



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO
MAESTRÍA EN PSICOLOGÍA

**REPRESENTACIONES SOCIALES DE LA FELICIDAD EN UN GRUPO DE
ADULTOS JOVENES DE MORELIA, MICHOACÁN**

Tesis para obtener el grado de maestro en Psicología

Presenta:

Víctor Ramírez Valencia

Directora de tesis

Adriana Marcela Meza Calleja

Codirector de tesis

Júpiter Ramos Esquivel

Comité tutorial:

Dr. Ferran Padrós Blázquez

Dra. Ericka Ivonne Cervantes Pacheco

ÍNDICE

Agradecimientos.....	5
Resumen	7
Abstract.....	8
Introducción	9
Capítulo 1. Planteamiento Del Problema	13
1.1 Contexto.....	13
1.2 Justificación	19
1.3 Antecedentes.....	24
1.4 Preguntas de Investigación	29
1.5 Objetivos.....	29
Objetivo general:.....	29
Objetivos particulares:.....	29
1.6 Supuestos	29
Capítulo 2. Marco Metodológico.....	30
2.1 Estrategia Metodológica	30
2.2 Paradigma Epistémico	30
2.3 Fundamento Teórico.....	31
2.4 Participantes.....	32
2.5 Selección De Los Participantes	34
2.6 Método de recolección de la información	35
2.7 Análisis de la información.....	36
2.8 Procedimiento.....	37
2.9 Consideraciones Éticas.....	39
Capítulo 3. Aproximaciones al concepto de Felicidad.....	40
3.1 Historia del concepto de Felicidad	40
3.1.1 <i>Concepción de la Felicidad en la Grecia Antigua</i>	40
3.1.2 <i>Algunas concepciones de la Felicidad en la Edad Media</i>	42
3.1.3 <i>Hacia la Época Moderna</i>	45
3.1.4 <i>La Felicidad en la sociedad actual</i>	47
3.2 La Felicidad desde las Ciencias Sociales	51
3.2.1 <i>La Felicidad desde la Economía</i>	51
3.2.2 <i>Aproximaciones a la Felicidad desde la Psicología</i>	54

3.3 <i>Hacia una visión psicosocial de la Felicidad</i>	60
3.3.1 <i>La influencia del contexto social</i>	63
Capítulo 4. Representaciones Sociales	69
4.1 Antecedentes y origen del concepto de Representaciones Sociales.....	69
4.2 El Concepto de Representaciones Sociales.....	73
4.3 Teoría de las Representaciones Sociales (TRS).....	76
4.3.1 <i>Conocimiento Social</i>	76
4.3.2 <i>Fundamentos de la Teoría de las Representaciones Sociales</i>	78
4.3.3 <i>Tipos de Representaciones Sociales</i>	85
4.3.4 <i>Enfoques de su estudio</i>	87
4.4 Procesos básicos de las Representaciones Sociales.....	92
4.4.1 <i>Objetivación</i>	92
4.4.2 <i>Anclaje</i>	94
4.5 Funciones de las Representaciones Sociales.....	97
4.6 El papel del sentido común en la formación de Representaciones Sociales.....	99
4.6.1 <i>El pensamiento como medio ambiente</i>	99
4.6.2 El proceso de construcción social de las Representaciones Sociales.....	101
4.7. Representaciones Sociales de la Felicidad.....	104
Capítulo 5. Los adultos jóvenes en la sociedad mexicana	107
5.1 Hacia el concepto de adultez.....	107
5.2 Las tareas del adulto.....	110
5.3 Dificultades en el cumplimiento de las tareas.....	112
5.4 Las condiciones socioeconómicas de los adultos jóvenes en México.....	114
5.5 Componentes De La Felicidad.....	119
5.6 Consideraciones Finales.....	119
Caítulo 6. Hacia las Representaciones Sociales de Felicidad	121
6.1 ¿Qué es la Felicidad?.....	121
6.1.1 <i>La Felicidad y su definición</i>	123
6.1.2 <i>Los componentes de la Felicidad</i>	127
6.2 ¿Cómo Es Una Persona Feliz?.....	137
6.2.1 <i>El Ser Feliz y Su Identidad</i>	138
6.3 ¿Cómo se logra la Felicidad?.....	142
6.3.1 Lograr la Felicidad.....	143
6.4 ¿Quién define cómo ser feliz?.....	157

6.4.1 <i>La Felicidad y las expectativas sociales</i>	158
6.5 Estructura de las Representaciones Sociales de Felicidad.....	177
Capítulo 7. Hacer familiar lo no familiar: la Felicidad	179
Capítulo 8. Conclusiones	199
REFERENCIAS.....	210
Indice de tablas y figuras.....	226
ANEXOS	227
1. Guía De La Entrevista	227
2. Consentimiento informado	231

Agradecimientos

Quiero agradecer a todas las personas que estuvieron implicadas en este proceso de la maestría y de la tesis. A mis profesores que me orientaron desde el principio y me alentaron a continuar a pesar de que pareciera mucho trabajo, que confiaron en mí y en el proyecto; que apoyaron las decisiones aunque no estuvieran del todo convencidos.

A mis compañeros de la maestría Dani, Oscar, Edwin, Adi, Amaranta, Ariana, Vera, Lupita, Salma, Adri, Liz, Mari y Gio, porque aprendí siempre de ustedes y de sus proyectos. Porque nos apoyamos cuando se requería y porque sé que el apoyo de cada uno de ustedes estaba. Ana gracias por todo el apoyo, por la orientación, por los ánimos, por las porras y por todo lo que me has sumado.

A los revisores de este proyecto que me apoyaron con sus puntos de vista, con la intención de mejorar el trabajo. Sobre todo, gracias por la recta final, sin su apoyo no estaría logrando la titulación en este periodo. Valoro mucho el apoyo que me han dado, más cuando por momentos me sentía de alguna manera estancado, también por ser honestos y dar su opinión tal cual, eso apoyó a que fuera mejorando el trabajo.

A mi familia por apoyarme y entender cuando no podía estar cerca por tener que trabajar, por las múltiples ocupaciones y por aprovechar el tiempo disponible, cuando se podía. Además de entender y aceptar el ritmo y estilo de vida que llevo, que sabemos que tarde o temprano van a rendir frutos.

A la Dra Adriana y Júpiter, por apoyarme en este proceso, porque aparte de ayudarme en el proceso de la tesis, aprendí lo que es hacer las cosas con un genuino interés. Porque vi esa pasión y dedicación, todo el empeño que le ponen a lo que hacen, por algo les va bien en el trabajo. Sobre todo quiero agradecer infinitamente el apoyo porque sé que no fue sencillo este proceso, a pesar de todo siempre supe que las cosas saldrían bien, los admiro y los respeto por los grandes seres humanos que son, por los excelentes profesores que son, por la pasión y el amor que le ponen a lo que hacen. Dra. Adriana gracias de nuevo por acompañarme en este proceso de nuevo y por ayudar a que todo fuer mucho más ágil.

A Karina por acompañarme en este proceso, nada sencillo. Un proceso de altas y bajas, en el que hemos tenido que adaptarnos y ceder en ciertas situaciones. Por mantenernos en este proceso juntos, avanzando, creciendo, yendo por más. Por motivarme, por hacerme reír, por quedarte conmigo en muchas ocasiones cuando casi no dormía. Por formar parte de mi vida, por inspirarme, y por equilibrar el ritmo o aceptar el ritmo de vida que llevo y que llevas. Por ser la persona que eres y estar conmigo.

Resumen

Esta investigación tuvo como objetivo analizar las representaciones sociales de la felicidad en un grupo de adultos jóvenes de Morelia, Michoacán con la finalidad de conocer las imágenes, prácticas, significados, creencias y actitudes entorno a la felicidad. Fue una investigación cualitativa bajo un paradigma constuccionista, utilizando entrevistas a profundidad como estrategia de recolección de la información y se recurrió a la Teoría Fundamentada como estrategia analítica de los datos. En este proyecto participaron 12 adultos jóvenes de la ciudad de Morelia que tienen entre 20 y 35 años. Se clasificó a los participantes en dos grupos: el primero conformado por jóvenes independientes económicamente, cuentan con un empleo y una carrera universitaria, ya han conformado su familia (tengan o no hijos), y viven de manera independiente a los padres; el segundo grupo estuvo conformado por individuos que no tuvieran por lo menos dos de esas características. Las diferencias entre los grupos sólo muestran que las personas que no han logrado alguna de esas condiciones, tienen el deseo de lograrlo puesto que se ven sometidos a una presión social al no cumplir con las expectativas sociales que hay sobre ellos. Los principales hallazgos son: que la felicidad para este grupo de personas consiste en la tranquilidad y la estabilidad; que hay un discurso constante que se refiere a que la felicidad depende de cada persona, sin embargo, la infelicidad es causada por factores principalmente externos al sujeto; la felicidad puede entenderse como “soy feliz” y “estoy feliz”; los participantes refieren que para cada persona la felicidad es distinta, sin embargo todos tienen elementos comunes: la felicidad se compone de la salud, la estabilidad económica, la satisfacción de necesidades básicas, el estilo de vida, las acciones que causan felicidad, la perspectiva, la adaptación y la satisfacción con los logros.

Palabras clave: significados, satisfacción, felicidad, bienestar, representaciones sociales.

Abstract

This research aimed to analyze the social representations of happiness in a group of young adults from Morelia, Michoacán in order to know the images, practices, meanings, beliefs and attitudes around happiness. It was qualitative research under a constructionist paradigm, using in-depth interviews as a data collection strategy and the Grounded Theory was used as an analytical data strategy. Twelve young adults from the city of Morelia who are between 20 and 35 years old participated in this project. The participants were classified into two groups: the first comprised of economically independent young people, have a job and a university degree, have already formed their family (whether or not they have children), and live independently of their parents; the second group was made up of individuals who did not have at least two of these characteristics. The differences between the groups only show that people who have not achieved any of these conditions, have the desire to achieve it since they are subjected to social pressure by not meeting the social expectations of them. The main findings are: that happiness for this group of people consists of tranquility and stability; that there is a constant discourse that happiness depends on each person, however, unhappiness is caused by factors mainly external to the subject; happiness can be understood as "I am happy" and "I am happy"; the participants report that happiness is different for each person, however they all have common elements: happiness is made up of health, economic stability, satisfaction of basic needs, lifestyle, actions that cause happiness, perspective, adaptation and satisfaction with achievements.

Introducción

De acuerdo con MacMahon (2006, citado en Hill, 2020) la búsqueda de la felicidad es tan antigua como la misma historia, pues se tiene registro desde Herodoto (484 a.C. – 425 a. C.), por lo que ha sido objeto de estudio de diversas disciplinas, adquiriendo diversos significados a través del tiempo y del contexto social. Sin embargo, este estudio se enfoca en una visión contemporánea de la felicidad. Tal como afirma Torres (2013), la felicidad integra creencias y esperanzas de lo que las personas buscan o quieren llegar a ser.

En la cultura occidental la felicidad depende críticamente de la afirmación de los atributos positivos del yo y en la cual la felicidad es un atributo interno que se evidencia en un logro personal (Kitayama et al., 2004), y es que la felicidad a menudo es vista como el objetivo más importante por lo cuál luchar. La búsqueda de la felicidad es un proceso influenciado por los medios de comunicación masivos (Jovchelovitch, 1995), como lo son actualmente las redes sociales así como la información que adquieren las personas por medio de los programas, artistas o tendencias que siguen. Todos estos elementos, así como la publicidad (Hantá e Inancu, 2010), influyen en la forma en la que los jóvenes elaboran sus representaciones sociales.

Tal como afirma Marín (2013), la felicidad se busca de manera incesante en periódicos, revistas, internet, televisión, libros de autoayuda o superación personal. Existen numerosas publicaciones acerca de formas o estrategias para ser feliz, lo cual es cuestionable, pues tal como afirma el mismo Cabanas, se convierte en una receta para la felicidad que no todos pueden alcanzar, llevándolos al afecto contrario, el malestar por no poder ser felices como deberían serlo. Es entendible entonces que los sujetos busquen por todos los medios posibles llegar a este estado de bienestar.

Tan solo en Amazon, existen más de dos mil libros que hablan de la felicidad, en la actualidad, así como existe un incremento exponencial de publicaciones en redes sociales con contenido acerca de la felicidad (Cabanas, 2019). La publicidad, el marketing y los discursos acerca de la felicidad, inducen a los sujetos a buscar la satisfacción o el bienestar de manera inmediata (Lúcar, 2010). Es tal el impacto de esta ideología, que en sociedades

occidentales se llega a considerar la felicidad como lo normal. Caso contrario, cuando una persona no consigue ser feliz llega a concebirse como anomalía (Cabanas, 2019).

La mayoría de las investigaciones contemporáneas acerca de la felicidad provienen de la psicología positiva. Estas investigaciones abordan el estudio desde una perspectiva individual, identificando niveles de felicidad, bienestar o satisfacción, o su relación con alguna otra variable, concibiendo al sujeto como único responsable de su felicidad. En este estudio se abordó desde una perspectiva psicosocial, partiendo de la idea de Hommerich (2012), las narrativas pueden ayudar a conocer la historia detrás de los números; por lo que quedarse únicamente con las mediciones o la identificación de relaciones, puede dejar fuera a muchos elementos contextuales (Mathews, 2012).

Hay que entender un elemento importante, pues existe una cierta discordancia entre, por un lado existe una discordancia por individualizar la felicidad, posicionándola como un fin, ante la cual, por cierto existen métodos o fórmulas para alcanzarla, pero siendo propiamente responsabilidad del sujeto. Mientras que esta tendencia se desarrolla en un contexto posmoderno, es decir, como explica Gergen (2007) un momento histórico en que un significado adquiere sentido sólo en cuanto a un contexto determinado, sujeto a ser cuestionado, porque no es una verdad incuestionable, sino que depende de la perspectiva desde la que se le observe.

Este estudio se sitúa entonces en la posmodernidad, y para conocer estos elementos contextuales se recurrió a la teoría de las representaciones sociales (RS). De acuerdo con Moscovici (1961), las representaciones sociales (RS) incluyen, dice producciones intelectuales y sociales, mitos, juicios, opiniones e imágenes, pero no serían reproducciones ni copias fieles de lo que hay en el ambiente, sino que se trataría de un proceso en el que el sujeto participa con sus experiencias. Las representaciones sociales preparan al sujeto para la acción, de manera que las representaciones guían el comportamiento, pero este comportamiento está ligado al objeto, por lo que el estímulo no desencadena una respuesta, sino que se dan al mismo tiempo. La conducta no una reacción, sino que el estímulo está determinado por la respuesta, de acuerdo a la idea de Moscovici; a partir de la relación que

tienen las RS con las actitudes, se puede decir que las representaciones que se tienen acerca de lo que es la felicidad influyen en la forma en la que los sujetos se comportan y toman decisiones referentes a la búsqueda de lo que consideran, es su bienestar o felicidad.

Este proyecto se enfoca en conocer la forma en la que los elementos contextuales; es decir, aquellos factores que influyen en las RS que los adultos tienen acerca de la felicidad. Esta cuestión surge de la realidad en la que vive esta población, insertándose al mundo laboral, con las implicaciones de la vida adulta, así como el cumplimiento o no, de las expectativas sociales. Es decir, conocer la realidad que vive esta población en relación con la felicidad como un fenómeno social, identificando la relación que el sujeto mantiene con su entorno.

De esta manera, el objetivo de la investigación fue profundizar en las representaciones que tienen los adultos jóvenes (20 a 35 años) acerca de la felicidad, específicamente en el proceso de elaboración o construcción de dichas representaciones. Para ello se utilizó una metodología cualitativa, pues sus métodos y técnicas pueden ser idóneos para estudiar elementos sociales, más allá de una escala o una medición. Como paradigma epistemológico se recurrió al construccionismo, puesto que se considera que permite entender a la realidad de una persona como una construcción del conocimiento y del pensamiento, más que un mero aprendizaje del sujeto, si no que forma parte de dicho pensamiento.

La población constó de 12 participantes con edades entre 20 y 35 años, divididos en dos grupos, el primero cumple con cinco características comprendidas como tareas del adulto o expectativas sociales sobre el adulto: tener estudios universitarios, tener un empleo formal, ser independiente económicamente, vivir en una casa independiente a su familia nuclear y haber formado su propia familia, bien sea que tenga hijos o no pero en una relación estable, sean casados o se encuentren en unión libre. El segundo grupo no cumple con al menos dos de esas características. Como técnica de recolección de información se utilizó la entrevista a profundidad. Para el análisis de la información se recurre al método de la teoría fundamentada, puesto que se considera es el apropiado para los objetivos de esta investigación.

Se presentan primeramente dos capítulos del marco teórico relacionados con la felicidad y con las Representaciones Sociales. En el primer capítulo se describen algunas concepciones importantes a través de la historia, conceptualizaciones recientes tanto de la psicología en general, como desde una perspectiva psicosocial. Mientras que en el segundo capítulo se describe la Teoría de las Representaciones Sociales, su historia, fundamentos y principios, autores, funciones, componentes y finalmente una relación con la felicidad.

La información que se presenta sobre los resultados de las entrevistas se presenta en dos capítulos. En el primero de ellos se describen cinco ejes temáticos que resultaron de la información de los participantes. Dichos ejes son qué es la felicidad, cómo es una persona feliz, cómo se logra la felicidad, quién define cómo ser feliz y cómo se vive la felicidad. Estos incluyen seis categorías en las que los participantes estructuran y organizan su representación sobre la felicidad. Estas categorías son: la felicidad y su definición, componentes de la felicidad, el ser feliz y su identidad, lograr la felicidad, la felicidad y las expectativas sociales y el vivir feliz.

En este proyecto se presenta entonces la forma en la que están estructuradas las representaciones sociales sobre la felicidad de los participantes. Representaciones que muestran el significado de felicidad, sus componentes, cómo se identifica a una persona feliz y cómo se identifica a sí mismo cuando es feliz, acciones para conseguir ser feliz, objetos que dan felicidad, la forma en la que las expectativas sociales y los discursos promovidos por las redes sociales y medios de comunicación influyen en la felicidad de las personas y finalmente cómo es vivir feliz. Dentro de estas categorías también se habla de la infelicidad, imágenes, características y razones por las que una persona no es feliz.

Esta investigación muestra imágenes asociadas a la felicidad, tanto propias como imágenes promovidas por la sociedad en que se encuentran los participantes, creencias acerca de la felicidad y el ser feliz, así como las creencias sobre la infelicidad y ser infeliz, las prácticas que realiza una persona cuando es feliz y prácticas que realizan para ser feliz, los elementos contextuales o sociales e internos que una persona necesita para serlo. Todo esto presentado, desde una perspectiva social, más que individual.

Capítulo 1. Planteamiento Del Problema

1.1 Contexto

Vivimos en una cultura en donde existe una preocupación por encontrar la felicidad aquí y ahora (Torres, 2013). Siguiendo la afirmación de Lipovetsky (2007), hay gente que refiere es feliz aun cuando no lo sean, pues la felicidad se convierte en un objeto de marketing que el sujeto quiere tener a mano, sin esfuerzo. La felicidad ha llegado a establecerse como elemento central en la definición de lo que es y debe ser un buen ciudadano (Cabanas, 2019). Los principales malestares psicológicos se deben a algunas cuestiones como la ansiedad por alcanzar la felicidad y el incremento de expectativas, que conllevan a una búsqueda constante del bienestar (Lúcar, 2010).

De acuerdo con Lipovetsky (2007), el hombre se ha convertido en un hiperconsumidor del bienestar que ya no solo desea lo material, sino que demanda el confort psíquico, armonía y plenitud; gracias a eso surgen las técnicas para el desarrollo personal, nuevas espiritualidades y guías para la felicidad. Lipovetsky habla entonces de una paradoja por vivir en un mundo más cómodo, seguro y mucho menos doloroso, que a su vez abrumba causando un sufrimiento precisamente por ese mundo diseñado para buscar la felicidad y evitar el sufrimiento. De esto ya hablaba la antropóloga Benedict, (Citado en Margot, 2007) desde principios del siglo XX, al distinguir a las sociedades mediante dos tendencias, a ser apolíneas, que buscan lo bello, bueno y útil, o bien, a ser dionisiacas, que buscan los placeres.

