentment (estar contento)", incluye ítems como que *las personas más "happy" (felices) son más espirituales en sus valores, tienen una visión optimista de la vida, están contentos con lo que tienen y son más independientes.*

5.1.7. Thomas & Stock (1988) pidieron a sus participantes entregar palabras asociadas con *happiness* y *unhappiness*. Una primera muestra de 100 adultos, con edades comprendidas entre los 19 y 90 años, generaron los siguientes términos ordenados según la frecuencia de mención de mayor a menos: *love* (amor), *family* (familia), *friends* (amigos), *health* (salud), *loneliness* (soledad), *death* (muerte), *boredom* (aburrimiento), *children* (hijos), *hate* (odio), *sickness* (enfermedad), *work* (trabajo) y *freedom* (libertad).

Otra muestra compuesta por 126 monjas católicas, con edades entre los 26 a 89 años, generaron los términos: *friends* (amigos), *love* (amor), *peace* (paz), *joy* (alegría), *loneliness* (soledad), *God* (Dios), *health* (salud), *sickness* (enfermedad), *prayer* (rezar), *contentment* (estar contento), *selfishness* (egoísmo) y *work* (trabajo).

## **5.2. La estructura jerárquica y los límites difusos de *happiness***

Storm, Jones y Storm (1996) estudiaron la estructura jerárquica del término *happiness*. Para ello, seleccionaron 16 términos que consideraron categorías subordinadas de "happiness" porque corresponderían a variaciones en intensidad, variaciones del estado de ánimo, estados causales o estados con mezcla de contenidos más complejos. Esos términos fueron extraídos tanto del trabajo de Johnson-Laird & Oatley (1989) como de investigaciones previas realizadas por Storm & Storm. Los términos elegidos fueron *ectasy* (éxtasis), *bliss* (dicha), *elation* (elación), *joy* (alegría), *merriment* (regocijo), *cheerfulness* (jovialidad), *serenity*



(serenidad), *peacefulness* (tranquilidad), *amusement* (diversión), *jubilation* (júbilo), *contentment* (estar contento), *satisfaction* (satisfacción), *gladness* (gozo), *hope* (esperanza), *pride* (orgullo) y *triumph* (triumfo).

El procedimiento consistió en preguntar a sus participantes, quienes fueron estudiantes canadienses angloparlantes, si estaban de acuerdo en que esos términos eran parte de *happiness* (¿es “peacefulness”, “hope”, etc. un tipo de “happiness”?). Asimismo, para comprobar que se produce una jerarquía inequívoca, preguntaron también si “happiness” es un tipo de esas categorías (¿es “happiness” un tipo de “bliss”, “joy”, etc.?). Las conclusiones de Storm et al. fue que inequívocamente las personas entendieron que esas variantes son un tipo de *happiness* y que ellas a su vez no contienen a *happiness*. Esta asimetría probaría que las personas comprenden la estructura jerárquica de este concepto emocional, apoyando el planteamiento de una subordinación jerárquica.

Adicionalmente, estos investigadores obtuvieron algunos resultados que se ajustan mejor con el enfoque probabilístico.

Primero, encontraron que de los 16 términos hubo algunos que se mostraron como mejores ejemplos que otros dentro de la categoría *happiness*, es decir, hubo diferencias en el grado de subordinación. Escribieron “[l]os hallazgos son similares a los hallazgos de Russell & Fehr (1994) y son más consistentes con una concepción prototípica de los conceptos emocionales que con una concepción clásica” (p.291).

Segundo, los participantes respondieron que *satisfaction* es un tipo de *happiness*, pero también de manera significativa respondieron que *happiness* es un tipo de *satisfaction*. Este hallazgo muestra que los límites no están claramente definidos, como lo plantearon en la discusión Storm et al., “[l]a asimetría

encontrada, coherente con una concepción jerárquica, puede reflejar diferencias en la amplitud de los significados combinados con límites poco claros como lo supone la concepción prototípica” (p.291).

En resumen, los resultados de esta investigación muestran que hay una jerarquía en la estructura interna de los términos relacionados con *happiness*, que incluye casos poco claros o en el límite, respecto a los cuales las personas no saben clasificar con certeza la pertenencia a una u otra categoría.

Aunque estos últimos casos ocurren con menor frecuencia y quizás por esta razón son considerados con menor importancia por algunos investigadores, como lo hacen Storm et al., no podemos desconocer que entregan importantes antecedentes para comprender la real composición de los conceptos emocionales, que corresponde a categorías con límites difusos y que son mejor vistos mediante un enfoque probabilístico.

### **5.3. Diferencias en el concepto relacionadas con las variables edad y género**

Widen & Russell (2008) encontraron que las categorías emocionales se modifican con la edad. Comienzan con categorías amplias relacionadas con las valencias positivas y negativas en los niños más pequeños y, posteriormente, se van diferenciando en categorías más específicas. Este hallazgo nos entrega antecedentes para suponer que el concepto emocional de “*happiness*” también podría modificarse en diferentes edades. Algunas evidencias permiten sostener esta hipótesis.

Comencemos con ejemplos de las diferentes predisposiciones de jóvenes y adultos para contestar a las encuestas que preguntan por *happiness*. Thomas & Stock (1988), quienes trabajaron con dos grupos estadounidenses de edades

medias de 40 y 61 años, informaron que tuvieron problemas para obtener los participantes de su investigación. Registraron en la discusión: “hay una necesidad de encontrar formas para incrementar la motivación de las personas para que se comprometan en este tipo de estudios”.

Esta situación contrasta con la entregada en otros trabajos donde se informa de la buena disposición de los jóvenes estudiantes de USA para contestar a las investigaciones relacionadas con *happiness*. Barschak (1951) trabajó con jóvenes de entre 18 a 20 años acerca de las experiencias de *happiness* en su niñez y para destacar el interés de sus participantes indicó que sólo “[t]res por ciento no respondió nada, 15 por ciento envió información adicional por correo porque, como dejaron escrito, encontraron los cuestionarios interesantes y el tiempo demasiado corto”. Esta situación también la hemos observado en la aplicación de nuestros trabajos experimentales, los jóvenes de USA están, en general, muy motivados a contestar cuando se les pregunta por *happiness*, lo que indicaría que este concepto les resulta interesante y accesible.

Por otro lado, Thomas & Stock dividieron a sus participantes en tres grupos: jóvenes, mediana edad y mayores. Encontraron que cuanto mayor edad del grupo, mayor relación se tendió a percibir entre los términos *salud* y *trabajo*. Asimismo, a mayor edad, mayor asociación entre *soledad* con *enfermedad* y *muerte*. Estos hallazgos les hicieron concluir que hay “...diferentes componentes de felicidad (*happiness*) en diferentes edades”.

Otro antecedente que apoya la idea que jóvenes y mayores consideran diferentes componentes dentro de los conceptos emocionales, proviene del trabajo de Dubé, Jodoin & Kairouz (1998). Ellos no utilizaron el concepto de “*happiness*” porque trabajaron con una muestra de padres e hijos canadienses franco parlantes,

pero concluyeron que “[a]unque ambos grupos atribuyeron sus niveles de bienestar más a causas internas que externas, los padres dieron más importancia a causas externas que los jóvenes...”

En relación con la variable género, también hay antecedentes que indican que el concepto tiene diferencias significativas en su composición.

Furnham & Cheng (2000) correlacionaron los seis factores en los cuales agruparon sus teorías populares sobre las causas de felicidad (*happiness*) con la variable género. Los hombres de su muestra consideraron más importante el “factor seguridad” (tener seguridad financiera y una buena casa), en cambio las mujeres dieron más importancia al “factor soporte social y autoestima” (tener amigos cercanos y alta autoestima). Una explicación posible, de acuerdo con esos investigadores, es que “los hombres necesitan posesiones materiales... para definir el status social... y consecuentemente creen que aquello les hará feliz”.

Uchida & Kitayama (2009) encontraron que las mujeres produjeron significativamente mayor cantidad de características asociadas con el “factor armonía social” (relaciones sociales armoniosas, rasgos y conductas deseables). Esta información parece consistente con el hallazgo de Furnham & Cheng, respecto a que las mujeres tienen más saliente las “relaciones sociales” y “la autoestima” asociadas con “happiness”.

Sin embargo, también debemos mencionar el trabajo de Chiasson et al. (1996), quienes no encontraron diferencias significativas por género, ni en sus participantes de USA ni en los canadienses angloparlantes. Aunque sí hubo diferencias por género en su muestra de estudiantes salvadoreños.

En general, la información revisada apoya nuestra hipótesis sobre los límites borrosos y la estructura probabilística del concepto emocional de “happiness”.

Parece que no todos los seres humanos tienen el mismo concepto emocional, lo que dificulta mantener la hipótesis planteada por los investigadores del enfoque clásico de que es una categoría universal idéntica en todas las personas.

#### **5.4. La necesidad de desarrollar un conocimiento enciclopédico de “happiness”**

Como hemos visto en este capítulo, son múltiples los elementos constitutivos que forman parte del concepto cotidiano de “happiness”, muchos de ellos se repiten sistemáticamente, entre los que podemos mencionar: “satisfacción”, “emoción positiva”, “logro”, “autonomía”, “relaciones sociales”, “autoestima”, “optimismo”, etc. Sin embargo, las investigaciones que han trabajado con el concepto cotidiano se han visto teñidas por las influencias de buscar las convergencias en los estudios interculturales (Pflug, 2009; Uchida & Kitayama, 2009), o bien, han buscado agrupar los elementos constitutivos buscando una coherencia para interpretar los datos (Kövecses, 1991).

No obstante, la información revisada indica que el concepto cotidiano no posee una configuración estructurada de manera clara, que permita establecer una definición única con elementos necesarios y suficientes.

De igual modo, se observa que el concepto “happiness” tiene variaciones o énfasis asociados con variables demográficas como edad y género, así como límites difusos o poco claros. Por esas razones nuestra propuesta plantea revisar los elementos constitutivos del concepto emocional “happiness” sin una teoría previa, con el propósito de conocer los elementos presentes en el discurso cotidiano de las personas y poder comparar si esos elementos están presentes con la misma importancia en los conceptos detrás de los términos que son considerados como la traducción más habitual en otros idiomas. Consideramos útil

para estos fines guiarnos de acuerdo con el planteamiento de Geeraerts (1997) acerca del conocimiento enciclopédico.

Cabe hacer presente, que el conocimiento cotidiano de las personas puede ser separado en áreas más específicas. Las personas tienen representaciones mentales acerca del *significado de un concepto emocional*, tienen representaciones o creencias sobre las *motivaciones subyacentes o importancias valóricas* de dichos conceptos y pueden tener ideas acerca de los *factores predictores o causales* de una determinada experiencia emocional (Uchida, Norasakkunkit & Kitayama, 2004). Además, podemos agregar que las personas tienen conocimiento cotidiano en relación con las semejanzas de familia, en cuyo caso agrupan los términos por similitud (Storm et al., 1996). Estos diferentes elementos del conocimiento cotidiano deberían ser considerados de manera separada.

La traducción uno a uno se basa en la premisa que hay una relación semántica necesaria y suficiente entre el término y las configuraciones que adopta el concepto en diferentes culturas, lo cual implica caer en el *error fundamental de traducción* (Hurtado de Mendoza et al., 2010). El conocimiento enciclopédico se basa en una aproximación probabilística de las características del concepto y hace frente de mejor forma a este problema.

## CAPITULO VI

### EL CONCEPTO HAPPINESS EN EL LENGUAJE CIENTIFICO

El término *happiness* hace referencia a una categoría de emoción que tiene una elevada importancia en las sociedades angloparlantes. De hecho, algunos investigadores destacan que es una categoría de emoción que las personas desean experimentar (Diener, 2000; Lyubomirsky, 2001). Averill & More (2000) sugieren que si se pide a las personas que mencionen ejemplos típicos de emociones, nombrarán en primer lugar *happiness* o la ubicarán dentro de los primeros puestos.

No obstante, aunque es una de las categorías emocionales más salientes no ha sido de las más estudiadas (Averill & More, 2000). Si comparamos el término *happiness* con algunos de los términos que se han considerado tradicionalmente como los que designan a las llamadas “emociones básicas”, es decir, *anger*, *fear*, *disgust*, etc. (Ekman, 1992a; 1992b), encontramos que porcentualmente está lejos de los primeros tres lugares. La Tabla 1 muestra los porcentajes de mención en el *Handbook of Psychology* y en el *Handbook of Emotions*, considerando la frecuencia de mención y el número de páginas que contienen el término, respectivamente.

Tabla 1

*Frecuencia de aparición y número de páginas que mencionan la palabra happiness en el Handbook of Psychology y el Handbook of Emotions*

Término	Handbook of Psychology		Handbook of Emotions	
	Nº Menciones	%	Nº Páginas	%
Anger	430	21,2	36	28,3
Fear	1079	53,3	36	28,3
Sadness	277	13,7	20	15,7
Enjoyment <sup>(1)</sup>	68	3,4	7	5,5
Disgust	23	1,1	15	11,8
Surprise	69	3,4	1	0,8
Happiness	80	3,9	12	9,4

<sup>(1)</sup> Considera los términos joy y enjoyment.

## 6.1. Los dos principales énfasis del concepto happiness en los trabajos científicos

En trabajos previos hemos planteado que las investigaciones científicas en psicología consideran, de manera general, dos énfasis dentro del concepto *happiness* (Vargas, 2008). Un primer modelo se observa preferentemente entre los investigadores que discuten el problema de las supuestas emociones básicas, donde se considera *happiness* como un “estado emocional positivo” en general. En este caso, el término es usualmente intercambiado de manera explícita o implícita con el término *joy* (*alegría*). Por ejemplo, cuando se busca el término *happiness* en el índice temático del *Handbook of Emotions*, se sugiere que la búsqueda también se haga por *joy* (y viceversa).

El segundo modelo se observa preferentemente en el campo de la *psicología humanista* y en la *psicología positiva*, en donde su uso hace referencia a estados de “satisfacción subjetiva”. En este caso es usualmente intercambiado con el término *subjective well-being* (*bienestar subjetivo* o simplemente *bienestar*).

Esta situación parece también haber sido observada por otros investigadores, que aunque no utilizan un enfoque probabilístico ni tampoco distinguen entre concepto emocional y categoría de experiencia emocional, reconocen implícitamente estos dos usos en el lenguaje científico. Diener, et al. (2009), plantean:

“Happiness (felicidad) es un término que tanto para los psicólogos como para las personas en general representa un estado de satisfacción placentera y es una de las muchas emociones específicas que las personas pueden sentir en respuesta a los eventos de la vida y las experiencias diarias” p. 8.

Por supuesto que estos dos énfasis no son los únicos, ni están tajantemente claros en la literatura, pero están presentes de manera recurrente en los trabajos



científicos. Además, parecen coincidir con los dos primeros modelos prototípicos del concepto cotidiano de “happiness” propuestos por Kövecses (1991). El primer modelo es un ideal que denominó como “happiness/valor” y el segundo modelo fue descrito como el de emoción o “happiness/joy”.

Revisaremos a continuación algunos ejemplos de estos dos énfasis en el uso del concepto “happiness” en las investigaciones científicas. Primero como “happiness/joy” y posteriormente como “happiness/well-being”.

### 6.1.1. Ejemplos de utilización del concepto como “happiness/joy”

En su trabajo sobre “Emociones y palabras de emociones”, Frijda et al. (1995) hacen referencia a “una inespecífica emoción positiva”, denominada indistintamente *happiness* o *joy* en inglés:

“Como se puede observar, hay un alto grado de coincidencia. El nombre de una inespecífica emoción positiva – *joy* [alegría] o *happiness* [felicidad] en su equivalente más próximo del inglés- aparece entre los 12 nombres de emoción más frecuente en 10 de los 11 grupos...  
Estas cinco categorías, *joy/happiness* [alegría/felicidad], *sadness* (tristeza), *fear* (miedo), *anger* (ira) y *love* (amor), parecen ser muy generales”. p.123

Kövecses (1995) hace un uso indiferenciado de uno y otro término. Primero utiliza *happiness* y luego *joy* para referirse aparentemente a un mismo constructo.

“Los hablantes de una lengua determinada parecen sentir que algunas palabras de emoción son más básicas que otras. Las más básicas en inglés incluyen: *anger* (ira), *sadness* (tristeza), *fear* (miedo), *joy* (alegría) y *love* (amor).  
...Frijda (en este libro) llega a cinco categorías generales y posiblemente universales de emoción en once idiomas. Estas categorías básicas de emoción incluyen *happiness* (felicidad), *sadness* (tristeza), *anger* (ira), *fear* (miedo) y *love* (amor).” p.4

De manera similar al anterior, Russell (1991) en la introducción de su investigación utiliza el término *happiness* y posteriormente cita un trabajo que utiliza el término *joy*, para referirse aparentemente al mismo constructo.

“Algunos autores asumen –y otros niegan- que todos los seres humanos distinguen las emociones de lo que no son emociones y dividen las emociones en happiness (felicidad), anger (ira), fear (miedo), y así sucesivamente.  
...¿Cuáles son los sentimientos de los hombres? Son joy (alegría), anger (ira), sadness (tristeza), fear (miedo), love (amor), dislike (desagrado) y liking (agrado). Estos siete sentimientos pertenecen a los hombres sin que éstos los aprendan. (Chai & Chai, 1885/1967, p. 379).” p.426

### 6.1.2. Ejemplos de utilización del concepto como “happiness/well-being”

Este tipo de énfasis del concepto ha tenido una mayor utilización en los últimos años debido a la proliferación de la llamada *psicología positiva* (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000). En este caso, muchos investigadores lo utilizan de manera equivalente con *well-being* (Diener & Lucas, 2000; Lyubormisky, 2001; Pflug, 2009) y otros incorporan el término *calidad de vida* para referirse a los contenidos de *happiness* (Buss, 2000).

Dentro de quienes utilizan este modelo parece extendida la tesis de que el concepto se refiere a las evaluaciones cognitivas y afectivas que las personas hacen sobre sus vidas, lo que en términos coloquiales es etiquetado como *happiness* (Diener, 2000; Seligman et al., 2005; Uchida et al., 2004).

Algunos ejemplos del uso intercambiable entre *happiness* y *well-being* se observan en Diener & Lucas (2000) y Diener (2000). En el primer caso:

“¿Los individuos consideran la frecuencia de sus experiencias emocionales positivas cuando juzgan su happiness (felicidad) o es la intensidad de esas experiencias lo que tiene mayor peso?. Diener, Sandvik, y Pavot (1991) reportaron que los juicios de well-being (bienestar) están primero basados en la frecuencia del afecto placentero y menos entonces en la intensidad. Ellos sostuvieron que las emociones positivas intensas son menos importantes que la experiencia de well-being (bienestar) emocional a largo plazo debido a que dichas emociones intensas son muy raras y también porque están frecuentemente contrarrestadas por sus costos.” p.327

En el segundo caso, se puede leer:

“Selección representativa de encuestados, mediciones de las experiencias naturales de los participantes de las muestras y otras mejoras metodológicas están siendo utilizadas para estudiar el SWB [Subjective Well-Being] (Bienestar Subjetivo) y podrían ser usadas para producir indicadores nacionales de happiness (felicidad).  
“Este es el enfoque para definir la vida buena que se ha dado en llamar subjective well-being (SWB) [bienestar subjetivo (BS)] y en términos coloquiales es etiquetado a veces como happiness (felicidad). p.34

Veamos otros ejemplos en los cuales se incorporan términos generalmente considerados dentro de este modelo como *satisfacción con la vida* y *calidad de vida*. Primero, consideremos a Galati, et al. (2006).

“Visto así, el significado de happiness (felicidad) ha llegado a ser similar a lo que es life satisfaction (satisfacción con la vida) y subjective well-being (bienestar subjetivo), como se demuestra en el hecho que esos tres términos son frecuentemente usados de manera intercambiable para describir el mismo tipo de fenómeno”. p.603.

Segundo, bajo el título “Mejorando la felicidad humana”, Buss (2000) parece incorporar el término *calidad de vida* para referirse a un componente de esa estructura mayor que sería *happiness*.

“Happiness (felicidad) es una meta común hacia la cual las personas se dirigen, pero para muchos permanece frustradamente fuera de alcance”. p15.  
...parece evidente que una perspectiva evolutiva no ofrece soluciones fáciles y simples a los problemas para incrementar el well-being (bienestar) psicológico y la quality of life (calidad de vida).” ps.19.

Revisemos ahora un ejemplo en el cual se utiliza *happiness* con los dos énfasis que estamos comentando en este capítulo. Este caso también nos servirá para ilustrar el problema de la nomenclatura, ya que en el primer párrafo se hace diferencia entre los términos *happiness* y *well-being* y en el segundo se utiliza el término *happiness* en el sentido intercambiable con el término *well-being* (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000).

“Una brecha fundamental tiene que ver con la relación entre experiencias momentáneas de happiness (felicidad) y well-being (bienestar) de larga duración.”p.11

“Enjoyment (disfrute), en vez del placer, es lo que lleva al crecimiento personal y a happiness (felicidad) de larga duración, pero ¿por qué cuando se da la opción, la mayoría de la gente opta por el placer sobre el disfrute?” p.12.

## 6.2. Definiciones científicas de *happiness* y algunas controversias que se desprenden de ellas

### 6.2.1. Algunas definiciones de *happiness* encontradas en trabajos científicos

Lyubomirsky (2001) parece considerar el concepto como un primitivo semántico, ya que cita una referencia que plantea que todos los seres humanos entienden a qué se refiere el concepto detrás del término inglés *happiness*. Sin embargo, la investigadora posteriormente matiza e indica que esto sería válido para las culturas occidentales.

“De esta manera, la evidencia que se conoce y la experiencia cotidiana por igual, sugieren que una de las más salientes y significativas dimensiones de la experiencia humana y de la vida emocional es *happiness* (felicidad).<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Happiness* (felicidad) y *well-being* (bienestar) son usados indistintamente en este artículo para indicar un constructo psicológico ‘el significado que todo el mundo conoce pero la definición que nadie puede dar’ (H.M.Jones... De hecho, existe un considerable acuerdo al menos en la cultura occidental, respecto a qué significa y cuando ha sido alcanzada (Freedman, 1978).” p.239

Seligman et al. (2005) descomponen el concepto en rutas o componentes más específicos. En este caso se busca una visión más exhaustiva del modelo.

“Creemos que una completa ciencia y una completa práctica de la psicología deberían incluir una comprensión del sufrimiento y *happiness* (felicidad), así como también su interacción...” p.410

“Trabajamos bajo el supuesto de que *happiness* (felicidad) es un término científico difícil de manejar y que su estudio riguroso implica descomponer el término en al menos tres rutas distintas y mejor definidas hacia ‘*happiness*’ (Seligman, 2002): (a) emoción positiva y placer (la vida placentera); (b) el compromiso (la vida comprometida); y (c) el sentido (la vida con significado).” p.413

Algunas propuestas establecen una orientación o sentido específico de lo que debería entenderse por “*happiness*”. En estos casos, aunque distinguen diferentes componentes, se inclinan por sostener que habría una forma correcta de entender el concepto.

Como hemos mencionado, Averill & More (2000) utilizan dos dimensiones para separar las posibles configuraciones de “*happiness*”: grado de activación

(alta/baja) y grado de objetividad (subjetividad, sentirse bien/objetividad, hacer bien). De esta forma, obtienen cuatro configuraciones posibles que llaman: “joy”, “eudaemonia”, “contentment” y “equanimity”. Al respecto comentan:

“...el presente capítulo se refiere a happiness (felicidad) en un sentido más objetivo – a saber, el estado emocional asociado con el compromiso pleno o el rendimiento en una actividad significativa.

Aparte de la palabra “happiness”, no tenemos otro término más adecuado para los estados óptimos de compromiso pleno...

Para los efectos de este capítulo, entonces, comprendemos happiness en el sentido de eudemonía. Happiness así concebida...es un estado episódico...no se centra en un objeto o evento específico, ni se manifiesta en un tipo específico de comportamiento” p.664

En esta misma línea, Myers (2000) primero se refiere a una característica más duradera dentro del concepto de “happiness”, pero finalmente se decanta por dejar la interpretación del concepto en un plano subjetivo individual.

“Nuevos estudios revelan los predictores del subjective well-being (bienestar subjetivo), frecuentemente evaluados por medio de los auto-reportes de happiness (felicidad) y life satisfaction (satisfacción con la vida).” p.56

“Aunque asumimos que *happiness* se refiere a algo más profundo y más duradero que un momentáneo buen estado de ánimo, nuestra definición operativa es simplemente lo que la gente entienda cuando describe su vida como feliz.” p.57

Como vemos, dependiendo de cada autor son los énfasis y contenidos considerados. Argyle (1987/1992) entrega una definición que incluye algunos factores:

“Cabe entender felicidad (happiness) como una reflexión sobre la satisfacción ante la vida, o como la frecuencia e intensidad de emociones positivas. La felicidad no es estrictamente lo opuesto a la infelicidad.

Hay que considerar tres aspectos de la felicidad: (1) la satisfacción y sus diferentes campos; (2) la alegría, y (3) la angustia, que incluye la ansiedad y la depresión...hablaremos de un cuarto componente, la salud, que tiene cierta relación con cada uno de los anteriores.” ps. 25-26

Martin Seligman en su libro “La Auténtica Felicidad” (2005), señala que el término sería una especie de contenedor que agrupa varios elementos para designar un campo de estudio específico.

“Utilizo ‘felicidad’ y ‘bienestar’ de manera intercambiable como términos genéricos

para describir los propósitos de toda la iniciativa de la Psicología Positiva, que abarca tanto los sentimientos positivos –como éxtasis y satisfacción– como las actividades positivas que carecen por completo de componentes emocionales –como la introspección y el compromiso–<sup>1</sup>. No debemos olvidar que ‘felicidad’ y ‘bienestar’ se refieren en ocasiones a los sentimientos, pero otras veces aluden a actividades en las que no se experimenta ningún sentimiento.” p.79.

“1. La palabra felicidad...en sí no es un término de la teoría –a diferencia de ‘placer’ o ‘fluidez’, que son entidades cuantificables con propiedades psicométricas aceptables...El concepto felicidad es como el término ‘cognición’ en el campo de la Psicología Cognitiva o ‘aprendizaje’ en la teoría del aprendizaje. Estos términos designan un ámbito de estudio, pero no desempeñan ningún papel en las teorías inherentes a sus respectivos campos.” p.439.

Jacobsen (2007) en su trabajo titulado “What is Happiness?. The concept of happiness in existencial psychology and therapy”, indica:

“¿Cómo podemos definir happiness (felicidad)?. Es inmediatamente evidente que necesitamos distinguir entre estados cortos y duraderos de happiness. Casi todos conocemos las experiencias breves de happiness. Y casi ninguno conoce los estados duraderos de happiness. Tenemos, entonces, que operar con dos definiciones distintas:

Por happiness ordinaria o dicha entendemos un estado de ánimo breve durante el cual el individuo siente que todas las necesidades esenciales han sido satisfechas y que todas las metas esenciales han sido obtenidas...