En este sentido, es de interés reflexionar la propuesta ofrecida por la cultura occidental sobre el sueño de la felicidad constante como meta alcanzable, la filosofía del bienestar consumista ha sustituido en la cultura occidental a la ideología del deber (Ribero-Marulanda y Agudela-Colorado, 2016). Podría decirse que la felicidad ha llegado a considerarse como indicador de una persona sana, funcional y normal (Cabanas, 2019).

Está muy arraigado el bienestar y el sentirse bien, como un sinónimo de normalidad; mientras que el sentirse mal, es anormal, por lo que se busca satisfacer los deseos de manera inmediata (Lúcar, 2010). Cabanas (2019) cuestiona la normatividad de la felicidad, mediante el discurso que la felicidad depende de cada individuo. Debido a que no sentirse bien es sinónimo de

anormalidad, los sujetos buscarán sentirse bien a través de los medios que tenga a su alcance. Por lo mencionado anteriormente, la felicidad adquiere un significado en cuanto a la cultura y a la sociedad en la que un sujeto se desempeña.

La negatividad, la carencia, la insatisfacción y la infelicidad se perciben como faltas morales hacia el propio ser, e incluso puede llegarse a percibir como una mala persona por no hacer las cosas como debería (Zupančič, 2008, citado en Cabanas, 2019). Cabanas (2019) también realiza una crítica en este sentido a los argumentos de la psicología positiva, donde cada persona es la responsable de su propia felicidad independientemente de las condiciones de su contexto social, pero no todas las personas pueden ser felices y es un efecto contrario, pues no consiguen lo que los demás sí.

Siguiendo esta línea, la felicidad se convertiría en una finalidad, un propósito; más que existir la felicidad como una posibilidad a la que se puede acceder, se convierte en una presión social. Si ser feliz es lo normal o incluso lo saludable, entonces todos deberíamos aspirar a ella. Esta es una realidad construida por la sociedad, por lo que busca la forma de sentirse bien, ser feliz o sentirse satisfecho, mediante discursos, publicaciones o información acerca de cómo ser feliz, qué pasos seguir o cómo conseguirla.

Al depender de cada persona, es su responsabilidad ser feliz, si no lo es, es porque no quiere serlo o no puede serlo y hay algo que tiene que modificar. No se afirma que esta idea sea perjudicial, pues es posible que algunas personas pueden ser felices si cambian la forma de percibir las situaciones de su contexto. Pero habría que analizar lo que sucede con las personas que no pueden acceder a esa forma de pensar, ya sea porque su educación, su cultura o su contexto no se los permite. Debido a que la felicidad depende de cada persona, entonces él o ella, al no poder sentirse feliz, estaría fracasando en esa tarea que supuestamente le corresponde: ser feliz, trayendo consecuencias distintas de acuerdo a cada sujeto.

Todos estos significados y asociaciones se comprenden en un contexto determinado, pues en realidad, al situar este fenómeno en un mundo posmoderno, se identifican algunos puntos que pudieran cuestionarse. Pues se ha entendido a la felicidad como un fenómeno individual,

pero el mundo posmoderno en el que nos encontramos, no admite verdades absolutas, significados absolutos o argumentos incuestionables de acuerdo con Gergen (1994). Siguiendo esta reflexión cabe la pregunta ¿cómo entonces influyen o impactan los discursos sobre cómo ser felices, si en realidad en el mundo ningún significado ni argumento es válido para todos, pues cada individuo tiene una perspectiva diferente?

Se puede mencionar por ejemplo que en las escalas que se usan para la medición de felicidad, los resultados se publican y se difunden generalizando sus resultados, cuando hay países multiculturales en los que los significados de bienestar o felicidad son diferentes, pues sus condiciones de vida, aspiraciones, educación y estilo de vida es. Además de que, no existe un consenso en el nivel de la felicidad o bienestar de un país, pues existen varias escalas que se aplican y se publican cada cierto periodo de tiempo, y en estas escalas se toman en cuenta factores distintos, por lo tanto un país ocupa diferente lugar en la clasificación del nivel de felicidad dependiendo del estudio que se realizó.

El hecho de que los estudios que se han realizado se enfoquen principalmente en la medición del nivel de felicidad o su relación con otras variables como optimismo o rasgos de personalidad por ejemplo, no ha permitido que se exploren los significados de la felicidad. Autores como Cabanas (2019) y Beytía y Calvo (2011), cuestionan la utilidad de medir los niveles de bienestar o felicidad mediante los métodos que emplean, pues muchas de ellas se basan en cuestionar qué tan bien se sienten. Anger (2013) habla del efecto de la cosificación, en donde algo abstracto se vuelve algo concreto, por lo que encasillaría una determinada sensación en una categoría que quizá no es lo que siente, si no que es la más cercana. Este efecto podría provocar que el sujeto que responde a un instrumento sobre la felicidad, pueda valorar su felicidad en un nivel más alto o más bajo del que realmente sienten.

Mathews (2012) encuentra un problema en las respuestas que pueden dar las personas a preguntas relacionadas con la satisfacción o felicidad, pues una persona puede responder que está muy satisfecha, no significa necesariamente que esté más satisfecha que otra persona que sólo menciona que lo está. Puede deberse a que la segunda no suele expresarse con superlativos y la primera sí. En otras palabras, una persona puede sentirse más satisfecha que

otra aunque por la manera en que usa su lenguaje, manifiesta menor satisfacción que otra que usa expresiones con un sobrevalor. Nuevamente, se habla de una perspectiva bajo la cual, las personas observan un fenómeno, estado o suceso, pues cada sujeto puntuará distinto su nivel de felicidad, de acuerdo a su perspectiva y algo más importante, su lenguaje.

Uchida y Ogihara (2012) afirman que las teorías de felicidad son compartidas en una misma cultura, y se construyen a través de experiencias socioculturales, que en la actualidad se da por la transmisión de conocimientos de padres y profesores, así como la exposición a libros, revistas, y medios digitales. Esta idea conlleva el supuesto de que lo que consume una persona, aporta a sus conocimientos o representaciones acerca de la felicidad o tienen que ver con su expresión, tal como lo menciona Cabanas (2019), pues menciona que las publicaciones en redes sociales referentes a cómo ser feliz aumentan exponencialmente. Entonces la felicidad puede concebirse como un fenómeno psicosocial, más complejo que la forma en la que un individuo interpreta su realidad, fenómeno que en realidad es consuetudinario socialmente.

Esta construcción está asociada a las condiciones de vida que están cambiando, es decir, en décadas pasadas lo que podían conseguir (estabilidad económica, vivienda, bienes materiales, etc.), en la actualidad es más complicado. Los adultos jóvenes cuyas edades oscilan entre los 20 y 35 años, integran sin posibilidades para pensionarse, con menores oportunidades de acceder a servicios de salud con amplia cobertura para el tratamiento de enfermedades crónicas; de igual manera, al considerar las condiciones económicas actuales permeadas por la inflación, se identifica que cada vez necesitan más dinero para mantener su capacidad consumo.

Un estudio realizado por el Centro de Investigación Económica y Presupuestaria (Vázquez y Cantú, 2020), en la que menciona que existe una carga generacional, que es la diferencia entre lo que las personas pagan y lo que reciben, respecto a lo que tendrían que pagar posteriores generaciones para obtener los mismos beneficios, lo que indica este estudio es que futuras generaciones tendrán que pagar 616% más que las presentes generaciones para recibir los mismos bienes y servicios públicos que actualmente se proveen. Esta encuesta generacional muestra una de las condiciones que viven los jóvenes en la actualidad pues tienen que pagar por servicios de personas jubiladas, y si tienen hijos, mantienen a los hijos.

Hay que cuestionarse entonces ¿cómo es que es que la sociedad construye la realidad referente a las expectativas que los jóvenes tienen respecto a su vida y por ende sus aspiraciones, sobre a su calidad de vida, lo que incluye el ámbito económico?

Datos recientes del Instituto de Estadística y Geografía (2022) o INEGI por sus siglas, muestran que el 50% de los adultos jóvenes perciben un sueldo mensual equivalente entre 1 y 2 salarios mínimos, es decir entre \$5,000 y \$10,000 mensuales. La cuestión es que, según reporta el Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara, una familia requiere entre \$10,000 y \$20,000 para cubrir sus necesidades y tener una vida digna. Esto significaría que la mitad de las personas que se encuentran en el periodo de la adultez joven perciben un sueldo insuficiente para sus necesidades y aspiraciones.

Al considerar la relación de la felicidad con la capacidad de consumo, se identifica que: por un lado, para los jóvenes es cada vez más complicado acceder a los bienes materiales, y por otro lado, de acuerdo con Klein (2001) a dicho grupo social se dirige la mayoría de las campañas de marketing; por lo tanto, dado que son objeto del marketing, la disminución de su poder adquisitivo puede influir en su felicidad. Klein (2001) afirma que gran parte del mercado se ha vuelto hacia la juventud, por eso las marcas de ropa, de coches, de tecnología, serían indicadores de ser cool, por lo tanto son aceptados en el grupo. El marketing no sólo dirige sus esfuerzos hacia el consumo de lo material, también de experiencias, sino hacia las experiencias, viajes, visitas, prácticas y cosas que hacen las personas felices que se convierten en un modelo para la juventud, tal como lo señalan Pilgrim y Bohnet-Joschko (2019).

Los adultos jóvenes enfrentan exigencias en un mundo fascinado por el éxito individual, el rendimiento y la excelencia, hay tensiones fuertes entre las metas y los logros (Hornstein, 2011). Se enfrentan a diversos fenómenos, como la tendencia a buscar la felicidad como un ideal promovido por las redes sociales, libros de autoayuda, medios de comunicación, series, películas, y la tendencia al consumismo en búsqueda del bienestar, como ya se mencionó con anterioridad.

Tal como afirman diversos autores, los adultos jóvenes tienen que cumplir con ciertas tareas para ingresar al mundo adulto o poder llamarse adultos (Papalia et. al, 2009; Uriarte, 2005; Craig y Baucum, 2009; Zapata et. al, 2002; Feldman, 2007). Por lo tanto, se encuentran en un momento en el que se enfrentan a la dificultad de conseguir los compromisos que ellos consideran deben cumplir (Brunstein, 1993, como se citó en Torres et. al, 2013). Se dedican a adquirir roles que requieren tener como adultos, de acuerdo a lo que la sociedad determina (CELADE, 2000).

Los adultos jóvenes se enfocan al cumplimiento de logros a mediano y largo plazo, logros relacionados con la carrera, la familia y exigencias de la sociedad, esto conlleva a la etapa de las responsabilidades asociadas a la vida adulta (Schaie, 1977 citado en Feldman, 2007). La dificultad es que el adulto debe vivir ciertos acontecimientos normativos sociales de acuerdo con Uriarte (2005). Además estos acontecimientos deben ocurrir en un determinado momento, considerado como el momento ideal para que ocurran, esto es a lo que se la ha denominado “reloj social” (Zapata et. al, 2002). Este reloj social indica la edad en la que deben acontecer ciertos hechos, si ocurre antes o después, la sociedad tendrá un juicio al respecto, mismo que llevar al sujeto a sentirse presionado o enjuiciado.

Kokurina y Solina (2014) mencionan que incluso en países donde hay una educación moderna, los jóvenes que ingresan a la vida adulta son uno de los sectores sociales más vulnerables, pues asumirán la vida que les depare su país, y esto es aún más complicado en países subdesarrollados o en donde existen crisis económicas, sociales o políticas. Continúan diciendo que durante crisis sociales y económicas, la idea de felicidad está sujeta a inflación, deflación u otras deformaciones.

La situación socioeconómica en México dificulta el cumplimiento de las tareas o logros de los adultos, pues la situación económica es complicada hablando en términos del ingreso percibido y las condiciones de vida a las que pueden acceder, dependiendo del mismo. Otros factores que acompañan a este primero es el acceso a la educación y la salud, pues menos del 30% de la población puede acceder a una educación universitaria, mientras que poco más del 40% de la población de este sector no tiene acceso a instituciones de salud y, dadas las cifras

tampoco contaría con la economía para pagar un servicio médico en caso de ser necesario, de acuerdo al INEGI (2022).

Por un lado se espera que el adulto logre realizar las tareas propias de la etapa del desarrollo en la que se encuentra, es así que la sociedad deposita determinadas expectativas en él, las cuales no puede cumplir fácilmente por los factores contextuales; con base en lo anterior, se pueden observar distintos productos culturales que inciden sobre la felicidad. Por otro lado existe el discurso de que la felicidad depende de la persona lo que lleva a que el sujeto sea responsable de sus logros y de su felicidad, a la vez que se ve presionado para cumplir con ambas cosas, con situaciones adversas. Habría que identificar entonces lo que el sujeto entiende por felicidad en su contexto o situación social, más que solamente preguntar si es feliz o no, se trata de entender los elementos que toma en cuenta para construir el significado de felicidad que tiene.

Resumiendo entonces, la cultura occidental promueve la búsqueda de la felicidad como el fin más importante de la vida, a través de los medios de comunicación, discursos y publicidad. Esto lo hace desde una perspectiva individual, promoviendo fórmulas para ser felices, sin embargo, en la época posmoderna, no hay significados, verdades o realidad absolutas, por lo que esos discursos no funcionan para todos. Los adultos jóvenes se enfrentan a la difícil tarea de cumplir con ciertas expectativas sociales propias de la edad, sin que las condiciones sociales y económicas sean favorables, lo que puede implicar en ellos ver sus aspiraciones como algo difícil de alcanzar, hecho que puede influir en los significados, imágenes, creencias y actitudes respecto a la felicidad.

1.2 Justificación

Existen diversas investigaciones que miden el Bienestar Subjetivo (BS), Bienestar Psicológico (BP), la satisfacción con la vida o la felicidad, pero pocos estudios profundizan en las significaciones, creencias y prácticas de los individuos respecto de la felicidad. Pocos estudios profundizan en las significaciones, creencias y prácticas de los individuos respecto a la felicidad. En esta investigación se pretende conocer las representaciones sociales acerca de este concepto; es decir, todo lo que asocia el sujeto con la felicidad, en la época posmoderna.

Abordar el tema de felicidad desde otra perspectiva puede aportar elementos que un enfoque individualista no toma en cuenta o no explora. La felicidad desde un enfoque de las Representaciones Sociales, permite estudiar un término difundido por la sociedad, tomando a la misma sociedad como marco de referencia. Este estudio puede ser un punto de partida para que investigaciones posteriores puedan investigar este concepto tomando como base aportaciones teórico-metodológicas que pudieran resultar de este trabajo.

Ante la tendencia por medir los niveles de felicidad o bienestar se recurre a la aplicación de cuestionarios como el *World Happiness Report* aplicado por Gallup (2019), la cual permite tener una idea general del nivel de felicidad de un país. Esta escala mide tres aspectos: evaluaciones de vida, emociones positivas y emociones negativas. Para ello les pide a los participantes que valoren del 0 al 10 que evalúen su vida, si el día anterior sonrió mucho y si disfrutó mucho el día anterior (la respuesta solo es sí o no), y si experimentó el día de ayer preocupación, tristeza e ira. Todo esto es referido por el reporte anual de dicho estudio.

Habría que analizar si las 1000 personas que participaron en el estudio realizado por Gallup conforman una muestra representativa para cada país y si las preguntas que se incluyen en el cuestionario permiten identificar realmente cómo se sienten esas personas o si dependen de la situación en la que están viviendo, por ejemplo, esta misma escala refiere que México en el 2020 bajó de la posición 23 a la 46, de acuerdo a los reportes anuales de Gallup (2021).

Existe otra estadística con el nombre “El barómetro de la felicidad” que se ha realizado en 2012, 2013 y 2015 en Chile por la empresa *Sura Asset Management* en acompañamiento de Tal Ben Shahar de la Universidad de Harvard. Para dicha estadística se utilizan, además de instrumentos cuantitativos, entrevistas para recoger información cualitativa respecto a los aspectos que influyen en la felicidad. Este estudio ubica a México por debajo de El Salvador con un porcentaje del 43% de felicidad, mientras que la encuesta de Gallup (2021), México ha estado por debajo de Costa Rica, Uruguay y Brasil.

En la época posmoderna, no existen verdades ni realidad absolutas, por lo que, los sujetos cuestionados estarían reflejando una perspectiva de cómo se sienten y cómo viven en ese momento, pero cabe la duda de qué es lo que están entendiendo acerca de las preguntas. Pues tal como afirma Cabanas (2019), las personas pueden simplemente sobrevalorar la forma en la que se sienten. Anger (2013) menciona que no se puede tomar literal una calificación solo porque dijeron que sienten bien mencionando un número en una escala, dándole una interpretación literal. Por ello es que se requieren analizar los factores que están detrás de las respuestas que las personas dan cuando se les pregunta del 01 al 10 ¿qué tan satisfechos se sienten con su vida? pues también influye la situación que están viviendo como sociedad.

Como puede observarse, las estadísticas arrojan diferentes datos acerca del nivel de felicidad, en el mismo año, por estudios que han realizado diferentes organizaciones. El problema es que esos niveles se toman como algo acercado a la realidad, cuando los resultados no son tan cercanos entre sí, en lo cual puede interferir la misma construcción de la escala, así como el significado para cada cultura en donde se lleva a cabo. Esto lleva a cuestionar tanto la confiabilidad de las escalas como la veracidad de las estadísticas, pues aún estando en el entendido de que miden lo que dicen medir, cada una considera dimensiones distintas pero los resultados que brindan son presentados de manera similar.

No se pretende hacer una crítica ni quitar validez a los métodos cuantitativos que se han empleado, sino sino enfatizar en la importancia de entender qué factores. Por ejemplo, en el mismo Barómetro de la Felicidad pero de Chile, Browne et al. (2015), realizaron entrevistas a las personas para conocer lo que piensan de la felicidad, y encontraron que tanto el papel de la sociedad es determinante, así como las relaciones personales que mantienen.. Dentro del informe se menciona la importancia de lo individual, pero se sugiere que debe explorarse lo colectivo, puesto que hay elementos contextuales que no se explican. Se hace necesario en un estudio que pretenda comprender la felicidad en un determinado contexto, que aborde el ámbito social.

Mathews (2012), en este sentido argumenta que las mediciones deben ir acompañadas de los elementos contextuales. Es decir, las escalas que miden la felicidad, BS o satisfacción, aportan conocimiento valioso, pero no alcanzan para comprender el fenómeno a nivel social. De acuerdo con Torres et al. (2013), aunque Diener reconoce un elemento cultural del BS o felicidad, es real que hay una separación a nivel epistémico.

En realidad ni siquiera existe un consenso sobre lo que significa la felicidad, pues de acuerdo al idioma, la misma palabra transmite diferentes matices Bok (2010) menciona que las personas tienen dos concepciones de la felicidad, la propia y la de los demás. Es interesante e incluso necesario saber cómo los individuos entienden, pero sobre todo, cómo viven la felicidad. No lo que se dice o se enseña, sino lo que se asocia con la felicidad, qué prácticas propician la felicidad o cuáles se asocian con ella, cuáles son las creencias y si es que se perciben como felices o incluso si pueden alcanzar la felicidad, así como cuál sería la forma en que ellos consideran que se llegue a ella.

No se sabe si en la población mexicana es una meta, un ideal, un valor, o qué es lo que realmente signifique felicidad. Existe una necesidad de estudiar los elementos sociales que influyen en la construcción de los significados de la felicidad en este contexto cultural para comprender cómo se significa, se entiende, pero sobre todo cuál es la realidad que viven los adultos jóvenes desde qué perspectiva están situados.

Todo esto se aborda desde la teoría de las representaciones sociales, en el mismo Barómetro de la Felicidad pero de Chile, Browne et al. (2015), realizaron entrevistas a las personas para conocer lo que piensan de la felicidad, y encontraron que tanto el papel de la sociedad es determinante, así como las relaciones personales que mantienen. Desde su realidad cómo es concebida la felicidad, por lo tanto, se relaciona con las actitudes, y conductas que las personas tienen acerca de la felicidad, esto incluye la búsqueda de la felicidad y las consecuencias de encontrarla o no encontrarla.

Se hace necesario estudiar a la felicidad como fenómeno psicosocial, pues de acuerdo con Moscovici (1985), este enfoque permite conocer las representaciones, actitudes, prejuicios, estereotipos y explorar el aspecto subjetivo de las cosas. Si bien existen estudios de la felicidad subjetiva, se parte de la premisa de que la felicidad es un fenómeno psicosocial. Esta perspectiva lleva a conocer cómo y por qué, a describir fenómenos muy conocidos, identificando las normas que llevan a interpretar la realidad, de acuerdo con el mismo Moscovici.

El estudio de la felicidad a nivel individual es valioso, porque como se verá más adelante la felicidad tiene una gran variedad de significados, vinculados al entorno social. Brinkmann (2020) afirma que las explicaciones de la felicidad se enfocan en el sentimiento en lugar del significado. Es importante conocer cómo es que las personas viven con la felicidad, ya sea que se consideren felices o no. Porque a nivel colectivo no se puede evaluar una verdad, un error o establecer un nivel para medir lo que una persona considera importante, las normas culturales o los símbolos que están a nivel de sociedad y, por ende llegan a nivel individual.

Realizando el ejercicio de búsqueda sobre investigaciones en los distintos sectores de la población, clasificándolos por edades, se pueden encontrar estudios sobre la infancia y la adolescencia, incluso sobre la adultez mayor, pero serán pocos estudios los que podrán encontrarse enfocados a la adultez joven. Se le ha prestado una mayor importancia a otras etapas de la vida o del desarrollo. Este estudio se plantea desde la postura psicosocial, no sólo de la felicidad, sino también de la adultez joven, como el acontecimiento de ciertos sucesos sociales que indicarían la vida adulta. La historia ha demostrado que las realidades cambian, por lo que la adultez debe entenderse también como una construcción y no como una etapa, sobre todo en la situación económica, social, de salud y política en que se vive, pues no se puede aislar al sujeto, sino que forma parte de cómo construye la realidad y cómo se construye a sí mismo como adulto.

Al posicionar este estudio bajo el paradigma constructivista se plantea un conocimiento que no se puede generalizar, sino que se ajusta a un momento histórico y una situación específica. Este estudio aporta entonces la construcción social de un fenómeno que se concibe

tradicionalmente como individual, pensando en la población como una construcción, por lo tanto, se explorará el contexto que construye las ideas que tienen los adultos jóvenes acerca de la felicidad.

1.3 Antecedentes

Recientemente, la felicidad ha sido estudiada desde el punto de vista de diferentes enfoques de la psicología. Tal es el caso de la psicología positiva, que concibe a la felicidad como sinónimo de bienestar subjetivo, bienestar psicológico o satisfacción de vida (Alarcón, 2006), aunque en realidad no hay un consenso en la definición en esta rama. La psicología positiva es la rama de la psicología que más ha realizado estudios referentes a la felicidad, como se verá a continuación.

Algunos autores consideran a la felicidad como sinónimo del bienestar subjetivo (BS) y el bienestar psicológico (BP) (Diener, 1984; Diener et al., 1999; Diener, 2000; Diener et al., 2003, Myers y Diener, 1995; Michalos, 1995, DeNeve y Cooper, 1998 y Argyle, 1993, citado en Gómez 2007). Otros consideran que la felicidad forma parte del bienestar subjetivo (Alarcón, 2000; Gómez et al. 2007; Alarcón, 2006), es decir como un elemento que lo conforma, y no como sinónimo. Por otro lado, Cuadra y Florenzano (2003), mencionan que la felicidad engloba al BS y la satisfacción vital, por lo tanto, incluye las dimensiones afectivas y cognitivas del sujeto.

Otros autores incluyen en la definición a la satisfacción o bien entienden a la felicidad como la satisfacción con la vida (Ferré et. al, 2010; Gerstenblüth y Triunfo, 2008; Clark y Oswald, 1994; Blanchflower y Oswald, 2000 citado en Stevenson y Wolfers, 2008; Frey y Stutzer, 2002; Alarcón, 2000, Veenhoven, 1984; Galindo, 2019, Rodríguez et. al, 2017, Veenhoven 2015). Todas las concesiones mencionadas provienen de la psicología positiva.

Siguiendo esta línea, donde se consideran sinónimos, la felicidad, el BS, el BP y la satisfacción, hay diversas investigaciones que se han realizado acerca de la felicidad. Estos son algunos ejemplos de la felicidad en relación con otras variables: en Sudamérica se ha investigado sobre las actividades culturales y la felicidad (Gerstenblüth et al. 2016), gratitud

y felicidad (Alarcón y Caycho, 2015), identificación de variables que se asocian con la felicidad (Alarcón, 2000), optimismo y autoestima como predictores del BS (Moreno y Marrero, 2015), satisfacción vital relacionado con el BS en la vejez (Satorres, 2013), factores predictores del BS (Gómez et al., 2007).

Estudios relacionados con la salud se puede encontrar a Gerstenblüth et al. (2008), quienes estudiaron la relación de la salud y la felicidad, Castillo et al. (2017), investigaron la relación del humor y el BS, y su impacto en la salud, Ryff et al. (2004) que estudiaron la relación de la salud mental con el BS. En el área laboral se puede encontrar el estudio de la felicidad y satisfacción laboral (Roa y Avedaño, 2020; Galindo, 2019). Mientras que en la economía se pueden encontrar estudios de la influencia de los ingresos económicos en la felicidad o el BS (Gerstenblüth et al. 2013; López y Silva, 2010; Ferré et al. 2010; Poveda, 2017; Easterlin, 1974; Biswas y Diener, 2001; Biswas y Diener, 2002; Klingemann, 2000; Venhooven, 1991).

En México se han realizado estudios de la felicidad relacionada con sus mediadores (Sánchez y Méndez, 2011), la buena vida y el carácter (Gongora et. al 2019), factores sociodemográficos del BS (González y Marrero, 2017). Cabe mencionar que todos los estudios mencionados anteriormente, se han realizado mediante métodos cuantitativos. De hecho, Carrillo et al. (2017) realizaron un análisis sobre estudios acerca de la felicidad en donde corroboraron que gran parte de las investigaciones son cuantitativas, con un enfoque individualista.

En cuanto a investigaciones realizadas con jóvenes, se pueden encontrar estudios acerca de las dimensiones del BS en estudiantes universitarios (Negrón et al., 2014), felicidad y su relación con el optimismo (Caycho y Castañeda, 2015; Carver et al., 2010), el impacto de la felicidad en la modificabilidad cognitiva (Kohler, 2004), emociones positivas y su influencia en la satisfacción de vida (Cohn et al., 2009), Tomy y Cummins (2010) estudiaron el bienestar subjetivo en adolescentes, y las atribuciones que las personas hacen a la felicidad (Alejos, 2018). Todos los estudios anteriores tienen un enfoque cuantitativo. Mediante el enfoque cualitativo, se estudió el concepto de felicidad en jóvenes (Mercado, 2014), encontrando elementos que los jóvenes asocian con la felicidad como familia, amigos, hacer lo que les gusta, distinguiendo además entre estado y sentimiento. Mediante un método mixto

Pilgrim y Bohnet (2018) estudiaron cómo los *influencers* Inciden en las ideas que tienen los adolescentes acerca de lo que deben ser y hacer para tener un bienestar, con las publicaciones que realizan.

Se pueden encontrar estudios relacionados con la construcción o validación de escalas que miden factores asociados con la felicidad, Bienestar Subjetivo o satisfacción con la vida (Omar et al. 2009; Rodríguez et al., 2017; Toribio et al., 2012; Figueiredo et al., 2012; Vera y Cellis, 2010; Alarcón, 2006; Auné et al., 2016; Veenhoven, 2004; Cantril, 1965; Lucas et al., 1996; Javaloy, 2007; Gurin et al., 1960; Lyubomirsky y Lepper, 1999; Andrews y Withney, 1976; Kahneman, 1999; Kahneman y Krueger, 2006; Ryff y Keyes, 1995), por mencionar solo algunos ejemplos. En realidad, existen múltiples escalas que buscan medir el nivel de felicidad, incluso organismos como la OCDE y la ONU apoyan a medir los niveles de felicidad y BS (Beytía y Calvo, 2010). Existen además encuestas que se enfocan a preguntar por la satisfacción de vida que las personas tienen, como el Latinobarómetro (Latinobarómetro, 2021) o la escala Gallup (Gallup, 2019, 2021), que se mencionaron con anterioridad.

Desde el área de la psicología social, se han realizado estudios relacionados con la resiliencia (Gómez et al., 2014), que, aunque emplearon una metodología cuantitativa, encuentran necesaria la exploración de las representaciones sociales pues encontraron que la marginación no se relaciona con la felicidad aunque sí con la resiliencia. Díaz et al. (2018), también con un enfoque cuantitativo, encontraron que variables asociadas con la felicidad están influidas por el lugar de origen.

Por su parte Carrillo et al. (2015), realizaron un análisis de artículos científicos, en donde encontraron que la dimensión colectiva ha sido tomada en cuenta muy poco por los investigadores de la felicidad. México Nava y Ureña (2016), estudiaron el significado de la felicidad para adolescentes mexicanos, mediante una metodología cualitativa, encontrando que la felicidad tiene que ver con atributos personales como la salud y afectos positivos, así como que las relaciones personales tienen un impacto importante en la felicidad.

Sosenski y López (2013), estudiaron la construcción visual de la felicidad y la influencia de los anuncios publicitarios, encontrando que la publicidad influye en los imaginarios y las representaciones sobre lo que significa una vida familiar feliz. Plazas (2020) mediante las representaciones sociales encontró que los jóvenes identifican componentes y tipos de felicidad, definen la felicidad desde la emocionalidad positiva, el sentirse bien, la realización, plenitud, bienestar, disfrute de la vida y la satisfacción afectiva. Mientras que Thoilliez (2011), encontró que la felicidad representa un regalo o una meta a alcanzar, pero siempre vinculada con las relaciones sociales y la satisfacción con ellas, así como una forma de crecer como persona.

Hantá (2012), investigó la representación social de la felicidad y su relación con la publicidad comercial, encontrando que los participantes experimentan la felicidad como sentirse bien, haciendo lo que les gusta, sin preocupaciones, rodeados de la gente que quieren, mientras que de la publicidad comercial entienden como felicidad la comodidad, la calidad, el placer, el respeto por uno mismo y la recompensa que viene después de comprar algo. Alférez (2016) por su parte, estudió los relatos de militares y personas fuera del servicio militar respecto a la felicidad y el conflicto armado, encontrando que aún en condiciones postguerra, los colombianos consideran que tienen razones para ser felices.

Kokurina y Solina (2014) realizaron un estudio en 34 países en el que se les pidió a los participantes que dijeran 10 palabras con las que asociaban la felicidad, encontrando elementos en común, pero distintos, concluyendo que la cultura influye en la forma que se concibe la felicidad. Mientras que Anibe y Ome (2016) al estudiar representaciones sociales de la felicidad encontraron que la felicidad se compone de 11 áreas: subsistencia, reproducción, seguridad, afecto, comprensión, participación, ocio, espiritualidad, creatividad/expresión emocional, identidad y libertad.

Rodríguez Araneda (2012), estudió la representación de felicidad en estudiantes y profesionales de educación y salud de Chile e Italia concluyendo que los significados sobre felicidad influyen en las experiencias, su interpretación, los juicios de vida y la orientación del proyecto vital de las personas. Posteriormente en 2013, estudió la representación social de la felicidad en relación con sus experiencias de vida, encontrando que la felicidad es

atribuida a condiciones externas (como el afecto y la libertad) y condiciones internas (habilidad para estar bien y tener buenas relaciones personales, así como para construir pensamientos positivos).

Respecto a los estudios relacionados con la adultez, se puede encontrar a Acapuri (2019) que encontró que la espiritualidad se relaciona con la felicidad en jóvenes y adultos de comunidades religiosas. Por su parte, Moyano et. al (2016) construyeron un instrumento para medir la felicidad en adultos, sin embargo esos adultos se encuentran en edad universitaria. Mientras Saavedra (2020), encontró que la felicidad se asocia con el sexo, estado civil, pobreza y el nivel de instrucción.

Barriga (2022) encontró una asociación de la satisfacción laboral con la felicidad, estudiando adultos y jóvenes. Por su parte, Rebagliati (2020) estudió adultos emergentes, encontrando una relación entre la inteligencia interpersonal y su felicidad. Ortiz et. al (2013), realizaron un análisis de las propiedades psicométricas de la escala de felicidad subjetiva en jóvenes y adultos, calificándolo como un instrumento confiable para estudiar la felicidad.

En México, Chávez-Amavizca et al. (2019) encontraron una correlación negativa entre el estrés percibido y la felicidad en adultos de 44 años en promedio. Finalmente, Hernández et. al (2017) investigaron mediante una metodología cualitativa el significado de la felicidad en personas de entre 24 y 88 años, encontrando que la felicidad es representada como tranquilidad y alegría.

Como puede observarse, la mayoría de los estudios son de tipo cuantitativo, y de hecho se mencionaron solo los estudios revisados, porque hay un gran número de estudios que no se revisaron por ser similares, ya sea que relacionan la felicidad con alguna otra variable o porque se tratan de estudios cuantitativos, que estudian el BS o el BP. No es el mismo caso en los estudios cualitativos, pues son una minoría. De la misma forma, son pocos los estudios que han estudiado el fenómeno mediante una perspectiva psicosocial. Por ello es que se pretende investigar desde la perspectiva psicosocial, en el contexto específico antes planteado, pues favorece un acercamiento con el objeto de estudio. Finalmente, el estudio también aborda a una población (adultos jóvenes) que no ha sido abordada con la misma frecuencia que otros momentos de la vida.

1.4 Preguntas de Investigación

Todo lo anterior mencionado da como lugar la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo se construyen las representaciones sociales que tiene un grupo de adultos jóvenes de Morelia, Michoacán sobre la felicidad?

Algunas preguntas que apoyarán a contestar la pregunta central son:

¿Cuáles son las imágenes y creencias que los adultos jóvenes tienen acerca de la felicidad?

¿Cuáles son las prácticas que los adultos jóvenes asocian con la felicidad?

¿Cuál es el significado de la felicidad para los adultos jóvenes?

1.5 Objetivos

Objetivo general:

Conocer cómo se construyen las representaciones sociales que tienen los adultos jóvenes acerca de la felicidad.

Objetivos particulares:

- Identificar cuáles son las imágenes, creencias y actitudes que tienen los adultos jóvenes sobre la felicidad
- Identificar cuáles son las prácticas que se asocian con la felicidad que tienen los adultos jóvenes
- Analizar los significados asociados con la felicidad que tienen los adultos jóvenes

1.6 Supuestos

- La felicidad es un fenómeno social que se construye a partir de la interacción del sujeto con su entorno social.
- Una persona se considera feliz cuando su realidad se ajusta a la representación social que tiene acerca de la felicidad.
- Las representaciones sociales de felicidad que tienen los participantes contienen elementos aprendidos a partir de la información disponible de la felicidad difundidos por la sociedad.

Capítulo 2. Marco Metodológico

2.1 Estrategia Metodológica

Para la finalidad de este proyecto se realizó una investigación cualitativa, puesto que lo que se pretendió fue profundizar en los significados de la felicidad en un contexto en una población determinada. Para Taylor y Bogdan (1984), la metodología cualitativa produce datos descriptivos por medio de las palabras de las personas, habladas o escritas. Para Taylor y Bogdan la metodología cualitativa desarrolla conceptos y comprensiones partiendo de los datos, desde una postura holística, tratando de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas.

Báez y Pérez (2014), mencionan que la metodología cualitativa es multiparadigmática, multimetódica, ecléctica, empírica y pragmática. Estos mismos autores afirman que la finalidad de la metodología cualitativa es comprender los fenómenos, estudiando las diferentes realidades desde su propio contexto, y que además es inductiva, explicativa, interpretativa y holística. Todas estas características son las que definen que este estudio sea bajo este enfoque, pues pretende conocer prácticas, imágenes, actitudes, significados y creencias.

2.2 Paradigma Epistémico

El paradigma epistemológico de este proyecto es el construccionismo. De acuerdo con Guba y Lincon (2002), este paradigma es relativista, transaccional, subjetivista, e interpretativo. Trabaja con construcciones que no se asumen como verdaderas en sí mismas, sino que es una realidad de acuerdo con el contexto. Si bien la realidad existe, esta se encuentra representada de múltiples formas en las construcciones mentales de los individuos (Ramos, 2015). El investigador y el sujeto crean el conocimiento por medio de su interacción, este conocimiento no es generalizable (Guba y Lincon, 2002), el investigador construye teoría a partir la información que el sujeto aporta.

El investigador pretende comprender la construcción mental que tiene un sujeto de acuerdo con un determinado fenómeno, aunque puede encontrarse con diversas construcciones del mismo fenómeno. El investigador funciona como un facilitador para que el sujeto pueda mostrar la forma en la que construye su realidad y acumula conocimiento, realizando construcciones mejor informadas y más sofisticadas (Guba y Lincon, 2002). Para este paradigma el saber del mundo real se construye con base en el interaccionismo social (Berger y Luckman, 1966, citado en Sale et al., 2002).

2.3 Fundamento Teórico

La teoría que fundamenta este proyecto es la Teoría de las Representaciones Sociales (TRS). Las representaciones sociales (RS) incluyen, dice Moscovici (1961), producciones intelectuales y sociales, mitos, juicios, opiniones e imágenes, pero no serían reproducciones ni copias fieles de lo que hay en el ambiente, sino que se trataría de un proceso en el que el sujeto participa con sus experiencias. Las representaciones sociales preparan al sujeto para la acción, de manera que las representaciones guían el comportamiento, pero este comportamiento está ligado al objeto, por lo que el estímulo no desencadena una respuesta, sino que se dan al mismo tiempo. La conducta no es una reacción sino, que el estímulo está determinado por la respuesta. Al respecto, Jodelet afirma que las RS son:

“Imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso, dar un sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que ver; teorías que permiten establecer hechos sobre ellos” (1986, pp. 472).

La representación social surge de la historia que vive todo un grupo social, de la cultura en que está inmersa la persona, así como del círculo social en que se mueve y de su historia personal (Plazas, 2020). Araya (2002), menciona que se trata de lo que se sabe, lo que se cree, cómo se interpreta y la forma en que se actúa con esa interpretación, esto implica creencias compartidas y valores, que conforman la identidad de la propia sociedad. La representación social, por sí misma, incluye imágenes, significados, creencias, prácticas y actitudes, por lo que el Constructivismo es el paradigma que permite identificar estos

elementos. Permite conocer, cómo a través de la interacción con otros sujetos, las personas construyen esa idea de la felicidad que tienen, a la vez que permite conocer cómo la viven.

2.4 Participantes

Inicialmente se consideraron personas que tuvieran entre 25 y 35 años, sin embargo, conforme se fue analizando la información surgieron algunas hipótesis respecto a la edad de las personas, por ejemplo que las personas dependiendo de su edad viven una realidad diferente debido a los acontecimientos vividos; por lo tanto la perspectiva y lo que puede causarle felicidad puede diferir. Por lo que al final se integraron participantes que tuvieran menos de 25 años, así que la población final incluye adultos jóvenes en edades entre los 20 y 35 años que cumplieran con los 5 acontecimientos que mencionan Shaie y Willis (2003) que conforman la vida adulta; es decir: la finalización de la formación académica y profesional, el trabajo y la dependencia económica, vivir independientemente respecto a los padres, y la conformación de la familia.

Dada la necesidad de entender las RS en personas adultas que no cumplieran con dichos requisitos o eventos sociales, se optó por integrar a personas que no hubieran logrado aún por lo menos dos de esas condiciones. De esta manera podría identificarse si hay diferencias en las RS de personas que ya han logrado esas “tareas sociales” en comparación con personas que no lo han logrado.

Lo anterior dio lugar a la conformación de dos grupos de participantes, uno que cumpliera con las cinco características propuestas por Shaie y Willis, y otro en el que los participantes no tuvieran al menos dos de esas características. La población total estuvo conformada por 12 personas, 6 en cada uno de los grupos. El sexo de la persona no es influyente en la investigación, por lo cual no se hace mención de ello. Lo que si es importante mencionar es que todos los participantes tienen distintas ocupaciones debido a que, algunos estudiaron hasta el nivel universitario, mientras que otros quedaron solamente a nivel bachillerato. Las características de los participantes se pueden identificar en las tablas 1 y 2.