Por happiness genuina o verdadera entendemos un estado duradero de balance entre los deseos, las metas y las necesidades individuales por un lado, y el medio ambiente o el mundo por la otra. Este estado está asociado con bienestar, serenidad y relajación”. p.39

Finalmente, mencionaremos la propuesta de Wierzbicka (2004). Esta investigadora plantea que los conceptos emocionales pueden ser reducidos a sus elementos constitutivos, los cuales pueden ser expresados mediante primitivos semánticos; estos primitivos semánticos estarían presentes en todos los idiomas, como por ejemplo: “bueno”, “malo”, “pensar”, “querer”, “sentir”, etc., y permitirían que todas las personas, independiente de su idioma, comprendan el concepto que se quiere representar. Específicamente respecto a “happiness”, esta investigadora plantea que debe ser diferenciado del concepto que se refiere al adjetivo “happy”, por lo que plantea dos definiciones diferentes para ellos.

“En el lenguaje de los conceptos emocionales simples y universales, el significado de *happiness* (felicidad) puede ser vinculado con los siguientes escenarios cognitivos: a) algunas cosas muy buenas me han sucedido; b) Yo quería que cosas como esta ocurrieran; c) No puedo querer nada más ahora. Por contraste, el escenario cognitivo de *happy* (feliz) puede ser representado como sigue: algunas cosas buenas me han

sucedido; b) Yo quería que cosas como esta ocurrieran; c) No quiero nada más ahora. Las principales diferencias entre happiness y happy, entonces,... 'muy bueno' y 'bueno'...y entre 'no puedo querer...' y 'no quiero...'...En happiness el propio corazón está lleno hasta desbordarse y parece ser que no hay más espacio para ningún otro (insatisfecho) anhelo o deseo.

*Happiness*...puede ser usado para referirse a una condición existencial vista como una certeza absoluta. El adjetivo *happy*, sin embargo, no implica necesariamente un estado de happiness. Por ejemplo, si yo digo que 'estoy feliz con el presente acuerdo,' no quiero decir que experimento o estoy en un estado de happiness." p.37

### **6.2.2. Controversias e inconsistencias en las características de "happiness" como concepto científico**

Tanto la revisión de las investigaciones del concepto cotidiano que hemos hecho en el capítulo anterior, así como también la revisión de los enfoques y definiciones de "happiness" en la literatura científica que hemos visto en este capítulo, nos permiten observar la complejidad del concepto y la imposibilidad de establecer una única definición con características necesarias y suficientes. En las definiciones revisadas se observa una mezcla de propuestas teóricas, investigación empírica y prescripciones personales de los investigadores, siendo muchas veces estas últimas las que predominan.

Hay investigadores que consideran "happiness" como un primitivo semántico y por lo tanto imposible de representar mediante una definición (Johnson-Laird & Oatley, 1989; Lyubomirsky, 2001), otros que descomponen el concepto en diferentes elementos constitutivos (Argyle, 1987/1992; Seligman et al., 2005), también están quienes dan énfasis a determinadas características específicas (Averill & More, 2000; Jacobsen, 2007; Myers, 2000), pero sin embargo, ninguna de esas aproximaciones representan la complejidad del concepto cotidiano de "happiness".

Hay algunas propuestas teóricas que plantean que el desarrollo de los conceptos científicos en psicología debería descansar en los planteamientos formulados por los investigadores, quienes serían los que conocen adecuadamente

el concepto, y por lo tanto, podrían definirlo de manera apropiada (Ortony, et al., 1987). Sin embargo, vemos que entre los propios investigadores no hay un acuerdo en relación con las características que deben ser consideradas dentro de este concepto emocional.

Por ejemplo, hemos visto que dentro de las investigaciones hay dos énfasis dentro del concepto de “happiness”. Al primero lo hemos llamado el modelo happiness/emoción/joy y el otro el modelo happiness/well-being. En las definiciones revisadas, hay algunas propuestas que plantean que tanto el modelo happiness/joy como el modelo happiness/well-being serían parte del concepto emocional de “happiness” (Argyle, 1987/1992; Seligman et al., 2005). Sin embargo, hay otras que expresamente plantean que debería ser excluido happiness/joy/emoción (Averill & More, 2000).

Tampoco parece haber acuerdo entre algunas características planteadas en trabajos académicos y los datos que proceden de las investigaciones que han trabajado con el concepto cotidiano.

Jacobsen (2007) sostiene que la genuina o verdadera *happiness* “está relacionada con... serenidad y relajación”. Esta situación parece alejarse de los datos empíricos, ya que Kövecses (1991) observó que el nivel de activación de “happiness” va desde leve a moderado; consistentemente, Tsai et al. (2006) encontraron que el ideal del afecto positivo en los americanos implica un nivel de activación elevado. Lu & Gilmour (2004) también hacen referencia a este aspecto cuando contrastan que para los chinos el concepto de “fu” se refiere a algo “más solemne e introspectivo”, en cambio para los americanos “happiness” se refiere a algo más “uplifting (edificante, incitante); elated (eufórico), exciting (emocionante)...emotionally charged (emocionalmente cargado), upbeat



(animado)". De este modo, no cabe duda que para muchos angloparlantes el concepto de "happiness" estará relacionado con esa "serenidad y relajación" de la que habla Jacobsen, pero aparentemente esa es una característica poco saliente en las personas comunes y corrientes. La característica más saliente es un nivel de activación elevado.

Seligman (2005) plantea que *happiness* no es un término que cumpla una función teórica sino que es utilizado para designar un área de estudio, sostiene que habría otros términos que sí tienen propiedades psicométricas como "placer". Sin embargo, los términos *happy* y *happiness* son utilizados en múltiples instrumentos de medición, tales como el Cuestionario de Medición de Felicidad (Fordyce, 1988), la Escala de la Felicidad Subjetiva (Lyubomirsky & Lepper, 1999) y el Cuestionario de la Felicidad Oxford (Hills & Argyle, 2002), entre otros, por lo que parece importante estudiarlos ya que efectivamente se les asigna propiedades psicométricas y se utilizan para llevar a cabo comparaciones culturales.

Las discrepancias entre las definiciones entregadas por los investigadores, así como las diferencias de algunas de ellas con los datos provenientes del concepto cotidiano, muestran que la premisa de trabajo que "happiness" es un concepto entendido por todas las personas del mismo modo es más un anhelo que un antecedente de hecho, de manera que tampoco tiene viabilidad una única definición con características necesarias y suficientes.

Los antecedentes revisados en estos dos últimos capítulos indican que es adecuado estudiar y analizar el concepto cotidiano, distinguir sus características probabilísticas y posteriormente desarrollar un cuerpo de constructos para ser utilizados con fines metodológicos y científicos, como lo sostiene el planteamiento de Russell (1992a;1992b) para el estudio de los conceptos emocionales. Conceptos

emocionales como “anger”, “tristeza”, “fu”, etc., no son cosas que están allí afuera y que pueden ser observadas directamente, sino que son construcciones cognitivas que mezclan antecedentes culturales, experiencias individuales y componentes biológicos que son moldeados e interpretados por las personas, de manera que parece apropiado considerar esta fuente como primer antecedente para conocer los conceptos emocionales.

Para finalizar, cabe destacar que resulta sorprendente que muchos investigadores que utilizan el concepto de “happiness” sostienen que debe ser entendido como cualquier cosa que las personas interpretan cuando se les pregunta por ese constructo (Lyubomirsky et al., 2005; Myers & Diener, 1995), de manera que llama la atención el reducido interés científico que ha habido por conocer ese concepto cotidiano, sobre el cual ha descansado gran parte de las investigaciones científicas del último tiempo.

## CAPITULO VII

### LAS DIFERENCIAS ENTRE HAPPINESS Y ALGUNOS DE SUS CONCEPTOS MÁS PROXIMOS EN OTROS IDIOMAS

En términos generales, ha imperado la idea de que el término inglés *happiness* se puede traducir directamente a otros idiomas porque no habría factores lingüísticos ni culturales que afectasen el significado del concepto emocional que está detrás (Layard, 2005; Veenhoven, 2000). No obstante, han empezado a surgir cada vez con más fuerza antecedentes provenientes de investigaciones empíricas que plantean serios reparos a esta premisa de trabajo, puesto que se ha observado que el concepto emocional detrás del término *happiness* presenta diferencias significativas con aquellos que están detrás de los términos que son considerados como sus traducciones más habituales en otros idiomas (Lu & Gilmour, 2004; Pflug, 2009; Uchida & Kitayama, 2009).

En los años '50, una investigadora alemana radicada en USA ya planteaba este problema metodológico. Barschak (1951) quien llevó a cabo sus trabajos con jóvenes estudiantes de maestría de USA, Inglaterra, Alemania y Suiza, tuvo dificultades para traducir *happiness* al alemán. Específicamente, dejó registrado en su investigación que tanto los colegas psicólogos alemanes con quienes trabajó, como las propias participantes que contestaron en ese idioma, mostraron objeciones sobre la traducción utilizada, Barschak escribió: "Como una cuestión de hecho, los psicólogos de habla alemana estaban en lo cierto. La traducción de la palabra 'happiness' es una dificultad". Finalmente, la investigadora optó por utilizar dos palabras para describir el término inglés en alemán: *gluecklich* y *zufrieden*, y de este modo, precisar su significado para que todos los participantes pudieran entender lo mismo. Aún así, las objeciones se mantuvieron de todas formas.

En fecha más reciente, Wierzbicka (2004) ha planteado el problema de la traducción del término emocional *happiness* a otros idiomas y ha manifestado las implicaciones que este asunto puede tener en las conclusiones y resultados que se han obtenido por medio de las comparaciones directas de los reportes entregados por participantes de diferentes países y culturas, bajo el erróneo supuesto que todas las personas entienden un mismo concepto:

“si el 14 por ciento de los alemanes se declara a ellos mismos como *sehr glücklich* (muy feliz) mientras que un 31 por ciento de los americanos se declara a si mismos como *very happy* (muy feliz), ¿pueden esos reportes ser significativamente comparados si *glücklich* no significa la misma cosa que *happy*?”p.35

Para ejemplificar los problemas de traducción, Wierzbicka cita a la lingüista Zhengdao Ye, quien indica que para referirse a *happiness* en chino habría que utilizar dos palabras; la palabra *xi* que podría definirse como “alegría animada” y la palabra *le* que sería algo así como “disfrute/satisfacción alcanzable”.

Este antecedente se vuelve más ilustrativo si consideramos el trabajo de Lu & Gilmour (2004), quienes compararon efectivamente los conceptos cotidianos de “happiness” en una muestra de USA y su equivalente más próximo del chino, que fue “fu” o “fu qi” (Lu, 2001), un término diferente al propuesto por la lingüista Zhengdao Ye, que fuera citada por Wierzbicka.

Nuestra intención no es discutir acerca de cual término o términos citados es el adecuado, sino que queremos ilustrar la complejidad y diferencias subyacentes de los conceptos emocionales en diferentes culturas e idiomas, lo cual parece ser una situación muy problemática y a la cual no se ha dado la importancia que tiene. Como lo sostiene Uchida & Kitayama (2009), los modelos cotidianos de los conceptos emocionales (v.gr. “happiness”, “glück”, “felicidad”, “shiwase”, etc.) tienen probablemente una gran importancia en relación con la cognición y el

comportamiento social, sin embargo poco se conoce acerca de la naturaleza de esos modelos.

A continuación revisaremos algunos antecedentes empíricos en relación con las diferencias entre los conceptos cotidianos de “happiness” y aquellos detrás de algunos términos considerados como las traducciones más próximas en otros idiomas. En el Capítulo V hemos revisamos las descripciones encontradas en las investigaciones acerca del concepto de “happiness”, y en este capítulo revisaremos las diferencias que se han encontrado en esas mismas investigaciones entre los diferentes conceptos emocionales.

Posteriormente, expondremos el problema de las diferentes normas culturales asociadas con los reportes de las supuestas experiencias emocionales representadas por esos términos. Consideramos que los conceptos tienen diferentes normas, que las personas siguen para contestar los cuestionarios. También expondremos una reflexión, a modo de conclusión, acerca de la supuesta equivalencia de los conceptos emocionales revisados.

### **7.1 La diferencias entre el concepto emocional de “happiness” y algunas de sus traducciones más habituales (“glück”, “fu”, “felicidad”, etc.).**

Algunos trabajos han comparado el concepto emocional de “happiness” y sus traducciones más frecuentes en otros idiomas, basados en el conocimiento cotidiano de las personas. La gran mayoría de estas investigaciones parecen adoptar la idea que trabajan con un concepto universal, el cual tiene características culturales específicas, como lo manifiesta Pflug (2009), quien señala que “[a]unque felicidad (happiness) como un estado de ánimo puede ser universal, su significado adopta formas culturales-específicas”. En términos similares parecen entenderlo Chiasson et al. (1996), quienes indican que “[c]onsiderado como un ‘bloque básico,

un valor en términos del cual otros valores son justificados'... felicidad (happiness) puede ser considerada universal, pero como estado... su significado sigue siendo complejo y ambiguo". También observamos este razonamiento en Uchida et al. (2004), quienes sostienen que "...felicidad (happiness) es probablemente... universal y más o menos igualmente valorada entre diferentes culturas... la gente en todos lados prefiere probablemente lo deseable a lo indeseable..", a lo que agregan la precisión que "...lo bueno y lo valioso varía enormemente entre culturas".

No obstante, en esos mismos trabajos e investigaciones se han constatado diferencias significativas considerables entre los conceptos. Describiremos a continuación la evidencia que hemos encontrado en nuestra revisión.

7.1.1. Lu & Gilmour (2004; Lu, 2001) compararon el concepto cotidiano de "happiness" en un grupo de estudiantes americanos y el concepto que estimaron como el más cercano en un grupo de estudiantes chinos ("fu" o "fu qi"). Encontraron que "fu" hace referencia a un "equilibrio armónico dentro del individuo así como también entre el individuo y su entorno", en tanto que los americanos dan énfasis a la búsqueda de *happiness*, que se relaciona con el logro de metas concretas y que funcionalmente fomenta en ellos la autonomía y el sentido de valía personal.

En el caso de los chinos, el proceso dinámico que busca el buen ajuste con el entorno se mueve desde dentro hacia fuera y está vinculado con la filosofía taoísta, con un claro sentido de enriquecimiento espiritual en vez de satisfacción hedónica. "Fu" tiene una forma solemne e introspectiva que integra tanto los afectos positivos como negativos en una perspectiva dialéctica, en cambio "happiness" es indiscutiblemente sólo afecto positivo, manifestado en expresiones emocionalmente cargadas de excitación y euforia.

7.1.2 Uchida & Kitayama (2009) estudiaron los conceptos de “happiness” en USA y “shiwase” en Japón. Hicieron una agrupación de significados mediante un procedimiento de escalamiento multidimensional y encontraron cinco grupos de significados, de los cuales los tres primeros fueron comunes a ambos conceptos: “experiencia positiva hedónica”, “logros personales” y “la armonía social”. Los dos restantes se encontraron predominantemente en “shiwase” y hacen referencia a elementos poco funcionales o que producen ruptura social: la llamada “reevaluación trascendental”, que incluye elementos como “permite a la gente evitar la realidad”, “no dura mucho” y “es difícil de identificar”; y el llamado “quiebre social”, que considera consecuencias sociales negativas como “envidia”, “celos” y “descuidar la atención al entorno”.

Los japoneses dieron énfasis a la armonía social y al desarrollo del potencial, procesos en los cuales necesitan considerar tanto el afecto positivo como el negativo, lo cual produce que “shiwase” tenga características holísticas y ambivalentes, vinculadas a las pautas filosóficas del ying y el yang. Por su parte, los americanos dieron más importancia al logro personal y a la experiencia hedónica positiva, lo cual parece consistente con la presencia de numerosos recursos simbólicos en la cultura americana como su “frontier spirit” (la identidad americana), “el sueño americano” y el hecho que *happiness* sea considerado como su objetivo personal último en la vida.

7.1.3. Pflug (2009) comparó el concepto de “happiness” en estudiantes negros sudafricanos y “Glück” con estudiantes alemanes. Los africanos no respondieron en su idioma materno.

Dentro de los hallazgos más importantes es que “Glück” considera tanto el afecto positivo como negativo en una perspectiva holística, similar a lo observado en los japoneses. Además “Glück” tiene una importante y saliente característica relacionada con “eventos sorpresivos” o inesperados, probablemente debido al bien conocido hecho que en alemán esa palabra significa también “suerte”. En los diccionarios se encuentra que *Glück* se traduce como *luck* y como *happiness* al inglés.

Los alemanes conciben “Glück” en términos de libertad, autonomía y placer hedónico; mientras que los sudafricanos describen un estado más contemplativo, de calma, que depende de la armonía social y de las estrechas relaciones familiares. Para los alemanes las relaciones sociales están en función de las necesidades del individuo.

7.1.4. Chiasson et al. (1996) estudiaron el concepto cotidiano en muestras de USA, El Salvador y Canadá (una anglo y otra franco parlantes). No indicaron los términos utilizados ni en castellano ni en francés.

Mediante un análisis de contenido encontraron tres factores comunes en todas las muestras: “factores interpersonales”, “factores intrapersonales” y “factores diversos”. Dentro de esos factores hubo diferencias en las frecuencias de mención y también hubo algunos ítems presentes sólo en alguna de las muestras.

En general, encontraron una mayor similitud y cercanía entre las muestras de Canadá y USA, en tanto que El Salvador fue evaluado como significativamente diferente. La muestra salvadoreña mencionó algunas características únicas como “los valores religiosos” y “vivir en buenas condiciones sociopolíticas”. Además, fue la única muestra que presentó diferencias en la variable género, donde las mujeres manifestaron más frecuencia de mención en ítems como “estar sano” y “relaciones



familiares”, en cambio los hombres mencionaron “vivir en buenas condiciones sociopolíticas”.

El ítem “disfrutar de las actividades y los pequeños placeres de la vida” se mostró con una mayor frecuencia entre las muestras de Canadá y USA, así como también fue más importante para ellos “las fuentes personales para su propia happiness” que considera ítems como “la actitud positiva hacia la vida” y “las fortalezas personales”.

7.1.5. Galati et al. (2006) no estudiaron el concepto de “happiness”, sino que sus equivalentes más próximos en muestras de Italia y Cuba (no indicaron los términos utilizados, ni distinguieron entre términos y conceptos emocionales). Aún así, revisaremos este trabajo por dos motivos: primero, contar con más antecedentes que justifican los problemas de la equivalencia de los conceptos emocionales en diferentes idiomas; y segundo, considerar la información del castellano de Cuba, ya que nuestros trabajos empíricos consideran muestras hispanohablantes.

Identificaron 21 componentes transculturales en ambos países, los cuales fueron divididos en tres grupos. Un primer grupo, considerados como “intereses individuales” incluye los ítems: salud, sexo, dinero, trabajo, éxito, autorrealización, eventos placenteros, ausencia de eventos displacenteros, emociones positivas, serenidad y bienestar, hogar, hobbies, cultura y conocimiento. El segundo grupo llamado de “intereses relacionales”: familia, amor, amistad, compañía, buenas relaciones afectivas; y finalmente el tercero, relacionado con una “vida feliz”: valores, fe, y ayudar a otros.

Encontraron dos ítems que fueron mencionados sólo por los participantes de la muestra cubana: seguridad y afrontar la adversidad. También hubo diferencias en las frecuencias, los italianos mencionaron significativamente más las

características: dinero, trabajo, eventos placenteros, fe, ayudar a otros y ausencia de eventos displacenteros; en tanto que los cubanos hicieron más referencia a la pareja y la cultura y el conocimiento.

Galati et al. observaron que hubo correlación entre la frecuencia de mención y la ubicación de los ítems de acuerdo con la importancia considerada por los participantes, esta información les hizo concluir que “las diferencias observadas parecen reflejar hasta cierto grado las características culturales y socio-económicas de los países investigados”.

Como hemos indicado, la mayoría de los investigadores sostienen que trabajan con un concepto que sería universal o que es comprendido por todos los seres humanos de la misma forma (Chiasson et al., 1996; Pflug, 2009; Uchida et al., 2004; Veenhoven, 2000). Estos investigadores adoptan implícita o explícitamente una postura basada en el “realismo ontológico”, donde las palabras serían meras etiquetas que designarían una entidad subyacente.

Sin embargo, desde una perspectiva “conceptualista”, es posible observar que las investigaciones acerca del concepto cotidiano de “happiness” y los conceptos cotidianos detrás de los términos considerados como sus equivalentes muestran estructuras probabilísticas. Se hace necesario comparar y analizar esas estructuras porque juegan un importante papel en los resultados de las investigaciones. Las características constitutivas de los diferentes conceptos tienden a ser recurrentes, pero se presentan con diferente composición, con distintos grados de prototipicidad o importancia y algunas de ellas se observan de manera predominante o exclusiva sólo en algunos conceptos. Del mismo modo, no se observa que haya elementos que conformen un núcleo único o central que pueda ser observado del mismo modo en todos los conceptos emocionales.

En general, hay conceptos que parecen estar más próximos con algunos y más distantes con otros, por ejemplo, el concepto de El Salvador con aquellos de los países norteamericanos parecen estar más cerca que el de USA con China.

En algunos casos el concepto tiene un marcado carácter hedónico relacionado con el logro de los objetivos personales (“happiness”, “Glück”) y en otros se relaciona con un ajuste y equilibrio tanto interno como con el entorno o medio ambiente (“fu”, “shiwase”). En algunos casos el concepto está preponderantemente asociado con afecto positivo (“happiness”) en tanto que otros se relacionan tanto con el afecto positivo como negativo de manera dialéctica (“glück”, “shiwase”). Algunos parecen estar más asociados con un elevado nivel de activación (“happiness”) en tanto que otros se relacionan con estados más introspectivos o contemplativos (“fu”, “happiness” para los sudafricanos).

Cuando hay características compartidas, algunas de ellas tienen frecuencias o importancias distintas. Las características “disfrutar de las actividades y los pequeños placeres de la vida”, “la actitud positiva hacia la vida” y “las fortalezas personales” estuvieron presentes tanto en salvadoreños como norteamericanos (USA y Canadá), pero fue significativamente más importante para estos últimos. Los ítems referidos a “dinero” y “trabajo” son más salientes para los italianos que para los cubanos, mientras que para los cubanos “la cultura y el conocimiento” y “la pareja” resultaron significativamente más salientes.

También hay características únicas o salientes de manera significativa en algunos de los conceptos, por ejemplo, “los eventos sorprendidos” y “la suerte” (en “Glück”), la importancia de factores como “seguridad” (en Cuba) o los “valores religiosos” (en El Salvador e Italia).

Aunque la mayoría de los trabajos revisados concluyen que las características se repiten pero con énfasis e importancias distintas (Chiasson et al, 1996; Pflug, 2009; Uchida & Kitayama, 2009) son menos los que sostienen que esta composición se debería a la configuración probabilística de los conceptos emocionales (Galati et al., 2006):

“En línea con la representación conceptual formulada por Eleanor Rosch (1975, 1978), es por lo tanto posible considerar que el estudio de los conceptos populares de los participantes...tiene una estructura prototípica.” p.615

“...podemos por lo tanto decir que el concepto... referido tanto por italianos y cubanos está organizado como un concepto prototípico en el cual los componentes más frecuentes e importantes son los atributos más típicos de la categoría, mientras que los componentes menos frecuentes e importantes son considerados como los atributos menos típicos.”p.620

Las diferencias encontradas en la composición de los distintos conceptos emocionales han sido atribuidas principalmente a las características asociadas con la dimensión individualismo/colectivismo en los países o muestras estudiadas (Chiasson et al., 1996; Lu & Gilmour, 2004; Pflug, 2009; Uchida & Kitayama, 2009). Sin embargo, nosotros planteamos la conveniencia de incorporar una visión probabilística, que permita relacionar las diferentes características presentes en los conceptos emocionales con las variables culturales, lingüísticas e históricas en las que están insertas, ya que frecuentemente estos antecedentes se descuidan en las investigaciones que trabajan con el término *happiness* y sus traducciones más próximas en otros idiomas (Wierzbicka, 2004).

Compartimos el planteamiento que para analizar la información deberíamos considerar la dimensión individualismo/colectivismo, pero utilizar exclusivamente ese criterio podría llevar a explicaciones parciales, como suponer que hay componentes homogéneos en el área geográfica con mayores rasgos individualistas, la conocida como Euroamérica.

Sin embargo, algunos países de Europa y USA difieren considerablemente en ciertos aspectos lingüísticos, como lo observa Wierzbicka (2004), quien sostiene que *happiness* y *happy* representan conceptos de uso cotidiano o corriente, en tanto que sus equivalentes más próximos en ruso, francés, italiano y alemán están reservados para estados comparativamente más excepcionales. Con esto se observa que culturas con rasgos más individualistas difieren significativamente en la composición de los conceptos emocionales detrás de los términos más próximos a *happiness*.

Lo mismo podría ocurrir en aquellas zonas consideradas con rasgos más colectivistas como Asia, América Latina y África. Sabemos, por ejemplo, que frecuentemente los países latinoamericanos responden a las encuestas con niveles superiores a otras sociedades colectivistas como Japón o China (Argyle, 1987/2001), lo que supone que debe haber mecanismos distintos para explicar esas diferencias y no pueden ser agrupados como un todo homogéneo.

Es decir, planteamos que adoptar un enfoque probabilístico para estudiar las características de los conceptos emocionales y desarrollar un conocimiento enciclopédico, permitirá entender esos conceptos integrados en sus sistemas culturales. Esto llevará a una mayor precisión para analizar esos conceptos y para explicar las diferencias encontradas en las investigaciones.

En apoyo a nuestro planteamiento existen varios hallazgos, los cuales han llamado la atención de los investigadores porque se alejan de la explicación basada únicamente en las dimensiones de individualismo/colectivismo. Esta información apoya nuestra hipótesis acerca de la necesidad de elaborar conocimientos enciclopédicos.

Por ejemplo, el recientemente mencionado hallazgo de Pflug (2009), quien observó que los alemanes integran características tanto de afecto positivo como negativo dentro del concepto de "Glück". A diferencia de los americanos que incorporan sólo características de afecto positivo en "happiness", aunque ambos países tienen rasgos más individualistas. Esta situación sería atribuida a la estrecha relación de la filosofía existencial con la cultura alemana, donde destaca la figura de filósofos como Nietzsche y Schopenhauer (Rehberg, 2000). Pflug escribió:

"Consistente con esta visión, los estudios empíricos han mostrado que los Euro-Americanos individualistas buscan maximizar los eventos positivos de la vida...Sin embargo, en el presente estudio fue principalmente los alemanes quienes definieron felicidad (Glück) en términos de infelicidad. Similar a la costumbre japonesa de evitación acerca de la felicidad." p.559

Galati et al. (2006) mostraron particular interés en uno de sus hallazgos. A pesar de que los italianos dieron más importancia a variables como "dinero", "trabajo" y "eventos placenteros", lo que sería representativo de su característica más individualista, observaron que "[e]s interesante ver que la orientación individualista y hedonista de los italianos...chocara con los valores indicados..., ... citaron *fe* y *ayudar a otros* significativamente más... que los cubanos". Los investigadores concluyeron que esta situación podría ocurrir por la influencia cultural de la tradición católica en Italia y la creciente expansión de las organizaciones de voluntarios en ese país, fenómeno que no tendría equivalente en el contexto cubano.

Chiasson et al. (1996) también encontraron hallazgos que se escapan de la explicación propuesta mediante las dimensiones individualismo/colectivismo. "Aunque los estudiantes salvadoreños... aparecieron desligados de una orientación individualista,... contrario a nuestra expectativa... ellos no se mostraron distintos en relación con la familia". Adicionalmente, observaron que los estadounidenses

mencionaron de manera más frecuente los factores interpersonales (familia, amigos, ayudar a otros, etc.) que los factores intrapersonales (perseguir las propias metas, fortalezas personales, etc.). En este mismo sentido, los canadienses angloparlantes (y los canadienses en general) fueron quienes más mencionaron “sentirse querido y apreciado”.