Tabla 1

Características de los participantes del grupo 1

Participante	Edad	Formación académica	Nivel educativo	Ocupación	Familia	Independencia económica	Vivienda	Trabajo
IS	30	Ing. Química	Estudia doctorado	Profesor y estudiante	X	X	X	X
JA	29	Química	Licenciatura	Laboratorista	X	X	X	X
EL	27	Turismo	Especialidad	Organización de eventos	X	X	X	X
PA	35	Comunicación	Especialidad	Profesora y conferencista	X	X	X	X
Os	34	Historia	Licenciatura	Profesor	X	X	X	X
BR	30	Medicina	Especialidad	Médico especialista	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia

Los participantes del primer grupo cumplen con los criterios mencionados, tener entre 20 y 35 años de edad, tener una carrera universitaria, que hubieran conformado ya una familia, sea que tuvieran hijos o no, que vivieran en casa independiente (propia, prestada o alquilada), independencia económica y que tuvieron un trabajo, que en este caso se trata de personas que trabajan en un empleo relacionado directamente con sus estudios. Solo dos de los participantes tienen un nivel educativo de licenciatura, mientras los otros 4, tienen algún posgrado o especialidad. Únicamente dos de los participantes tienen hijos, mientras los demás mantienen una relación estable con su pareja, ya sea que estén casados o no, pero viven juntos.

Tabla 2

Características de los participantes del grupo 2

Participante	Edad	Formación académica	Nivel educativo	Ocupación	Familia	Independencia económica	Vivienda	Trabajo
DA	29	Docencia	Licenciatura	Educadora	—	X	—	X
IT	26	Arquitectura	Licenciatura	Arquitecta	—	X	—	X
SE	27	_	Preparatoria	Empleada en fábrica	X	X	—	X
RE	28	Psicología	Licenciatura	Ama de casa	X	X	—	—
MI	24	_	Preparatoria	Ventas	—	X	—	X
JO	21	_	Secundaria	Ventas	—	X	—	X

Fuente: elaboración propia

Los participantes del grupo dos, como puede observarse la mitad no cuentan con estudios universitarios, cuentan únicamente con una escolaridad medio superior. Dos participantes ya han conformado su familia, ambas tienen ya hijos. En cuanto a la independencia económica, se puede decir que 4 de lo han logrado, mientras otros 2 lo han logrado parcialmente puesto que aun reciben apoyo de los padres en ocasiones. Los 6 participantes de este grupo viven en casa de sus padres y solo una de ellas es ama de casa. Es importante mencionar que tantos los participantes del primero como del segundo grupo viven en la ciudad de Morelia. Las condiciones contextuales se abordarán en el capítulo 5, dedicado a describir las condiciones en las que viven los adultos jóvenes en México.

2.5 Selección De Los Participantes

La selección de los participantes se realizó por conveniencia. Tal como dice Mendieta (2015), este método se utiliza cuando no se sabe cuántos sujetos pueden tener el fenómeno de interés y se recurre a los sujetos que se encuentren; se utiliza en fenómenos muy frecuentes, pero no visibles. Este tipo de muestreo permite establecer diferentes etapas de selección de la

muestra, como es el caso de este estudio, pues se fueron estableciendo participantes en la medida en que iba surgiendo para explorar información respecto a temas que fueron surgiendo.

2.6 Método de recolección de la información

Para esta investigación se utilizó la entrevista a profundidad, que es definida por Taylor y Bogdan (1984) como reiterados encuentros cara a cara entre informantes e investigador dirigidos a comprender perspectivas de los informantes respecto a sus propias vidas o experiencias, expresadas en sus propias palabras. Taylor y Bogdan afirman que es más una conversación entre iguales que un intercambio formal de preguntas y respuestas. En esta entrevista, si bien se tiene un guión, este es flexible, puesto que se realizan varios encuentros con los informantes, con la finalidad de que se obtenga toda la información requerida para la investigación. La entrevista puede encontrarse en el Anexo 1.

Álvarez (2003) menciona que la entrevista a profundidad busca entender el mundo desde la perspectiva del entrevistado, para desmenuzar los significados de sus experiencias. Mientras Vela (2013), explica que la entrevista sirve para la reconstrucción de eventos que permitan comprender la interacción del sujeto con su entorno, tanto la subjetividad como su relación con el contexto. Vela (2013) menciona que esta entrevista, dado que no tiene un protocolo específico, permite crear un ambiente de mayor comodidad para que el participante hable libremente.

Debido a que se pretende profundizar en la representación social que tienen los participantes acerca de la felicidad, la entrevista permite explorar de manera amplia el contexto desde el cual el participante construye su realidad referente a la felicidad. El hecho de que se realicen varios encuentros facilita el que el participante pueda compartir la información requerida. Las entrevistas se realizaron tanto en modalidad presencial como virtual, por medio de la plataforma de Meet, dependiendo de los deseos y las posibilidades de los participantes.

2.7 Análisis de la información

La estrategia de análisis de la información obtenida a través de las entrevistas, fue con la teoría fundamentada, de acuerdo con Vasilachis (2006), esta consta de dos estrategias: el método de la comparación constante y el muestreo teórico. Soneira (2006) nos dice:

“A través del método de la comparación constante el investigador recoge, codifica y analiza datos en forma simultánea, para generar teoría. Es decir, estas tareas no se realizan en forma sucesiva sino simultánea, y no están dirigidas a verificar teorías, sino sólo a demostrar que son plausibles. Esto, a su vez, se realiza a través de dos procedimientos. Ajuste: las categorías deben surgir de los datos y ser fácilmente aplicables a ellos; y Funcionamiento: deben ser significativamente apropiadas y capaces de explicar la conducta en estudio” (p. 155).

Es la misma Soneira (2006) quien explica el muestreo teórico al afirmar:

“Por el muestreo teórico el investigador selecciona casos a estudiar según su potencial para ayudar a refinar o expandir los conceptos o teorías ya desarrollados. La «saturación teórica» significa que agregar nuevos casos no representará hallar información adicional por medio de la cual el investigador pueda desarrollar nuevas propiedades de las categorías” (p. 156).

La teoría fundamentada es entonces un tipo de estudio que permite al investigador generar teoría a partir de la información que provean los participantes. Para el análisis de la información se siguió la metodología propuesta por Strauss y Corbin (2002), en la que proponen analizar la información a través de una codificación abierta, codificación axial y selectiva, por medio de las técnicas de comparación constante, de manera que sea posible generar categorías para clasificar la información de acuerdo con su relación. Esto con la finalidad de compararlo con teoría existente, siempre y cuando se enfoque en explicar el fenómeno de interés. Para este proceso debe haberse seleccionado a una población que justamente pueda ser sujeta a estudiar el fenómeno de interés.

Debido a que se pretende entender el concepto que las personas tienen acerca de la felicidad, pero además cómo llegan a ese concepto, se utiliza este método, ya que permite conocer cómo el sujeto construye la representación social de la felicidad. La Teoría fundamentada

también nos permiten saber cómo se construye esa representación y los factores sociales o ambientales que forman parte de esa representación.

2.8 Procedimiento

Aunque se mencionó que la población final estuvo constituida por 12 personas, lo cierto es que se realizaron 3 acercamientos a la población: un sondeo, una prueba piloto y el estudio en sí. Sólo se reporta el tercer momento o el estudio. El primer acercamiento se realizó con una entrevista semi estructurada para obtener información acerca de los temas que los participantes mencionaban respecto a la felicidad, estas entrevistas se realizaron a 5 personas, aunque sirvieron como un primer acercamiento general a la población.

Un segundo momento fue el análisis de la entrevista, comparando el contenido de las preguntas, con investigaciones tanto cuantitativas como cualitativas, para tomar en cuenta elementos considerados como indicadores o factores asociados a la felicidad. Una vez re-estructurada la entrevista y complementada, se realizaron dos entrevistas piloto, con la finalidad de observar la comprensión de las preguntas y el tiempo aproximado de la entrevista.

El tercer momento llega con la aplicación de la entrevista a la población planteada. Aunque se considera un solo momento de la investigación, lo cierto es que luego de aplicar las primeras 8 entrevistas se procedió a un análisis previo de la información, para identificar las RS de los participantes, así como identificar temas donde se requiriera explorar o bien, profundizar. Por lo que al final se optó por implementar otras 4 entrevistas con personas que tuvieran condiciones que no habían sido consideradas. Estos elementos fueron, entrevistar a personas menores a 25 años pero mayores de 20, que tuvieran una economía considerada como media baja, y que tuvieran un estilo de vida distinto a los demás. Esto se realizó para comprobar la hipótesis acerca de que la felicidad de un adulto puede estar influida por los el cumplimiento de las expectativas sociales, así como las vivencias propias de su edad.

Para el análisis de datos se siguió el proceso que proponen Strauss y Corbin (2002), por lo que se realizaron los siguientes pasos:

- *Codificación abierta:* conceptos que surgen de la teoría previamente revisada, o bien de los mismos discursos que los participantes expresaron pero relacionándose con la teoría existente, a manera de etiquetas que, de acuerdo con Strauss y Corbin, se trata de representaciones abstractas de acontecimientos, acciones o interacciones que el investigador considera significativos. Para ello se utilizaron memorandos, que son notas para escribir conceptos, ideas o preguntas que surgen en el investigador durante el proceso de análisis.
- *Método de comparación constante:* se identificaron conceptos o temas que luego son comparados con el contenido de otros discursos de los participantes. Estas comparaciones pudieron establecerse con discursos del mismo sujeto, o bien con la comparación con los discursos de otros participantes, permitiendo identificar similitudes y diferencias a un nivel más profundo que lo que se pudiera hacer en una revisión inicial.
- *Microanálisis:* examinación y la interpretación de los datos de manera minuciosa. Dichos datos se separaron y trabajaron mediante cuadros, palabras, frases y oraciones. Para ello se realizaron comparaciones sobre las propiedades y las dimensiones, de manera que se pudo formar un esquema interpretativo, con la finalidad de comprender cómo se estaban interpretando ciertos acontecimientos.
- *Método de comparación teórica:* la comparación ya no solo con la información obtenida de los participantes, sino la comparación con conceptos teóricos existentes, como lo dice su nombre en la teoría. Este método permitió, como lo mencionan las autoras, formular preguntas para identificar en que categoría se podía ubicar un discurso o si difería de dicho concepto.
- *Codificación axial:* se trató del proceso de re-agrupación de las categorías previamente establecidas, mediante la comparación entre la información con la finalidad de encontrar relaciones y semejanzas entre categorías, lo que dio lugar a subcategorías.

- *Codificación selectiva*: fue un proceso de jerarquización y esquematización de la información, de manera que se descubrieron las categorías centrales, integrando a las demás categorías, formando así la teoría.
- *Muestreo teórico*: es el proceso antes explicado en el que se acudió a nuevos participantes que pudieran aportar o complementar la información y/o comprobar supuestos que surgieron del análisis de la información
- *Escritura del informe*: se trata de la redacción de este documento.

2.9 Consideraciones Éticas

Antes de iniciar la entrevista se especificó a los participantes que sus datos personales referentes a su identidad no serían revelados, que la investigación tenía como único fin la divulgación científica, por lo que eran libres de contestar o no contestar si algo no les parecía adecuado o les incomodaba, que podían abandonar la fase de la entrevista si ellos lo decidían, que al término de la investigación recibirían una devolución de los resultados. Se especificó que era posible que se le contactara en alguna ocasión para profundizar en algún posible tema que pudiera quedar poco claro, o se requiera mayor información.

Capítulo 3. Aproximaciones al concepto de Felicidad

Definir la felicidad no es una tarea sencilla, pues es un concepto que ha tomado múltiples acepciones de acuerdo con la disciplina y al momento histórico en que se aborde. Sin embargo, para entender a lo que se hace referencia cuando se habla de felicidad resulta necesario comprender la concepción que se ha tenido a través del tiempo, así como las diferentes acepciones que se tienen actualmente.

El objetivo de este capítulo es comprender cómo ha sido concebido a través de la historia el concepto de la felicidad. Por ello, a continuación, se explicarán dichas concepciones, que si bien, no son todas, son algunas de las más representativas, y las que, para fines de esta investigación son relevantes, desde su origen en la filosofía, pasando por la modernidad desde la postura individual, hasta llegar a una perspectiva en la posmodernidad.

3.1 Historia del concepto de Felicidad

3.1.1 Concepción de la Felicidad en la Grecia Antigua

De acuerdo con Sánchez y Méndez (2011) de las primeras concepciones de felicidad se le atribuye a Tales de Mileto (624-546 a.C.) quien ya hablaba de las virtudes del ser humano para llegar a la felicidad, siguiéndole Demócrito (460-370 a.C.), quien realizó algunos aportes sustanciales a este concepto. Sócrates asociaba la felicidad con el conocimiento pues, el conocimiento es virtud y la virtud lleva a la felicidad, consideraba que la felicidad se encuentra en tres elementos: dominio de sí, libertad interior y autosuficiencia o sabiduría (Latorre, 2018), el bien más grande al que puede aspirar un ser humano es la felicidad (Alejos, 2018).

Platón en cambio habla de una felicidad a la que sólo se puede acceder si el hombre vive de acuerdo a su verdadera naturaleza, y esto es, mediante la razón (Margot, 2007), sin embargo, también concibió una dificultad del alma para poder alcanzar la virtud y la felicidad (Latorre, 2018). Zenón de Cito (334 a. C. – 260 a. C) sostenía una idea similar, pues pensaba en que el bien y la felicidad dependen de la comprensión de la naturaleza y del universo, lo que

llevaría a la sabiduría. De acuerdo con Latorre, la virtud era considerada como la realización de la excelencia, por tanto, se relacionaba la virtud con lo moral, pues es algo bueno o excelente para la sociedad.

Epicuro mantuvo una acepción similar a Platón, una felicidad basada en la razón y la voluntad libre, pero además sostenía que la supresión de los estados de desasosiego, de ansiedad, de temor y de dolor, conducen al placer duradero, material y espiritual. Margot menciona que Horacio, discípulo de Epicuro, lo plasma en una frase que perdura en la actualidad, *Carpe diem*, se debe gozar el presente, disfrutar el momento, ahí está la felicidad. Epicuro plantea la propuesta hedonista entonces, en la que la felicidad se busca a través del placer (Alejos, 2018), y dado que la finalidad de la vida es la felicidad, hay que evitar lo contrario, el sufrimiento y los estados desagradables.

Aunque ya se ha mencionado el término felicidad, no es hasta Aristóteles que se identifica dicho término. Margot (2007) explica que fue Aristóteles el primer filósofo que realizó aportes al término de felicidad, cuyo legado perduró varios siglos, e incluso en la actualidad, perdura su influencia. Aristóteles (384-322 a.C.), planteó que el fin último del ser humano es la felicidad, dicha felicidad estaría en la manera de ser conforme a los valores que se plantean en cada cultura. Para Aristóteles, se eligen valores y virtudes porque se cree que, a través de ellas, se puede lograr la felicidad.

Alejos (2018) menciona que para Aristóteles la vivencia de la felicidad sería el objetivo fundamental de una persona sabia y coincide con Margot al decir que todo individuo es feliz cuando hace el bien. A través de la ética, entonces el ser humano podría llegar a la perfección gracias a la moral, esto lo llenaría de goce; esto es a lo que se le llamaría *eudemonismo* (Margot, 2007). Este fue la perspectiva más aceptada durante el mundo helénico, pues se promovía y se anhelaba la felicidad a través de la virtud, de acuerdo con Alejos.

La escuela Estoica habla de la felicidad, se fundamentaba en una idea similar a la de Platón y Epicuro. El mundo es racional y se debe seguir la naturaleza establecida, la virtud existe cuando se identifican las cosas que dependen de una persona y cuando no dependen de ella

(Margot, 2007) Así se llega a la virtud, y dado que la virtud sigue lo bueno, lo ético y lo moral, es así como una persona encuentra la felicidad.

Latorre (2018) explica que, para los estoicos, la felicidad consiste en poseer la sabiduría y la virtud, por lo tanto, la salud y los bienes materiales pueden ser buenos en la medida en que ayuden a practicar la virtud. Entre los estoicos destaca Epicteto (50-120 d.C.). Epicteto estudió la autonomía personal y la libertad como fuentes de la moralidad, distingue lo que está en el poder de la persona (la actitud) y lo que no depende de ella (el éxito). Bok (2010) refiere a Séneca como otro estoico importante, que enseñó a limitar los deseos, curar el miedo a la muerte y procurar una vida serena para llegar a la felicidad.

Hasta ahora, como se puede observar, la filosofía antigua ve en las virtudes la felicidad, el ser humano debe conocer lo bueno, lo ético, lo moral, hacer el bien, puede llegar a la verdad, por supuesto utilizando su razón; entonces puede experimentar el placer, por lo tanto, la felicidad. Se distingue también lo bueno de lo placentero, es decir el eudemonismo del hedonismo. Aunque es importante mencionar que tuvo una mayor aceptación el eudemonismo, por lo que la búsqueda de la felicidad se asocia principalmente por la búsqueda del bien.

3.1.2 Algunas concepciones de la Felicidad en la Edad Media

Según Margot, durante la edad media, hablando del cristianismo, la búsqueda de la felicidad se dirige hacia perseguir la idea de un retorno al paraíso del que fueron despojados por el pecado original. La felicidad seguiría estando entonces, en practicar el bien, ser buenos y seguir la verdad, en este caso es la verdad que está plasmada en el libro sagrado de su religión. Aunque San Agustín (354 D.C – 430 D.C) habla ya de la felicidad como algo que cada quien consigue en el curso de su vida. El concepto cristiano de la felicidad se opone al principio hedonista, concibiendo a la felicidad como la tranquilidad, apartarse de los impulsos y los placeres, hacer el bien y respetar los santos cánones en la medida de lo posible (Hantá, 2010).

Bok (2010) explica que Tomás de Aquino postula una visión basada en la concepción de San Agustín en el siglo XIII, afirmando que la felicidad no depende de la riqueza, fama, honor, poder, salud o placer, sino que cada individuo puede contribuir a su propia felicidad. Nuevamente es en la virtud en donde se puede encontrar la felicidad. Esta tendencia continúa hasta el siglo XVII, pues Descartes y Séneca continúan con la tradición de buscar en las virtudes, en practicar y buscar el bien, la felicidad. Bok cita a Séneca, explicando que los individuos que más se preocupan por la riqueza, son menos felices que los que viven los valores para hacer el bien a los demás.

Descartes sigue este camino pero hace ya una distinción entre ventura o dicha, y la felicidad o beatitud. De acuerdo con Descartes, la dicha depende de cosas fuera de nosotros, mientras que la felicidad consistiría en un espíritu contento y en la satisfacción interior. Descartes sería el primero en nombrar a la satisfacción como una sensación que se asocia con la felicidad, pues si bien, los demás filósofos quizá la tomaban en cuenta, Descartes la nombra como parte de la felicidad. Mientras Pascal pensaba la felicidad como una ilusión que los hombres se metían en la cabeza para no pensar en la miseria, muerte e ignorancia (Bok, 2010).

La felicidad comienza a formar parte no solo de la filosofía y de la religión, sino parte de la política. Por ejemplo, Estados Unidos en 1779 integra a la felicidad como parte de su Declaración de Independencia, la búsqueda de la felicidad se establece como un derecho (Hantá, 2010). Una década después se integra la misma idea en Francia en 1789, como producto de la Revolución Francesa al realizarse la Declaración de Derechos Humanos y Ciudadanos, de acuerdo a Hantá. Entonces la felicidad pasa a ser parte del estado, en la búsqueda del bienestar de los ciudadanos pertenecientes a su nación y John Stuart Mill (economista) a mediados del siglo XIX, propone una perspectiva utilitarista en la que la felicidad debería ser para el mayor número de personas posibles.

Una visión distinta es la de Kant pues en 1780, quien pensaba que la felicidad no se podía alcanzar en la Tierra, sino después de la muerte; es una visión similar a la religión, pues pensaba que era conveniente obrar de acuerdo a lo moral pues existe la posibilidad de que todo lo realizado en la vida se recompensaría en la muerte, aunque no tuviera forma de probar

la existencia de la vida después de la muerte. Sin embargo, de acuerdo con Bok (2010), Kant concebía una moralidad que exige el deber y no incluye por sí misma el deseo de la felicidad. La felicidad no está pues, en lo moral, sino por el contrario, la ley moral puede requerir que los individuos sacrifiquen su felicidad, según lo que menciona Kant.

Para Nietzsche en el siglo XIX, el concepto comienza a cambiar, pues interpreta una dualidad entre lo apolíneo y lo dionisiaco, representando en el primero la belleza, lo elevado, lo racional; mientras que interpreta en el segundo lo terrenal y pasional. Margot (2007), explica la postura de Benedict, al mencionar que en la sociedad existen dos tendencias, a ser apolíneas o bien, a ser dionisiacas. Las primeras buscan lo bello, bueno y útil, un bienestar que se logra a través de un equilibrio personal; por su lado las segundas, buscarían la felicidad mediante los placeres, menciona esta autora. Si bien, definir a una sociedad en estos términos es un acto reduccionista, pues las sociedades no son tan simples, se puede pensar que de manera general las sociedades, de acuerdo a su cultura, sí siguen estas tendencias, aunque no de manera tan simple como en su momento lo explicaba Nietzsche. En la actualidad las personas buscan cosas, objetos o experiencias valoradas por la sociedad; es decir, buscan ideales marcados por estereotipos.

Incluso Arthur Schopenhauer en el siglo XIX siendo un filósofo pesimista realizó un manual de vida con 50 reglas de aplicación cotidiana encaminadas a salvar al ser humano de su adicción al mundo y a la voluntad, aunque de acuerdo con Bok (2010) Schopenhauer proclama que la felicidad está diseñada para ser frustrada o reconocida como una ilusión. Por lo que se puede observar que la felicidad es un tema de interés para la filosofía, sin importar la corriente a la que pertenezcan. Trujano (2013) menciona que desde principios del siglo XVI hasta la mitad del siglo XX la felicidad se basó en cumplir metas planteadas de acuerdo a los estereotipos de la cultura, la personas buscaban cumplir esas metas para ser felices.

3.1.3 Hacia la Época Moderna

A finales del siglo XIX y principios del siglo XX con el desarrollo de la Psicología, pero principalmente del Psicoanálisis, la felicidad no ocupa un papel tan importante en relación por ejemplo con la conducta, las bases biológicas, el inconsciente. Sin embargo, uno de los postulados de la teoría psicoanalítica es acerca de las dos pulsiones que tiene el ser humano, el impulso de vida y el impulso de muerte, siendo el de vida la búsqueda del placer, satisfacer los deseos. Podría entenderse como una aproximación al bienestar.

Bok (2010) señala que la concepción de la felicidad fue cambiando a lo largo del siglo XX por las situaciones sociales que se vivían. Por ejemplo, a principios de siglo señala que un último cambio sobresaliente durante el siglo predominaba el dolor y la amenaza de enfermedades infecciosas, riesgo para las mujeres en el parto, mortalidad infantil todavía en familias ricas y pobres en todas las sociedades, en ese momento la felicidad no era un tema tan relevante. En 1920 ocurrieron cambios importantes, luego de todas las matanzas y horrores soportados por las guerras, por lo que la felicidad se veía en la esperanza de cosas mejores.

A mediados del siglo XX surge el humanismo, influenciado por el existencialismo de Sartre de acuerdo con Margot (2007). Uno de los autores destacados del humanismo es Maslow, quien propone la teoría de las necesidades, basado en una pirámide cuya base son las necesidades básicas, mientras que la parte superior sería la autorrealización. Esta pirámide refiere la búsqueda de la autorrealización de las personas, siendo el enfoque de cada sujeto, la tendencia de las personas a buscar su realización. Pero para que ello fuera posible, debe cumplir todas sus necesidades, de lo contrario una persona no puede llegar a la autorrealización.

Explican Anibe y Ome (2016) que en los años 60's la imagen de una persona feliz era la de una persona joven, sana, educada, bien remunerada, optimista, sin preocupaciones, religiosa, con alta autoestima, aspiraciones modestas e inteligente. Básicamente esta aspiración, dicen Anibe y Ome, que es una visión desalentadora, pues solo personas privilegiadas pueden alcanzarla. Una década después, la concepción que se tenía acerca de la felicidad implicaba

una forma de evaluar la experiencia laboral, el matrimonio, calidad de vida, entorno residencial y el grupo social al que pertenecían. En esta década ya se habla de una evaluación, más que un estereotipo.

De acuerdo con estos autores, durante la década de los 80's surge la tendencia a la cuantificación de los niveles de felicidad, por lo que se comienza a objetivizar la felicidad, concebida como se ha explicado anteriormente como BS y BP. Esta perspectiva conduce a la asociación de los estados afectivos positivos y así como acciones que aumentan la felicidad. Es en esta década cuando surge el estudio del BS con Diener y Venhoveen dando lugar al análisis científico de la felicidad; incluso Thoilliez (2011) menciona que tan solo en 1980 había 79 publicaciones acerca de la felicidad, llegando a las 178 en el año 2000. Thoilliez señala que surge la preocupación por generar indicadores sociales acerca de las condiciones de vida y su incorporación en las políticas públicas orientadas a mejorar el bienestar.

Aunque ya Bentham en siglo XIX había propuesto el cálculo feliz, con la finalidad de establecer criterios para cuantificar el nivel de felicidad experimentado por una persona, es hasta época cuando se desarrolla la tendencia a la objetivación de la felicidad, a través de los estudios del bienestar psicológico. Se realizan en este periodo estudios comparativos con diferentes variables en distintos países. Prevalece entonces en esta época el estudio objetivo del BS, en la cual se desarrollan escalas con distintos indicadores, dando un peso importante al factor biológico (Thoilliez, 2011).

En el año 2000 surge la psicología positiva propuesta por Seligman y Csikszentmihalyi, de acuerdo con Alejos (2018). Es posible encontrar estudios a partir del 2001 de autores como Veenhoven, Seligman, Diener y Csikszentmihalyi, por mencionar algunos, acerca de la psicología positiva y el estudio del bienestar subjetivo, bienestar psicológico y satisfacción con la vida. Esto se abordará con mayor detalle más adelante.

Con el desarrollo de la tecnología, los neurocientíficos recurren a métodos para medir la intensidad del placer y el dolor, así como otras respuestas cerebrales como la felicidad mediante la estimulación cerebral profunda (Bok, 2010). Bok afirma que los neurocientíficos utilizan métodos para identificar sentimientos positivos y negativos, con ayuda de técnicas de escaneo cerebral para identificar las áreas del cerebro que se activan con el placer. Desde este enfoque, nos dice Bok, se concibe a la felicidad como eventos neurológicos que dependen del flujo de neurotransmisores como la serotonina y la dopamina. La felicidad se reduce entonces a un proceso biológico, que está determinado por la estimulación o falta de estimulación de los neurotransmisores

Hasta este momento se ha realizado un breve recorrido histórico sobre el estudio acerca de la felicidad o su concepción a través del tiempo. Si bien, existen otras aportaciones, se han explicado las que se consideran más relevantes para fines de la investigación. En los siguientes apartados se explicará cómo se ha concebido la felicidad desde la época moderna hasta la posmoderna.

3.1.4 La Felicidad en la sociedad actual

Anibe y Ome (2016) explican que hasta hace poco, el significado de la felicidad era construido por los académicos. Sin embargo, dicho significado no ha sido consensado, sino que cada académico de acuerdo con su postura, paradigma y perspectiva desde la cual se ha posicionado, tiene una concepción diferente. Pero es importante destacar la forma en la que se ha concebido a una persona feliz, pues como se mencionó, los estudios se han enfocado en el sentimiento o estado afectivo, más no en el significado que le da el individuo.

Hay que comenzar a pensar acerca del significado atribuido a la felicidad en la actualidad. La sociedad actual promueve una cultura en donde existe una preocupación por encontrar la felicidad de forma inmediata (Torres, 2013). Lipovetsky (2007) afirma que la felicidad se vende por medio del marketing, los sujetos buscan su felicidad con el mínimo esfuerzo posible, lo que lo lleva a ser un hiperconsumidor del bienestar, demandando bienestar, armonía y plenitud. Lipovetsky habla de una paradoja que se produce al buscar un mundo

más cómodo, seguro, menos doloroso y más feliz, produciendo justamente lo contrario, sufrimiento al no poder encontrar ese mundo. Mill (1989, citado en Morgan, 2020) habla de una paradoja similar, que se produce al centrarse en la felicidad, provocando la desaparición de ella.

De acuerdo con Cabanas e Ilouz (2007, 2008) existe en la actualidad un capitalismo emocional que promueven discursos sobre la producción de emociones positivas, Hill (2020, citando a Davies, 2015) habla de una industria de la felicidad que genera prácticas y técnicas para producir la felicidad. Hill afirma que hay psicólogos, terapeutas, economistas, practicantes de autoayuda y gurús que están orientados a enseñar a las personas a ser felices. Hill et al. (2020) siguiendo la idea de Boltanski y Chiapello (2007), menciona que el capitalismo se alinea con los deseos individuales de autorrealización y libertad.

Hyman (2020) menciona que la felicidad y el bienestar ocupan un lugar importante en la cultura de las sociedades occidentales, por ello se desarrolló la industria de la autoayuda. La autoayuda, dice Hyman, se busca en libros, manuales, sitios web, videos y aplicaciones que guían al sujeto para buscar su felicidad. Cederström (2020), al respecto dice que, gracias al capitalismo emocional, se nos pide que expresemos plenamente emociones positivas, sean reales o no. Por lo tanto, las personas deben disfrutar su vida a través de diversas actividades que produzcan placer, pues la felicidad solo llega a quienes trabajan duro, tienen la actitud correcta y buscan superarse (Cederström, 2020). La meta propuesta es vivir feliz, evitando a toda costa el malestar (Hayes, 2011; Hayes & Wilson, 1994; Lipovetsky, 2014; Wilson & Luciano, 2002).

Cielisk (2020) afirma que la industria de la felicidad incita a estilos de vida de consumo, y que los medios de comunicación, el gobierno y los discursos psicológicos contribuyen a crear formas de vida de desencanto. Es el mismo Cielisk quien afirma que existen tendencias terapéuticas por medio de la tecnología, redes sociales, dispositivos y juegos que fomentan formas superficiales de interacción y disfrute.

Hay una tendencia a la repetición de que la felicidad es una elección personal (Cabanas e Ilouz, 2007; Cabanas, 2019; Brinkman, 2020), el mismo Seligman concibe a las emociones como afectos positivos y negativos, considerado a los negativos como desadaptativos, de acuerdo con Cabanas e Ilouz (2020). Estas ideas conllevan a la promoción de la felicidad como un ideal (Hill, 2020 citando a Bruckner, 2000) y a una búsqueda de prácticas terapéuticas y de autoayuda que pueden estar vendiendo una promesa falsa (Brinkmann 2017; Cederström 2018; Morgan 2014; Hill, 2020).

Se concibe a la felicidad como sinónimo de normalidad; mientras que el sentirse mal, es anormal, por lo que se busca satisfacer los deseos de manera inmediata (Lúcar, 2010; Cabanas 2019). La cultura enseña al sujeto lo que es normal, anormal, saludable, peligroso, deseable, indeseable, funcional y disfuncional; de hecho, la felicidad se asocia con un buen ciudadano, por lo que debe buscar la felicidad, pues si la consigue, será considerada una persona sana, funcional y normal, con una vida aceptada (Cabanas, 2019, 2020; Cederström y Spicer, 2015; Hyman, 2020; Rose, 1996). Cabanas cuestiona pues, la normatividad de la felicidad, mediante el discurso que la felicidad depende de cada individuo; ya que no sentirse bien es sinónimo de anormalidad, los sujetos buscarán sentirse bien a través de los medios que tengan a su alcance, para no quedar relegados.

Hill et al. (2020) también habla de una normalidad construida por las ideas acerca del estado ideal al que debería llegar. Menciona que la psicología, la psiquiatría y la medicina generan un vocabulario que etiqueta las emociones, los deseos y las patologías. Esto lleva a patologizar la ausencia de la felicidad o del placer, provocando una sensación cada vez mayor sobre lo que debe sentir una persona promovida por la industria de la felicidad, que funge como una especie de medicamento o bálsamo para los problemas contemporáneos. Lo anterior lleva a un aumento de los diagnósticos de depresión, resultado de la patologización de la tristeza por parte de los psiquiatras en lugar un aumento de experiencias reales de depresión, afirman Horwitz y Wakefield (2007, citado en Hill et al., 2020).

De hecho, Cabanas e Ilouz (2020) afirman que sentirse mal y no poder sentirse mejor (más feliz) produce experiencias de decepción personal, una voluntad defectuosa o disfuncional. Si la felicidad depende de cada persona, entonces es responsabilidad de cada persona sentirse feliz, si no lo hace es porque su voluntad es disfuncional o no hace lo suficiente para sentirse feliz. Continúan diciendo que los sujetos que logran sentirse satisfechos con su vida por sí mismos, se sienten con el derecho a señalar a quienes no pueden ser felices, culpándolos de su sufrimiento. Ehrenreich (2009, citado en Hill, 2020), va más allá, afirmando que este discurso es similar a la forma en que los ricos mencionan que los pobres son pobres porque quieren, pues es infeliz porque quiere, si no es feliz es porque no se lo propone.

Tal como afirma Morgan (2020) desde este discurso, una persona es capaz de construir y desarrollar pensamientos, sentimientos y emociones mediante su esfuerzo y su voluntad, por lo cual un individuo podría modificar un pensamiento o un sentimiento negativo. Esto causa, dice Morgan, un mayor enfoque en la felicidad que repercute en la imposibilidad de ser feliz, e incluso la pérdida del yo. Duncan (2020), concuerda explicando que si uno es infeliz y miserable es por su propia culpa porque no elige los caminos que los investigadores aconsejan que conducirán a la felicidad.

Hyman (2020) por su parte, argumenta que en las sociedades occidentales la búsqueda de maximizar la felicidad se ha convertido en algo primordial, y esto es resultado de las decisiones que toma el sujeto y su estructura psíquica, más no de lo que ocurre en su entorno. Si el sujeto, continúa Hyman, fracasa en esa maximización de la felicidad, es culpa del individuo lo que lo lleva a una sensación de malestar. Siguiendo esta idea, las personas se ven obligadas a perseguir una felicidad, pues es una aspiración importante y un logro si se consigue. Por ello no es de extrañar que la depresión esté estigmatizada pues es el resultado de las malas decisiones, dice Hyman. Incluso en los grupos de apoyo, dice el mismo autor, se limita la disuasión de los sentimientos negativos, ya sea miedo, enojo, etc. pues se considera un obstáculo para la recuperación. Hyman cita a Bruckner (2000) quien argumenta que la felicidad se ha vuelto un requisito y un deber social, convirtiéndose en un dogma que se asemeja a la religión.

Brinkman (2020) afirma que las personas están constantemente expuestas a consejos sobre lo que los hará felices, se compran productos que prometen felicidad, parece que el único objetivo valioso de la vida es ahora alguna forma de felicidad en forma de bienestar subjetivo. Continúa diciendo que la felicidad se promueve en escuelas, trabajo y los medios de comunicación. Por ello, los individuos de una sociedad se encuentran expuestos a la promoción de la felicidad.

3.2 La Felicidad desde las Ciencias Sociales

3.2.1 La Felicidad desde la Economía

Como ya se mencionó, el interés por la felicidad pública surge en el siglo XVIII. Ludovico Antonio Muratori publica en 1749 su libro sobre felicidad pública, y posteriormente aparece dicho tema en libros, revistas y folletos de economía, surgiendo un interés por estudiar el bienestar público por medio de la economía (Bruni, 2004). Sismondi en 1819 mencionaba que el ámbito de la economía pública debería ser el medio para procurar la felicidad para todos o para la mayoría (Bruni, 2004). Bruni, explica una diferencia entre los economistas ingleses y los economistas italianos; los primeros se enfocaron cómo hacer que las ciencias sean más ricas, mientras que los segundos se enfocaron en aumentar la felicidad pública.

Pero no es hasta la década de los 70's gracias a Eastearlin, que los estudios relacionados con la economía y la felicidad tienen un mayor impacto. El autor analiza los niveles de bienestar que manifiestan personas de 19 países de Asia, África, en el que los individuos declaraban el nivel de felicidad desde 1946 hasta 1970, encontrando una relación pero una relación ambigua. Pues encontraba que los países que tenían mayor desarrollo económico manifestaban un mayor nivel de bienestar. Easterlin menciona que las personas que están económicamente acomodados, con más educación o cuyos trabajos requieren más entrenamiento y habilidad, se identifican como alegres, libres de tristeza, satisfechos con el progreso de la vida, con mayor frecuencia que los que no.

Easterlin explica que concuerda con resultados de otros autores (Bradburn, 1969, Robinson y Shaver, 1969, Wilson, 1967, Gurin et al., 1960), pues también encuentran que existe una relación entre los ingresos económicos y el nivel de felicidad, que, aunque ambigua, se presenta en la mayoría de los encuestados. Esto lleva a Easterlin a pensar que la felicidad no se limita al bienestar económico, sin embargo, influye puesto que apoya a satisfacer las necesidades básicas como salud y seguridad en cuestiones familiares.

Inkeles (1960), menciona que, si bien la relación es débil, no hay algún caso en el que el patrón sea contrario; es decir, en el que las personas con bajos recursos refieran tener mayor nivel de felicidad que los sujetos con mayor ingreso económico. Sin embargo, Easterling menciona que esta relación puede deberse a que, en los métodos utilizados para investigar, permiten que los sujetos relacionen la felicidad con sus ingresos, al cuestionárseles previamente acerca de sus ingresos. Aun así, el grupo de ingresos más altos tiene casi el doble de sujetos que refieren ser muy felices.

Para explicar la relación existente entre ingresos económicos y la felicidad, Easterling (1974) utiliza como referencia a Karl Marx mencionando que las cosas dependen de la comparación respecto al entorno, por ejemplo, una casa es pequeña o grande, solo en relación con el tamaño de las casas de alrededor. Del mismo modo sería con los ingresos económicos, el ingreso per cápita con relación con sus gastos, proveería de mayor o menor felicidad dependiendo de qué tan bajo o por encima del promedio esté. Incluso, aunque un país pueda tener mayores ingresos, los pobladores no percibirán esta diferencia en comparación con sus antecesores, sino más bien con la población con la que convive.

Oswald (1997, citado en Bruni, 2004), llega a la conclusión de que los datos recopilados en las investigaciones no fomentan la idea de que el crecimiento económico, aumenta el bienestar, pues de hecho el nivel de felicidad referido por personas de distintos países en desarrollo está disminuyendo, aunque los ingresos económicos han aumentado en las últimas décadas. Hay que aclarar que esta idea es funcional para la época en que llegó a esa conclusión.

Bruni, citando a Kenny (1999), explica que la felicidad depende del consumo relativo en relación con el ingreso que percibe. Es decir, lo que la persona puede consumir de acuerdo con su ingreso, en comparación con las personas de su entorno, influiría en su felicidad. Bruni apoya la idea de que la ciencia económica debe involucrarse en entender el papel que juega la felicidad en la economía y viceversa. Mientras que Oswald (1997) menciona que los asuntos económicos interesan en la medida en que hacen más feliz a la gente.

Frey y Stutzer (2002) mencionan que las personas con nivel económico alto normalmente tienen mejor salud, mayor longevidad, menos problemas financieros, menos angustias mentales, mayor acceso a servicios, por lo que la gente rica debería ser más feliz. Estos autores señalan que los individuos ajustan sus aspiraciones en el tiempo y es la brecha entre aspiraciones y logros, el factor que determina la felicidad. Esta idea es similar a la de Kenny (1999 citado en Bruni, 2004), pues es el ajuste entre las aspiraciones y lo que se puede consumir lo que puede propiciar la felicidad, por eso a pesar de que hay mayores ingresos económicos, el nivel de felicidad no ha aumentado, de acuerdo con Frey y Stutzer.