Consistente con los hallazgos anteriores, Lu & Gilmour (2004) también indicaron que “...un poco sorprendentemente, muchos de nuestros estudiantes americanos mencionaron sus relaciones sociales... *familia y amigos*... Muchos otros repitieron... ‘amar y ser amado’”. Dada la convergencia, esta información sería una característica componente del concepto de “happiness” para los estadounidenses (aunque en teoría no era lo esperado). También en el trabajo de Uchida & Kitayama (2009) se observó que los americanos mencionaron con mayor frecuencia tanto características asociadas con “experiencia hedónica positiva” como con “armonía social” (“tener buenos amigos”, “querer compartir la felicidad (happiness) con otros”) en comparación con los estudiantes japoneses.

## **7.2 Las diferentes normas culturales asociadas con los reportes de “happiness”, “Glück”, “fu”, “felicidad”, etc.**

Los estudios e investigaciones interculturales muestran significativas y persistentes diferencias entre los promedios de las respuestas entregadas por los participantes cuando evalúan sus niveles de *happiness* (o sus traducciones) entre los diferentes países del mundo (Diener, Diener & Diener, 1995; Diener, Scollon, Osihi, Dzokoto & Suh, 2000; Veenhoven, 2000).

Esas diferencias han sido explicadas preferentemente en relación con los distintos ingresos nacionales de los países, pero también se han considerado las dimensiones de individualismo-colectivismo, el respeto a los derechos humanos y la equidad en los ingresos, aunque todas estas últimas variables correlacionan con el ingreso nacional (Argyle, 1987/2001; Diener et al., 1995). Incluso, también hay algunos investigadores que han planteado que habría cierta tendencia o predisposición más optimista en algunos países (Diener et al., 2000).

Cuando se han estudiado las diferencias entre países específicos, como el trabajo de Diener, Suh, Smith & Shao (1995) que consideró muestras de Japón, Corea, China y USA, se ha planteado que parte de esas diferencias obedecería a distintas evaluaciones en áreas específicas, como la educación y la autoestima, que aparentemente son evaluadas de peor manera en los países asiáticos.

En el estudio de Diener & Diener (1996) se sostiene que en la mayoría de los países los promedios de las respuestas están sobre el valor medio o punto neutral de la escala de evaluación utilizada y se explica que en sólo “...dos naciones pobres, India y República Dominicana, la media entregada cayó bajo el punto neutral...”. Cabe hacer presente, sin embargo, que no es infrecuente encontrar promedios de respuestas cercanos al valor medio del instrumento, ya que se ha observado que hay variaciones culturales con respecto a ese efecto (Biswas-



Diener, Vittersø & Diener, 2005). En el trabajo de Diener et al. (2000) que consideró muestras provenientes de 41 países, se observa que 10 de ellas entregaron promedios de respuesta menores o igual al valor medio del instrumento (20 puntos). Las muestras con estos resultados fueron: Japón, Taiwán, Bahrein, Ghana, Hong Kong, Turquía, Corea, Lituania, Zimbabwe y China. Abdel-Khalek (2004) preguntó a un grupo de kuwatíes ¿te sientes feliz en general? (no precisó el término utilizado), encontró que la media de las respuestas fue un 58% del máximo de la escala (M=6,41 en una escala de 0 a 10). Comparó ese resultado con el 72% de USA (M=5,27 en una escala de 1 a 7) y explicó que parte de las diferencias se debería a los problemas derivados de situaciones de guerras y conflicto internos de Kuwait.

Es decir, se han explicado las diferencias de medias entre los distintos países considerando variables como los niveles afectivos, las condiciones materiales o algunas predisposiciones permanentes de la personalidad. Sin embargo, también se ha planteado otro tipo de explicaciones alternativas o complementarias, las cuales dicen relación con las normas sociales que los participantes siguen cuando ponderan sus evaluaciones y entregan sus respuestas. Este punto específico es el que nos interesa profundizar en la presente tesis doctoral, como hemos indicado en la primera parte de este capítulo. Hay antecedentes empíricos que permiten sostener este tipo de hipótesis y sugieren que deberían ser consideradas como una variable para explicar las diferencias encontradas en las respuestas promedio de los países (Argyle, 1987/2001; Diener et al., 1995; Wierzbicka, 2004).

No obstante, hay investigadores que descartan este tipo de explicaciones. Veenhoven (2000) sostiene que independiente del término que se utilice

(*happiness, satisfaction with life, etc.*) los resultados en las respuestas promedio de los países tienden a ser idénticos. Plantea que tampoco ha encontrado que a mayor ponderación de *happiness* como valor social haya mayor predisposición de los participantes para entregar respuestas más elevadas. Descarta que haya convencionalismos en las sociedades más colectivistas que hagan menos deseable responder en los valores extremos de las escalas (como “muy satisfecho”, “muy feliz”, etc.), como tampoco que este tipo de temas o constructo sea más saliente e importante en occidente. Concluye de manera enfática que:

“Todos esos planteamientos sostienen que hay poca relación entre los reportes de *happiness* (felicidad) promedio y la real calidad de vida entre las naciones... estudios correlacionales muestran enorme correlación con características nacionales como prosperidad económica, paz y escolaridad. Juntas, dichas características explican cerca de un 70 por ciento de las diferencias en los reportes de felicidad (*happiness*)... Por el momento, parece que los auto-reportes de felicidad (*happiness*) general pueden ser significativamente comparados entre las naciones”. p.271

Layard (2005), siguiendo esa misma línea, se pregunta si “...la palabra ‘feliz’ (o ‘satisfecho’) significa lo mismo en los distintos idiomas. De no ser así, no podríamos extraer ninguna conclusión de la comparación entre diferentes países”. Para obtener una respuesta, entre otros ejemplos, considera el bien conocido antecedente que los suizos, independiente de si el instrumento de medición utilizado está en francés, alemán o italiano, entregan reportes superiores a sus vecinos de Francia, Alemania e Italia, por lo que concluye que “existen evidencias directas de que las palabras mantienen un significado estable entre los diferentes idiomas....el concepto de felicidad parece resultar igualmente familiar en todos los países ...” de modo que no habría artefactos relacionados con el idioma ni con normas culturales diferentes.

Aún así, contrario a los planteamientos de investigadores como Veenhoven y Layard, existen diversos antecedentes que indicarían la presencia de normas

culturales que influyen en como las personas ponderan sus evaluaciones subjetivas y responden a los cuestionarios.

Hay países que poseen similares niveles socioeconómicos pero que sistemáticamente presentan respuestas significativamente diferentes, Suecia y Dinamarca entregan respuestas superiores a países como Italia, Francia y Alemania, lo cual indicaría que hay normas en relación con lo apropiado que resultaría declarar respuestas con niveles más elevados (Argyle, 1987/2001). Jacobsen (2007) también plantea que esta situación se podría explicar por las diferentes expectativas de respuestas: los europeos del norte pueden ser socializados desde niños para tener en cuenta que poseen buenas condiciones de vida, y por lo tanto, aprenden a responder que están más satisfechos; en cambio, a los niños italianos se les permite demostrar desde pequeños sus insatisfacciones con mayor intensidad.

También hay indicios para considerar la presencia de sistemas normativos cuando observamos los países latinoamericanos, los cuales generalmente entregan respuestas con promedios elevados en relación con sus niveles de desarrollo económico y social. Esta situación podría indicar que tienen normas para declarar puntuaciones más extremas en el nivel superior. Probablemente un factor que puede incidir en este efecto es que en la mayoría de los países latinoamericanos los niños crecen mirando por televisión las series estadounidenses, las cuales transmiten los valores y expectativas propias de dicha cultura.

Esto nos lleva a destacar especialmente los antecedentes que se observan en USA, país en el cual se realiza la mayor cantidad de investigaciones, generalmente con jóvenes estudiantes universitarios. Hay evidencia que indicaría que los jóvenes de ese país se ven culturalmente fomentados a declarar elevados

niveles de *happiness*, ya que esta situación estaría relacionada con la afirmación de su autoestima y el reforzamiento de su propia individualidad. Manifestaciones como reír o sonreír y buscar situaciones divertidas forman parte de las actividades de socialización, lo que tiene de trasfondo fuertes normas para sentir y expresar afecto positivo (Argyle, 1987/2001).

Wierzbicka (2004) establece que el sustantivo *happiness* y el adjetivo *happy* en USA son términos que tienen un uso cotidiano y corriente que se aleja del uso excepcional que tienen sus equivalentes más próximos en los idiomas europeos. Esta investigadora utiliza varios reportes de escritores inmigrantes polacos, quienes se han dado cuenta que la cultura angloamericana alienta y fomenta el pensamiento positivo, además de expresiones como reír o sonreír. Cuando retornan a Polonia, observan el contraste, los polacos no sonríen tanto como en USA:

“Los americanos sonríen en situaciones que los polacos no suelen hacerlo...[e]n la cultura americana tú no avisas de tus jaquecas diarias... subes las esquinas de la boca... de acuerdo con el Código Sonrisa”. p.42

Esos antecedentes muestran que específicamente en USA habría tanto una mayor accesibilidad del concepto “happiness” como un uso más cotidiano y frecuente del término. La mayor accesibilidad de *happiness* se comprueba también en otros hallazgos de investigaciones que utilizan información comparada. Tsai et al. (2006, citando a Izard) comentan que los americanos prefieren más la emoción de *disfrute-alegría* en comparación con ingleses, alemanes, suecos, franceses, griegos y japoneses. Uchida & Kitayama (2009) encontraron que su muestra de americanos expresó una mayor deseabilidad de las características relacionadas con el concepto “happiness” en comparación con los japoneses que evaluaron las características del concepto “shiwase” (la traducción más cercana).

Algunos trabajos empíricos han tratado de revisar si hay efectos debido a la presencia de normas culturales. La información obtenida aporta antecedentes mezclados.

En el trabajo de Diener et al. (1995) se encontraron algunos efectos importantes que avalan la presencia de este tipo de normas. Los chinos mencionaron que pensaban menos que los americanos acerca de preguntas equivalentes a ¿cuán feliz eres? o ¿cuán satisfecho estás con la vida?, lo que indicaría claramente una menor saliencia de este tipo de asuntos. Los americanos piensan en estas preguntas de manera más habitual. Adicionalmente, los chinos consideran menos apropiado expresar tanto el afecto positivo como el negativo. Todo esto indicaría la presencia de ciertas normas que podrían estar relacionadas con sus respuestas más bajas.

En ese mismo trabajo se encontró que el nivel ideal de satisfacción con la vida para los coreanos fue de “levemente satisfecho”, en tanto que los participantes de USA tendieron a responder que su ideal era de “satisfecho”. Estos investigadores observaron que hay una correlación entre la respuesta ideal y el reporte subjetivo, pero concluyeron que no hay claridad respecto a la dirección de la influencia. No queda claro si hay una norma que afecta el reporte subjetivo o si son las respuestas efectivas las que hacen percibir un ideal más o menos elevado.

En un trabajo posterior, Suh, Diener, Oishi & Triandis (1998) estudiaron la importancia relativa de las normas culturales y de las emociones subjetivas percibidas en las respuestas de los participantes. Encontraron que en los países con características más individualistas, los participantes tendieron a considerar con mayor importancia sus emociones subjetivas percibidas para la elaboración de sus respuestas. En cambio, en los países con características más colectivistas, las

personas consideran de igual modo tanto sus estados emocionales subjetivos como las normas culturales para ponderar sus respuestas, según se observa en la siguiente cita:

“Para los colectivistas, las normas percibidas acerca de si uno debiese estar satisfecho influyen considerablemente en si la vida es percibida como buena. En contraste, para los individualistas, la clave de si la vida es buena se basa en la propia *happiness* (felicidad). Así, la ‘vida buena’ no puede ser definida universalmente porque tiene diferentes locus, dependiendo de la propia cultura de cada uno”. p.491.

Cabe hacer presente que sería interesante revisar esta explicación porque aunque reconoce la importancia de las normas culturales, parece teóricamente sesgada. Hemos revisado antecedentes de países con características marcadamente individualistas, como USA, que indican que habría también normas culturales que condicionan las elevadas respuestas de los participantes (Argyle, 1987/2001; Wierzbicka, 2004), de manera que concluir que las normas sociales afectan preferentemente a las sociedades colectivistas podría ser un sesgo que altera la interpretación de los resultados de las investigaciones.

De este modo, tanto los antecedentes teóricos como la evidencia empírica concluyen la necesidad de poner más atención en las normas culturales asociadas con las respuestas de los participantes. Especial énfasis debe ser puesto en utilizar una mayor diversidad de las culturas estudiadas. La mayoría de la investigación se ha llevado a cabo en países occidentales y se ha comparado con países asiáticos (especialmente Japón, China y Corea), lo que ha dejado otras culturas subrepresentadas como el mundo árabe o África (Suh & Oishi , 2004; Suhail & Chaudhry, 2004).

Las normas culturales que condicionan las respuestas de los participantes pueden entregar mayor nitidez a las explicaciones para las diferencias encontradas en las respuestas entre los países, por lo que se requiere más investigación sobre

este asunto (Diener et al., 1995). Asimismo, antecedentes de este tipo pueden contribuir a entender si los constructos cognitivos detrás de los términos empleados en los cuestionarios son equivalentes.

## RESUMEN PARTE SEGUNDA

En esta segunda parte hemos revisado algunos antecedentes disponibles acerca del concepto cotidiano de “happiness”, entendido como las representaciones mentales que tienen los angloparlantes asociados con el término emocional *happiness*. Ese concepto emocional tiene una elevada importancia en el idioma inglés y hemos puesto especial interés en la información proveniente de la cultura de USA debido a la mayor cantidad de evidencia disponible.

También, hemos observado que *happiness* ha adquirido una notable importancia en la investigación académica, tanto porque los principales investigadores trabajan en el mundo angloparlante, como porque el inglés es usado como base para las comunicaciones científicas. Del mismo modo, hemos observado que se ha asumido el supuesto que “happiness” representa un concepto universal que estaría detrás del término emocional en inglés *happiness*, como también en sus mejores traducciones en otros idiomas (por ejemplo, *Glück*, *felicidad*, *fu*, etc.).

Sin embargo, las investigaciones empíricas muestran que los conceptos emocionales “Glück”, “happiness”, “fu”, “felicidad”, etc., no son completamente equivalentes, puesto que tienen contenidos y configuraciones diferentes, por lo que su supuesta equivalencia directa parece ser un sesgo que ha afectado metodológica y epistemológicamente la investigación psicológica. Este fenómeno ha sido descrito como el *error fundamental de traducción* (Hurtado de Mendoza et al., 2010).

Parece necesario, a la luz de los antecedentes expuestos, llevar a cabo comparaciones específicas entre culturas, y revisar si los conceptos emocionales son completamente equivalentes. Este tipo de estrategia de investigación permitiría



además el desarrollo de un conocimiento enciclopédico, que incluye descripciones acerca de las características constitutivas y el soporte cultural en el cual están incrustados los conceptos emocionales como “happiness”, “Glück”, “fu”, “felicidad”, etc.

**PARTE III**  
**ESTUDIOS EMPIRICOS**



## INTRODUCCION

El propósito principal de las siguientes investigaciones es revisar si los conceptos emocionales detrás de los términos *happiness* y *felicidad* corresponden a categorías exactamente equivalentes.

En primer lugar, el capítulo VIII (Estudio 1) sirve de información preliminar de nuestras investigaciones centrales porque revisa antecedentes teóricos y explora acerca de la presencia de normas culturales asociadas con las respuestas que entregan las personas cuando responden por las evaluaciones subjetivas de sus niveles de *felicidad*, *glück*, *happiness*, *felicidad* y *saadah* en muestras de estudiantes de España, Alemania, Chile, Colombia, USA, y Palestina.

Se observa que hay una relación entre las expectativas de respuestas esperadas y las respuestas que efectivamente entregan los participantes, indicando que podría haber normas en relación con lo deseable que resulta entregar respuestas sobre el punto medio de la escala (considerando el punto medio o neutral como referencia). De acuerdo con esto, las personas provenientes de diferentes culturas no consideran los mismos parámetros cuando responden a las escalas de evaluación que preguntan por los diferentes términos evaluados, por lo que las representaciones mentales que activan dichos términos pasan a ser un asunto relevante para la investigación en psicología.

Los antecedentes anteriores permiten focalizar específicamente el objetivo principal de nuestra tesis, que se desarrolla en el capítulo IX, en donde se revisa con detenimiento los conceptos cotidianos de “happiness” y “felicidad”. El inglés y el español son el tercer y cuarto idioma más hablados en el mundo. Se supone que hay una equivalencia directa entre estos dos conceptos emocionales, de manera

que llevar a cabo una revisión empírica que permita clarificar este asunto, resulta justificado tanto teórica como metodológicamente.

En el Estudio 2 se extraen las características probabilísticas que las personas libremente mencionan asociadas con ambos conceptos emocionales. El Estudio 3, mediante un cuestionario de prototipos, explora la composición interna de ambos conceptos, estableciendo similitudes y diferencias. Posteriormente, en el Estudio 4, utilizando la rejilla del afecto de Russell, se revisa si las diferencias observadas son consistentes con los resultados de la comparación en el espacio afectivo de placer y activación. Se concluye que aunque las características de los conceptos de “happiness” y “felicidad” son moderadamente independientes, poseen diferencias significativas que hacen que su traducción directa resulte dificultosa.

## CAPITULO VIII

### ***¿Es idéntica la expectativa de respuesta a la escala cuando se pide a los participantes que evalúen sus niveles de happiness, felicidad, glück y saadah?***

#### PRESENTACION

En el presente trabajo solicitamos a participantes de diferentes países que se evaluaran a sí mismos y a los demás en las experiencias asociadas con los términos de *happiness* (USA), *felicidad* (Colombia, Chile y España), *Glück* (Alemania) y *saadah* (Palestina). Encontramos que los participantes son bastante precisos para predecir la media de las respuestas de la población y que los términos utilizados activan diferentes encuadres que influyen en las evaluaciones entregadas.

Habitualmente se ha considerado que el término emocional inglés *happiness* se puede traducir directamente a otros idiomas, ya que el concepto emocional que está detrás no se vería alterado por factores lingüísticos ni culturales.

Nuestros hallazgos indican que los términos utilizados condicionan expectativas de respuestas a la escala significativamente diferentes, lo cual podría indicar diferencias en la composición de los conceptos emocionales representados por esos términos. Se discute el impacto que puede tener este efecto, como parte del *error fundamental de traducción*, en las interpretaciones acerca de las diferencias culturales.

Antecedentes de diferentes normas culturales asociadas con las evaluaciones subjetivas en las escalas de *happiness* (o sus traducciones).

Las investigaciones interculturales muestran significativas y persistentes diferencias entre los promedios de respuestas entregadas por participantes de diferentes

países del mundo, cuando se pide que evalúen sus niveles de *happiness* o los términos utilizados como sus traducciones más habituales en otros idiomas (Diener et al., 1995; Diener et al., 2000; Veenhoven, 2000).

Se han explicado las diferencias de medias entre los distintos países considerando variables como los niveles afectivos, las condiciones materiales o algunas predisposiciones permanentes de la personalidad. No obstante, para que esas explicaciones tuvieran validez, los términos utilizados en los diferentes idiomas deberían ser completamente equivalentes (*happiness, felicidad, saadah, Glück*, etc.) y las normas utilizadas como parámetros para responder a las escalas también deberían ser equivalentes en todos los países.

Hay investigadores que descartan los posibles problemas de equivalencia y sostienen que la información proveniente de diferentes países es directamente comparable (Layard, 2005; Veenhoven, 2000).

Sin embargo, las normas sociales que los participantes siguen cuando ponderan sus evaluaciones y entregan sus respuestas pueden ser significativamente diferentes entre los distintos países y culturas. Este punto específico es el que nos interesa profundizar en la presente investigación de esta tesis doctoral. Hay antecedentes que permiten sostener este tipo de hipótesis y sugieren que deberían ser consideradas como una variable para explicar las diferencias encontradas en las respuestas promedio entre los países (Argyle, 1987/2001; Diener et al., 1995; Wierzbicka, 2004).

Tanto los antecedentes teóricos como la evidencia empírica concluyen la necesidad de poner más atención en las normas culturales asociadas con las respuestas de los participantes. Especial énfasis debe ser puesto en utilizar una mayor diversidad de las culturas estudiadas. La mayoría de la investigación se ha

llevado a cabo en países occidentales y se ha comparado con países asiáticos (especialmente Japón, China y Corea), lo que ha dejado otras culturas subrepresentadas como el mundo árabe o África (Suh & Oishi, 2004).

Las normas culturales que condicionen las respuestas de los participantes pueden ayudar a entregar mayor nitidez a las explicaciones para las diferencias encontradas entre los países. Asimismo, este tipo de antecedentes puede ayudarnos a entender si los constructos cognitivos detrás de los términos empleados en los cuestionarios son completamente equivalentes.

#### Planteamiento del problema y estrategia de investigación

Esta investigación se inserta dentro de nuestra estrategia general que tiene como objetivo comparar la equivalencia del concepto emocional inglés de “happiness” y los conceptos emocionales que frecuentemente son utilizados en otros idiomas como su traducción más próxima (v.gr. “felicidad”; “saadah”, “Glück”, etc.).

Wierzbicka (2004) afirma que hay múltiple evidencia acerca de normas culturales locales que afectan la manera en la cual las personas evalúan *happiness* (o sus equivalentes más próximos). Afirma que es posible obtener evidencia de estos efectos por medio de autobiografías interculturales. En el presente trabajo, creemos posible constatar la presencia de normas culturales locales por medio de la observación y comparación de las respuestas que entregan las personas cuando se evalúan a sí mismos y a las demás personas.

Mead (1922, 1925) desarrolló el concepto del “otro generalizado” para referirse al conjunto de expectativas que las personas esperan que ocurra en su interacción con los demás. Postulamos, entonces, que si preguntamos a las personas por el nivel de *felicidad* (o sus equivalentes) en el cual evalúan a las

demás personas, harán mención a la norma de comportamiento esperada por su grupo de referencia. Esta información podría servir de antecedente para explorar posibles expectativas de respuestas diferentes, dependiendo del país de procedencia de la muestra. Para sustentar este planteamiento metodológico, consideramos algunos antecedentes empíricos previos.

Epley & Dunning (2000) establecieron que las personas son bastante precisas prediciendo el comportamiento de los demás, pero este efecto se produce cuando evalúan a los otros en general. Cuando se pide predecir el comportamiento de alguna persona en concreto (por ejemplo, un familiar, un amigo o un conocido en particular), las posibilidades de predicción acertada se reducen considerablemente por las influencias de la información específica que se tiene de esa persona. Estos investigadores preguntaron a sus participantes por la probabilidad de comprar *narcisos* para apoyar a una organización contra el cáncer, un 83% de los participantes predijo sobre sí mismos que compraría ese tipo de flores y que lo haría en un promedio de 2 unidades, en tanto que predijeron que un 56% de las otras personas compraría un promedio de 1,6 flores. Los hechos reales indicaron que sólo un 43% de las personas compró 1,2 narcisos en promedio. En otro estudio, un 83% de los participantes indicaron que cooperaría en el juego del dilema del prisionero y predijeron en promedio que un 64% de los otros lo haría, el resultado real fue que un 61% de los participantes lo hizo.

Nisbett & Kunda (1985) encontraron que sus participantes fueron bastante certeros para predecir algunas estimaciones de parámetros tales como la media y la dispersión que adoptarían distribuciones de poblaciones sobre algunos comportamientos y actitudes. Respecto a los primeros, consideraron aspectos tales como la frecuencia de problemas para dormir y la frecuencia de eventos como jugar



al tenis. En tanto que algunas actitudes exploradas fueron hacia el consumo de drogas y hacia las películas de moda. Constataron que estos resultados se obtienen cuando se pide explícitamente evaluar a un grupo grande y diverso del que los participantes forman parte.

Con estos antecedentes, consideramos que preguntar a los participantes acerca de “los niveles de felicidad (o sus traducciones más próximas en otros idiomas) de las personas que usted conoce” cumple con ambos requisitos: pedir una evaluación de los otros en general y que la información solicitada se refiera a un grupo grande y diverso del que los participantes sienten que forman parte.

### Preguntas de Investigación

Mediante la presente investigación pretendemos responder a las siguientes preguntas: (a) ¿Qué tan precisas resultan las personas prediciendo el valor de las respuestas cuando evalúan la felicidad de un grupo grande de personas del que forman parte?; (b) ¿Se evalúan las personas mejor que los demás?; y (c) ¿se genera evidencia acerca de criterios normativos independientes del estado de ánimo de los individuos y si ese criterio varía significativamente en cada país?.

Para que los reportes provenientes de diferentes países puedan ser comparables, las expectativas de respuestas deberían tender a ser las mismas, a pesar de los diferentes términos utilizados.

## Estudio 1

Este estudio utiliza la información recogida para una investigación que comparó los conceptos cotidianos de “felicidad”, “happiness” y “saadah” en muestras de USA, España, Chile y Palestina (El-Astal, Vargas, Fernández & Fernández-Dols, 2010). La última sección del instrumento empleado para ese trabajo solicitó a los participantes evaluar el nivel de felicidad de las personas conocidas y el nivel de felicidad percibida para sí mismos en una escala de 1 a 5. La escala fue etiquetada bajo el primer recuadro desde izquierda a derecha como “muy infeliz” (1), “infeliz” (2), “medianamente feliz” (3), “feliz” (4) y “muy feliz” (5).

Los participantes fueron doscientos diez estudiantes palestinos (65% mujeres y 35% hombres); 196 estudiantes chilenos (60% mujeres y 40% hombres); 267 estudiantes españoles (69% mujeres y 31% hombres) y 80 estudiantes de USA (74% mujeres y 26% hombres).

Adicionalmente, incorporamos una muestra de estudiantes colombianos, país que usualmente destaca por sus reportes elevados de *felicidad* (Diener et al., 2000) y una muestra de Alemania, país que reporta niveles bajos en comparación con países de similar nivel de desarrollo e ingresos (Csikszentmihalyi, 1999).

La muestra de Colombia corresponde a 185 estudiantes de la Universidad Externado de Colombia y de la Pontificia Universidad Javeriana (55% mujeres y 45% hombres); la muestra de Alemania se compone de 176 estudiantes de la Universidad Técnica de Berlín y la Universidad Libre de Berlín (38% mujeres y 62% hombres).

Son un total de 1114 estudiantes con edades comprendidas entre 18 y 30 años ( $M=20,9$ ;  $SD=2,7$ ).

El cuestionario utilizado, llamado *CUFE*, fue confeccionado originalmente en castellano y sometido al procedimiento habitual de traducción y doble traducción. Se utilizó el término *felicidad* del castellano, *happiness* del inglés, *saadah* del árabe y *Glück* del alemán. La versión en árabe adoptó la dirección de escritura en ese idioma, es decir, de derecha a izquierda.

## Resultados

Un análisis estadísticos inicial (prueba t) permite sostener que los participantes de todas las muestras tienden a evaluarse mejor que las demás personas (Tabla 2) y que las evaluaciones de los demás correlacionan con las evaluaciones propias.

Tabla 2

*Evaluación de la felicidad propia y la de los otros en Palestina, Alemania, España, Chile, USA y Colombia*

País	n	Evaluación de la felicidad			Diferencias	
		Otros (a)	Propia (b)	p<	(b-a)	(b-a)/(a)%
Palestina	210	3,03 <sup>(1)</sup>	3,25 <sup>(4)</sup>	** .01	0,22	7,3
Alemania	176	3,49 <sup>(2)</sup>	3,64 <sup>(5)</sup>	* .05	0,15	4,3
España	267	3,57	3,78	** .01	0,21	5,9
Chile	196	3,61	3,86	** .01	0,25	6,9
USA	80	3,64	3,84	* .05	0,20	5,5
Colombia	185	3,71 <sup>(3)</sup>	3,94 <sup>(6)</sup>	** .01	0,23	6,2

(1) Presenta diferencias significativas con todos los otros grupos ( $p < .01$ ).

(2) Presenta diferencias con Palestina ( $p < .01$ ) y Colombia ( $p < .01$ ).

(3) Presenta diferencias significativas con Palestina ( $p < .01$ ), Alemania ( $p < .01$ ) y España ( $p < .01$ ).

(4) Presenta diferencias significativas con todos los otros grupos ( $p < .01$ ).

(5) Presenta diferencias significativas con todos los otros grupos ( $p < .05$ ).

(6) Presenta diferencias significativas con Palestina ( $p < .01$ ), Alemania ( $p < .01$ ) y España ( $p < .05$ ).

Con el propósito de revisar en detalle la información, separaremos las muestras en dos subgrupos. Aquellos que respondieron en los niveles 4 y 5 de la escala y aquellos que respondieron en el nivel 3 ó menos. Las Tablas 3 y 4 muestran el detalle por país.

Tabla 3

*Evaluación de la felicidad propia y la de los otros en Palestina, Alemania, España, Chile, USA y Colombia (quienes se evaluaron entre los niveles 1 y 3 de la escala)*

País	n	Evaluación de la felicidad			Diferencias	
		Otros (a)	Propia (b)	p<	(b-a)	(b-a)/(a)%
Palestina	136	2,80	2,75	,49	-0,05	-1,8
Alemania	71	3,34	2,89	,00	-0,45	-13,5
España	82	3,29	2,86	,00	-0,43	-13,1
Chile	56	3,33	2,89	,00	-0,44	-13,2
USA	24	3,21	2,95	,06	-0,26	-8,1
Colombia	41	3,39	2,83	,00	-0,56	-16,5

Tabla 4

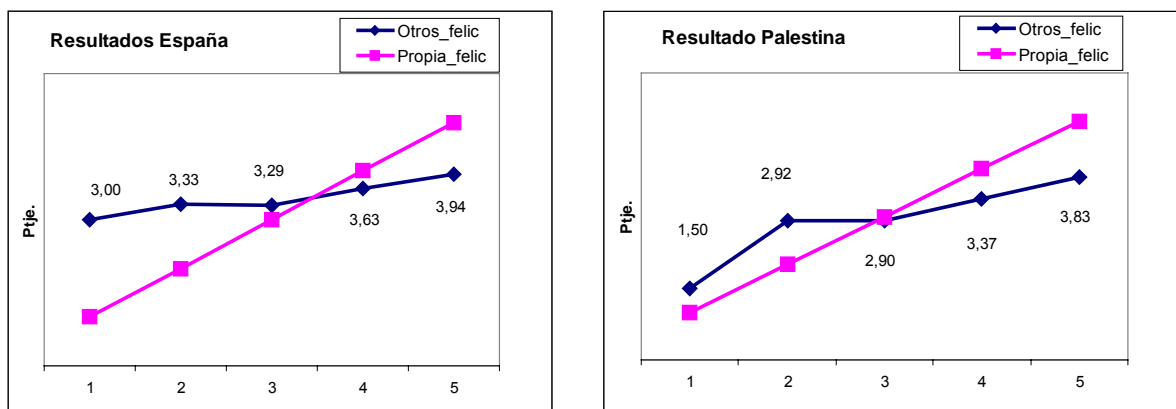
*Evaluación de la felicidad propia y la de los otros en Palestina, Alemania, España, Chile, USA y Colombia (quienes se evaluaron entre los niveles 4 y 5 de la escala)*

País	n	Evaluación de la felicidad			Diferencias	
		Otros (a)	Propia (b)	p<	(b-a)	(b-a)/(a)%
Palestina	74	3,45	4,16	,00	0,71	20,6
Alemania	105	3,60	4,14	,00	0,54	15,0
España	185	3,69	4,19	,00	0,50	13,6
Chile	140	3,72	4,25	,00	0,53	14,2
USA	56	3,82	4,21	,00	0,39	10,2
Colombia	144	3,81	4,25	,00	0,44	11,5

En las Tablas 3 y 4 se observa que aquellas personas que respondieron en los niveles 4 y 5 de todos los países se evaluaron mejor que los demás. En cambio, aquellos que respondieron en el nivel 3 ó menos se evaluaron igual o peor que los otros. De manera que el efecto general observado en la Tabla 2, que indica que las personas tienden a evaluarse mejor que los otros, no se mantiene constante en toda la distribución.

La Figura 1 representa gráficamente los efectos que se observan cuando la distribución de las respuestas sobre la felicidad de los demás y la propia felicidad es separada de acuerdo con los valores posibles de la escala (se toman los ejemplos de USA y Palestina).

Figura 1. Efecto de la interacción de las respuestas cuando la muestra es dividida en subgrupos de acuerdo con los valores posibles de la escala



## Discusión

Un primer hallazgo, es que cuando se pregunta a los participantes por la evaluación de los niveles de felicidad de las demás personas, éstos tienden a entregar respuestas altamente precisas y cercanas al valor efectivamente obtenido. La diferencia entre la media de las respuestas esperadas para los demás y la media efectivamente declarada es cercana a dos décimas (entre 0,15 la menor diferencia a 0,25 la mayor diferencia observada, es decir, entre un 4 y un 7%), por lo que la diferencia relativa tiende a ser constante y la dirección de la diferencia también es constante.

Esta información es congruente con hallazgos previos que indican que las personas son bastante precisas infiriendo la media de las respuestas esperadas

tanto respecto a comportamientos como actitudes (Epley & Dunning, 2000; Nisbett & Kunda, 1985).

Según Epley & Dunning (2000), las personas son bastante precisas cuando predicen el comportamiento de los otros porque cuando ponderan sus respuestas lo hacen tomando en cuenta la posible distribución de la población. Estos investigadores consideraron específicamente situaciones con dilemas morales, pero creemos que este mismo mecanismo se aplica en nuestro trabajo. Creemos que para elaborar sus respuestas, los participantes de nuestras investigaciones fueron encuadrados en una situación que fomentó en ellos considerar tanto la información de la población como las normas para contestar a este tipo de preguntas.

Esta explicación también está en línea con los hallazgos de Nisbett & Kunda (1985), quienes observaron que las personas no tienen normalmente saliente la información sobre las distribuciones de las poblaciones. Pero cuando son específicamente requeridas para efectuar este tipo de evaluaciones, contestan utilizando la información disponible acerca de los comportamientos de la población, logrando precisión en sus respuestas.

Se podría plantear el reparo que nuestros participantes resultaron precisos porque su respuesta esperada para los demás se vio influida por su propia respuesta. Sin embargo, aunque hay evidencia de que las personas efectivamente tienden a desplazar la tendencia central de la distribución en la dirección de su propia ubicación dentro de la distribución (debido al efecto del falso consenso), el promedio de las distorsiones por este efecto no es más grande que el efecto global de la adecuada percepción de la media (Nisbett & Kunda, 1985). En nuestros resultados, si tomamos como ejemplo los participantes de Palestina que

contestaron con una media de 2 para sí mismos, declararon una media de 2,92 para los otros (valor más cercano a la media esperada de 3,03), de igual forma los participantes de España que contestaron con una media de 2 para sí mismos, contestaron con una media de 3,33 para los demás (definitivamente más cercana al 3,57 de media esperada). En el sentido inverso, quienes contestaron una media de 5 en Alemania, declararon una media de 3,87 para los otros (valor más próximo al 3,49 obtenido para todo el grupo).

En cualquier caso, si el efecto hubiese sido sólo producto del falso consenso generado por las propias evaluaciones, las medias esperadas para los demás deberían haber sido menores en los dos subgrupos de las Tablas 3 y 4, debido al efecto general observado que las personas tienden a evaluarse mejor que lo que evalúan a los demás. No obstante, este efecto no se produjo de manera homogénea en toda la distribución.

Esto nos lleva a plantear, que las pequeñas diferencias entre las columnas a y b de la Tabla 2 resultan significativas mediante el análisis estadístico (prueba t) para concluir que en todos los países se observa una tendencia de los participantes para evaluarse mejor de lo que evalúan a las demás personas ( $p < .05$ ). Antecedentes previos muestran que las personas se consideran mejores que la media de la población en rasgos de personalidad positivos o en habilidades sociales como la amistad (Alicke, 1985; Dunning, Heath & Suls, 2004; Myers, 2007/2008; Taylor & Brown, 1988, 1994). Asimismo, se ha observado que las personas se evalúan como más felices que los demás, Myers (2000) cita un trabajo de Lykken, en el cual encontró que más de dos terceras partes de estudiantes de Minnesota se evaluaron en el 35% superior de capacidad para ser feliz en comparación con gente de su misma edad y sexo. Taylor & Brown (1988), citando a

Freedman, indican que un 60% de las personas creen que son más felices que la mayoría de las otras personas. Estos datos son, por supuesto, estadísticamente imposibles.

De esta forma, aunque las personas tienden a ser bastante precisas prediciendo el valor esperado de las respuestas de los demás, sus respuestas se ven moderadas por el sesgo de evaluarse mejor que los otros, lo que produce que sus respuestas presenten ambos efectos de manera simultánea. Es decir, las respuestas tienden a ser bastante cercanas a las que efectivamente se obtienen, pero se muestran con un valor levemente inferior al resultado efectivo.

Cuando se revisa el detalle de las respuestas, separadas esta vez por las opciones de la escala de evaluación (Tablas 3 y 4), observamos que la tendencia a evaluarse mejor que los demás se mantiene sólo en aquellos participantes que respondieron en los niveles 4 y 5 de la escala. En los restantes niveles (1 a 3) el efecto principal se perdió, como ocurrió por ejemplo en Palestina y en USA, o bien, cambió en un sentido inverso como es el caso de Alemania, España, Chile y Colombia.

Esto permite establecer que el efecto de evaluarse mejor que los demás se observa como un efecto general de las muestras, pero no se presenta en toda la distribución de manera homogénea. Si consideramos los niveles de respuesta 4 y 5, observamos que un 35% de los participantes de Palestina muestran este efecto, en tanto que en los otros países oscila entre un 60% en Alemania, 69% en España, 71% en Chile, 70% en USA y un 78% en Colombia.

Otro tipo de información obtenida en el presente estudio es que no todos los grupos arrojan medias de respuestas superiores al valor medio de la escala utilizada. Esta situación no es nueva, se ha observado en varios trabajos que hay



países que presentan promedios de reporte de felicidad (o el término equivalente utilizado) iguales o menores que los valores medios del instrumento (Abdel-Khalek, 2004; Diener et al., 2000; Diener et al., 1995).

La media de *saadah* esperada para los otros en Palestina fue 3.03 y la media de *saadah* declarada fue 3.25, valores que son significativamente diferentes a los resultados obtenidos en las otras muestras ( $ps^* < .01$ ). La moda de las respuestas en la muestra Palestina estuvo en el nivel 3 de la escala, lo cual difiere con todos los otros grupos, donde la moda se ubicó en el nivel 4. De esta forma, el valor medio de las repuestas que entrega Palestina tiende al punto central del instrumento de medición, lo cual es una diferencia cultural significativa en relación con los otros grupos.

De acuerdo con nuestra hipótesis de trabajo, las respuestas de las personas sobre la felicidad de los demás entregaría información sobre el “otro generalizado”, es decir, la norma de comportamiento esperada por una sociedad y que ha sido internalizada por las personas. Dado que hemos encontrado que las medias esperadas difieren considerablemente, podríamos sostener que las respuestas de los participantes provenientes de diferentes culturas no serían directamente comparables, ya que son en parte, producto de una referencia a un valor esperado socialmente, el cual varía por normas locales.

Si las puntuaciones más bajas declaradas, por ejemplo en Palestina, se explicaran exclusivamente por diferencias en las evaluaciones afectivas derivadas de la valoración de condiciones materiales y subjetivas diferentes, todas las muestras deberían presentar similares parámetros de comparación, es decir, la evaluación de la felicidad de los otros no debería tener variaciones significativas entre los distintos grupos estudiados. Sin embargo, la información que se observa

no es así. Hay diferencias significativas en el valor esperado dependiendo del grupo al que se pertenezca (ver Tabla 2).

La información de las Tablas 3 y 4 también permite observar que en todos los grupos se produce una relación entre la evaluación de los niveles propios y la forma en la cual se percibe a los demás en relación con uno mismo. Los participantes que entregan puntuaciones para sí mismos superiores al valor medio esperado, tienden a observarse como más felices que los demás. Por el contrario, aquellos que entregan puntuaciones bajo la media esperada tienden a observarse como igual o menos felices que los otros.

Esto indicaría que los participantes identifican la presencia de una media de respuestas esperadas, la cual se transforma en un punto de referencia según el cual se perciben como más o menos felices que los demás. Esta información refuerza nuestro planteamiento que hay una respuesta socialmente esperada, que es percibida tanto por aquellos que se encuentran en un mejor estado afectivo (quienes se han evaluado sobre la media) como aquellos en peor estado afectivo (quienes se han evaluado bajo la media).

Se ha descuidado que los conceptos emocionales utilizados no son idénticos en todas las culturas, y que por ejemplo, en algunos casos se refiera a un valor social importante y en otros simplemente no tenga la misma importancia, al igual que en algunas culturas hay una socialización para responder con niveles elevados y en otras no exista ese rasgo, por lo que las respuestas generadas por personas de diferentes culturas no tienen los mismos parámetros de comparación.

Debemos comentar un reparo que puede plantearse al procedimiento utilizado. Haber preguntado por la evaluación de las otras personas primero y luego preguntar por la evaluación propia pudo haber generado un efecto priming en la

segunda respuesta o haber influido en ella. No obstante, si comparamos nuestros resultados con el estudio llevado a cabo por Diener et al. (2000), observamos que el orden obtenido y las magnitudes de las diferencias tienden a ser similares en ambas investigaciones.

Cuatro países son comparables directamente, los que en nuestro estudio obtuvieron la siguiente puntuación de menor a mayor: Alemania (3,64), España (3,78), USA (3,84) y Colombia (3,94). Diener et al. (2000) utilizaron la ya mencionada Escala de Satisfacción con la Vida, que tiene una puntuación entre 5 a 35, y obtuvieron de menor a mayor: España (22,37); Alemania (23,27); USA (23,64) y Colombia (26,4); el orden final de los resultados tiende a ser muy parecido a los conseguidos en el presente trabajo.

Del mismo modo que antecedentes previos, Colombia obtuvo una puntuación muy elevada y Alemania una puntuación inferior a otros países con alto nivel económico como USA, efectos que habitualmente han sido observados (Csikszentmihalyi, 1999). La convergencia de nuestros resultados con evidencias empíricas previas, otorga validez a nuestros hallazgos y permite descartar que el método utilizado en esta investigación haya alterado significativamente los resultados que habitualmente se obtienen en las investigaciones que consideran muestras de esos países.

## CAPITULO IX

### ¿Son equivalentes los conceptos de “happiness” y “felicidad”? Una respuesta desde el enfoque probabilístico

#### PRESENTACION

La investigación científica sobre emoción se ha referido en numerosos trabajos al problema de la equivalencia de los conceptos emocionales y la dificultad en su traducción (Mesquita, 2001; Mesquita & Frijda, 1992; Russell & Sato, 1995; Wierzbicka, 1986, 2004). Para afrontar el problema algunos investigadores se decantan por confiar en diccionarios (Hupka, Lenton, & Hutchison, 1999), otros por realizar dobles traducciones (Eid & Diener, 2001; Scherer & Wallbott, 1994) y hay quienes sostienen que es imposible verificar que los materiales son traducidos apropiadamente (Boroditsky, 2001). La adecuada equivalencia de los conceptos emocionales no es un problema meramente metodológico. En nuestra opinión, es una importante pregunta teórica porque las traducciones predeterminan no sólo las explicaciones de los hallazgos empíricos, sino también las interpretaciones políticas y morales que se hacen acerca de las diferencias culturales entre los conceptos cotidianos de emoción.

#### Happiness vs. felicidad<sup>1</sup>

El inglés y el español son el tercer y el cuarto idioma más hablado en el mundo. La traducción de los términos emocionales entre inglés y español es aparentemente fácil y automática en películas, noticias, libros, etc. En este artículo queremos

---

<sup>1</sup> Para clarificar el uso de los términos: cuando hagamos referencia al término emocional utilizaremos la palabra en cursiva (*happiness, felicidad*), cuando hagamos referencia a la categoría conceptual o sus características utilizaremos comillas (“happiness”). Cuando hagamos referencia a una emoción en general, no se utilizará ningún carácter especial (felicidad, tristeza).

ilustrar los problemas que pueden dificultar la traducción directa entre *felicidad* y *happiness*.

Algunos investigadores ya han observado diferencias importantes entre los contenidos cognitivos detrás de términos como *happiness* y *felicidad*. Chiasson et al. (1996) utilizaron muestras de estudiantes salvadoreños, de USA y Canadá. Preguntaron: ¿Qué te hace feliz?, ¿Qué necesita una persona para ser feliz? y ¿Qué es una persona feliz?. No especificaron los términos utilizados porque estos investigadores supusieron universalidad del concepto, pero encontraron que los norteamericanos tienen una perspectiva más cotidiana de *happiness*, ya que dieron más importancia a ítems como “disfrutar de las actividades y los pequeños placeres de la vida”; asimismo, se sienten más responsables de perseguir su propia *happiness*, lo que se observa en que dieron más importancia al factor “las fuentes personales para su propia felicidad (*happiness*)”, el cual incluye ítems como tener una “actitud positiva hacia la vida” y “las fortalezas personales”. Por su parte, la muestra salvadoreña consideró algunas características cognitivas únicas que no estuvieron presentes en la muestra de USA, como “los valores religiosos” y “vivir en buenas condiciones sociopolíticas”.

Galati et al. (2006) estudiaron los términos más próximos a *happiness* en Italia y Cuba. No indicaron los términos utilizados porque supusieron universalidad detrás de *happiness*. Encontraron que los hispanohablantes cubanos mencionaron algunas características únicas como “seguridad” y “afrentar la adversidad”; adicionalmente, consideraron de manera más significativa variables como “la pareja” y “la cultura y el conocimiento”. Estos antecedentes permiten inferir, en una primera mirada, que detrás de “felicidad” habría un concepto menos intrapsíquico

que “happiness”, ya que los hispanohablantes hacen referencia a factores situacionales de manera más recurrente.

En nuestra investigación, consideramos que la agrupación de las características constitutivas del concepto detrás de la palabra *felicidad* puede tener diferencias significativas con las características constitutivas de *happiness*. Esto implicaría que aquellas investigaciones transculturales que se han basado exclusivamente en las traducciones directas uno a uno de *happiness* en *felicidad* pueden estar realmente comparando conceptos cotidianos de emoción que no se superponen completamente. En otras palabras, que la mayoría de las investigaciones que han supuesto diferencias en las experiencias de una emoción (*happiness-felicidad*) podrían ser explicadas como resultado de la comparación de dos términos emocionales (*happiness vs. felicidad*), los cuales, dependiendo del contexto activan diferentes características constitutivas.

#### Línea de trabajo y síntesis de los estudios

La estrategia general para el presente capítulo ha sido analizar *happiness* y su traducción más frecuente al español (*felicidad*) con el propósito de revisar si se refieren directamente a categorías comparables. Los siguientes estudios se centran en el análisis de los términos emocionales y los conceptos cotidianos que ellos expresan, pero no sobre la experiencia emocional.

Los conceptos cotidianos de emoción han sido estudiados por dos enfoques diferentes. La perspectiva clásica entiende, de manera general, que los conceptos emocionales tienen características necesarias y suficientes, lo que permite la presencia de límites claros para su definición conceptual, es decir, “el concepto es la definición”. Johnson-Laird & Oatley (1989) definieron 590 términos emocionales

del idioma inglés; sin embargo, excluyeron de ese marco general a cinco términos que estiman que harían referencia a supuestas emociones básicas, las cuales no pueden ser definidas porque serían bloques fijos de estados mentales que tendrían una base biológica inequívoca; serían primitivos semánticos que no pueden ser reducidos a características semánticas constitutivas. Entre ellas se encuentra *happiness* (junto con *sadness*, *fear*, *anger* y *disgust*).

La perspectiva opuesta es la probabilística. Sostiene que los conceptos están formados por características con grados de probabilidad de ocurrencia y con límites difusos o poco claros (Fehr & Russell, 1984, 1991; Russell & Fehr, 1994). Por ejemplo, dentro de la categoría de las aves habría algunos individuos que serían muy típicos como “águila” o “paloma”, porque cumplirían con la mayoría de las características de la categoría, las que podrían ser “tener plumas”, “tener alas” y “poder volar”. Sin embargo, también hay miembros que son parte de la categoría pero su pertenencia es menos clara porque cumplen sólo algunas de las características, como el “pingüino”.

La corriente probabilística se basa en los trabajos de Eleanor Rosch (1975; Mervis & Rosch, 1981), quien a su vez se inspiró en las teorías del filósofo Wittgenstein. Este filósofo cuestionó la forma en la cual importantes conceptos podrían ser definidos. Revisó el concepto de *juego* y encontró dificultades para conseguir una definición que incluyera todos los tipos de juego (juegos por equipos, juegos solitarios, juegos aburridos, juegos dirigidos a ganar dinero, etc.), pero que descartara otras actividades que no son consideradas habitualmente como juegos (como cazar o simplemente golpear la pelota contra un muro). También, revisó otros importantes conceptos como *gobierno* o *enfermedad* y constató las dificultades para encontrar definiciones necesarias y suficientes, lo que observó que

ocurría en la mayoría de las categorías del mundo. Sus hallazgos mostraron que detrás de la aparente claridad de los conceptos y las clasificaciones, se esconde una multiplicidad de matices y tonalidades problemáticas (Geeraerts, 1997; Nisbett, 2003).

Los aportes de las teorías probabilísticas han ido tomando fuerza en diferentes ramas de la psicología. Han ayudado a la clasificación de los desórdenes mentales y han contribuido a la comprensión de conceptos centrales como los rasgos de personalidad y la inteligencia (Russell, 1992a; Schneider, 2001). Un ejemplo de su aplicación y utilidad se observa en el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Desórdenes Mentales (DSM-IV-TR, 2002):

En el DSM-IV no se asume que cada categoría de trastorno mental sea una entidad separada, con límites que la diferencian de otros trastornos mentales o no mentales... El clínico que maneje el DSM-IV debe considerar que es muy probable que las personas con el mismo diagnóstico sean heterogéneas, incluso respecto a los rasgos definitorios del diagnóstico, y que los casos límite son difíciles de diagnosticar, como no sea de forma probabilística.” (p.xxx)

En el campo de los conceptos emocionales, el enfoque probabilístico no ha tenido el mismo impacto y se ha mantenido la predominante tendencia de utilizar el enfoque clásico. Específicamente en el caso de *happiness*, se considera que basta con utilizar el término equivalente en diferentes idiomas para que todas las personas entiendan lo mismo (Johnson-Laird & Oatley, 1989; 2000). No obstante, si los conceptos cotidianos son categorías probabilísticas, la traducción directa de los términos emocionales resulta ser una estrategia compleja, porque las categorías no contienen una esencia única integrada.

Nuestra hipótesis es que la categoría *felicidad* y la categoría *happiness* mostrarán estructuras con grados de probabilidad y límites difusos. Esas evidencias harían las traducciones uno a uno difíciles. Para su constatación se requiere el



estudio de las estructuras internas de ambas categorías, sus características constitutivas y sus grados de solapamiento.

Los fundamentos teóricos y metodológicos de nuestro trabajo se sostienen en las propuestas específicas acerca del estudio de conceptos emocionales desde una perspectiva probabilística, planteadas y aplicadas por investigadores como Fehr & Russell (Fehr, 1988; Fehr & Russell, 1984, 1991; Russell, 1992a, 1992b; Russell & Fehr, 1994) y aplicadas previamente en la línea de trabajo que sigue la presente tesis doctoral, esto es, la comparación de términos emocionales que usualmente son considerados como equivalentes en diferentes idiomas. Dos trabajos previos han sido desarrollados según este programa de investigación.

En primer lugar, Cristina Casado (2003) comparó la categoría de *emocionado* del español con las categorías expresadas por varias traducciones al inglés, japonés y árabe. La conclusión fue que el término *emocionado* en español expresa una categoría que no coincide exactamente con las expresadas por las distintas traducciones. Describió “emocionado” como “un sentimiento intenso, profundo...una experiencia inespecífica, ...positiva y negativa...que puede desembocar en una experiencia más específica como la alegría”. De las posibles traducciones al inglés, concluyó que “touched” coincide con “emocionado” en la cualidad afectiva y en el nivel de activación, pero es considerado como más profundo. “Excited” se caracteriza por una mayor activación y está más vinculada a una pauta expresiva similar a la de “alegría”. El concepto “moved” se juzga como más negativo y menos profundo que el español. Similares hallazgos encontró con las posibles traducciones al japonés y al árabe.

Es decir, encontró que el término español *emocionado* alude a una categoría que se solapa en distintos grados con varias de sus posibles traducciones a otras

lenguas, pero que para describirla sería necesario recurrir a varias categorías de otros idiomas porque ninguna de ellas se puede considerar completamente equivalente.

En segundo lugar, Alejandra Hurtado de Mendoza (2007) estudió las categorías *vergüenza* en español y *shame* en inglés. Encontró algunas convergencias entre ambas categorías, pero mayor cantidad de discrepancias. “Shame” se evaluó como más desagradable y con una menor activación que “vergüenza”. El término en inglés más próximo a “vergüenza” sería “embarrassment”, aún cuando no alcanza a representar la misma categoría que el término español. Usualmente se hace la traducción directa de “shame” o “embarrassment” como “vergüenza”.

Esta última investigadora y sus colegas postularon el denominado *error fundamental de traducción* (Hurtado de Mendoza et al., 2010), según el cual la traducción directa uno a uno podría referirse a categorías que no son del todo comparables, por lo que los estudios previos basados en este criterio deberían ser revisados. Específicamente plantearon que los trabajos sobre *shame* y sus mejores traducciones en otros idiomas han considerado que son conceptos directamente comparables y han sacado conclusiones con implicaciones sociológicas y políticas. Esas conclusiones se han vinculado con las dimensiones de Hofstede, con antecedentes religiosos, con grados de civilización, con el valor del honor o las dimensiones independiente o interdependiente del autoconcepto, pero han descuidado sistemáticamente el simple hecho que cuando se pregunta por *shame* a los americanos es diferente que cuando se pregunta por *vergüenza* a los españoles. Afirman que al utilizar ambos conceptos emocionales, los “[p]articipantes de USA imaginarán experiencias tales como transgresiones

morales, en cambio los participantes españoles imaginarán experiencias tales como hacer el ridículo en público”.