Frank (1999, citado en Bruni, 2007), menciona que los altos ingresos no se traducen en niveles de felicidad más elevados, pues depende más bien de su comparación con los ingresos que tienen respecto a otros individuos. De acuerdo con esta idea, una persona podría ganar lo suficiente para tener una vida cómoda, pero su felicidad estaría basada en si sus ingresos económicos son superiores al promedio de la gente de su alrededor, depende de sus ingresos relativos y no absolutos entonces. Easterlin (2006) afirma que la gente con ingresos más altos es más feliz en la medida en que sus ingresos relativos sean más altos que su entorno, de lo contrario, no incrementa su nivel de felicidad.

Diener (2003), por su parte menciona que el incremento de ingresos económicos puede proveer un mayor bienestar, pero tiene un límite, después del cual, el aumento de ingresos económicos no genera mayor bienestar. En otras palabras, la economía de una persona influye en su bienestar, entre mayores ingresos tenga, mayor nivel de bienestar tendrá, pero esta relación tiene un límite, después de ese límite cualquier incremento de ingresos no eleva el nivel de bienestar. La felicidad es pues, el centro de interés para economistas, puesto que

entender cómo se relaciona la felicidad con los ingresos económicos, ayuda a mejorar las políticas públicas de un país respecto a su economía.

3.2.2 Aproximaciones a la Felicidad desde la Psicología

En la actualidad, la psicología es la disciplina que más estudia a la felicidad (Caycho, 2015), pero en realidad, dada su complejidad no existe una sola definición, como se verá a continuación. Como se sabe, la psicología tiene distintas posturas y métodos de estudio de acuerdo al paradigma bajo el que se rige el enfoque, así como su objeto de estudio. Existe una complejidad para definir el concepto, ya que, para comenzar, el lenguaje varía de un país a otro, y los términos que se usan de forma distinta de acuerdo a la perspectiva bajo la cual se estudie (Veenhoven, 1991). En los siguientes párrafos se podrán encontrar algunas definiciones que se han realizado desde el ámbito psicológico.

Sánchez y Méndez (2011) definen la felicidad como una emoción que comprende un estado mental que surge de una evaluación de las situaciones que vive un sujeto y la actitud ante ellas, así como la forma en la que interactúa con el ambiente. Estos autores mencionan que hay factores que influyen: contexto en el que se desarrolla, el temperamento y el carácter, procesamiento cognitivo y su percepción de autoeficacia. Mientras Veenhoven (1991) la define como el grado en que un individuo juzga la calidad de su vida en forma favorable que se vuelve estable, resultando en una actitud hacia la vida.

Estas definiciones tienen un aspecto en común, la evaluación. Sánchez y Méndez incluyen algunos factores que influyen en la definición de la felicidad, pero su concepción estaría determinada por una evaluación al fin, la búsqueda de una realidad objetivada es propia de la modernidad. Cuadra y Florezano (2003) plantean a la felicidad como rasgo o como estado. El primero sería como un componente de la felicidad o un sentimiento general y el segundo como un momento que experimenta la persona en una situación determinada. A esto se puede agregar nuevamente una postura con la que vive una persona frente a las distintas situaciones que experimenta.

Diversos autores incluyen en la definición a la satisfacción (Ferré et. al, 2010; Gerstenblüth y Triunfo, 2008; Clark y Oswald, 1994; Blanchflower y Oswald, 2000; Peiró, 2001; Frey y Stutzer, 2002; Lelkes, 2006; Alarcón, 2000, Veenhoven, 1984, Diener, 1984, Bradburns, 1969, Diener et. al, 2006; Lucas et. al, 1996, Galindo, 2019, Rodríguez et. al, 2017, Veenhoven 2009).

De estos autores se destacan algunas definiciones, por ejemplo, de Alarcón (2000), quien afirma que la felicidad es el conjunto de sentimientos de satisfacción que experimenta una persona, y sólo ella, en su vida interior, es temporal aunque puede extenderse, pero se debe a la posesión de un bien. Alarcón se refiere a bienes de todo tipo, materiales, éticos, psicológicos, sociales, etc., se hablaría de cualquier tipo de bien que le produzca a la persona satisfacción. Como este bien es deseado, al tenerse se puede llegar a una felicidad, y al no tenerse no habría felicidad, por lo que nuevamente se trata de una percepción o una evaluación. A esta concepción se suma Galindo (2019), quien considera que la felicidad es una evaluación afectiva y cognitiva que la persona hace acerca de la satisfacción con su vida, buscando llegar a una plenitud.

Es el mismo Alarcón (2006), quien explica que la felicidad no implica únicamente que una persona refiera sentirse bien, sino que se llega a ella cuando existe un equilibrio homeostático del sistema psicológico, y se refleja un equilibrio psicofísico. Este último elemento no se había descrito en otras definiciones. Se puede entender entonces que, para Alarcón, la felicidad también incluye un aspecto fisiológico.

Otra definición a destacar es la de Veenhoven explicándola como el grado en que una persona valora de manera favorable la calidad global de su vida; se trata de una satisfacción vital subjetiva pues la persona valora la propia vida respecto a cómo se considera que debería ser (Figueiredo et. al, 2012). En Veenhoven, además, se encuentra desde 1984, una explicación de esta definición en la que menciona que el grado en que la persona juzga su vida, no necesariamente es el adecuado. Por lo que, con este autor, no es necesaria la presencia de valoraciones positivas, sino sólo valoraciones. Estas valoraciones no son tampoco estables, por lo que pueden cambiar a lo largo de la vida.

El fenómeno de la felicidad puede ser abordado desde tres posiciones principales: como satisfacción vital, como valor y como un estado afectivo positivo (Vinichuk, 2008, citado en Auné et. al, 2016). Mientras Margot (2007) propone tres formas de entender a la felicidad: como sentirse bien (ausencia de dolor, que va desde la tranquilidad hasta la plenitud), bienestar (sentimiento estable que provee una sensación de estar completo) y como área relacional (sentimiento positivo hacia uno mismo, hacia lo que se hace y hacia lo que se tiene). Margot lleva a la reflexión acerca de tres formas de llegar a la felicidad entonces, la primera es una experiencia temporal, la segunda un estado más duradero, y la tercera una actitud ante la vida. Pero esta misma autora se refiere al aburrimiento y al dolor como contraria a la felicidad.

Estas definiciones, en su mayoría incluyen dos términos comunes: la satisfacción y la evaluación; ya sea que la definición incluya uno u otro, o ambos. Por lo que se puede afirmar que hay un relativo consenso en definir a la felicidad como la satisfacción con la vida y como la valoración que hace una persona respecto a su vida. Es preciso decir que una definición que incluya estos dos términos es una concepción que se percibe como más completa. Se considera relevante explicar en el siguiente apartado dos conceptos con los que se relaciona íntimamente la felicidad al punto de considerarse como sinónimos.

La psicología positiva es el área de la psicología que actualmente tiene una mayor cantidad de estudios sobre la felicidad, tal como lo menciona Caycho (2015). Además de que, de esta rama, surgen dos conceptos que se suelen asociar o incluso considerar como sinónimos. Se trata del BS y el BP aunque el segundo se suele incluir en el primero, existe una distinción conceptual.

Diener es uno de los autores con mayor relevancia en el estudio de estos términos, y entiende como sinónimos el bienestar subjetivo (*SWB* por sus siglas en inglés), la satisfacción de vida y la felicidad. Estos conceptos los menciona de manera casi indistinta, pues dentro de su literatura ha manejado como sinónimos el BS, el BP, la satisfacción con la vida y la felicidad (Diener, 1984, 1999, 2000; Diener, Oishi, & Lucas, 2003; Myers & Diener, 1995).

De hecho, se considera que la satisfacción con la vida es uno de los componentes del BS (Diener, 1984; Diener, 2000; Diener et al., 1999, citado en Rodríguez et al. 2017). Aquí la satisfacción con la vida también se define como el grado en que la persona evalúa la calidad global de su vida (Atienza, Pons, Balaguer, & García-Merita, 2000; Veenhoven, 1994, citado en Rodríguez et al. 2017). El campo del bienestar subjetivo (BS) estudia la forma en que las personas evalúan su vida.

De acuerdo con Diener (2003) el BS incluye afectos sobre eventos y personas, juicios sobre los aspectos generales de su vida. El BS representara una medida de calidad de vida de un individuo y una sociedad, pues influyen factores como la salud, los ingresos, educación, por ejemplo. Las evidencias empíricas muestran que el BS es estable a través del tiempo (Diener et al., 2003).

Uno de los precursores de la psicología positiva, Seligman (2016), destaca que la felicidad se debe estudiar como BS, debido a que estudiar la felicidad es menos del 30% confiable, pues las personas encuestadas responden de acuerdo a cómo se sienten en ese momento. En cambio, sí se estudia el BS, dice este autor, se mide el compromiso, sentido, relaciones positivas y logro, lo que vuelve objetiva y concreta la medición de la felicidad. Es el mismo Seligman (2011) quien afirma que los seres humanos buscan de manera insaciable la felicidad, pues es un punto fundamental para las fortalezas de una personas. En esta definición está incluido el BP dado que dicho concepto hace referencia a las potencialidades que un sujeto puede desarrollar (Ryff, 2004).

Se puede decir que para comprender a la felicidad es necesario identificar dos componentes. Un componente hedónico (el grado en que los afectos que una persona experimenta son agradables) y un componente de satisfacción (el grado en que la persona concibe que sus aspiraciones se están cumpliendo) (Veenhoven, 1984). El segundo componente es al que se le nombraría eudiamonia o BP. El estado de bienestar, ya sea subjetivo o psicológico es un estado deseable de acuerdo con el mismo Veenhoven. También está de acuerdo con la imprecisión de la medición de la felicidad, pues una persona que no conoce la diferencia entre los conceptos puede referir sentir más felicidad de la que realmente experimenta.

Estas dos acepciones devienen de la concepción que tenían en la Antigua Grecia, con la diferencia que el Hedonismo no se reduce a la búsqueda del placer, y el Eudemonismo no se refiere sólo a la búsqueda de lo bueno, lo estético y lo ético, sino que se complejiza en la actualidad, ambos implican una evaluación respecto a lo que el sujeto considera que debe ser, el primero se dirige hacia afectos positivos que la persona experimenta, el segundo se dirige hacia el crecimiento y la realización, y de acuerdo con Ryff (2004), también las capacidades de las personas.

Se puede hablar de el BS como un sentido hedónico o los afectos positivos sobre la vida, que por supuesto conllevan una evaluación. Mientras que por el otro lado está el sentido de la eudiamonia o BP que conlleva las aspiraciones respecto a lo que el ser humano puede ser, o sea las potencialidades y la satisfacción respecto a los logros o bienes que el sujeto percibe. Respecto al término de eudiamonia, Ryff y Singer (2006), lo definen como evaluaciones acerca de sentirse bien, satisfacción con la vida, referente a los bienes que podría alcanzar.

Por su parte Ryff y Keyes (1995) mencionan seis componentes del BS o de un funcionamiento psicológico positivo. Las combinaciones de estos componentes abarcan casi en su totalidad los aspectos del bienestar. Dichos componentes son:

- Autoaceptación: evaluaciones positivas de uno mismo y de la vida pasada.
- Crecimiento personal: sentido de crecimiento y desarrollo continuo.
- Propósito en la vida: creencia de que la vida de uno tiene un propósito y es significativo.
- Relaciones positivas con los demás: relaciones de calidad con los demás.
- Dominio ambiental: capacidad de administrar de manera efectiva la vida propia y el ambiente.
- Autonomía: independencia y un sentido de autodeterminación.

Estos factores explicarían de manera general lo que implica el bienestar, por lo que, de acuerdo a lo que menciona Diener, el BS sería estable, pues una persona que tiene las condiciones deseadas en los aspectos mencionados, llegaría a una satisfacción o plenitud. Al final, aunque no se menciona, sigue estando presente una evaluación sobre las condiciones de la vida.

Russel (1958, citado en Ryff y Singer, 2006) enfatizó que la felicidad no es algo que le pasa al sujeto, sino que es algo por lo que debe esforzarse y trabajar duro, por lo tanto, la felicidad depende de la persona, del ánimo que le ponga y la forma en que lo interprete. Esta es una de las posturas que más se escuchan en la actualidad, en las sociedad occidental, ser feliz depende de la persona en sí, pues no es lo que le sucede al sujeto, sino cómo interpreta lo que sucede. Es, de hecho, uno de los principales postulados de la psicología positiva.

En este mismo sentido, Seligman y Csikszentmihalyi (2014, citado en Alejos, 2018) afirman que en el nivel subjetivo se trata de experiencias subjetivas valoradas: bienestar y satisfacción; esperanza y optimismo (para el futuro); y fluir y felicidad (en el presente). Mencionan que a nivel individual tratan rasgos individuales positivos: capacidad de amor y vocación, coraje, habilidad interpersonal, sensibilidad estética, perseverancia, perdón, originalidad, mentalidad futura, espiritualidad, gran talento y sabiduría. Finalmente, Alejos menciona que a nivel de grupo, se trata de las virtudes cívicas y las instituciones que mueven a las personas hacia una mejor ciudadanía: responsabilidad, crianza, altruismo, cortesía, moderación, tolerancia y ética de trabajo.

En este apartado se revisaron los conceptos que la psicología positiva tiene respecto a la felicidad: el BS y el BP. Más es importante destacar, como se mencionó al inicio, que se retoma para dar a conocer la razón de la complejidad que representa definir a la felicidad y por qué cada enfoque tiene una perspectiva diferente. Sin embargo, este trabajo no tiene como objeto abordar a la felicidad desde la psicología positiva. Dicho esto, parece necesario retomar que en realidad hay diferencias en ambos conceptos, pero, al igual que en los apartados 1.1 y 1.2, la felicidad tiene dos elementos importantes que se repiten en diferentes conceptos: la evaluación o valoración y la satisfacción. Independientemente de que algunas definiciones incluyen más elementos que otras, siendo algunas son más o menos específicas, incluyen también una evaluación respecto a las condiciones de vida que tiene la persona, y la satisfacción que tiene respecto a ella.

3.3 Hacia una visión psicosocial de la Felicidad

Como se ha mencionado, la tradición acerca de los estudios de la felicidad se ha enfocado principalmente en el ámbito individual. La felicidad para un sujeto representa algo bueno o valioso, algo que perseguir, una aspiración, de acuerdo a lo que se ha revisado. Pero eso bueno o valioso cambia de acuerdo con la cultura, mientras que por ejemplo para culturas europeo-americanas se valoran los logros personales, para las culturas asiáticas se valoran las relaciones y la armonía social (Kitayama y Markus, 2000). Dichos autores afirmando que en las culturas asiáticas la armonía social se ve en peligro cuando la felicidad cumple un objetivo únicamente individual.

La felicidad y lo que hace que las personas sean felices está determinado por la cultura (Layous et al., 2013, citados en Anibe y Ome, 2016). Kitayama et al. (2009) mencionan que para algunas culturas la vinculación con los otros y el apoyo social juega un papel importante en la felicidad. Kitayama et al. (2000) afirman que las culturas independientes buscan maximizar emociones positivas y minimizar las emociones que puedan considerar negativas. La intensidad de la expresión de las emociones varía dependiendo de la cultura (Eid y Diener, 2001). De hecho, el mismo Diener (2003), precursor de la psicología positiva, dedica un artículo a explicar las diferencias culturales del bienestar subjetivo.

Aunque Diener habla de un BS desde la psicología positiva, es importante mencionar que dentro de su postura menciona diferencias culturales y la influencia cultural en el bienestar de una persona. De hecho, podría decirse que la diferencia cultural influye en la forma en la que las personas conciben la felicidad pero, aunque en esta perspectiva se toman en cuenta las diferencias culturales, en los estudios que realizan desde una perspectiva es individualista. Esta perspectiva individual y su tendencia a utilizar estudios para su medición, dada la cantidad de instrumentos para medir BS, BP, satisfacción o felicidad, dificulta la comparación entre estudios, pues requieren definiciones más precisas (Sánchez y Méndez, 2011), hecho al que puede deberse que se dejen de lado las cuestiones culturales o colectivas, pues hace más complejo el estudio.

Surge entonces una dificultad para medir la felicidad y compararla con otros estudios, a menos que se utilice como referencia un estudio que considere los mismos elementos, pero estos elementos varían de acuerdo al autor y la teoría, así como la perspectiva e incluso la conformación del instrumento o escala. Que sea posible o no una comparación de la felicidad depende de que se tomen en cuenta factores específicos de ambas culturas, el enfoque debe ser el mismo (Hommerich y Clien, 2012), pues existen patrones específicos de cada cultura que hace que las personas experimenten cierto bienestar o felicidad (Diener y Tov, 2007, citado en Mathews, 2012).

Cederström (2020) sostiene que la felicidad no es un asunto privado ni individual, sino que tiene una forma social que ha evolucionado históricamente. Cederström afirma que el significado de la felicidad depende de la época y la cultura, pero al cuestionarles a las personas acerca de su felicidad, les exige que estén a la altura de las expectativas sociales, por lo que sus respuestas pueden estar influidas por dichas expectativas. Los resultados de los distintos estudios pueden estar mediados por la cultura, pues el significado es distinto y tampoco se puede esperar que los resultados sean los mismos aún en la misma población si el momento histórico es distinto.

Bok (2010) cuestiona los criterios cuantitativos, pues hay que pensar si realizar estudios comparativos acerca la felicidad tiene sentido, pues las experiencias pueden ser distintas de una persona a otra o incluso de la misma persona de un día a otro o de un año a otro. Cada escala toma en cuenta elementos que considera relevantes de acuerdo a si mide satisfacción, bienestar o felicidad. Pensando en que esos estudios sean válidos y confiables, no se puede afirmar que es una realidad absoluta, pues como se observó en el apartado de la justificación, Las encuestas realizadas colocan en diferentes posiciones a cada país. El problema es que se difunde la información sin mencionar los elementos que se toman en cuenta para dicha encuesta.

Bok plantea una cuestión ¿Cómo saber hasta qué punto se pueden comparar las preguntas y respuestas sobre el bienestar y la satisfacción en diferentes idiomas y culturas? Pues son sociedades distintas con realidades distintas. Diversos estudios recomiendan que se aborde la felicidad desde un enfoque multidimensional que incluya factores internos y externos, factores grupales y contextuales (Lyumbomirsky et al., 2005; Mathews, 2012, Uchida y

Ogihara, Gallup 2019). Por ejemplo, Uchida y Ogihara sugieren investigar el significado de la felicidad dentro de cada contexto cultural, pues sería más productivo que simplemente comparar un puntaje o clasificar en niveles la felicidad. Existe evidencia dentro de la misma psicología positiva que la ocurrencia, experiencia y expresión de la felicidad varía entre culturas (Diener, 2000; Oishi y Schimmack, 2010; Anibe y Ome, 2016).

Uchida y Ogihara (2012), afirman por ejemplo que el colectivismo o el individualismo de una cultura es uno de los factores más importantes que afectan la felicidad. Si los individuos de una determinada sociedad buscan metas congruentes con los valores pueden llegar a sentirse bien consigo mismos (Oishi y Diener, 2001; Uchida et al., 2008, citado en Uchida y Ogihara, 2012). Al respecto Mathews (2012) afirma que hay diferencias cuanto a las expectativas de vida, expectativa de vida donde el bienestar se puede explicar, pero hay otras comparaciones que requieren una contextualización para entender cómo los individuos han tomado elecciones culturales que han moldeado su felicidad.

Bok (2010) por su parte, menciona que “las personas informan regularmente que son más felices en sociedades que disfrutan de altos niveles de vida, altos niveles de alfabetización, buena ciudadanía, libertad individual, pluralidad cultural y modernidad” (pp. 142). De acuerdo con Bok, Dinamarca y otros países escandinavos, junto con Suiza y los Países Bajos, se encuentran en la lista de los países con mayor nivel de felicidad reportada. En este punto no es sólo la cultura sino también las condiciones sociales que tienen los pobladores de dichas sociedades.