Siguiendo con esta línea de trabajo, en esta tesis llevaremos a cabo comparaciones entre *happiness* y *felicidad*. Evaluaremos las características que las personas relacionan con esas categorías emocionales, el grado de tipicidad de ellas y el significado afectivo de los términos emocionales. El propósito de estos estudios no es proveer una amplia y exhaustiva descripción de todas las potenciales características constitutivas de las categorías de “happiness” y “felicidad” en todos los contextos, sino entregar una constatación experimental sobre la falta de correspondencia directa entre las características de ambos conceptos emocionales. Esta constatación mostrará, en un contexto de uso libre, que *felicidad* y *happiness* evocan características que no son completamente equivalentes unas con otras.

En el Estudio 1, estudiantes españoles y americanos completaron un cuestionario estructurado que preguntó por descripciones detalladas de *felicidad* o *happiness*. Nuestro propósito fue obtener tanta información como fuese posible acerca del contenido de la categoría representada por cada término. El estudio 2 analizó las estructuras internas de las dos categorías emocionales mediante las evaluaciones hechas por un grupo de estudiantes acerca del grado de tipicidad de las características más relevantes obtenidas en el Estudio 1. Las categorías etiquetadas por las palabras *happiness* y *felicidad* fueron entonces comparadas sobre la base de la relevancia y puntuación de sus características. Una vez comparadas las estructuras internas de ambas categorías, el Estudio 3 constató si las diferencias entre los dos conceptos se veían también reflejadas en los

significados afectivos de los dos términos mediante las puntuaciones de sus dimensiones de placer y activación (Russell et al., 1989).

## Estudio 2

El objetivo de este estudio fue obtener gran cantidad de información acerca de la categoría nombrada por el término *felicidad* en español y la categoría nombrada por el término *happiness* en inglés por medio de una tarea de evocación libre.

### Método

*Participantes.* Treinta y dos estudiantes de Manhattan College, Georgetown University y Adelphi University de Nueva York (56,2% mujeres y 43,8% hombres); y 101 estudiantes de la Universidad Autónoma de Madrid (56,4% mujeres, 43,6% hombres). Las encuestas fueron respondidas de manera voluntaria durante los meses de junio a septiembre de 2007. Sus edades están entre 18 y 30 años, con un promedio de 21,8 ( $SD=2,8$ ).

*Materiales.* Los participantes completaron una versión adaptada y ampliada del cuestionario abierto utilizado por Hurtado de Mendoza (2007), el que estuvo conformado por tres secciones.

La primera sección solicitó aleatoriamente a los estudiantes realizar comparaciones entre sentir *felicidad* (*happiness* en la versión inglesa) y sentir otras dos emociones: una de valencia positiva y otra de valencia negativa. Se optó por *alegría* (*joy*) debido a que sus semejanzas obligan a efectuar un mayor esfuerzo en el razonamiento y se optó por *miedo* (*fear*) debido a su valencia opuesta pero con similar nivel de activación (superior al estado habitual). Se solicitó indicar diferencias y semejanzas entre ambas categorías emocionales, así como elaborar una definición del término utilizado para efectuar las comparaciones, es decir, *alegría* (*joy*) y/o *miedo* (*fear*).

La segunda sección solicitó a los participantes evaluar el nivel de felicidad (happiness) percibida de las personas conocidas y el nivel de felicidad (happiness) percibida para sí mismos en una escala de siete niveles. A renglón seguido, se preguntó por las causas o factores considerados para hacer dichas evaluaciones.

La tercera sección solicitó a todos los participantes elaborar una definición de *felicidad (happiness)*.

*Procedimiento.* Las respuestas de los participantes fueron codificadas y analizadas siguiendo el procedimiento desarrollado por Fehr (1988). Este procedimiento de trabajo se ha utilizado en investigaciones previas sobre conceptos emocionales (Casado, 2003; Fehr & Russell, 1991; Hurtado de Mendoza, 2007) y se basa en la extracción de la mayor cantidad de unidades léxicas posibles, ya sean palabras o frases.

Las unidades léxicas fueron agrupadas como características del concepto de “felicidad” o “happiness”. Se consideró diferentes unidades léxicas dentro de la misma característica sólo si (a) correspondían a variaciones gramaticales de la misma palabra, (b) palabras modificadas por adjetivos, o (c) palabras o frases juzgadas como idénticas o muy similares en sus significados. Por ejemplo, la característica “es agradable, placentera” incluyó respuestas de los participantes del tipo: “agradable”, “placentera”, “te hace sentir bien” y “es algo bueno” y la característica “es plenitud” consideró respuestas como: “sentirse pleno”, “estado/sensación de plenitud”.

Las referencias a características globales de procesos psicológicos fueron excluidas (p. ej., “es una emoción”, “es un sentimiento”).

## Resultados

Los participantes hicieron referencia a diferentes componentes de un script emocional, tales como causas o antecedentes de la experiencia, appraisals, reacciones fisiológicas, comportamientos y consecuencias. Como nuestro propósito principal fue estudiar el concepto cotidiano que las personas poseen, agrupamos la información en dos áreas más específicas, aquella referida a las características del concepto emocional (significado, importancia valórica, semejanzas de familia, etc.) y aquella referida a los factores predictores o causales de la experiencia emocional.

Respecto al concepto emocional, se extrajo un total de 149 características de la muestra española, 20 mencionadas por al menos un 5% de los participantes. En la muestra de USA se extrajo 52 características, de las cuales 26 fueron mencionadas por dos o más personas.

Si revisamos las características mencionadas por al menos un 5% de los participantes de cada muestra, listadas en la Tabla 5, observamos que algunas fueron mencionadas por los dos grupos (“es calma, paz, tranquilidad”; “es sentirse bien con uno mismo”), otras que fueron mencionadas con frecuencias marcadamente diferentes (“cuando estás libre de preocupaciones y miedos”, “es satisfacción, realización personal”), y algunas mencionadas sólo por una de las muestras (“es permanente, continua”, “es optimismo, esperanza, pensamiento positivo”).

En relación con los factores predictores o causales, se extrajo un total de 79 ítems de la muestra española, 11 mencionadas por al menos un 5% de los participantes. En la muestra de USA se extrajo 38 elementos, de los cuales 14 fueron mencionados por dos o más personas. De igual forma, cuando revisamos los ítems listados en la Tabla 6, observamos que algunos fueron mencionados con

elevados y similares porcentajes por los dos grupos (“las relaciones familiares”; “la salud es importante para la felicidad”), otras que fueron mencionadas con frecuencias diferentes (“el ámbito emocional o afectivo”) y algunas mencionadas sólo por una de las dos muestras (“depende del entorno o ambiente que me rodea”, “tener las necesidades materiales cubiertas”).

La comparación de las tablas permite observar que las respuestas referidas a los factores predictores o causales son más homogéneas, hay una menor cantidad de ítems y los porcentajes de mención son considerablemente más elevados, como ha sido observado en trabajos previos (Chiasson et al., 1996). Debido a que el principal objetivo en este capítulo es efectuar un estudio sobre el significado del concepto cotidiano, las investigaciones de este capítulo se referirán de aquí en adelante específicamente a las características consideradas en la Tabla 5.

## **Discusión**

Los resultados apoyan la utilización de un enfoque probabilístico para comprender estos conceptos emocionales, como lo han planteado algunas investigaciones previas que han estudiado el concepto cotidiano de *happiness* o sus equivalentes más próximos en otros idiomas (Galati et al., 2006; Kövecses, 1991). Las características mencionadas por los participantes no pueden ser consideradas como necesarias y suficientes. Además, los límites entre las características más centrales y menos centrales no están claramente definidos porque varían en su tipicidad o importancia de manera gradual (Mervis & Rosch, 1981).



Tabla 5

*Porcentajes de las características del concepto de “felicidad” o “happiness” mencionadas por más del 5% de los participantes de alguna de las muestras estudiadas*

Características del concepto cotidiano	Felicidad	Happiness
1 Es agradable, placentera, buena.	23,8	21,9
2 Es sentirse bien con uno mismo.	23,8	12,5
3 Es permanente, continua.	17,8	<i>ns</i>
4 Es alcanzar metas, objetivos, logros.	13,9	12,5
5 Es calma, paz, tranquilidad.	13,9	12,5
6 Es satisfacción, realización personal.	12,9	46,9
7 Es similar a la alegría. Es difícil diferenciarlas.	10,9	28,1
8 Cuando estás libre de preocupaciones y miedos.	10,9	21,9
9 Es momentánea, transitoria o de corta duración.	10,9	6,3
10 La alegría es un componente de la felicidad.	10,9	<i>ns</i>
11 Es bienestar general.	9,9	18,8
12 Cuando te gusta lo que haces, lo que tienes o lo que te ha tocado.	9,9	18,8
13 Es la forma de afrontar la vida (y sus problemas).	8,9	<i>ns</i>
14 Es difícil de definir.	8,9	<i>ns</i>
15 El resultado de muchos factores.	7,9	6,3
16 Es una evaluación de la vida (interna).	7,9	<i>ns</i>
17 Es muy personal o subjetiva	7,9	<i>ns</i>
18 Te motiva, te estimula, te lleva a ser mejor.	6,9	<i>ns</i>
19 Es plenitud.	5,9	<i>ns</i>
20 Es más intensa o profunda que la alegría.	5,9	<i>ns</i>
21 Es optimismo, esperanza, pensamiento positivo.	<i>ns</i>	18,8
22 Es reír o sonreír.	<i>ns</i>	12,5
23 Es excitación, euforia.	<i>ns</i>	12,5
24 Es disfrutar de la vida.	<i>ns</i>	9,4
25 Es abrumadora, te invade.	<i>ns</i>	9,4
26 Es cuando todo está bien, en su lugar.	<i>ns</i>	9,4
27 Es causada o producida por cosas favorables que nos ocurren.	<i>ns</i>	6,3
28 El fin o la meta del ser humano.	<i>ns</i>	6,3
29 Es hacer reír o sonreír a otros.	<i>ns</i>	6,3
30 Es aceptar las cosas de la vida (todo y a todos).	<i>ns</i>	6,3
31 Es edificante.	<i>ns</i>	6,3
32 Es difícil de obtener o conseguir.	<i>ns</i>	6,3
33 La alegría es más profunda que la felicidad.	<i>ns</i>	6,3
34 La alegría es más fuerte que la felicidad.	<i>ns</i>	6,3
35 Puede ser simulada.	<i>ns</i>	6,3

Nota: *ns* significa que la característica no obtuvo el porcentaje mínimo en la muestra correspondiente.

Tabla 6

*Porcentajes de las causas o fuentes de la felicidad/happiness mencionadas por más del 5% de los participantes de alguna de las muestras estudiadas*

Factores predictores o causales	Felicidad	Happiness
1 Las relaciones familiares.	36,5	40,6
2 El ámbito laboral o los estudios.	35,6	31,3
3 Las relaciones de amistad.	33,7	37,5
4 El ámbito emocional o afectivo, sentirse querido.	25,7	6,3
5 La salud es importante para la felicidad.	20,8	25,0
6 Depende del entorno o ambiente que me rodea.	19,8	<i>ns</i>
7 Depende de mi estado de ánimo, como me siento.	17,8	21,9
8 El aspecto económico, del dinero.	14,9	18,8
9 Depende de mi vida social, de las relaciones sociales.	8,9	18,8
10 La relación de pareja.	8,9	9,4
11 Tener las necesidades materiales cubiertas.	6,9	<i>ns</i>
12 Depende de las actividades y emociones cotidianas.	<i>ns</i>	21,9
13 Mis proyectos, la perspectiva de futuro es importante en la felicidad.	<i>ns</i>	15,6
14 Influye el estado de ánimo de quienes me rodean es importante para mi felicidad.	<i>ns</i>	9,4
15 Mi situación espiritual (relación con Dios).	<i>ns</i>	6,3
16 La felicidad depende de la comparación con otros.	<i>ns</i>	6,3

Nota: *ns* significa que la característica no obtuvo el porcentaje mínimo en la muestra correspondiente.

Consideremos las seis características con mayor frecuencia de mención en cada concepto. “Felicidad” incluye “es agradable, placentera” (23,8%); “es sentirse bien con uno mismo” (23,8%); “es permanente, continua” (17,8%); “es alcanzar metas, objetivos, logros” (13,9%); “es calma, paz, tranquilidad” (13,9%) y “es satisfacción, realización personal” (12,9%).

Happiness incluye “es satisfacción, realización personal” (46,9%); “es similar a la alegría (joy)” (28,1%); “es agradable, placentera” (21,9%); “cuando estás libre de preocupaciones y miedos” (21,9%); “es bienestar general” (18,8%); “cuando te gusta lo que haces, lo que tienes o lo que te ha tocado” (18,8%) y “es optimismo, esperanza” (18,8%).

A primera vista, la representación mental de “felicidad” parece corresponder a un estado deseado o ideal, porque incluye elementos como “alcanzar metas, objetivos” asociado con un estado “permanente” de “calma, paz, tranquilidad”. En cambio, la información de “happiness” está asociada con un estado cotidiano de placer y optimismo.

Chiasson et al. (1996) encontraron que los norteamericanos dan más importancia a características intrapsíquicas asociadas con “happiness”, como el factor “las fuentes personales para la propia felicidad (happiness)”, el cual consideró ítems como “la actitud positiva hacia la vida” y “las fortalezas personales”. En nuestros resultados, también observamos la presencia de elementos intrapsíquicos en “happiness”, los que no se observan con la misma importancia en “felicidad”, como en los ítems “cuando estás libre de preocupaciones y miedos” y “es optimismo, esperanza”. También, estos investigadores encontraron que en USA hay una perspectiva más cotidiana o accesible de “happiness”, como se observa en la mayor frecuencia de mención de la característica “disfrutar de las actividades y los pequeños placeres de la vida”, similar idea que en nuestro ítem “cuando te gusta lo que haces, lo que tienes o lo que te ha tocado”.

Las características intrapsíquicas de “happiness” también han sido observadas por Lu & Gilmour (2004) y Uchida & Kitayama (2009), quienes describieron que los americanos se perciben como más responsables para conseguir su propia *felicidad (happiness)*, de manera que lo vinculan a hechos como buscar una vida significativa para uno mismo, expresado en frases como “hacer lo que amas y ser quien eres tú”.

En resumen, nuestros resultados convergen con antecedentes previos en el sentido que “happiness” tiene contenidos marcadamente intrapsíquicos,

relacionados con experiencia cotidiana, resulta más accesible, y aparentemente corresponde a un recurso psicológico importante en la cultura americana. Por su parte, “felicidad”, aunque también tiene un alto contenido hedónico, parece estar más conectada con un estado ideal, reservado para situaciones más excepcionales, vinculada con hechos externos bien definidos como el logro de metas u objetivos importantes.

### Estudio 3

El Estudio 1 mostró que las características de las categorías libremente evocadas para los términos *felicidad* y *happiness* tienen un moderado grado de solapamiento. ¿Significa este hallazgo que *felicidad* y *happiness* activan diferentes características constitutivas?. Para responder a esta pregunta es necesario explorar la estructura interna de los dos conceptos con el propósito de determinar sus características constitutivas y el grado en el cual cada característica es central o típica en cada uno de ellos. En el Estudio 2 analizamos las estructuras internas de las categorías “happiness” y “felicidad” basados en el grado de tipicidad de sus características. Este análisis nos permitió hacer comparaciones basadas en la relevancia de cada característica específica por cada categoría.

#### Método

*Participantes.* Ciento veinte estudiantes de pregrado de Manhattan College, Boston College y Oklahoma State University (66,7% mujeres y 33,3% hombres), fueron contactados por medio de colaboradores y tienen una edad media de 21,1 años ( $SD=2,59$ ); y 120 estudiantes de la Universidad Autónoma de Madrid (52,5% mujeres, 47,5% hombres) con una edad media de 21,4 años ( $SD=2,36$ ). Todos con edades entre 18 y 30 años. Las encuestas fueron respondidas de manera voluntaria durante los meses de enero a marzo de 2008.

*Materiales.* Siguiendo procedimientos comúnmente utilizados en el estudio de los conceptos emocionales (Fehr & Russell, 1984; Hurtado de Mendoza et. al, 2010; Russell & Fehr, 1994), desarrollamos un cuestionario de elección forzada para encontrar la relevancia de las características constitutivas de “happiness” y “felicidad”. Con el propósito de basarnos tanto como fuera posible en las propias

descripciones de los participantes, las características fueron presentadas en algunas frases que los participantes habían usado para describir “happiness” y “felicidad” en el Estudio 1. Los participantes tuvieron que juzgar el grado en el cual cada una de las 35 afirmaciones eran típicas de “felicidad” o “happiness” usando una escala de cero a diez.

Una sección final del cuestionario solicitó evaluar el nivel de felicidad percibida por los participantes para las personas conocidas y el nivel de felicidad percibida para sí mismos en una escala de siete niveles. No obstante, esta información no será utilizada en el presente estudio.

*Procedimiento.* Se les dijo a los participantes que el objetivo del cuestionario era definir *happiness* (para los participantes de USA) o *felicidad* (para los españoles), de acuerdo con las siguientes instrucciones (adaptadas de los trabajos Fehr & Russell, 1984; Russell & Fehr, 1994):

Este estudio tiene que ver con lo que las personas tienen en mente cuando escuchan y utilizan las palabras. Considere la palabra “fruta”. Cierre sus ojos e imagine un “higo”. Ahora imagine una “manzana”. Aunque usted puede nombrar tanto al higo como la manzana con el término fruta, lo claro es que la manzana parece ser un ejemplo más típico que higo para la categoría “fruta”. Observe que el juicio sobre cuál es el mejor ejemplo nada tiene que ver con sus propias preferencias. Usted podría preferir un higo a una manzana, pero aún así darse cuenta que la manzana es un ejemplo más típico.

La palabra que nos interesa es HAPPINESS/FELICIDAD. A continuación se listará una serie de afirmaciones y deberá indicar qué tan típicas son esas características para la categoría “felicidad”.

Los valores superiores (9-10) significan que la afirmación es “muy típica”, los intermedios (4-5-6) que es “algo típica” y los rangos bajos (0-1) significan que la afirmación es “nada típica” de la felicidad. No se preocupe acerca de las razones por las que piensa que una afirmación es o no típica, sólo nos interesa su opinión.

## **Resultados**

Nuestro primer objetivo fue determinar el grado de tipicidad de las 35 características para la categoría etiquetada por la palabra *happiness* y para la

categoría etiquetada por la palabra *felicidad*. La Tabla 7 presenta las 35 características con sus promedios y la prueba de contraste. Están ordenadas según la magnitud de las diferencias entre sus promedios.

Tabla 7

*Diferencias de medias entre las características de “felicidad” y “happiness”*

Características	Media <i>Felicidad</i>	Media <i>Happiness</i>	df	t	
Es edificante.	5,42	8,53	187	-11,89	**
Es plenitud.	7,49	5,36	218	7,41	**
Es momentánea, transitoria o de corta duración.	6,23	4,00	238	7,46	**
Es difícil de obtener o conseguir.	7,12	5,07	238	6,37	**
Es hacer reír o sonreír a otros.	4,97	6,23	237	-4,17	**
Es reír o sonreír.	6,06	7,29	237	-3,84	**
Es más intensa o profunda que la alegría.	6,88	5,70	238	3,39	**
Es difícil de definir.	7,85	6,76	238	3,26	**
La alegría es más fuerte que la felicidad.	3,37	4,45	238	-2,94	**
Es excitación, euforia.	6,55	7,63	231	-4,02	**
Es calma, paz, tranquilidad.	5,54	6,52	238	-3,36	**
Es similar a la alegría. Es difícil diferenciarlas.	5,29	6,23	238	-2,90	**
Es una evaluación de la vida (interna).	5,99	6,91	238	-3,15	**
Es permanente, continua.	2,51	3,41	226	-2,94	**
Cuando te gusta lo que haces, lo que tienes o lo que	7,12	8,00	238	-3,27	**
Es aceptar las cosas de la vida (todo y a todos).	5,19	6,04	238	-2,64	**
La alegría es más profunda que la felicidad.	3,21	4,06	228	-2,41	*
Es muy personal o subjetiva.	7,97	8,76	238	-3,31	**
Es bienestar general.	7,48	6,78	238	2,87	**
Es disfrutar de la vida.	8,22	8,92	206	-3,13	**
El resultado de muchos factores.	7,53	8,22	238	-2,45	*
Es la forma de afrontar la vida (y sus problemas).	7,23	7,85	238	-2,60	*
Es abrumadora, te invade.	5,08	4,51	236	1,65	
Cuando estás libre de preocupaciones y miedos.	5,74	6,31	238	-1,89	
Es optimismo, esperanza, pensamiento positivo.	6,73	7,27	231	-2,14	*
Es sentirse bien con uno mismo.	7,62	8,08	237	-1,89	
Es alcanzar metas, objetivos, logros.	6,96	7,40	232	-1,80	
Es cuando todo está bien, en su lugar.	6,19	6,58	238	-1,34	
Es causada o producida por cosas favorables que nos	7,23	6,85	238	1,44	
Puede ser simulada.	6,00	6,24	238	-0,67	
El fin o la meta del ser humano.	7,83	7,61	237	0,81	
La alegría es un componente de la felicidad.	7,16	6,99	220	0,59	
Es agradable, placentera, buena.	8,75	8,63	208	0,61	
Te motiva, te estimula, te lleva a ser mejor.	7,63	7,56	238	0,32	
Es satisfacción, realización personal.	7,74	7,69	238	0,24	

Nota \*p<,05; \*\*p<,01.

Un análisis de varianza multivariante (MANOVA) muestra un efecto significativo principal de la categoría inglés vs. español en las puntuaciones promedio de las características, Traza de Hotelling= 2,01,  $F(1,198)= 11,4$ ,  $p<,001$ ,  $\eta^2 =,67$ . Un análisis de muestras independientes arrojó diferencias significativas en 23 de las 35 características, aunque la magnitud de esas diferencias varió considerablemente.

Encontramos diferencias significativas entre las puntuaciones típicas elicitadas por *happiness* y *felicidad* en seis de las nueve características centrales de “happiness” (es decir, aquellas en el cuartil superior de la distribución de las puntuaciones prototípicas). “Es edificante” fue evaluada como una de las centrales de “happiness”, pero fue evaluada como una de las menos típicas en “felicidad”. En sentido contrario, “es difícil de definir” fue considerada central de “felicidad”, pero sólo levemente típica en “happiness”. En el grupo de las bastante típicas de “felicidad” están las características “es plenitud”, “es difícil de obtener o conseguir” y “es más intensa o profunda que la alegría”, las cuales fueron evaluadas como menos típicas o periféricas en “happiness”. Por otro lado, hay tres características que son centrales en ambos conceptos, las cuales tampoco presentan diferencias de media, por lo que estarían presentes de la misma forma en ambas categorías: “es agradable, placentera”, “es satisfacción, realización personal” y “es sentirse bien con uno mismo” (ver Figura 2).

Un análisis adicional combinando nuestros hallazgos del Estudio 1 y del Estudio 2 muestra el grado de independencia de los dos conceptos. Siguiendo el razonamiento de Fehr (1998), si las categorías “happiness” y “felicidad” son altamente independientes, los participantes deberían evaluar aquellas características sólo mencionadas por su misma muestra nacional como



significativamente más típica que las características más frecuentemente mencionadas por ambas muestras. Si las categorías de “happiness” y “felicidad” son moderadamente independientes, la evaluación de los participantes de las características sólo mencionadas por su propia muestra nacional y de las características mencionadas por las dos muestras nacionales deberían ser similares. Si las categorías de “happiness” y “felicidad” son mínimamente independientes, los participantes deberían evaluar las características mencionadas por las dos muestras nacionales como significativamente más típicas que las características mencionadas por sólo una de las muestras.

Llevamos a cabo una ANOVA de muestras repetidas de 3x2 sobre la puntuación media en la tipicidad del cuestionario del Estudio 2, con Lenguaje (español, inglés) como factor intersujetos y Tipo de Característica como factor intrasujetos. El tipo de características fue determinado por el Estudio 1: características mencionadas por al menos un 5% de la muestra de los americanos (pero no los españoles), las características mencionadas por al menos un 5% de ambas muestras y las características mencionadas por al menos un 5% en español (pero no en inglés). El resultado muestra que el efecto del Lenguaje tuvo una significación estadística marginal,  $F(2;476)=2,57$ ,  $p<,11$ ,  $\eta^2 =,01$ ; pero sí hay efecto significativo en el Tipo de Características  $F(2;476)=74,7$ ,  $p<,001$ ,  $\eta^2 =,24$ , así como una interacción significativa entre Tipo de Características y Lenguaje  $F(2;476)=14,74$ ,  $p<,001$ ,  $\eta^2 =,06$ .

La interacción entre Tipo de Característica y Lenguaje muestra que hubo un efecto significativo en las evaluaciones de tipicidad de las características mencionadas sólo para “happiness”, en donde los participantes de USA evaluaron sus propias características como más centrales que las mencionadas sólo por

España ( $M=6,48$  vs.  $M=5,95$ ;  $t(237)=-3,98$ ,  $p^{**}<,001$ ). En la muestra de España, la diferencia entre las características mencionadas sólo para “felicidad” y sólo para “happiness” no arrojó diferencias significativas ( $M=6,74$  vs.  $M=6,59$ ;  $t(237) =-1,11$ ,  $p<,226$ ) (Ver Figura 3).

El análisis intersujetos mostró que los participantes españoles evaluaron las características que fueron mencionadas sólo para “felicidad” ( $M=6,74$ ) como menos típicas que las características mencionadas para ambas categorías ( $M=6,90$ ;  $t(119)=-1,99$ ,  $p^{*}<,05$ ). En el caso de los americanos ocurrió un efecto similar, las características consideradas comunes a “felicidad” y “happiness” son más típicas que aquellas mencionadas sólo para “happiness” ( $M=6,48$  vs.  $M=7,07$ ;  $t(119)=-6,85$ ,  $p^{**}<,001$ ). Este análisis complementario muestra una mínima independencia entre las características de ambas categorías.

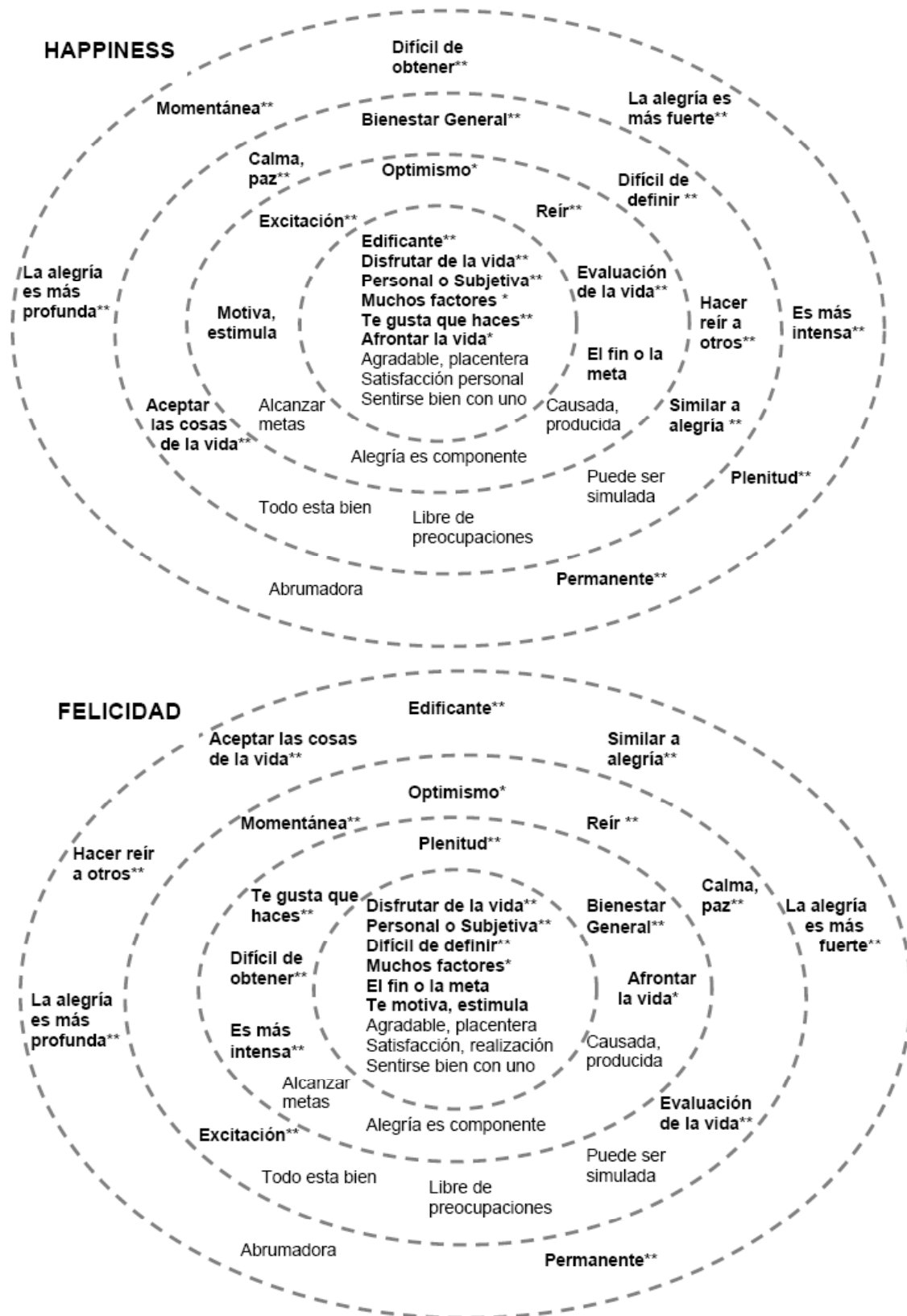
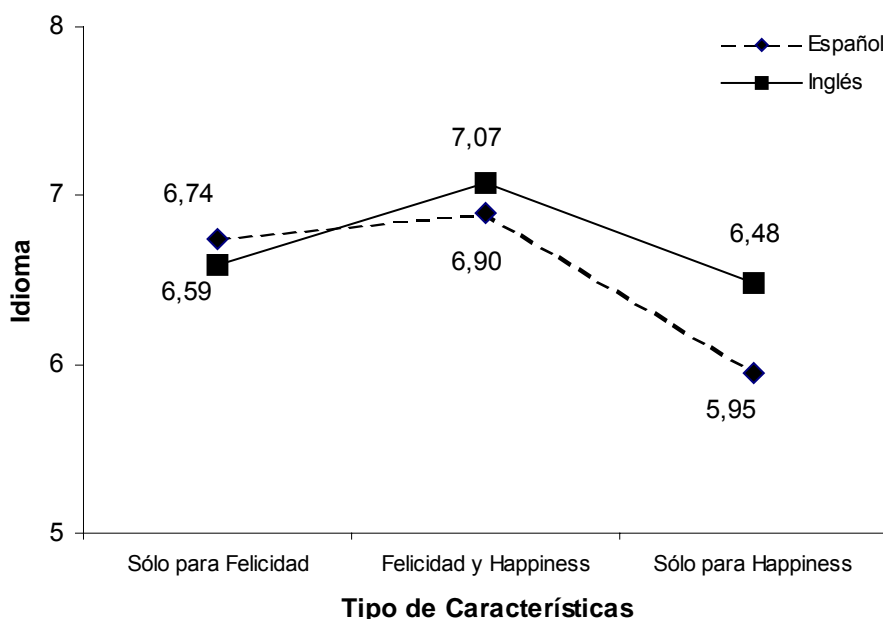


Figura 2. Representación de la estructura interna de “happiness” y “felicidad” basadas en las ponderaciones acerca de la centralidad de las características en el Estudio 2. *Nota.* El círculo pequeño representa las características más típicas o centrales. El círculo más grande representa las características más periféricas o menos típicas. Las características en negrilla son aquellas ubicadas en diferentes cuartiles en “happiness” y “felicidad”. \* $p < .05$ ; \*\* $p < .01$ .

Figura 3. Interacción entre Tipo de Característica e Idioma



### Discusión

Nuestros hallazgos permiten sostener dos conclusiones: primero, que los dos grupos responden de manera típicamente diferente a los ítems del cuestionario y que hay diferencias significativas en las puntuaciones medias de respuesta en 23 de los 35 ítems. Segundo, que las características que conforman los conceptos de “felicidad” y “happiness” son mínimamente independientes. Es decir, las características constitutivas tienden a ser las mismas pero se estructuran de manera diferente.

Los primeros dos ítems de la Tabla 7 permiten observar que “happiness” se asocia significativamente más con la variable “es edificante” en tanto que “felicidad” con “es plenitud”. Consistentemente, “es plenitud” es menos importante para la muestra estadounidense ( $t(118)=-12,11; p^{**}<,001$ ), lo mismo que ocurre con “es edificante” para la muestra española ( $t(118)=8,33; p^{**}<,001$ ). Si entendemos que

“es edificante” hace referencia a un proceso de elaboración o construcción de algo y “es plenitud” a un estado derivado de la obtención de algo, podemos observar que “happiness” se refiere más a un proceso y “felicidad” a un estado que implica la concreción u obtención de algo. Ambos esquemas implican la orientación hacia objetivos o logros, que es una característica recurrente en las culturas occidentales (Nisbett, 2003), pero el foco está puesto en diferentes aspectos: uno en el proceso de búsqueda y el otro en la meta. Lu & Gilmour (2004) encontraron que los americanos enfatizan la búsqueda explícita de *happiness* como un valor importante en sus vidas.

La característica “es momentánea” está más relacionada con “felicidad” y la característica “es permanente” obtiene una mayor puntuación en “happiness”. Internamente, los españoles dan más importancia al ítem “es momentánea” que a “es permanente” ( $t(119)=-12,64$ ;  $p^{**}<,001$ ). “Felicidad” parece significativamente más episódica o con menor duración que “happiness”.

La característica “es difícil de obtener o conseguir” es bastante típica de “felicidad” ( $M=7,12$ ), pero es una de las periféricas de “happiness” ( $M=5,07$ ). La característica “es difícil de definir” es una de las centrales de “felicidad” ( $M=7,85$ ) pero sólo levemente típica de “happiness” ( $M=6,76$ ). Estos antecedentes entregan evidencia para sostener que “happiness” presenta menos complejidades y es más accesible que “felicidad”.

Tanto “happiness” como “felicidad” se relacionan más con “excitación, euforia” que con “calma, paz” ( $t(119)=-4,62$ ,  $p^{**}<,001$ ;  $t(119)=-3,34$ ,  $p^{**}<,001$ ); sin embargo, al comparar entre las categorías la información está mezclada porque “happiness” resulta al mismo tiempo más “excitación, euforia” y más “calma, paz” que “felicidad”.

La característica “es causada o producida por cosas favorables” es bastante típica en la estructura de ambas categorías y no hay diferencias significativas de medias ( $M_s=7,23$  y  $6,85$ ). Adicionalmente, debemos considerar que la característica “es una evaluación de la vida (interna)” no tiene diferencia estadística con la anterior en “happiness” ( $M=6,91$ ;  $t(119)=0,21$ ;  $p<,83$ ) y se ubica en el mismo cuartil, pero en “felicidad” tiene una puntuación menor ( $M=5,99$ ;  $t(119)=-4,41$ ;  $p^{**}<,001$ ) y se ubica un cuartil más abajo. De esta información podemos extraer que en la estructura de “happiness” tanto los eventos externos favorables como los elementos intrapsíquicos tienen igualdad de importancia, en cambio en “felicidad” tienen más importancia los eventos externos que los componentes intrapsíquicos.

Las características “es reír o sonreír” y “es hacer reír a otros” presentan puntuaciones significativamente superiores en “happiness” ( $p_s^{**}<,01$ ) y tienen una mayor importancia en la estructura interna de este concepto. “Es reír o sonreír” es bastante típica (en “felicidad” es levemente típica) y “es hacer reír a otros” es levemente típica (en “felicidad” es periférica). “Happiness” está sensiblemente más relacionada con expresiones o manifestaciones faciales.

“Es más intensa o profunda que la alegría” tiene una mayor puntuación en la muestra española ( $M_s=6,88$  vs.  $5,70$ ;  $t(238)=3,39$ ;  $p^{**}<,01$ ) y se ubica como una de las características bastante típicas, a diferencia de “happiness” en donde es una de las periféricas. Adicionalmente, los estadounidenses consideran con mayor extremidad de puntuación que “es similar a la alegría, es difícil diferenciarlas” ( $M_s=5,29$  vs.  $6,23$ ;  $t(238)=-2,90$ ;  $p^{**}<,01$ ) y ubican esta característica como levemente típica (en “felicidad” es periférica). De este modo, *felicidad* y *alegría* son percibidas de manera más diferenciadas por los españoles, en contraste con los

estadounidenses quienes tienden a percibir una mayor similitud entre *happiness* y *joy*.

Hay dos características que se relacionan con fortaleza personal o recurso psicológico intrapsíquico. Las dos tienen una puntuación mayor y ocupan una posición más típica en “happiness”: “es afrontar la vida (y sus problemas)” ( $M_s=7,23$  vs.  $7,85$ ;  $t(238)=-2,60$ ;  $p^* < ,05$ ) y “es aceptar las cosas de la vida (todo y a todos)” ( $M_s=5,19$  vs.  $6,04$ ;  $t(238)=-2,64$ ;  $p^{**} < ,01$ ). Esta información es consistente con la información disponible que *happiness* tiene una importante valoración en las vidas de los norteamericanos (Lu & Gilmour, 2004) y que las fortalezas personales son consideradas como una fuente importante de *happiness* (Chiasson et al., 1996).

En resumen, considerando los efectos más robustos encontrados y comparando por contraste ambos conceptos, “happiness” incluye entre sus elementos constitutivos ideas acerca de un proceso de prosecución de objetivos, una mayor accesibilidad, un sentido más cotidiano y menos complejo que el concepto de “felicidad”. Otros elementos a destacar incluyen manifestaciones como la risa, que es similar a *alegría* (*joy*) y la presencia de algunos elementos intrapsíquicos (“es aceptar la vida” y “es aceptar las cosas de la vida”).

Por su parte, el concepto de “felicidad” incluye entre sus elementos constitutivos ideas acerca de acontecimientos externos favorables, una duración temporal menor que “happiness”, mayores diferencias en relación con *alegría*. Además, presenta características de menor accesibilidad y mayor complejidad.

Nuestros hallazgos en el concepto de “happiness” son consistentes con antecedentes previos. Expresar y sentir afecto positivo es mucho más deseable para los americanos en comparación con otras culturas (Diener et al., 1995; Lu & Gilmour, 2004). Además, piensan en ello de manera más frecuente (¿cómo me

siento con esto?) y lo relacionan sobre la base de su vida cotidiana (Heine et al., 1999; Suh et al., 1998). Metafóricamente, como lo indican Kitayama & Markus (2000), la Declaración de Independencia de USA proclama *happiness* como un mandato político cultural. Sin embargo, esa accesibilidad y cotidianidad de “happiness” no está presente de manera equivalente en el concepto de “felicidad”, donde además tienen menos importancia los componentes intrapsíquicos y es un concepto reservado para acontecimientos más excepcionales.

Para finalizar, nos referiremos a algunas semejanzas que podemos observar entre “felicidad” y “happiness”. Utilizaremos los ítems sin diferencias significativas de media y que se ubican en el nivel central. Destacan las características “es agradable, placentera”, “satisfacción, realización personal” y “sentirse bien con uno mismo”. Algunos autores que fomentan la investigación intercultural del concepto cotidiano de “happiness” y sus equivalentes más próximos afirman que habría una característica común relacionada con valencia positiva y subjetivamente agradable (Kitayama & Markus, 2000; Lu & Gilmour, 2004), sin embargo, esta información por sí sola es insuficiente para comprender las diferentes configuraciones de los conceptos tanto en el plano individual como cultural (Griffin, 2007).



## Estudio 4

En este estudio nos centramos en el significado afectivo de las categorías de emoción representadas por *happiness* y *felicidad* a través de las evaluaciones de los participantes de las dimensiones de placer y activación. Las categorías de emoción pueden ser situadas en un espacio afectivo descrito por estas dos dimensiones (Russell, 1983; Russell et al., 1989). El análisis de los significados afectivos es una importante herramienta para comparar ambas categorías emocionales y revisar si la ubicación en el espacio afectivo es sensible a las diferencias de contenido y estructura de las dos categorías.

Para llevar a cabo este estudio utilizamos el término *felicidad* y sus traducciones más recurrentes en el inglés. Solicitamos a diez personas bilingües (hablantes de inglés y español) que indicaran la o las posibles traducciones de *felicidad* al inglés. Todos ellos mencionaron *happiness*, siete de ellos *joy* y cinco *contentment*. Cuatro o menos menciones recibieron los términos: *glee*, *pleasure*, *cheerfulness*, *delight*, *prosperity*, *enjoyment*, *well-being*, *satisfaction*, *fulfilled*; y sólo una mención para: *optimism*, *rejoice*, *bliss*, *happenstance* y *success*. Consideramos para este trabajo aquellos términos mencionados por un 50% o más de los informantes bilingües.

### Método

*Participantes.* La muestra de EEUU consistió en noventa estudiantes de las Universidades de Michigan y Manhattan College de Nueva York (68,9% mujeres y 28,8% hombres, 2,2% s/i), con una edad promedio de 21,0 años ( $SD=2,08$ ). La muestra de España consistió en noventa estudiantes de la Universidad Autónoma de Madrid (51,1% hombres y 48,9% mujeres), con una edad promedio de 21,1

años ( $SD=2,37$ ). Los participantes respondieron de manera voluntaria y sus edades estuvieron entre 18 y 30 años.

Las encuestas fueron aplicadas durante los meses de marzo a mayo de 2008 para la muestra de Estados Unidos y durante el mes de noviembre de 2008 en España.

*Materiales.* Administramos las versiones en inglés y en español de la Rejilla del Afecto (Russell et al, 1989). La rejilla permite a los participantes evaluar cualquier término emocional a lo largo de dos ejes ortogonales: el eje x que representa el nivel de placer, con valores entre 4 (máximo placer) y -4 (máximo displacer); el eje y representa los niveles de activación con valores entre 4 (el más alto) y -4 (el más bajo).

*Procedimiento.* Para familiarizar a los participantes con el instrumento, les solicitamos que leyeran cuidadosamente las instrucciones que explicaban los significados de las diferentes áreas de la rejilla del afecto y la forma de utilizarla. Una vez hecho esto, se les solicitó situar un solo término emocional sobre la Rejilla del Afecto. Treinta participantes de USA completaron el instrumento por cada uno de los términos evaluados (*happiness, joy y contentment*) y treinta españoles por cada una de las mejores traducciones posibles (*felicidad, alegría, satisfacción*).

## **Resultados**

Llevamos a cabo una prueba de contrastes para comparar las puntuaciones medias en las dimensiones de placer y activación de los seis términos evaluados. Además, estimamos las distancias euclídeas de los términos sobre el espacio afectivo, basados en las coordenadas obtenidas por las puntuaciones medias en placer y

activación. La Figura 4 muestra la ubicación de los términos en el espacio bidimensional.

*Comparaciones entre los grupos.* Los términos que tienen la mayor puntuación en ambas dimensiones son *alegría* ( $M=2,80$ , placer;  $M=2,57$ , activación) en España y *joy* en USA ( $M_s=2,57$  y  $M=1,90$ ). Para el término español *alegría* el término inglés más próximo es *joy* (0,71). Consistentemente, *alegría* no tiene diferencias de medias con *joy* en ambas dimensiones ( $t(58)=0,59$ ,  $p<,56$ ;  $t(58)=1,54$ ,  $p<,13$ ), pero sí tiene diferencias con *happiness* ( $t(58)=2,37$ ,  $p^*<,05$ ;  $t(58)=3,77$ ,  $p^{**}<,01$ ) y con “contentment” ( $t(58)=3,29$ ,  $p^{**}<,01$ ;  $t(58)=4,17$ ,  $p^{**}<,01$ ).

Los términos que tienen la menor puntuación en ambas dimensiones son *satisfacción* ( $M_s=1,50$  y  $1,03$ ) y *contentment* ( $M_s=1,63$  y  $M=0,67$ ). Para el término español *satisfacción* el término inglés más cercano es *contentment* (0,38). *Satisfacción* no tiene diferencias de medias ni con *happiness* ( $t(58)=-0,93$ ,  $p<,35$ ;  $t(58)=0,26$ ,  $p<,79$ ) ni con *contentment* ( $t(58)=-0,29$ ,  $p<,77$ ;  $t(58)=0,71$ ,  $p<,48$ ), pero sí tiene diferencias con *joy* en placer ( $t(58)=-2,19$ ,  $p^*<,05$ ;  $t(58)=-1,74$ ,  $p<,09$ ).

Respecto a la relación entre *felicidad* ( $M_s=2,23$  y  $1,90$ ) y *happiness* ( $M_s=1,93$  y  $M=0,90$ ), observamos que tienen diferencias en la dimensión activación ( $t(58)=0,73$ ,  $p<,47$ ;  $t(58)=2,18$ ,  $p^*<,05$ ). Con ello, *felicidad* queda más próxima al término *joy* del inglés (0,34) y *happiness* queda más próxima al término español *satisfacción* (0,45). *Felicidad* no tiene diferencias de medias con *joy* ( $t(58)=-0,76$ ,  $p<,44$ ;  $t(58)=0,00$ ,  $p<,99$ ) y tiene diferencia en activación con *contentment* ( $t(58)=1,51$ ,  $p<,14$ ;  $t(58)=2,62$ ,  $p^*<,03$ ).

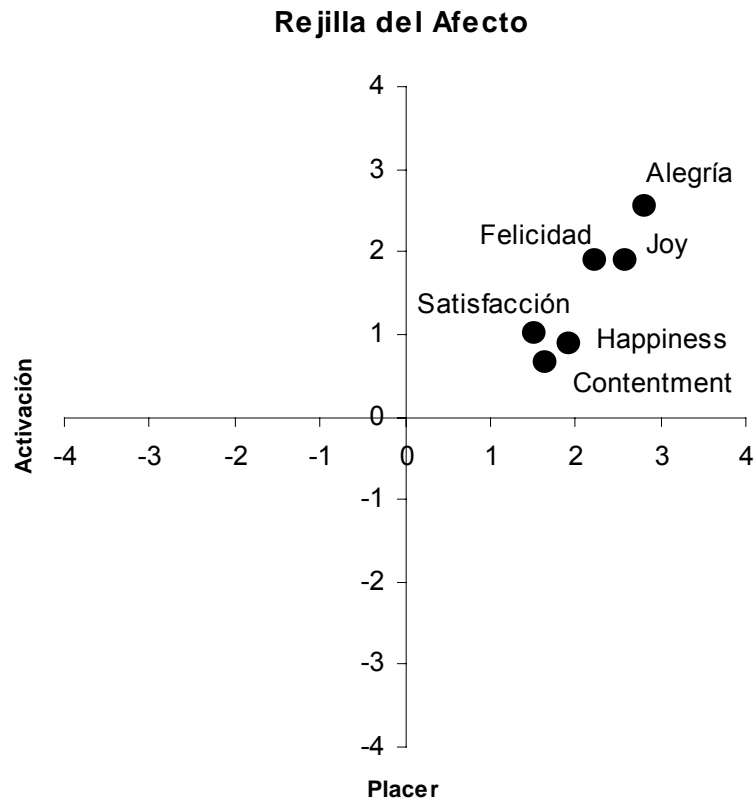


Figura 4. Representación de los términos emocionales basados en las dimensiones de placer y activación. Sobre el eje X la dimensión placer, cuanto más cercano al 4 mayor placer, cuanto más cercano al -4 mayor displacer. Sobre el eje Y la dimensión activación, cuanto más cercano al 4 mayor activación, cuanto más cercano al -4 menor activación.

*Comparaciones al interior de los grupos.* Entre los términos españoles, *felicidad* tiene una menor distancia con *alegría* (0,88) que con *satisfacción* (1,14) y no tiene diferencias de media con ninguno de ellos ni en placer ( $t(58)=-1,56$ ,  $p<,12$  y  $t(58)=1,59$ ,  $p<,11$ ) ni en activación ( $t(58)=-1,62$ ,  $p<,11$  y  $t(56)=1,81$ ,  $p<,08$ ). *Alegría* y *satisfacción* tienen la mayor distancia (2,02) y sus medias son diferentes en ambas dimensiones ( $t(48)=3,07$ ,  $p^{**}<,01$ ;  $t(54)=3,31$ ,  $p^{**}<,01$ ).

Entre los términos ingleses, *happiness* tiene una menor distancia con *contentment* (0,38) que con *joy* (1,19). Con *contentment* no tiene diferencias de

media ( $t(58)=0,75$ ,  $p<,46$ ;  $t(58)=0,47$ ,  $p<,64$ ) y con *joy* tiene diferencia en la dimensión activación ( $t(58)=-1,44$ ,  $p<,15$ ;  $t(58)=-2,09$ ,  $p^*<,05$ ). *Joy* y *contentment* tienen la mayor distancia euclídea (1,55) y sus medias son diferentes en ambas dimensiones ( $t(58)=2,17$ ,  $p^*<,05$ ;  $t(58)=2,51$ ,  $p^*<,05$ ).

## Discusión

Una primera conclusión de esta investigación es el buen ajuste de la rejilla para representar los tres términos emocionales (que nuestros informantes bilingües habían descrito como similares), junto con sus respectivas mejores traducciones posibles. Los seis términos se encuentran dispersos dentro de un rango no superior a 20 grados de una circunferencia. La gran cercanía de ellos indica, por un lado, la complejidad para distinguir las emociones positivas (Fernández-Dols & Carrera, 2008; Fredrickson, 2001), y por otro lado, el consenso en relación con la valencia positiva de las categorías emocionales asociadas con términos como *felicidad* o *happiness*.

Asimismo, la rejilla también permite observar las diferencias en los significados afectivos de ambos términos. *Felicidad* aparece significativamente con mayor activación que *happiness* y más lejana del estado “neutro, medio o cotidiano” de las personas (representado por el punto central de coordenadas 0,0). De un máximo recorrido posible de 5,66 (en el punto 4,4), *felicidad* tiene una distancia con respecto al origen de 2,93 (51,8%) y se sitúa cercana a *joy* (0,34) y a *alegría* (0,88), con las cuales no tiene diferencias de medias significativas ( $ps>,11$ ).

*Happiness*, que tiene una activación estadísticamente menor, está más cercana al sentimiento “neutro, medio o cotidiano” con una distancia de 2,13 (37,6%). Se sitúa cerca de *satisfacción* (0,45) y *contentment* (0,38), con las cuales no tiene diferencias de medias significativas ( $ps>,35$ ).

La mayor cotidianidad y accesibilidad de *happiness* en comparación con *felicidad* es consistente con nuestros hallazgos en los estudios anteriores y con trabajos previos.

En primer lugar, respecto a las diferencias en la accesibilidad de dichas categorías emocionales hay evidencia directa. Fehr & Russell (1984) en un estudio sobre conceptos de emociones desde un enfoque probabilístico, encontraron en una muestra de 200 angloparlantes que un 76% mencionó libremente *happiness* como el ejemplo más típico de emoción, en tanto que un 41% mencionó *joy* (alegría). Por su parte, Fernández-Dols et al. (2007) encontraron en una muestra de 66 estudiantes españoles que el ejemplo más típico mencionado fue *alegría* (85%), en tanto que *felicidad* tuvo una mención de 26% (*alegría* es considerado el término más próximo para *joy* en inglés y *felicidad* el más próximo para *happiness*).

En segundo lugar, los americanos consideran la evaluación personal de *happiness* como especialmente importante (Heine et al., 1999) y la relacionan con características más cotidianas como “cuando te gusta lo que haces, lo que tienes, lo que te ha tocado” (Estudio 2) o “disfrutar las actividades y pequeños placeres de la vida” (Chiasson et al., 1996). Wierzbicka (2004) también concluyó un uso cotidiano y corriente de *happiness* en comparación con el uso de sus posibles equivalentes en otros idiomas europeos

Nuestros resultados en este Estudio 3 indican que *felicidad* resulta menos accesible y menos cotidiana que *happiness*. Un ejemplo práctico de este hallazgo ocurre cuando los hispanohablantes visitan un país angloparlante y se sorprenden por el uso frecuentemente cotidiano de términos como *happiness* o *happy*, situación a la que están poco habituados ya que *felicidad* tiene un uso más acotado y menos frecuente. Esta situación sería similar con lo que ocurre a los británicos cuando

perciben el uso coloquial de *awsome* en el inglés americano. Para los ingleses es un término emocional con una utilización más específica, y por lo tanto, se utiliza de manera más excepcional.

**CONCLUSIONES GENERALES  
DE LA TESIS DOCTORAL**

---

---



## CONCLUSIONES GENERALES

La presente tesis ha tenido como objetivo principal revisar en un contexto de libre uso si los conceptos detrás de los términos *happiness* y *felicidad* pueden ser considerados como completamente equivalentes. Para ello, hemos recogido las características libremente evocadas por un grupo de participantes, las que posteriormente hemos convertido en un cuestionario con elementos probabilísticos. Además, mediante la aplicación de la rejilla del afecto, hemos observado si las diferencias encontradas también se observan en el espacio afectivo conformado por las dimensiones de placer y activación.

A continuación expondremos los principales resultados y sus implicaciones respecto a las investigaciones en psicología de las emociones. Posteriormente, se expondrán las limitaciones de las investigaciones, para finalizar con la exposición de las investigaciones actuales y posibles líneas futuras de trabajo dentro del programa de investigación de los conceptos cotidianos de emoción.

### I.- PRINCIPALES RESULTADOS E IMPLICACIONES

#### 1.- Utilidad del enfoque probabilístico en el estudio de los conceptos emocionales

Los resultados de nuestras investigaciones apoyan, en general, la utilización de un enfoque probabilístico en el estudio de los conceptos emocionales. Y en particular, en relación con el concepto de *happiness* y sus más próximos equivalentes en otros idiomas.

Las características mencionadas por los participantes no pueden ser consideradas como necesarias y suficientes. Hay características que componen los

conceptos que se presentan como pares dicotómicos o complementarios, como las características: “es permanente”/ “es momentánea”; “es calma”/ “es excitación”; y “es una evaluación de la vida (interna)”/ “es causada o producida por cosas favorables”, lo cual hace difícil sostener un criterio único de elementos. Además, los límites entre las características centrales y menos centrales en cada concepto no están claramente definidos, ya que su importancia varía de manera gradual.