Otro ejemplo que se puede mencionar es la comparación entre los italianos y los chilenos que menciona Plazas (2020). Los italianos disfrutan el presente pues para ellos ahí radica la felicidad, mientras que para los chilenos la felicidad es una utopía, pero pueden lograr estados de felicidad con base en sus logros. Plazas incluye en su estudio lo que afirma que la persona tiene: dinero, trabajo, familia y amigos; lo que la persona es, salud, belleza, inteligencia y jovialidad; y lo que presenta: fama, éxito y aceptación de los demás. En este mismo estudio, encontró componentes de la felicidad e incluso los participantes hablan de distintos tipos de felicidad, mencionando como causas de ella a los amigos, familia, pareja, realización personal, ocio, bienes materiales y asuntos colectivos.

Como se puede identificar, existe evidencia de las diferencias culturales, mismas que influyen en la forma en que los individuos conciben su bienestar o felicidad. Sin embargo, aunque estos estudios compararon elementos culturales de diferentes países, no se puede afirmar que estos elementos sean característicos de toda la población de dicho país. Si bien aporta una visión importante acerca de la importancia de la influencia de la cultura en una persona por la interacción social del sujeto con su entorno contextual, no se puede generalizar y afirmar que es así en todos los casos. Por el contrario, es un hecho presente en estos ejemplos, con esa población, en ese contexto, en ese momento.

Hasta ahora se ha hablado de las diferencias culturales, pero es importante ir comprendiendo lo que es la felicidad desde una perspectiva psicosocial. Torres et al. (2013) mencionan que la felicidad presente en nuestra cultura a través del tiempo, representa deseos y esperanzas que las personas quieren alcanzar en la vida, integra una mirada de quiénes somos y de lo que queremos ser, es una búsqueda de aquello que consideramos bueno tener. Continúa diciendo que la felicidad engloba un conjunto de ideas compartidas y promovidas por la cultura, integra ideas, creencias y esperanzas. Al respecto, Rodríguez-Araneda (2014), afirma que es una construcción simbólica que refleja lo bueno y deseable para la vida humana, construcción polisémica que ha cambiado a lo largo de la historia de la humanidad.

3.3.1 La influencia del contexto social

A diferencia de las posturas individualistas que definen a la felicidad como valoración, como satisfacción o como un estado emocional positivo, las perspectivas psicosociales o colectivas toman en cuenta ideas, creencias, deseos, esperanzas compartidas en el ámbito en el que se desenvuelven acerca de lo que consideran que es una vida: por lo cual, una vida que les gustaría vivir. Se toman en cuenta entonces elementos culturales, que, si bien no contradicen a las perspectivas individuales, puesto que al final una valoración o el grado de satisfacción depende de factores sociales, no se consideran en sí para definir a la felicidad.

La perspectiva individual permite identificar pues, cómo una persona valora o qué tan satisfecha está con su vida, o qué tan bien se siente con su vida, tomando en cuenta ciertos criterios, quizá relacionando este periodo o estado con alguna otra variable para determinar su influencia. Una perspectiva psicosocial, en cambio permite identificar el contexto social

que está detrás para que esa persona se sienta como se siente, valore como lo valore o este satisfecha o insatisfecha. Por lo cual, desde una perspectiva psicosocial, se puede conocer cómo es que ese individuo llega esa sensación, estado o valoración, y no sólo enfocarse en una visión unidimensional individual, pues son pocos los trabajos que proponen una visión dinámica que integre elementos contextuales (Carrillo et al., 2016).

Estos elementos contextuales, mencionan Díaz y Bui (2016), pueden ser la salud mental, el origen étnico, si existe una marginación por ser una minoría, la concepción de la sociedad del sexo, familia, trabajo, educación, nivel económico, la edad, y el apoyo de la familia. Pero aún más que el apoyo social que puedan recibir, dicen Díaz y Bruni, influye más el apoyo que perciben para la satisfacción de vida que puedan tener. Se habla entonces de condiciones sociales, pero también la forma en que el sujeto percibe esas condiciones sociales.

Se llega a la idea de que el contexto influye en la forma en cómo la persona construye ideas, creencias, deseos, esperanzas acerca de lo que debe ser su vida. Sanmartín (2002) distingue entre el valor real y el valor ideal, refiriéndose a los valores que tienen las personas. Los primeros son los que tienen y los segundos los que consideran que deberían tener de acuerdo a su grupo social. De acuerdo con este autor, la incongruencia entre el valor real y el valor ideal tiene un impacto en el sujeto, puesto que no posee los valores que la sociedad desea.

Esto lleva a pensar en las expectativas sociales establecidas por una cultura o un grupo social respecto a la sociedad, pues se ha hablado de creencias, deseos, ideas, esperanzas, pero habría que cuestionar entonces cómo surgen esos elementos. Al respecto Bauman (2013), habla de una tarea que tiene la cultura en la sociedad, dicha tarea consiste en educar a las masas. Lo cual permite pensar a la cultura como transmisora de ciertos significados, ideas, creencias, formas de interpretar la realidad, o mejor dicho, a través de la cultura el sujeto adquiere formas de construir la realidad en que vive.

Plazas (2020) menciona que la cultura es el contexto que permite comprender el sentido o significación, contexto desde el cual pueden describirse los fenómenos sociales, que no pueden comprenderse sin tomarse en cuenta las cuestiones culturales y sociales. La felicidad integra los elementos que se han mencionado, y dichos elementos no surgen del sujeto, sino que el contexto tiene una influencia muy importante, pues de acuerdo con Uchida y Ogihara

(2012), las evaluaciones subjetivas de la felicidad están influenciadas por los significados y valores culturales dentro de cada grupo. Por ello debe considerarse a la felicidad como un fenómeno complejo y no reducirse a si una persona considera que es feliz o no, sino que es necesario conocer todo lo que representa la felicidad.

Cabe ahora la pregunta de dónde o cómo es que se construye lo que un individuo conoce como felicidad. Continuando con Uchida y Ogihara, mencionan que en la construcción de la felicidad influye la educación, en los que se puede incluir a los padres y la escuela, así como los productos culturales como la televisión, libros, periódicos, etc. En este sentido pueden pensarse como productos culturales que actualmente influyen la construcción de significados a las películas, series, redes sociales en general y la publicidad respecto a artículos y experiencias.

Hyman (2020) afirma:

“La forma en que <<hacemos>> la felicidad, con lo que me refiero a experimentarla, expresarla, comprenderla o percibirla, está muy determinada por la sociedad en la que vivimos y la cultura que nos rodea. Este es el caso de varias formas. Por ejemplo, los sociólogos han señalado durante muchos años cómo todas las sociedades producen pautas sobre cómo debemos expresarnos y presentarnos en público”. (Pp 99)

Margot (2007) también habla de la influencia de la televisión, la prensa, la radio y el cine, pues alimentan y estimulan nuevos deseos que hay que satisfacer, puesto que es lo aceptado o lo que está bien visto por la sociedad. De acuerdo a esta idea, una persona debe hacer y tener, para ser aceptado en un grupo. Continúa diciendo Margot que las condiciones de la felicidad moderna es eliminar el dolor y la enfermedad, con la seguridad material (casa, coche, etc.) y con lo que se pueda considerar como éxito socialmente hablando. Sánchez y Méndez (2011) agregan la medicación, bebidas alcohólicas, ropa de moda y coches como medios para alcanzar estados placenteros y formas de evitar experiencias desagradables.

Hablando de experiencias, Gilovich (2014) hace mención de la influencia de las experiencias para conseguir la felicidad, tanto la promoción de ellas, como la compra de las experiencias, que producen con mayor facilidad la felicidad en comparación con las compras materiales. Bhattacharjee y Mogilner citando a Wilcox y Stephen (2013), hablan de que existe evidencia

de que las publicaciones realizadas en redes sociales hacen a las personas más felices puesto que se presentan de una manera más positiva ante la sociedad. Es por ello que existe lo que se denomina el marketing experiencial (Bhattacharjee y Molignier, 2014, citando a Holbrook y Hirschman 1982; LaSalle y Britton 2003).

Uchida y Ogihara (2012) explican esta situación con la teoría de la comparación, según la cual, la felicidad humana depende de las comparaciones entre los estándares de vida deseados y los estándares que percibe de su propia vida. Esto explicaría por qué una persona puede considerar que es feliz o que no lo es, de acuerdo a la valoración que hace de su vida, pero es importante recordar que dicha valoración está asociada a todo lo que rodea la construcción de felicidad que tiene: las ideas, creencias, valores, deseos y esperanzas. Estos elementos son individuales en el sentido de que cada sujeto tiene su subjetividad, pero a la vez son colectivos dado que justamente adquirió esas formas de interpretar y construir la felicidad a través de la interacción con su entorno social.

Klein (2001), en su libro *No logo: el poder de las marcas*, explica cómo es que la publicidad influye en la ideología, incluso en la identidad de las personas, puesto que se vuelve parte del día a día de una persona y cómo es que usar o no usar productos de las marcas publicitadas produce que los sujetos sean parte del grupo o bien sean excluidos. Pero es importante entender cómo la publicidad de los comerciales y, actualmente de las redes sociales influyen en las ideas y creencias que los sujetos tienen respecto a una situación, un fenómeno o un concepto.

Gracias a su estudio, Pilgrim y Bohnet (2019), concluyeron que las publicaciones en las redes sociales que realizan personas famosas influyen en las ideas que tienen las personas que siguen a dichos famosos. Los *influencers* o personas influyentes (por la cantidad de seguidores que tienen en redes sociales) se vuelven modelos a seguir, por las publicaciones que realizan, tanto fotos como los discursos, son adoptados por los seguidores.

Lo que hay que destacar es cómo es que los productos culturales y la educación son elementos que utiliza cada sujeto para construir lo que considera como felicidad. Ya que los sujetos interactúan en un mismo espacio, esos mismos elementos influyen en la construcción de otros sujetos. Por ello se habla de significaciones compartidas. Pero además hay un punto más a

tomar en cuenta, y ese es la época en la que se vive en la actualidad, puesto que también influye en la forma en la que se interpreta la realidad. Ofrim (2009, citado en Hantá, 2010) afirma que la felicidad es una construcción cultural e histórica atribuida al sistema de valores existentes en la sociedad.

Papalini (2008) menciona que a cada tiempo histórico corresponde un modelo de felicidad, una imagen ideal con sus respectivos deseos. La época en la que vive una sociedad influye en la forma en la que se construye la realidad, para ser más preciso, en lo referente a lo que se considera como real o verdad. La sociedad vive en la época posmoderna que por sí misma conlleva formas de pensar y de interpretar la realidad. Gergen (1994) menciona que, en la modernidad, las cosas existían en sí y como tal se interpretaban, existía una esencia de las cosas que a manera de consenso las personas aceptaban. Continúa explicando que en la pos modernidad las palabras no son reflejo de la realidad sino expresiones de alguna convención colectiva, que privilegia el punto de vista o perspectiva y de hecho, no es posible escapar de ello.

En la posmodernidad de acuerdo con Gergen no existe una verdad ni realidad incuestionable como en épocas pasadas, sino que predomina el perspectivismo. Es decir que lo que los sujetos conocen como realidad son construcciones del mundo basadas en un determinado punto de vista. Este punto de vista es compartido con los sujetos de un grupo social, pero es real en ese contexto en esa población y en ese momento histórico. La realidad entonces es una construcción que realiza un determinado grupo social, de acuerdo con las condiciones que vive, la cultura, pues es así como se conceptualiza o se significa un determinado hecho.

Importa pues lo que sucede, pero más que lo que sucede es cómo se interpreta eso que sucede, pues depende de la perspectiva. Nuevamente hay que aclarar que esa perspectiva es compartida en la cultura o grupo social del que se hable. Partiendo de este punto es posible entonces entender, por qué existen diferencias en la forma en la que una cultura determina lo que es su felicidad. Entendiendo este punto se observa que los italianos difieren de los chilenos y los estadounidenses de los japoneses porque aunque las cuatro culturas entienden a lo que se refiere la felicidad, para cada una de ellas significa algo distinto pues la perspectiva de lo que es valioso, aceptable o incluso la vida a la que hay que aspirar es distinta en cada población.

Pero los resultados de estos estudios, como se mencionó con anterioridad, expresan lo que se encontró en esa población, en esa situación, en ese momento, pero habría que cuestionarse si todos los chilenos, todos los japoneses, todos los estadounidenses y todos los italianos tienen la misma perspectiva que sus compatriotas. Es aquí donde comienza a surgir el perspectivismo, pues, aunque por ejemplo en Chile es un país latinoamericano, no puede decirse que así perciben a la felicidad todos los latinoamericanos. Vaya en un mismo país existen diferentes culturas, por lo que el significado de la felicidad de cada una de ellas, puede ser diferente pues consideran distintos puntos de vista, por ejemplo, si son jóvenes o adultos, si viven en una comunidad rural o en una comunidad urbana.

Es por todo lo anterior, que se cuestiona la generalización de los resultados que arrojan los estudios basados en el positivismo, puesto que hay que analizar los elementos tomados en cuenta y si la población que participó representa a todo el país o solamente a determinado sector. Surgen entonces dos preguntas: ¿comparar el nivel de felicidad de países habla realmente de cómo viven las personas de determinado país? ¿cómo comparar niveles de felicidad si para cada cultura la felicidad representa algo distinto, pues tiene su propia perspectiva?

La felicidad es un fenómeno más complejo de sólo determinar un nivel o su relación con otra variable, pues integra elementos culturales donde influye la perspectiva, misma que se adquiere de la educación y productos culturales, que varían en cada grupo social. Por ello es que se hace necesario entender el contexto de lo que los sujetos entienden por felicidad, las ideas, las creencias, los valores, los comportamientos asociados con la felicidad, esperanzas, expectativas o incluso aspiraciones, si se le concibe como una utopía, como algo real, bien como un estado, una meta o un fin. Hay que analizar pues de qué manera construyen los sujetos las ideas y significados de felicidad, tomando en cuenta los elementos culturales y sociales.

Capítulo 4. Representaciones Sociales

4.1 Antecedentes y origen del concepto de Representaciones Sociales

El concepto de representaciones sociales, de acuerdo con Arruda (2002), se desarrolló por la influencia de Piaget, Lévy-Bruhl y Durkheim de manera más directa. Arruda menciona que el concepto de Durkheim de representaciones colectivas abarcaba creencias, mitos, imágenes, derecho, religión, tradiciones, e incluso el idioma, lo que lo volvía poco operacional. Moscovici intenta entonces volverlo operacional, volverlo aplicable en las sociedades actuales.

Castorina et al. (2005) explican que la influencia de Durkheim se debe a que su concepto de representaciones colectivas, concibe a la sociedad como un ambiente natural que propicia al sujeto nociones, creencias y convicciones. De este modo, afirman, los procesos individuales quedan fuera de lo biológico, como se estudiaba desde el enfoque individualista. Esto aportaría al sujeto un lenguaje, una forma de pensar y categorías que marcarían la forma en la que el sujeto estructuraría su conocimiento.

Moscovici (1998) explica que, aunque el concepto de representaciones colectivas de Durkheim es muy próximo a su concepto de representaciones sociales, tomó como base el interés de Piaget, de conocer la evolución del pensamiento primitivo al pensamiento científico. Refiere que el principal enfoque de la psicología era el estudio de la cognición en adultos, procesos como la atención, la percepción, el aprendizaje y la memoria; es decir, procesos individuales. Pero Piaget intenta explicar la moralidad, representaciones y el lenguaje, a partir del contexto, lo que llama la atención de Moscovici.

Aunque pareciera que Vygotsky pudo haber influenciado el pensamiento de Moscovici, él explica que no fue, hasta que impartía cursos en Nueva York que conoció las ideas de Vigotsky. Luego de ello, quedó intrigado por las ideas de dicho autor, por lo que comenzó a utilizarlo como referencia. Moscovici se interesa por la evolución del hombre “primitivo” al hombre “civilizado”, en otras palabras, un pensamiento prerracional y colectivo al

pensamiento individual y científico. Esto permitiría entender, según Moscovici cómo los seres humanos manejan su conducta y cómo se emancipan de la dependencia a su ambiente.

Tanto para Piaget como Vygotsky, el concepto de representación colectiva juega un papel esencial en su obra, dice Moscovici, pues permite la vinculación de la cultura y la psicología. Ambos se basan en la idea de Durkheim que concibe a la sociedad como un sistema de relaciones generadoras de creencias, normas y rituales que comparten las personas, y a su vez, son unidos por estos mismos elementos.

Siguiendo esta línea, dice Moscovici que todas las representaciones son racionales aunque pareciera que algunas fueran más racionales que otras. Si se piensa por ejemplo en representaciones míticas como ciertas ideas de las religiones o quizá representaciones más primitivas como las de un niño que apenas está adquiriendo la cultura, y se les compara con representaciones más sofisticadas como la ciencia, no se podría decir que una es más racional que otra, pues ambas son racionales y reales para quienes tienen dicha representación.

Al respecto Moscovici recurre a Lévy-Bruhl para explicar que las representaciones que tienen los miembros de una cultura, no necesariamente se ajustan a la lógica de los miembros de otra cultura, pero ambas representaciones serían válidas. Lévy-Bruhl intenta, de acuerdo a Moscovici, explicar las representaciones tanto primitivas como civilizadas partiendo de causas sociales en lugar de individuales.

Moscovici menciona que es gracias a Lévy-Bruhl que surge una nueva psicología pues sus ideas forman parte del trabajo tanto de Piaget como de Vygotsky. Destaca del trabajo de Lévy-Bruhl tres ideas:

- Las representaciones son impenetrables para la experiencia, funcionan como paradigmas que guían la forma en la que las personas construyen su realidad, por lo que una experiencia no podría cambiar dicha representación.
- Los pueblos son sensibles a la contradicción, los integrantes de dichos pueblos se adhieren a elementos que sean más similares o familiares a ellos, por lo que en un mismo pueblo pueden existir más de una representación.

- Eficacia semántica, su finalidad última es producir tan fielmente como sea posible, las imágenes, objetos y personas como son en la realidad.

Como se podrá ver, estas tres ideas son retomadas en la teoría de Moscovici, las primeras dos podría decirse que constituyen dos de los tres tipos de RS que propone Moscovici, y la tercer idea es uno de los ejes principales, el lenguaje como generador de representaciones sociales. Esto se explicará con mayor detalle más adelante.

A los ojos de Moscovici, Lévy-Bruhl no era durkheimiano, sino que reorienta el concepto hacia una representación que no puede constituirse como una ley universal, como lo hizo Durkheim. El término de representación colectiva se asemeja a lo que Moscovici llamó representación hegemónica, que se explicará en los tipos de representaciones, pero a grandes rasgos constituyen una misma representación para todos los miembros de una población configurando una realidad que no se cuestiona. Por ello es que Moscovici hace la distinción entre Lévy-Bruhl, pues este creía que las representaciones no son normativas ni universales, pensaba que nunca se logra la homogeneidad.

En cuanto a Piaget y Vygostky destaca una idea, ambos conciben que el desarrollo del pensamiento se da por una evolución que busca el pensamiento científico y la ausencia de la contradicción. Pero explica una distinción, Piaget sigue a Durkheim pues piensa que el pensamiento primitivo y el pensamiento moderno son dos pasos en un proceso histórico, en donde el segundo representa un avance; mientras que Vygotsky sigue a Lévy-Bruhl pues piensa que la mente va de un pensamiento primitivo a un pensamiento moderno, dichos pensamientos serían antitéticos, por lo que el nuevo pensamiento sustituiría al primero.

Aunque, el punto de partida es que el pensamiento tiene su origen en la sociedad, Vygotsky y Lévi-Bruhl conciben el desarrollo de las representaciones por medio de momentos históricos, el cambio de la representación sustituiría a representaciones previas, por ser antitéticas, hay que aclarar que un supuesto básico de Durkheim era justamente la concepción de la evolución a través de momentos históricos.

Castorina et al. (2005) sintetizan los problemas que Moscovici encontró en el concepto de representaciones colectivas, por lo cuál desarrolló su propio concepto. El primero de ellos es que haría una distinción entre el conocimiento individual y el conocimiento colectivo de la ciencia, Durkheim veía una dicotomía individuo-sociedad, lo que conlleva a otro problema. Durkheim consideraba que existía una ruptura en el paso del conocimiento cotidiano al conocimiento científico, Moscovici en cambio concibe que el conocimiento científico es adquirido y transformado justamente en un conocimiento cotidiano o sentido común. Por último Durkheim no entendía que el sujeto puede participar en la producción de su conocimiento, sino concebía a las representaciones colectivas como algo estático.