Estos resultados desvirtúan uno de los principales planteamientos de algunos investigadores que sostienen la perspectiva clásica, en el sentido que todas las personas parecen comprender un único concepto asociado con los términos *happiness* y sus más próximos equivalentes (Layard, 2005; Veenhoven, 2000).

## **2.- Las diferencias de contenido entre los conceptos cotidianos de “happiness” y “felicidad”**

Consistente con hallazgos previos, el concepto emocional de “happiness” ha sido observado con fuertes y marcados elementos de fortaleza intrapsíquica para los norteamericanos, ya que se vincula con la persecución de las metas personales, fomentando la autonomía y el sentido de valía personal (Chiasson et al., 1996; Lu & Gilmour, 2004; Uchida & Kitayama, 2009).

Específicamente en nuestro trabajo, el concepto de “happiness” incluye entre sus elementos constitutivos ideas acerca de un proceso de prosecución de objetivos, una mayor accesibilidad, un sentido más cotidiano y menos complejo que el concepto de “felicidad”. Otros elementos a destacar incluyen manifestaciones como la risa, que es similar a *joy* (*alegría*) y la presencia de algunos elementos intrapsíquicos.

Por su parte, el concepto de “felicidad” incluye entre sus elementos constitutivos ideas acerca de acontecimientos externos favorables, una duración temporal menor que “happiness” y mayores diferencias en relación con *alegría*. Además, presenta características de menor accesibilidad y mayor complejidad.

Nuestros hallazgos pueden ser vinculados con antecedentes previos que indican que los americanos piensan con mayor frecuencia en el concepto de “happiness” en comparación con otras culturas y sus más próximos equivalentes (Diener et al., 1995; Lu & Gilmour, 2004). Además, se ven fomentados culturalmente a expresar y buscar experiencias gratificantes o positivas sobre sí mismos (Argyle, 1987/2001; Heine et al., 1999). En el uso del lenguaje, el término *happiness* y su adjetivo *happy* no tienen el uso excepcional que tienen sus más próximos equivalentes en algunos idiomas europeos (Wierzbicka, 2004). Nuestros hallazgos indican una marcada cotidianidad y accesibilidad del término *happiness* en comparación con el término *felicidad*.

### **3.- En relación con la utilización de “happiness” y “felicidad” como conceptos equivalentes**

Los resultados de la comparación de las características constitutivas de los conceptos emocionales de “happiness” y “felicidad” indican que son mínimamente independientes. Esto es, ambos conceptos comparten la mayor parte de las características, pero esas características se comportan con diferentes grados de prototipicidad o importancia para españoles y estadounidenses.

De esta forma, aunque ambos conceptos podrían ser considerados como muy próximos en las investigaciones interculturales, las diferencias en las composiciones deberían ser tomadas en cuenta para interpretar los datos de estudios con muestras de países que utilicen ambos términos.

#### **4.- La necesidad de desarrollar conocimientos enciclopédicos para evitar el *error fundamental de traducción***

Para hacer frente al problema de la traducción y equivalencia del concepto “happiness” en distintas culturas e idiomas, creemos que es necesario desarrollar un *conocimiento enciclopédico* (Geeraerts, 1997) que incorpore la mayor cantidad de características posibles de ser incluidas dentro de esa categoría.

Posteriormente, debería ser utilizado el mismo procedimiento con el (los) término considerado como la traducción más próxima en otros idiomas y comparar (a) qué características se solapan entre ambos conceptos, y (b) si las características centrales en un idioma lo son también en el otro, para determinar el grado de similitud y la real posibilidad de utilizar ambos términos como equivalentes.

La traducción uno a uno se basa en la premisa de que hay una relación semántica necesaria y suficiente entre el término y las configuraciones que adopta el concepto en diferentes culturas. El *error fundamental de traducción* (Hurtado et al., 2010) implica suponer que detrás de términos equivalentes en diferentes idiomas hay conceptos emocionales equivalentes. El conocimiento enciclopédico se basa en una aproximación probabilística y permite revisar la efectiva equivalencia de los conceptos emocionales detrás de términos aparentemente intercambiables entre diferentes idiomas.

En nuestra tesis hemos revisado que se utiliza *happiness* como un patrón supuestamente universal, aunque los datos descriptivos no sustentan ese planteamiento (Ver Capítulo VII). La premisa sobre la equivalencia exacta de los conceptos emocionales detrás de *happiness* y sus traducciones más comunes, como *felicidad*, indican que este supuesto es más un anhelo que una realidad.

Cabe hacer presente que la sobredimensionada importancia que tiene el concepto “happiness” puede estar distorsionando las investigaciones con un cierto grado de etnocentrismo. Queremos establecer este planteamiento de manera sensata y prudente. Probablemente nuestros colegas anglófonos han omitido este asunto, ya que es en el mundo anglosajón en el cual se ha llevado a cabo la mayor cantidad de investigación, es donde tienen más accesible el concepto de “happiness” y, por lo tanto, puede que lo consideren como natural.

Por esa misma razón, parece que no es casual que los investigadores que han encontrado diferencias en los conceptos emocionales detrás de los términos más próximos a *happiness*, o bien provengan de culturas distintas a la anglosajona o bien han desarrollado sus programas de investigación con una orientación desde la psicología cultural (Galati et al., 2006; Lu & Gilmour, 2004; Pflug, 2009; Uchida & Kitayama, 2009).

No obstante, gran parte de esos mismos investigadores siguen planteando que hay un único concepto universal con características accesorias presentes en algunos casos específicos (Chiasson et al., 1996; Pflug, 2009; Uchida et al., 2004).

## **5.- Las diferentes expectativas de respuestas a las encuestas que preguntan por *happiness* y sus equivalentes más próximos en otros idiomas**

En el Capítulo VIII hemos explorado si hay diferentes expectativas de respuestas a las encuestas que preguntan por los niveles de *happiness*, *saadah*, *glück* o *felicidad*. Hemos encontrado que las diferentes muestras presentan un valor de respuesta esperado, el cual es reconocido tanto por las personas en mejor y peor estado de ánimo. De acuerdo con ese punto de referencia, las personas tienden a

evaluarse como mejor, igual o peor que los demás. Se desprende, entonces, que habría una norma implícita en relación con la respuesta que se espera entreguen las personas en la escala; los contenidos del concepto tienen consecuencias normativas.

Dado que hay una norma respecto a la respuesta esperada, y esa norma es diferente entre los países, habría diferencias culturales que afectan la manera en la cual las personas responden a las encuestas. Las personas cuando responden, no sólo hacen una evaluación cognitivo-afectiva de su propio estado subjetivo, sino que además consideran las normas sociales incluidas en el concepto de emoción aludido para responder a esta pregunta.

## **II.- LIMITACIONES Y MEJORAS POSIBLES EN LOS DISEÑOS EXPERIMENTALES**

### **1.- Cuestiones de representatividad**

#### **A.- Muestras con estudiantes universitarios**

Una limitación de los trabajos de la presente tesis doctoral fue haber trabajado con muestras de estudiantes universitarios, con un rango de 18 a 30 años y con edades medias entre 21 a 23 años. Esta característica demográfica permite tener una mayor homogeneidad de las muestras, pero al mismo tiempo restringe los resultados a este rango de edad y con este nivel de estudios.

Los estudiantes universitarios pueden tener características específicas, que pudieron haber influido en los resultados encontrados. Existe evidencia de que las representaciones mentales de los conceptos se modifican en cierto grado con la edad (Dubé et al., 1988; Thomas & Stock, 1988).

De esta forma, nuestros trabajos deberían ser replicados utilizando muestras de grupos sociales y edades diferentes, para evaluar si los efectos encontrados se mantienen.

B.- Las diferencias entre *happiness* y *happy* (y sus más próximos equivalentes)

Wierzbicka (2004) sostiene que *happiness* podría ser más o menos equivalentemente comparado con los sustantivos más próximos en francés (*bonheur*), alemán (*Glück*), italiano (*felicità*) y ruso (*scastie*) porque todos ellos contendrían una característica relacionada con una condición existencial. Sin embargo, observa que el adjetivo *happy* es significativamente mucho más débil que *happiness*, lo que no ocurre en los idiomas europeos, donde los adjetivos no son más débiles que los sustantivos (respectivamente, *heureux*, *glücklich*, *felice* y *scastlivyj*) y mantienen su uso para situaciones excepcionales.

Siguiendo ese razonamiento, resultaría conveniente revisar en futuras investigaciones, las diferencias entre los adjetivos *happy* y *feliz*, los cuales hipotéticamente podrían presentar mayores diferencias que los conceptos revisados en este trabajo.

## **2.- Cuestiones relacionadas con el método**

En relación con el método utilizado, seguiremos las limitaciones planteadas en el trabajo de Hurtado de Mendoza et al. (2010).

Puede cuestionarse que las características accidentales elaboradas por los participantes podrían sesgar el concepto común que hay detrás. El ejemplo típico que se utiliza en este tipo de discusión es el concepto de “abuela”, el cual podría ser descrito en un idioma como “pelo gris” y “amable” y en otro como “fea” y “bruja”,

lo cual erróneamente llevaría a concluir que carecen del concepto común de abuela (que sería madre de padres).

Lo primero a tener presente es que nosotros estudiamos el concepto cotidiano, el cual es diferente al que puede ser utilizado en un sentido académico. Como psicólogos sociales, nos interesa estudiar el contexto situacional que afecta el comportamiento de las personas, de modo que si una cultura hace saliente “pelo gris” y “amable” y otra hace saliente “fea” y “bruja” tiene efectos en lo que esa cultura espera que las personas representen por el concepto de “abuela”. Tsai et al. (2006) encontraron que hay correlación entre la depresión de las personas y alejarse del ideal del afecto positivo regulado por su cultura.

Wittgenstein ha planteado algunos ejemplos típicos de conceptos que no tienen una definición clásica, como *juego*, *gobierno* y *enfermedad*. Nosotros sostenemos que los conceptos emocionales tampoco tienen una definición clásica, pero no descartamos que pudiera haberlos para otros conceptos. En el caso específico de abuela, que aparentemente tiene características necesarias y suficientes, surgen problemas cuando consideramos que los hijos de un hijastro tienen “abuela” o que en algunas familias hay “abuelas” o “abuelos” adoptivos quienes nunca tuvieron hijos (requisito de la definición clásica), generalmente familiares lejanos o amigos que han pasado a ser parte de la familia.

De esta manera, eventuales definiciones que prescriban una definición de *happiness* o *felicidad* con características necesarias y suficientes no se ajustarían a las complejidades de los conceptos cotidianos que hemos estudiado.

Otra posible objeción es que así como consideramos que las categorías conceptuales no son equivalentes porque hemos comparado sus características constitutivas, podría pensarse que esas características tampoco son equivalentes y



entonces nuestra comparación haya estado sesgada (corrupta) en su origen, produciéndose una lógica recursiva de nunca acabar. Esta objeción es filosóficamente aceptable y coherente con nuestro punto de vista. Sin embargo, consideramos que no debería significar serias consecuencias para la validez de nuestros hallazgos, por varias razones: (a) la traducción de los ítems sólo ocurrió en una pequeña proporción de ambos cuestionarios; (b) la mayoría de los ítems no son términos aislados, sino que frases que evocan un contexto para evitar la ambigüedad de interpretación; y (c) las evaluaciones de los participantes no se refirieron a frases aisladas sino que a un contexto en el cual se preguntó por varios ítems relacionados con un término emocional.

Aún así, no descartamos que pudiera haber ocurrido algún caso de mala traducción o inexacta equivalencia de los ítems. Sin embargo, un hecho importante que minimiza los efectos potenciales de los errores de traducción provienen de la distinción conceptual entre un índice y una escala. Mientras las escalas están hechas de “indicadores de efecto” (la variable latente determina el ítem), los índices están hechos de “indicadores causales” (ítems que determinan la variable latente). Como lo plantea Bollen & Lenox (1991), un índice válido es una lista exhaustiva de indicadores causales. La exhaustividad obtenida depende de la validez de contenido del índice, es decir, de la teoría subyacente del constructo y de la investigación previa. Las mediciones de consistencia son irrelevantes para la validez de los índices hechos de indicadores causales. Por ejemplo, el Índice de Stress de Holmes & Rahe (1967), considera eventos como el divorcio, el matrimonio, las Navidades y tener una multa como indicadores causales de stress, y la consistencia interna de esos ítems es obviamente irrelevante para la validez del índice y el poder predictivo de sus indicadores causales de stress. Una

aproximación enciclopédica consiste en una colección de todas las características incluidas en la categoría representada por un término. En otras palabras, consiste en la elaboración de un índice de características que determinan el reconocimiento de un evento particular como es un concepto de emoción (en este estudio los conceptos de “happiness” y “felicidad”).

De esta forma, un ítem corrupto aislado o una afirmación irrelevante no necesariamente impediría la validez del índice como un listado potencialmente exhaustivo de indicadores causales de los conceptos cotidianos de *felicidad* y *happiness*. Una afirmación mal traducida o que no se corresponda exactamente podría causar una falsa diferencia o similitud aislada en los indicadores causales, pero dado que la coherencia es irrelevante para los índices, esta fuente aisladas de error no debería afectar la validez de los otros indicadores causales.

### **3.- Eventuales subcategorías o guiones específicos relacionados con los términos emocionales *happiness* y *felicidad***

Nuestras investigaciones de los conceptos de “happiness” y “felicidad” consistieron en la recolección y comparación de los elementos o características presentes en ambas categorías de manera aditiva. Sin embargo, no hemos explorado si esas características se agrupan o relacionan en otras subcategorías de representaciones mentales agrupadas bajo un mismo término.

### III.- LINEAS DE TRABAJO EN CURSO Y FUTURAS

1.- Actualmente trabajamos en la aplicación de nuestra metodología con otros conceptos emocionales que se consideran próximos a “happiness”. Específicamente trabajamos con el término *saadah* del árabe.

2.- El conocimiento cotidiano de las personas es posible separarlo en al menos cuatro áreas más específicas, a saber: acerca de las representaciones mentales del concepto, acerca de los factores o causas de la experiencia emocional asociada al concepto, acerca de las motivaciones e importancia de la experiencia asociada y acerca de los términos emocionales relacionados o agrupados jerárquicamente.

En nuestros estudios 2, 3 y 4, referidos específicamente a “happiness” y “felicidad”, no hemos profundizado ni en el conocimiento cotidiano de los factores o causas de la experiencia emocional asociada, como tampoco la relación y estructura jerárquica con los términos emocionales relacionados. Queda planteado el desafío de efectuar exploraciones acerca de esas áreas del conocimiento cotidiano, con el propósito de tener más elementos para comparar ambas categorías emocionales en un espectro más amplio.

## REFERENCIAS



## REFERENCIAS

- Abdel-Khalek, A.M. (2004). Happiness among kuwaiti college students. *Journal of Happiness Studies*, 5, 93-97
- Alicke, M. (1985). Global self-evaluation as determined by the desirability and controllability of trait adjectives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 1621-1630.
- Argyle, M. (1987/1992). *La Psicología de la Felicidad*. Madrid: Editorial Alianza.
- Argyle, M. (1987/2001). *The Psychology of Happiness* (Second Edition). New York: Routledge.
- Averill, J.R. (1998). Un enfoque constructivista de la emoción. En L. Mayor (comp.), *Psicología de la Emoción. Teoría básica e investigaciones*, (pp.193-237). Valencia: Promolibro.
- Averill, J.R., y More, T. (2000). Happiness. En M. Lewis y J.M. Haviland-Jones (Eds.) *Handbook of emotions*. (2<sup>nd</sup> edition, pp.663-676). New York: The Guildford Press.
- Barrett, L.F. (2006). Are emotions natural kinds?. *Perspectives on Psychological Science*, 1, 28-58.
- Barschak, E. (1951). A study of happiness and unhappiness in the childhood and adolescence of girls in different cultures. *Journal of Psychology*, 32, 173-215.
- Biswas-Diener, R., Vittersø, J. y Diener, E. (2005). Most people are pretty happy, but there is cultural variation: the inughuit, the amish, and the maasai *Journal of Happiness Studies*, 6, 205-226.
- Bollen, K., y Lennox, R. (1991). Conventional wisdom on measurement: A structural equation perspective. *Psychological Bulletin*, 110, 305-314.
- Boroditsky, L. (2001). Does language shape thought?: Mandarin and englishspeakers' conceptions of time. *Cognitive Psychology* 43, 1-22 .
- Buss, D. (2000). The evolution of happiness. *American Psychologist*, 55, 15-23.
- Carrera, P., y Fernández-Dols, J.M. (1997). Conceptos cotidianos de emoción. En E. García Fernández (Comp.). *Cuaderno de prácticas de motivación y emoción* (pp.141-149). Madrid. Pirámide.
- Casado, C. (2003). *La concepción de la emoción desde una perspectiva intercultural: la categoría de emocionado en varios idiomas y culturas*. Tesis Doctoral. Facultad de Psicología, Universidad Autónoma de Madrid.

- Chiasson, N., Dubé L., y Blondin, J.P. (1996). Happiness. A look into the folk psychology of four cultural groups. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 27, 673-691.
- Church, Katigbak, Reyes y Jensen (1998). Language and organisation of filipino emotion concepts: comparing emotion concepts and dimensions across cultures. *Cognition and Emotion*, 12, 63-92.
- Csikszentmihalyi, M. (1999). If we are so rich, why aren't we happy?. *American Psychologist*, 54, 821-827.
- Csikszentmihalyi, M. y Wong, M.M. (1991). The situational and personal correlates of happiness: a cross-national comparison. En F. Strack, M. Argyle and N. Schwarz (Eds.), *Subjective Well-Being: An Interdisciplinary Perspective* (pgs.193-212 ). Oxford. Pergamon Press.
- Diener, E., (1984). Subjective Well-Being. *Psychological Bulletin*, 95, 542-575.
- Diener, E. (2000). Subjective well-being. The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55, 34-43.
- Diener, E., y Diener, C. (1996). Most people are happy. *Psychological Science*, 7, 181-185.
- Diener, E., y Lucas, R. (2000). Subjective emotional well-being. En M. Lewis y J.M. Haviland-Jones (Eds.), *Handbook of emotions* (2<sup>nd</sup> edition, pp.325-337). New York :The Guildford Press.
- Diener, E., y Suh, E.M. (2000). *Culture and Subjective Well-Being*. The MIT Press, Cambridge, MA.
- Diener, E., Diener, M., y Diener, C. (1995). Factors predicting the subjective well-being of nations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 851-864.
- Diener, E., Lucas, R., Schimmack, U., y Helliwell, J. (2009). *Well-Being for Public Policy*. Oxford : University Press.
- Diener, E., Scollon, C.N., Oishi, S., Dzokoto, V., Suh, E. (2000). Positivity and the construction of life satisfaction judgments: global happiness is not the sum of its parts. *Journal of Happiness Studies*, 1, 159-176.
- Diener, E., Suh, E., Smith, H., y Shao, L. (1995). National differences in reported subjective well-being: Why do they occur?. *Social Indicators Research*, 34, 7-32.
- DSM-IV-TR. (2002). Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales. Texto Revisado. Director de la Edición Española Juan J. López-Ibor A., Co-Director Manuel Valdés Miyar.

- Dubé, L., Jodoin, M. y Kairouz, S. (1998). On the cognitive basis of subjective well-being analysis: what do individuals have to say about it?. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 30, 1-13.
- Dunning, D., Heath, C., y Suls, J. M. (2004). Flawed self-assessment: Implications for health, education, and the workplace. *Psychological Science in the Public Interest*, 5, 69-106.
- Eid, M., y Diener, E. (2001). Norms for experiencing emotions in different cultures: Inter and intranational differences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 869-885.
- Ekman, P. (1992a). An argument for basic emotions. *Cognition and Emotion*, 6, 169-200.
- Ekman, P. (1992b). Are there basic emotions?. *Psychological Review*, 99, 550-553.
- Ekman, P. (1993). Facial expression and emotion. *American Psychologist*, 48, 384-392.
- El-Astal, S., Vargas, H., Fernández, J. & Fernández-Dols, J.M., (2010). Estudio de los conceptos de *happiness*, *felicidad* y *saadah* desde una perspectiva probabilística. Manuscrito en preparación.
- Epley, N., y Dunning, D. (2000). Feeling "Holier Than Thou": Are self-serving assessments produced by errors in self or social prediction?. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 861-875.
- Fehr, B. (1988). Prototype analysis of the concepts of love and commitment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 557-559.
- Fehr, B. y Russell, J. (1984). Concept of emotion viewed from a prototype perspective. *Journal of Experimental Psychology*, 113, 464-486.
- Fehr, B. y Russell, J. (1991). The concept of love viewed from a prototype perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 425-438.
- Fernández-Dols, J.M., y Carrera, P. (2008). El contexto teórico de las emociones positivas. En C. Vazquez y G. Hervás (comps.). *Bienestar y Psicología Positiva: Bases Científicas de la Resiliencia*. Madrid. Alianza.
- Fernández-Dols, J.M. y Russell, J.A. (2003). Emotion, affect, and mood in social judgments. En T. Millon y M.J. Lerner (Eds.), *Handbook of Psychology (Vol.5): Personality and social psychology*, (pp.283-298). Hoboken, NJ, USA: John Wiley and Sons, Inc.
- Fernández-Dols, J.M., Carrera, P., Hurtado de Mendoza, A., y Oceja, L. (2007). Emotional climate as emotion accessibility: How countries prime emotions. *Journal of Social Issues*. Vol 63(2), Jun 2007, pp. 339-352.

- Fordyce, M. W. (1988). A review of research on the happiness measures: a sixty second index of happiness and mental health. *Social Indicators Research*, 20, 355-381.
- Fredrickson, B. (2001). The role of positive emotions in positive psychology. The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56, 218-226.
- Frijda, N., Markam, S., Sato, K. Y Wiers, R. (1995). Emotions and emotions words. En J.A. Russell y J.M. Fernández-Dols, A.S.R. Manstead y J.C. Wellenkamp (Eds.), *Everyday conceptions of emotion : An introduction to the psychology, anthropology and linguistics of emotion*, (pp. 121-144). Dordrecht, NL: Kluwer.
- Furnham, A., y Cheng, H. (2000) Lay theories of happiness. *Journal of Happiness Studies*, 1, 227–246.
- Galati, D., Manzano, M., y Sotgiu, I. (2006). The subjective components of happiness and their attainment: a cross-cultural comparison between Italy and Cuba. *Social Science Information*, 45, 601-630.
- Geeraerts, D. (1997). *Diachronic prototype semantics: a contribution to historical lexicology*. Oxford: Clarendon Press.
- Geeraerts, D. (2006a). *Words and other wonders: paper on lexical semantic topics*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Geeraerts, D. (2006b). Chapter 4: Prototype theory. Prospects and problems of prototype theory. En D. Geeraerts (Ed.), *Cognitive Linguistics: Basic Readings*, (pp.141-165). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Griffin, J. (2007). What do happiness studies study?. *Journal of Happiness Studies*,8, 139–148.
- Halpern, S.M. (2008). Are you happy?. *The New York Review of Books*, 55, 1-12. Disponible on line en <http://www.jsbielicki.com/Happy.pdf>.
- Hampton, J.A. (1982). A demonstration of intransitivity in natural categories. *Cognition*, 12, 151-164.
- Haybron, D. M. (2000) Two philosophical problems in the study of happiness. *Journal of Happiness Studies*, 1, 207–225.
- Heine, S.J., Lehman, D.R., Markus, H.R., y Kitayama, S. (1999). Is there a universal need for positive self-regard?. *Psychological Review*, 106, 766-794.
- Hills, P. y Argyle, M. (2002). The Oxford Happiness Questionnaire: a compact scale for the measurement of psychological well-being. *Personality and Individual Differences*, 33, 1073-1082.



- Holmes, T.H., y Rahe R.H. (1967). The social readjustment rating scale. *Journal of Psychosomatic Research*, 11, 213-218.
- Hupka, R.B., Lenton, A.P., y Hutchison, K.A. (1999). Universal development of emotions categories in natural language. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 247-278.
- Hurtado de Mendoza, A. (2007). *Hacia una aproximación enciclopédica del concepto de vergüenza y el concepto de shame*. Tesis Doctoral. Facultad de Psicología, Universidad Autónoma de Madrid.
- Hurtado de Mendoza, A., Fernández-Dols, J. M., Parrott, W. G., y Carrera, P. (2010). Emotion terms, category structure, and the problem of translation: The case of shame and vergüenza. *Cognition & Emotion*, 24, 661-680.
- Jacobsen, B. (2007). What is happiness?. The concept of happiness in existential psychology and therapy. *Existential Analysis*, 18, 39-50.
- Johnson-Laird, P., y Oatley, K. (1989). The language of emotions: An analysis of a semantic field. *Cognition and Emotion*, 3, 81-123.
- Johnson-Laird, P., y Oatley, K. (2000). Cognitive and social construction in emotions. En M. Lewis y J.M. Haviland-Jones (Eds.) *Handbook of emotions*. (2<sup>nd</sup> edition, pp.458-475). New York: The Guildford Press.
- Kelly, George. (1966). *Teoría de la Personalidad. La psicología de los constructos personales*. Buenos Aires: Editorial Troquel.
- Kelly, George (2001). *Psicología de los constructos personales. Textos escogidos*. Brendan Maher (compilador). Edición a cargo de Guillem Feixas. Barcelona: Paidós.
- Kitayama, S. y Markus, H.R. (2000). The pursuit of happiness and the realization of sympathy: cultural patterns of self, social relations and well-being. En E. Diener y E.M. Suh (eds.), *Culture and Subjective Well-Being* (pgs. 113-161). The MIT Press, Cambridge, MA.
- Kövecses, Z. (1991). Happiness: a definitional effort. *Metaphor and Symbolic Activity*, 6, 29-46.
- Kövecses, Z. (1995). Introduction: Language and emotions concepts. En J.A. Russell y J.M. Fernández-Dols, A.S.R. Manstead y J.C. Wellenkamp (Eds.), *Everyday conceptions of emotion : An introduction to the psychology, anthropology and linguistics of emotion*, (pp.3-15). Dordrecht, NL: Kluwer.
- Layard, R. (2005). *La felicidad: lecciones para una nueva ciencia*. Madrid: Ed. Taurus.
- Lewis, M. y Haviland-Jones, J.M. (Eds.) (2000). *Handbook of emotions*. (2<sup>nd</sup> edition). New York: The Guildford Press.

- Liberman V., Samuels S. y Ross L. (2004). The name of the game: Predictive power of reputations versus situational labels in determining prisoner's dilemma game moves. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 1175-1185.
- Lu, L. (2001). Understanding happiness: a look into the chinese folk psychology. *Journal of Happiness Studies*, 2, 407-432.
- Lu, L. y Gilmour R. (2004). Culture and conceptions of happiness: individual oriented and social oriented swb. *Journal of Happiness Studies*, 5, 269-291.
- Lutz, C. (1982). The domain of emotion words on Ifaluk. *American Ethnologist*, 9, 113-128.
- Lutz, C. y White, G. (1986). The anthropology of emotions. *Annual Review of Anthropology*, 15, 405-436.
- Lykken, D., y Tellegen, A. (1996). Happiness is a stochastic phenomenon. *Psychological Science*, 7, 186-189.
- Lyubomirsky, S. (2001). Why are some people happier than others?. The role of cognitive and motivational processes in well-being. *American Psychologist*, 56, 239-249.
- Lyubomirsky, S., y Lepper, H. (1999). A measure of subjective happiness: preliminary reliability and construct validation. *Social Indicators Research*, 46, 137-155.
- Lyubomirsky, S., Sheldon, K. y Schkade, D. (2005). Pursuing happiness: the architecture of sustainable change. *Review of General Psychology*, 9, 111-131.
- Mauro, R., Sato, K., Tucker, J. (1992). The role of appraisal in human emotions: a cross-cultural study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 301-317.
- Mead, G.H. (1922). A behavioristic account of the significant symbol. *Journal of Philosophy*, 19, 157-163.
- Mead, G.H. (1925). The genesis of the self and social control. *International Journal of Ethics*, 35, 251-277.
- Medin, D.L. (1989). Concepts and conceptual structure. *American Psychologist*, 44, 1469-1481.
- Mervis, C., y Rosch, E. (1981). Categorization of natural objects. *Annual Review of Psychology*, 32, 89-115.
- Mesquita, B. (2001). Emotions in collectivist and individualist contexts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 68-74.

- Mesquita, B., y Frijda, N.H. (1992). Cultural variations in emotions: A review. *Psychological Bulletin*, 112, 179-204.
- Murphy, G. L. (2002). *The big book of concepts*. The MIT Press. Cambridge, Massachusetts.
- Myers, D. (2000). The funds, friends, and faith of happy people. *American Psychologist*, 55, 56-67.
- Myers, D. (2007/2008). *Exploraciones de la Psicología Social (4<sup>a</sup> Edición)*. Madrid: Ed. McGraw-Hill.
- Myers, D., y Diener, E. (1995). Who is happy?. *Psychological Science*, 6, 10-19.
- Niedenthal, P., Barsalou, L. , Winkielman, P., Krauth-Gruber, S. y Ric, F. (2005). Embodiment in attitudes, social perception, and emotion. *Personality and Social Psychology Review*, 9, 184–211.
- Niiya, Y., Ellsworth, P.C., y Yamaguchi, S. (2006). Amae in Japan and the United States: An exploration of a "culturally unique" emotion. *Emotion*, 6, 279-295.
- Nisbett, R. E. (2003). *The geography of thought: How Asians and Westerners think differently ... and why*. New York: The Free Press.
- Nisbett, R.E., y Kunda, Z. (1985). Perceptions of social distributions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, 297-311.
- Nisbett, R.E., y Wilson, T. (1977). Telling more than we can know: verbal reports on mental processes. *Psychological Review*, 84, 231-259.
- Oatley, K. y Johnson-Laird, P. (1992). Términos emocionales: Lo que se puede inferir. *Revista de Psicología Social*, 7, 97-104.
- Ortony, A., y Turner, T. (1990). What is basic in basic emotions?. *Psychological Review*, 97, 315-331.
- Ortony, A., Clore, G., y Foss, M.A. (1987). The referential structure of the affective lexicon. *Cognitive Science*, 11, 341-364.
- Parrott, W.G. (1995). The heart and the head: Everyday conceptions of being emotional. En J.A. Russell y J.M. Fernández-Dols, A.S.R. Manstead y J.C. Wellenkamp (Eds.), *Everyday conceptions of emotion : An introduction to the psychology, anthropology and linguistics of emotion* (pp.73-84). Dordrecht, NL: Kluwer.
- Pflug, J. (2009). Folk theories of happiness: A cross-cultural comparison of conceptions of happiness in Germany and South Africa. *Social Indicators Research*, 92, 551-563.

- Rehberg., K.S. (2000). The fear of happiness: Anthropological motives. *Journal of Happiness Studies*, 1, 479-500.
- Rosch, E. (1975). Cognitive representations of semantic categories. *Journal of Experimental Psychology*, 104, 192-233.
- Russell, J.A. (1983). Pancultural aspects of the human conceptual organization of emotions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 1281-1288.
- Russell, J.A. (1991). Culture and the categorization of emotions. *Psychological Bulletin*, 110, 426-450.
- Russell, J.A. (1992a). En defensa de una aproximación a los conceptos emocionales desde la perspectiva de los prototipos. *Revista de Psicología Social*, 7, 75-95.
- Russell, J.A. (1992b). Breve comentario sobre el estudio de los conceptos de emoción. *Revista de Psicología Social*, 7, 259-263.
- Russell, J.A. (2003). Core affect and the psychological construction of emotion. *Psychological Review*, 110, 145-172.
- Russell, J.A. y Fehr, B. (1994). Fuzzy concepts in a fuzzy hierarchy: varieties of anger. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 186-205.
- Russell, J.A. & Lemay, G. (2000). Emotions concepts. En M. Lewis y J.M. Haviland-Jones (Eds.) *Handbook of emotions* (2<sup>nd</sup> edition, pp.491-503). New York: The Guildford Press.
- Russell, J.A., y Sato, K. (1995). Comparing emotions words between languages. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 26, 384-391.
- Russell, J.A., Weiss, A. y Mendelsohn, A. (1989). Affect grid: a single-item scale of pleasure and arousal. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 493-502.
- Ryff, C. (1989). Happiness is everything, or is it?. Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 1069-1081.
- Schachter, S. y Singer, J. (1962). Cognitive, social, and physiological determinants of emotional state. *Psychological Review*, 69, 379-399.
- Scherer, K.R., y Wallbott, H.G. (1994). Evidence for universality and cultural variation of differential emotion response patterning. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 310-328.
- Schneider, S. (2001). In search of realistic optimism. *American Psychologist*, 56, 250-263.

- Schweder, R. y Haidt, J. (2000). The cultural psychology of the emotions: ancient and new. En M. Lewis y J.M. Haviland-Jones (Eds.), *Handbook of emotions* (2<sup>nd</sup> edition, pp.397-414). New York: The Guildford Press.
- Seligman, M. (2005). *La Auténtica Felicidad*. Barcelona: Ediciones B, S.A.
- Seligman, M., y Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive Psychology. An introduction. *American Psychologist*, 55, 5-14.
- Seligman, M., Steen, A., Park, N., y Peterson C. (2005). Positive psychology progress. Empirical validation of interventions. *American Psychologist*, 60, 410-421.
- Storm, C., Jones, C, y Storm, T. (1996). Aspects of meaning in words related to happiness. *Cognition and Emotion*, 10, 279-302.
- Suh, E., y Oishi, S. (2004). Culture and subjective well-being: Introduction to the special issue. *Journal of Happiness Studies*, 5, 219-222.
- Suh, E., Diener, E., Oishi, S., Triandis, H. (1998). The shifting basis of life satisfaction judgments across cultures: Emotions versus norms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 482-493.
- Suhail, K., y Chaudry, H. (2004). Predictors of subjective well-being in eastern muslim culture. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23, 359-376.
- Taylor, S., y Brown, J. (1988). Illusion and well-being: a social psychological perspective on mental health. *Psychological Bulletin*, 103, 193-210.
- Taylor, S., y Brown, J. (1994). Positive illusions and well-being revisited: separating fact from fiction. *Psychological Bulletin*, 116, 21-27.
- Thomas, J.A., y Stock, W.A. (1988). The concept of happiness: a multidimensional scaling investigation. *International journal of aging and human development*, 27, 141-154.
- Tsai, J., Knutson, B., Fung, H.H. (2006). Cultural variation in affect valuation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, 288-307.
- Uchida, Y., y Kitayama, S. (2009). Happiness and unhappiness in east and west: Themes and variations. *Emotion*, 9, 441-456
- Uchida, Y., Norasakkunkit, V., Kitayama, S. (2004). Cultural constructions of happiness: theory and empirical evidence. *Journal of Happiness Studies*, 5, 223-239.
- Vargas, H. (2008). *Estudio de los conceptos de "felicidad" y "happiness" desde un enfoque probabilístico*. Memoria para la obtención del Diploma de Estudios Avanzados. Facultad de Psicología, Universidad Autónoma de Madrid.

- Veenhoven, R. (2000). Freedom and happiness: a comparative study in forty-four nations in the early 1990s. En E. Diener y E.M. Suh (eds.), *Culture and Subjective Well-Being* (pgs. 257-288). The MIT Press, Cambridge, MA.
- Weiner, I. (Ed.-in-chief) (2003). *Handbook of Psychology*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. Hoboken.
- Widen, S.C., y Russell, J.A. (2008). Children acquire emotion categories gradually. *Cognitive Development*, 23, 291–312.
- Wierzbicka, A. (1986). Human emotions: universal or culture-specific?. *American Anthropologist. New Series*, 88, 584-594.
- Wierzbicka, A. (2004). Happiness in cross-linguistic and cross-cultural perspective. *Daedalus*, 133, 34-43.
- Wilson, T. y Dunn, E. (2004). Self-Knowledge: Its limits, value, and potential for improvement. *Annual Review of Psychology*, 55, 493-518.
- Wilson, T., y Nisbett, R.E. (1978). The accuracy of verbal reports about the effects of stimuli on evaluations and behavior. *Social Psychology*, 41, 118-131.

**ANEXOS**





## CUFE

Un grupo de investigadores de la Universidad Autónoma de Madrid, Universidad Complutense de Madrid y Al-Azhar University-Gaza se encuentra estudiando, en distintos países, algunos conceptos sobre las emociones.

Solicitamos su cooperación, rellenando el siguiente instrumento de valoración, en el que no hay respuestas correctas ni incorrectas. Sea, pues, sincero en sus repuestas. Sepa que la información será tratada de manera confidencial.

### Datos sociodemográficos. Complete o marque con una cruz:

Edad	_____ años
Género	<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer
Estado Civil	<input type="checkbox"/> Soltero/a <input type="checkbox"/> Casado/a <input type="checkbox"/> Separado/a
Nacionalidad	_____

## INSTRUCCIONES

Este estudio tiene que ver con lo que las personas tienen en su mente cuando escuchan y usan las palabras. Así, por ejemplo, si usted escucha las palabras *higo* y *manzana*, muy probablemente considerará *manzana* como un ejemplo más típico de fruta que *higo*.

Observe que el juicio sobre cuál es el mejor ejemplo de fruta nada tiene que ver con sus propias preferencias. Usted podría preferir un higo a una manzana, pero aún así se daría cuenta de que la manzana es un ejemplo más típico de fruta.

La palabra que nos interesa analizar ahora es la de la *FELICIDAD*. A continuación aparecen una serie de afirmaciones con el fin de que nos indique si son características más o menos típicas de la felicidad:



- 1 Nada Típica (NT)
- 2 Poco Típica (PT)
- 3 Medianamente Típica (MT)
- 4 Bastante Típica (BT)
- 5 Completamente Típica (CT)

Nº	Afirmación	(NT) 1	(PT) 2	(MT) 3	(BT) 4	(CT) 5
1	La felicidad es un sentimiento, emoción o sensación					
2	La felicidad es agradable, placentera o buena					
3	La felicidad es sentirse bien con uno mismo					
4	La felicidad es permanente, continua					
5	La felicidad es calma, paz o tranquilidad					
6	La felicidad es alcanzar metas, objetivos o logros					
7	La felicidad es momentánea, transitoria o de corta duración					
8	La felicidad es bienestar general					
9	La felicidad es cuando te gusta lo que haces, lo que tienes o lo que te ha tocado					
10	La felicidad es difícil de definir					
11	La felicidad es satisfacción, realización personal					
12	La felicidad es una evaluación interna de la vida, un balance					
13	La felicidad es similar a la alegría, es difícil diferenciarlas					
14	La felicidad te motiva, te estimula o te lleva a ser mejor					
15	La felicidad es cuando estás libre de preocupación, miedos o tristeza					
16	La felicidad es plenitud					
17	La felicidad es causada o producida por cosas favorables que nos ocurren					
18	La felicidad es seguridad, certeza					
19	La felicidad es excitante					
20	La felicidad es optimismo, esperanza					
21	La felicidad es cuando todo está bien, en su lugar					
22	La felicidad es difícil de obtener o conseguir					
23	La felicidad es hacer reír o sonreír a otros					
24	La felicidad es tener buenas relaciones familiares					
25	El ámbito laboral o de estudios es importante para la felicidad					
26	La felicidad es tener buenas relaciones de amistad					
27	El ámbito emocional o afectivo es importante para la felicidad					
28	La salud es importante para la felicidad					
29	El entorno o ambiente que me rodea es importante para la felicidad					
30	Mi estado de ánimo es importante para la felicidad					
31	Las cosas que me pasan son importantes para la felicidad					
32	Los recursos económicos son importantes para la felicidad					
33	La relación de pareja es importante para la felicidad					
34	Mis relaciones sociales son importantes para la felicidad					
35	Mi forma de enfrentarme a los problemas es importante para la felicidad					
36	Las actividades corrientes, cotidianas, son importantes para la felicidad					
37	Tener proyectos de futuro es importante para la felicidad					
38	Mis valores o ideales son importantes para la felicidad					
39	La comparación de nuestra vida con la de otros es importante para la felicidad					
40	Mi situación espiritual (mi relación con Dios) es importante para la felicidad					
41	Mi felicidad es desear la felicidad de los demás					
42	La felicidad se refleja en los gestos (rostro, cara, ojos, etc.)					
43	La felicidad es ausencia de disputas entre la gente					

Para terminar, marque con una cruz el casillero que le parezca más apropiado:

¿En qué nivel sitúa la felicidad de las personas que conoce?

Muy Infeliz 1	Infeliz 2	Medianamente Feliz 3	Feliz 4	Muy Feliz 5

¿En qué nivel sitúa su propia felicidad?

Muy Infeliz 1	Infeliz 2	Medianamente Feliz 3	Feliz 4	Muy Feliz 5

Muchas gracias por su colaboración

## **CUESTIONARIO ABIERTO**

Un grupo de investigadores del Departamento de Psicología Social de la Universidad Autónoma de Madrid se encuentra estudiando, en distintos países, el concepto que tienen las personas sobre algunos estados emocionales.

Solicitamos su cooperación rellenando el siguiente cuestionario.

Como lo que nos interesa es saber su opinión, no hay respuestas correctas ni incorrectas. Le agradecemos su sinceridad. La información será tratada de manera confidencial.

### **I.- Cuando siente felicidad y cuando siente miedo:**

- 1.- ¿En qué se diferencian?
- 2.- ¿En qué se parecen?
- 3.- ¿Cómo definiría el miedo?

**II.- Marque con una cruz el casillero que le parezca más apropiado:**

1.- En la siguiente escala, ¿en qué nivel sitúa la felicidad de las personas que conoce?

--	--	--	--	--	--	--

Poco feliz

Medianamente feliz

Muy feliz

2.- En la siguiente escala, ¿en qué nivel sitúa su felicidad?

--	--	--	--	--	--	--

Poco feliz

Medianamente feliz

Muy feliz

3.- En la siguiente escala, ¿en qué nivel sitúa su infelicidad?

--	--	--	--	--	--	--

Poco Infeliz

Medianamente infeliz

Muy infeliz

4.- De acuerdo con las respuestas anteriores, ¿qué elementos o factores ha considerado para evaluar la felicidad?.

5.- ¿Cómo definiría usted la felicidad?.

**III.- Datos Personales. Complete o marque con una cruz, según corresponda.**

Edad	_____ años			
Género	<input type="checkbox"/> Hombre	<input type="checkbox"/> Mujer		
Estudios	<input type="checkbox"/> Primarios	<input type="checkbox"/> Secundarios	<input type="checkbox"/> Universitarios	
Estado Civil	<input type="checkbox"/> Soltero/a	<input type="checkbox"/> Casado/a	<input type="checkbox"/> Separado/a	
Nacionalidad	_____			

**Muchas gracias por su colaboración**

**INVESTIGACION SOBRE**  
**CONCEPTOS EMOCIONALES**

Un grupo de investigadores del Departamento de Psicología Social de la Universidad Autónoma de Madrid se encuentra estudiando en distintos países los conceptos emocionales.

Solicitamos su cooperación rellenando el siguiente cuestionario. Como lo que nos interesa es saber su opinión, no hay respuestas correctas ni incorrectas. Le agradecemos su sinceridad. La información será tratada de manera confidencial.

**Datos Personales. Complete o marque con una cruz.**

Edad	_____ años
Género	<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer
Estudios	<input type="checkbox"/> Primarios <input type="checkbox"/> Secundarios <input type="checkbox"/> Universitarios
Estado Civil	<input type="checkbox"/> Soltero/a <input type="checkbox"/> Casado/a <input type="checkbox"/> Separado/a
Nacionalidad	_____

## I.- Los mejores ejemplos

Este estudio tiene que ver con lo que las personas tienen en mente cuando escuchan y usan las palabras. Considere la palabra “fruta”. Cierre sus ojos e imagine un “higo”. Ahora imagine una “manzana”. Aunque usted puede nombrar tanto al higo como a la manzana con el término fruta, lo claro es que la manzana parece ser un ejemplo más típico que higo para la categoría “fruta”.

Observe que el juicio sobre cuál es mejor ejemplo nada tiene que ver con sus propias preferencias. Usted podría preferir un higo a una manzana, pero aún así darse cuenta que la manzana es un ejemplo más típico de “fruta”.

La palabra que nos interesa es FELICIDAD. A continuación se listará una serie de afirmaciones y usted nos deberá indicar qué tan típicos son esos elementos para la categoría felicidad.

Los valores superiores (9-10) significan que la afirmación es “Muy típica”.

Los intermedios (4-5-6) que es “Algo típica”.

Los rangos bajos (0-1) significan que la afirmación es “Nada típica” de la felicidad.

No se preocupe acerca de las razones por las que usted piensa que una afirmación es o no es típica, sólo nos interesa su opinión.

1.- La felicidad es agradable, placentera, buena.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

2.- La felicidad es sentirse bien con uno mismo.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

3.- La felicidad es permanente, continua.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

4.- La felicidad es calma, paz, tranquilidad.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

5.- La felicidad es alcanzar metas, objetivos, logros.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

6.- La felicidad es momentánea, transitoria o de corta duración.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

7.- La felicidad es bienestar general.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

8.- La felicidad es reír o sonreír.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

9.- La felicidad es aceptar las cosas de la vida (a todos y todo).

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

10.- La felicidad es edificante.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

11.- La felicidad es cuando te gusta lo que haces, lo que tienes o lo que te ha tocado.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

12.- La felicidad es difícil de definir.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

13.- La felicidad es satisfacción, realización personal.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

14.- La felicidad es el resultado de muchos factores, está multideterminada.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

15.- La felicidad es muy personal o subjetiva.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

16.- La felicidad es una evaluación general de la vida (interna), un balance.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

17.- La felicidad es similar a la alegría, es difícil diferenciarlas.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

18.- La felicidad te motiva, te estimula, te lleva a ser mejor.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

19.- La felicidad es cuando todo está bien, en su lugar.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

20.- La felicidad es abrumadora.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

21.- La felicidad puede ser simulada.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

22.- La felicidad es difícil de obtener o conseguir.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

23.- La alegría es más fuerte que la felicidad.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

24.- La alegría es más profunda que la felicidad.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

25.- La felicidad es hacer reír o sonreír a otros.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

26.- La felicidad es cuando estás libre de preocupaciones y miedos.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

27.- La felicidad es más intensa o profunda que la alegría.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

28.- La felicidad es plenitud.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		



29.- La felicidad es el fin o la meta del ser humano.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

30.- La felicidad es causada o producida por cosas favorables que nos ocurren.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

31.- La felicidad es excitación.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

32.- La alegría es un componente o parte de la felicidad.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

33.- La felicidad se relaciona con la forma de afrontar la vida (y sus problemas).

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

34.- La felicidad es optimismo, esperanza, pensamiento positivo.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

35.- La felicidad es disfrutar de la vida.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nada típica			Algo típica					Muy típica		

## II.- Los factores de la felicidad

A continuación solicitamos nos indique la importancia que tienen los siguientes factores en la evaluación de la felicidad.

	Grado de importancia				
	Ninguna	Poca			Mucha
	1	2	3	4	5
Relaciones familiares.					
Ambito laboral o de estudios.					
Relaciones de amistad.					
Ambito emocional, afectivo.					
Salud.					
Entorno o ambiente que me rodea.					
Mi estado de ánimo, estado interior.					
Ambito económico, el dinero.					
Relación de pareja, con mi novio/a.					
Mi vida social, relaciones sociales.					
Necesidades materiales cubiertas.					
Las actividades y emociones cotidianas.					
El estado de ánimo de quienes me rodean.					
Proyectos, perspectiva de futuro.					
Comparación con otros.					
Mi situación espiritual, relación con Dios.					

III.- Evaluación de la felicidad. Para terminar, marque con una cruz el casillero que le parezca más apropiado:

En la siguiente escala, ¿en qué nivel sitúa la felicidad de las personas que conoce?

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poco feliz			Medianamente feliz			Muy feliz

En la siguiente escala, ¿en qué nivel sitúa su felicidad?

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poco feliz			Medianamente feliz			Muy feliz

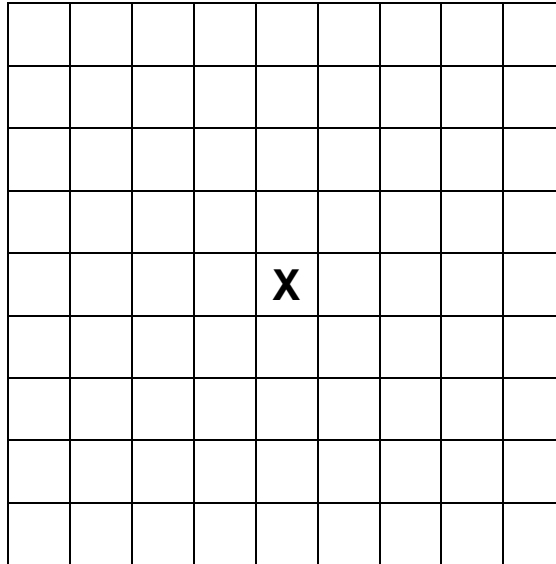
En la siguiente escala, ¿en qué nivel sitúa su infelicidad?

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poco infeliz			Medianamente infeliz			Muy infeliz

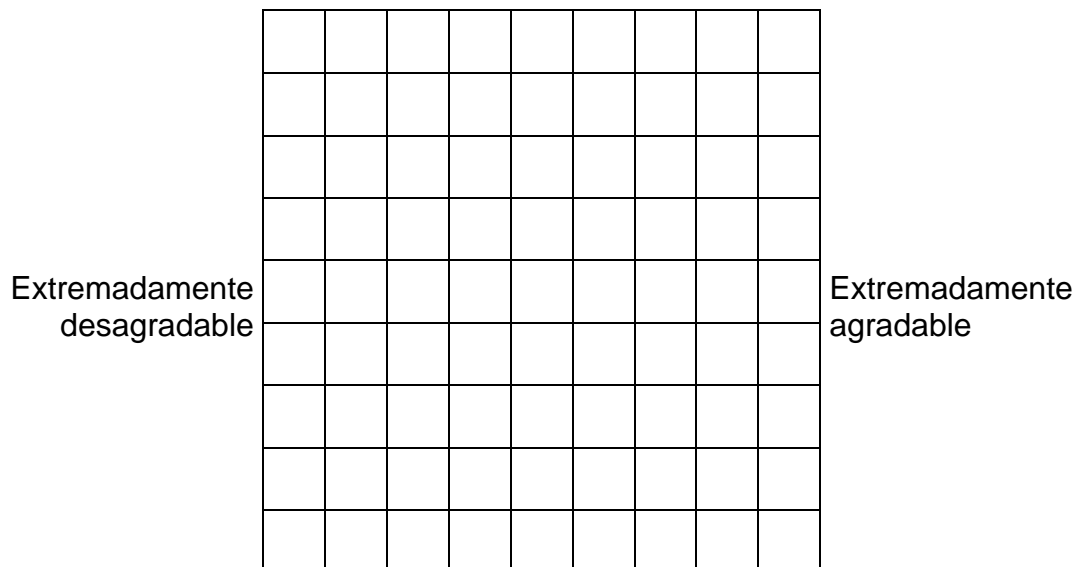
**Muchas gracias por su colaboración**

## LA REJILLA DEL AFECTO

La “rejilla del afecto” se usa para describir sentimientos. Tiene la forma de un cuadrado, una especie de mapa para sentimientos. El centro del cuadrado (marcado con una cruz en la siguiente rejilla) representa un sentimiento neutro, medio o cotidiano. No es ni positivo ni negativo.



La mitad derecha de la rejilla representa sentimientos agradables. Cuanto más a la derecha, más agradables. La mitad izquierda representa los sentimientos desagradables. Cuanto más a la izquierda, más desagradables.



La dimensión vertical del mapa representa el grado de activación. La activación se refiere a la medida en que una persona se siente despierta, alerta o activada, independientemente de si el sentimiento es positivo o negativo. La mitad superior es para los sentimientos que están por encima de la media de activación. La mitad inferior es para los sentimientos que están por debajo de la media de activación. El extremo inferior representa el sueño, y cuanto más subimos, más despierta y activa se siente la persona. Según esto, la quinta fila representaría un nivel intermedio entre máximamente alerta y totalmente dormido. La fila superior del cuadro representa el máximo de activación. Si imaginas un estado que podríamos llamar de “extrema activación” (que puede ser tanto positivo como negativo), entonces este sentimiento estaría definido por la fila superior de la rejilla.

Extrema activación


Extrema somnolencia

Si la “extrema activación” fuera positiva caería en la mitad derecha de la rejilla; cuanto más positiva, más a la derecha. Si la “extrema activación” fuera negativa, caería en la mitad izquierda; cuanto más negativa más a la izquierda. Si la “extrema activación” no fuese ni positiva ni negativa, entonces caería en la quinta columna, y en la fila superior, como se muestra abajo

				<b>X</b>				

La rejilla que utilizaremos para responder será la siguiente:

Activación extremadamente alta  
Extremadamente desagradable

Activación extremadamente alta  
Extremadamente agradable


Activación extremadamente baja  
Extremadamente desagradable

Activación extremadamente baja  
Extremadamente agradable

## INSTRUCCIONES

Los sentimientos son complejos, tienen muchos matices y grados diferentes. Cuando estés utilizando la rejilla sitúa una X para indicar el matiz y la intensidad exactos del sentimiento. Por favor, examina la rejilla completa para captar el significado de las distintas áreas. A continuación, te vamos a presentar un estado afectivo para que lo describas a través de la rejilla según los criterios mencionados.

Antes de seguir rellena los siguientes datos personales

Edad	_____ años
Género	<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer
Estudios	<input type="checkbox"/> Primarios <input type="checkbox"/> Secundarios <input type="checkbox"/> Universitarios
Nacionalidad	_____

**Muchas gracias por tu colaboración**

**“FELICIDAD”**

Activación extremadamente alta  
Extremadamente desagradable

Activación extremadamente alta  
Extremadamente agradable


Activación extremadamente baja  
Extremadamente desagradable

Activación extremadamente baja  
Extremadamente agradable

**“ALEGRIA”**

Activación extremadamente alta  
Extremadamente desagradable

Activación extremadamente alta  
Extremadamente agradable


Activación extremadamente baja  
Extremadamente desagradable

Activación extremadamente baja  
Extremadamente agradable

**“SATISFACCION”**

Activación extremadamente alta  
Extremadamente desagradable

Activación extremadamente alta  
Extremadamente agradable


Activación extremadamente baja  
Extremadamente desagradable

Activación extremadamente baja  
Extremadamente agradable