La mayoría de las fuentes bibliográficas que hablan sobre la teoría de Moscovici, mencionan que está marcado por una fuerte influencia del concepto de representaciones colectivas de Durkheim, pero pareciera que le restan importancia a la influencia de Lévi-Bruhl y de Piaget. Moscovici dice que el acierto de Lévi-Bruhl sería ofrecer una visión de la conciencia social, dejando a un lado la psicología evolutiva. El acierto de Durkheim sería entender que la vida mental de los individuos está marcado por las representaciones y las normas sociales que transmiten a cada participante. Se podría concluir que, dado que Piaget estudió la evolución del pensamiento primitivo al científico, sería su principal influencia.

Hay que aclarar que Moscovici no sólo basó su concepto de representaciones sociales en las representaciones colectivas, sino que también fue influenciado, de acuerdo con Marková (2017) por la fenomenología. Marková menciona que la fenomenología de la percepción de Merleau-Ponty, ayudó a Moscovici a cristalizar el concepto de representación, pues utiliza la idea de que la comunicación lleva al sujeto a un proceso de significación, pues pensaba que hay una relación entre la comunicación y el conocimiento, así como la misma transformación del conocimiento por medio de la comunicación.

Como puede observarse, el concepto de representaciones sociales, aunque innovador y polémico en su momento, no es un concepto que surgiera de la nada. Es un concepto que retoma ideas de conceptos que ya existían para explicar tanto el conocimiento, como la influencia del factor social, que de acuerdo con Moscovici, surge de la necesidad de un

concepto que explicara la construcción de conocimientos por medio de la interacción con la sociedad, pues él mismo no tenía la intención de inventar un concepto.

4.2 El Concepto de Representaciones Sociales

Si bien, se mencionó ya que el concepto de RS tiene influencia de Durkheim, Lévi-Bruhl y Piaget, hay que decir que, Freud también fue un autor que influyó en Moscovici para el origen del concepto. El concepto de las representaciones sociales (RS) tiene su origen en la tesis doctoral de Serge Moscovici titulada *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Dicho concepto después sería desarrollado por el mismo Moscovici y por Denise Jodelet.

Moscovici (1961) dice que la realidad de una representación social es fácil de entender, pero el concepto no es fácil de comprender, porque, como se verá a continuación es un concepto complejo y no tan específico, tal como lo sería otro concepto de la psicología. Es un concepto que ha ido evolucionando, a medida que se ha desarrollado la teoría de las representaciones sociales.

Moscovici (1961) comienza diciendo que las RS son entidades que circulan y se cristalizan a través de las palabras, dichas entidades impregnan las relaciones personales, objetos mentales producidos o consumidos y las comunicaciones, produciendo símbolos y prácticas al mismo tiempo. Las RS incluirían, dice Moscovici, producciones intelectuales y sociales, mitos, juicios, opiniones e imágenes, pero no serían reproducciones ni copias fieles de lo que hay en el ambiente, sino que se trataría de un proceso en el que el sujeto participa con sus experiencias.

De acuerdo con Moscovici las RS preparan al sujeto para la acción, de manera que guían el comportamiento, pero este comportamiento está ligado al objeto, por lo que el estímulo no desencadena una respuesta, sino que se dan al mismo tiempo. La conducta no es una reacción sino que, el estímulo está determinado por la respuesta. Moscovici afirma:

“las representaciones sociales son conjuntos dinámicos, su característica es la producción de comportamientos y de relaciones con un medio, es una acción que modifica a ambos y no una

reproducción de estos comportamientos o de estas relaciones, ni una reacción a un estímulo exterior dado” (1961, pp. 33).

De esta manera dice, no serían opiniones o imágenes de algo sino “ciencias colectivas” destinadas a interpretar y construir la realidad. Agregaría además que una representación permite atribuir a toda figura un sentido y atribuir un sentido a toda figura, finalizando con la expresión “toda representación es la representación de una cosa” (pp. 42). El mismo Moscovici (1961) definiría a las representaciones sociales como conjuntos dinámicos que producen comportamientos y relaciones con el medio, acciones que modifica a ambos y no una simple reproducción, ni una reacción a un estímulo exterior dado.

Denise Jodelet, es junto con Moscovici, quien mayor aporte a este concepto ha tenido. Jodelet afirma que las RS son:

“Imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso, dar un sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que ver; teorías que permiten establecer hechos sobre ellos” (1986, pp. 472).

Una RS de acuerdo con Jodelet es un conocimiento social que permite interpretar y pensar la realidad cotidiana, este conocimiento se da en un contexto concreto por medio de la comunicación que se establece entre los miembros de los grupos. Esta comunicación se establece, dice Jodelet, por el bagaje cultural, códigos, valores e ideologías. Además menciona que es un conocimiento socialmente elaborado y compartido, por lo que es un pensamiento natural o de conocimiento de sentido común. Este conocimiento, es un conocimiento práctico, tal como afirma también Moscovici, por lo que el conocimiento se relaciona con las prácticas del individuo.

Jodelet concuerda con Moscovici al afirmar que toda RS es representación de algo o de alguien, por lo que no sería un duplicado real ni ideal, ni la parte objetiva ni la parte subjetiva del objeto. Sería más bien sustituir o estar en lugar de, por lo que el símbolo o el signo estarían presentes, pues representar es re-presentar o en palabras de Jodelet hacer presente en la mente

una persona, objeto, acontecimiento, idea, etc. Esta representación no se puede disociar de un carácter significativo, pues dice Jodelet que el símbolo no sólo restituye a algo, sino que puede sustituirlo.

Otra definición es la que construyen Markova et al. (1998) en la que afirman que:

“Las representaciones sociales son formas de pensamiento y de actividades basadas en la 'lógica popular'. Se forman, mantienen y modifican mediante procesos tanto implícitos como explícitos; tienen funciones performativas y constructivas. Es muy posible que algunas características de las representaciones del individuo permanezcan relativamente estables en el tiempo, mientras que otras pueden responder con bastante rapidez a los cambios políticos y económicos. (...) prescriben definiciones socialmente compartidas de los fenómenos sociales y éstas se promulgan tanto en el lenguaje como en las situaciones comunicativas. (...) los elementos léxicos reflejan tradiciones culturales y representaciones sociales. Al mismo tiempo, el lenguaje mismo es objeto de representaciones sociales” (1998, pp. 805)

Gutierrez (1998) rescata que las RS tienen que ver con la forma en la que aprehendemos acontecimientos de la vida diaria, características del ambiente, informaciones y personas del entorno tanto cercano como lejano. Las categoriza como un conocimiento ingenuo o espontáneo, que se constituye a partir de experiencias, información, conocimiento, y pensamiento que el sujeto recibe y transmite por medio de la comunicación. Dice además que cada persona tiene una representación particular desde la que se posiciona para relacionarse. Castorina (2017) comparte que las RS se producen en las prácticas sociales para dar sentido a lo que sucede en la sociedad, por lo que serían un resultado de la experiencia o comunicación social. Finalmente, Ramos (2011) afirma que una RS es una forma de conocimiento que crea sus propias reglas a través del lenguaje, sus formas comunicativas y constituye universos de conocimientos, mundos de discursos.

Jodelet (1986) apunta que al considerarse una forma de conocimiento se corre el riesgo de reducirla a lo individual, y al ser un pensamiento social se corre el riesgo de que se diluya en lo cultural o ideológico, por ello realiza la siguiente acotación:

El concepto de representación social designa una forma de conocimiento específico, el saber del sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de los procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. En sentido más amplio, designa una forma de pensamiento social. Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal. En tanto que tales, presentan características específicas a nivel de organización de los contenidos, las operaciones mentales y la lógica (pp. 474).

El concepto de RS sería pues una forma de pensamiento social construido a partir de las experiencias y relaciones del sujeto con objetos, personas y su entorno, por medio del cual construye e interpreta su realidad. Este pensamiento se relaciona con la acción, puesto que la RS sería la razón por la que un sujeto se interacciona de una determinada manera. Es individual puesto que un sujeto no tiene una copia fiel de la realidad sino que la representación ya es en sí la forma en la que el sujeto sustituye un objeto o una persona en su mente. Sería social porque es un pensamiento compartido con los demás integrantes del grupo social al que pertenece.

4.3 Teoría de las Representaciones Sociales (TRS)

4.3.1 Conocimiento Social

Para entender la teoría de las RS, primero hay que entender lo que Moscovici entiende por conocimiento social. Como ya se mencionó, Moscovici se basa en conceptos que estudian los procesos de la mente desde lo social y no de manera individual como se realizaba. De acuerdo con Arruda (2002), el concepto llamó la atención de los intelectuales, por su novedad, puesto que prevalecía el enfoque en el behaviorismo en el estudio del pensamiento. La misma Arruda menciona que el concepto tiene fuertes raíces en la sociología con presencia de la antropología, mientras Castorina (2005) menciona que el concepto está inmerso en la sociología, antropología, historia y la Psicología.

Moscovici (1984) habla de una psicología social, proponiendo que se estudie al sujeto tomando en cuenta la ideología y la comunicación, pues no es un sujeto individual sino colectivo. La ideología, dice Moscovici, son representaciones y actitudes, que incluyen: fenómenos familiares y sociales, prejuicios, estereotipos, creencias, etc. La comunicación estaría marcada por los mensajes lingüísticos y no lingüísticos (imágenes, gestos, etc.). Esto llevaría a una visión psicosocial del individuo.

En esta visión psicosocial, explica, el sujeto se relaciona con un objeto que puede ser físico, social, real o imaginario. Este objeto, que puede ser incluso una persona, modifica o influye en el sujeto, de tal manera que ambos se modifican, lo que resulta en tres entidades: el sujeto individual, el sujeto social y el objeto. La forma de interacción conlleva a que se afecte el pensamiento y el comportamiento de un individuo.

Esta visión psicosocial se sale del esquema positivista que predominaba en la psicología, por lo que Moscovici habla de una realidad objetiva, en términos de la relación con el objeto, pero subjetiva en términos de la perspectiva del sujeto. Pues en realidad el sujeto no puede salirse de la influencia del grupo, por lo que la visión individual, no alcanza para explicar la forma en que el sujeto construye conocimientos. La psicología social, dice Moscovici estudia simultáneamente tanto procesos psicológicos, como sociales.

Banch (2000) explica que las RS son al mismo tiempo un enfoque y una teoría, que critica al conductismo y al positivismo. Menciona que con la Teoría de las Representaciones Sociales, se inaugura una nueva Psicología Social, con un sentido histórico-social. Esta teoría no sería particular de la Psicología, sino que forma parte de la Antropología, Sociología, la Historia (Banch, 2000; Jodelet, 2000). Far (1998) menciona que pocas teorías en las Ciencias Sociales han tenido un desarrollo tan amplio como las Representaciones Sociales, y a continuación se verá por qué.

4.3.2 Fundamentos de la Teoría de las Representaciones Sociales

En su tesis doctoral, Moscovici (1961), plantea la Teoría de las Representaciones sociales (TRS). Esta teoría fue desarrollándola con el paso de los años, de acuerdo a interrogantes que fueron surgiendo. Al inicio Mosovici planteó la idea de los sabios aficionados, en la que expresaba la forma en la que los individuos buscaban obtener un conocimiento científico, pero hacerlo propio, pues hasta ese momento se consideraba que quienes poseían el lenguaje científico, eran sólo expertos. Pero en gran parte, la idea que Moscovici tuvo (y se mantiene hasta ahora) es que las representaciones sociales propician que el sujeto haga familiar lo que no es familiar, que se apropie del conocimiento científico y lo transforme en un conocimiento común. Este proceso sería logrado por medio de la comunicación o interacción con el objeto, así como con otras personas.

Estas interacciones transmitirían a los individuos informaciones, de las cuales el sujeto se apropiaría y formaría un pensamiento que desencadenaría una actitud, una práctica o un hábito, que al mismo tiempo sería compartido con los demás integrantes del grupo social. Por medio de esta RS el sujeto busca conocer el mundo que lo rodea, “estar al corriente” como lo dice Moscovici. De esta manera, contrario a lo que pensaba Durkheim, el sujeto se vuelve un constructor de su propio pensamiento y no es un ente pasivo que sólo recrea lo que la sociedad le transmite.

Moscovici identifica además tres dimensiones que componen una representación social: *la información, el campo de representación o imagen y la actitud*. Moscovici menciona que la *información* es el conjunto de saberes sociales que el sujeto tiene respecto a un determinado objeto, así como la organización de dichos saberes. Cada grupo o población tiene una determinada información respecto a un determinado objeto, dependiendo de su cercanía o familiaridad. Jodelet (2001), al respecto agregaría que la información se trata del elemento cognitivo de la representación.

En cuanto al *campo de representación*, Moscovici se remite a la idea de imagen, que engloba un contenido de las presuposiciones que tienen acerca de un aspecto de la representación. Esta imagen contiene una jerarquía de los elementos, juicios e ideas preconcebidas sobre un

tema en particular. Posteriormente, Jodelet (2001) mencionaría que el *campo de representación* abarca la totalidad de expresiones, imágenes, ideas y valores presentes en el discurso acerca de un objeto.

Moscovici explica que la *actitud*, manifiesta la orientación del sujeto hacia el objeto en cuestión. En otras palabras es la posición en la que se pone el individuo dependiendo de su relación con el objeto. Se trata entonces de la postura que toma el sujeto o la forma en la que interacciona con el elemento u objeto en cuestión. Arruda (2002) menciona que estos tres elementos forman parte del enfoque procesual en el estudio de las RS, mismo que se abordará más adelante.

El término representación implicaría la presencia de un elemento en la ausencia del otro, idea que posteriormente explicaría Jodelet (1986), diciendo que la representación es mental y conlleva un carácter significante, pues se forma una imagen o figura que no se puede separar del significado. La representación en la psicología clásica sólo es un reflejo del mundo exterior, pero en la TRS hay un elemento imaginario, individual, social o producto de la imaginación que sustituye al objeto representado, dice Jodelet. Es esta insuficiencia de modelos clásicos lo que causa que se introduzca el concepto de RS, de acuerdo a Jodelet, pues una de sus riquezas es que son tanto innovadoras como rígidas, tanto móviles como permanentes (1986).

Jodelet además dice que en una RS siempre hay una actividad de construcción y reconstrucción del objeto, es una actividad simbólica y cognitiva. Este acto, dice Moscovici (1961) no es simplemente desdoblamiento, repetirlo o cambiarle algo, sino que se construye una RS de manera que hacen que la realidad sea lo que se piensa que es o debe ser. El elemento deja de existir como tal para transformarse en una noción que se representa en la mente. Pero ambos autores enfatizan que una RS tiene que ver con la acción o las prácticas que tienen los sujetos a partir de dicha representación.

Doise (1987, citado en Doise y Munguy, 1991) afirma que las RS son principios que generan tomas de posición vinculadas a sus relaciones sociales, organizando los procesos simbólicos. Doise y Munguy (1991), además mencionan que estas RS son resultado de la influencia social, pues se da lugar a procesos en los que los individuos y los grupos configuran, mantienen y modifican las formas en las que piensan. Estas formas son difundidas o compartidas por medio de las interacciones que pueden ser directas o simbólicas, dicen Doise y Munguy. Estos autores realizan estudios y pretenden conocer cuál es la génesis de las RS. Las RS serían sociales de acuerdo con Banch (2000) porque tienen que ver con la interacción de dos o más sujetos o grupos.

Moscovici (1984) afirmaría respecto a su teoría, que los sujetos piensan por la boca, haciendo referencia a que la comunicación es la manera en que pensamos, pues pensar y argumentar es lo mismo. En 1988 diría que las RS son contenidos del pensamiento cotidiano e ideas acerca de las creencias religiosas, políticas y relaciones que se piensan de manera natural. Estas permiten, dice, clasificar personas y objetos, comparar y explicar comportamientos y objetivarlos. Las RS dice Moscovici, pueden encontrarse presentes en el mundo actual o bien en escritos con cientos de años, que, aunque hayan sido olvidados siguen existiendo y siguen representando algo.

En 1994 Moscovici explicó que algunas representaciones están basadas en el conocimiento que fue transmitido o en creencias inculcadas. Sería por ello que una persona desarrolla un sentimiento desde el cuál dirige su comportamiento, pues las representaciones son presupuestos simbolizados por imágenes o palabras que se encuentran en la mente. Pero esas imágenes y palabras son producto las formas de comunicarse, que además deben ser socialmente aceptadas. Por esta razón, dice Moscovici que los integrantes de un mismo grupo consideran que las RS que tienen otros individuos del grupo son las mismas.

Jodelet (2000) afirma que las RS son forjadas en la interacción y contacto con los discursos presentes en el espacio público. Menciona que se encuentran en el lenguaje y las prácticas, ayudando a codificar y categorizar lo que compone la realidad por medio de una simbolización que interviene como una herencia colectiva dependiendo de la historia

personal. En la actualidad estas simbolizaciones pueden ayudar a entender los mundos diferentes, pues son mundos contemporáneos que se pueden comparar por las relaciones existentes entre estas sociedades por la globalización.

La evidencia en investigaciones dice Jodelet, muestra que las RS pueden cambiar aunque ya hayan sido establecidas, de acuerdo con el momento histórico que vive la persona, esto sería determinado por la experiencia y el contexto. El desarrollo histórico, afirma Jodelet, es influido por la organización social y cultural dada, o que permite ciertas relaciones. En la modificación de una RS tendrían que ver las referencias que se tengan respecto al sujeto idealizado de la sociedad a la que pertenece. Finalmente el mismo lenguaje puede propiciar variaciones individuales o contradicciones, por lo que algunas RS no son estáticas como se mencionó con anterioridad.

Banch (2000) menciona la TRS permite el estudio de las condiciones necesarias para la producción de una RS (medios de comunicación, interacciones, lenguaje), condiciones de circulación (intercambio de saberes y ubicación de los participantes) y las funciones (construcción de la realidad, intercambio, conformación de identidades, búsqueda del conocimiento científico). Menciona además que otro elemento que aportó esta teoría es la no polarización a lo micro o a lo macro, como hacían otros enfoques de las ciencias sociales. Entender la TRS ayudaría a conocer también la construcción de las identidades, que se encontrarían en lo simbólico, dice Banch.

Banch menciona tres periodos en el estudio de RS en Latinoamérica; dichos periodos son:

1. Legitimación de la teoría. Caracterizado por la ausencia de la literatura en el idioma castellano, pues no hubo distribución por América Latina
2. Resistencia al cambio de paradigma. La teoría generaba polémica, poca claridad y no existía una distinción con otros conceptos ya existentes.
3. Atracción de la vanguardia estudiantil. Quienes se acercaron primero a la teoría fueron trabajos de grado de estudiantes que se veían atraídos. En este periodo se dieron dos momentos.

- Periodo de difusión y consolidación de la teoría, en el que ya no sólo son trabajos de grados, sino que se comienzan a realizar artículos, libros, ponencias e investigaciones.
- Periodo de cuestionamiento metateórico de la teoría. Al principio se cuestionaba por ir en contra del positivismo, ahora se cuestiona por su carácter científico y aún así afirmar que existe un mundo exterior al sujeto, lo que resulta difícil de concebir.

Arruda (2002), por su parte concuerda con la idea de que la TRS pretende conocer cómo los sujetos interactúan con la sociedad para construir la realidad por medio de la comunicación. Para ello tomaría en cuenta cómo es que los individuos, grupos y sujetos sociales, a partir de su inserción social y cultural, conocen la sociedad. De acuerdo con Arruda, el sujeto transforma los conocimientos que aprehende de la sociedad pasando de un sistema de roles a un grupo de iguales, conocimientos especializados a conocimientos cotidianos, normas de grupos a formas de relacionarse, de la ciencia al sentido común, de lo frío y abstracto a lo accesible.

Arruda también afirma que una RS es una forma de conocimiento de sociedades que obligan al procesamiento constante, a lo nuevo y actual. Concordando con Moscovici en la idea de que la sociedad está constituida por sabios aficionados, dice que al sujeto le importa hablar de lo que todo el mundo habla, saber de lo que todo el mundo sabe, el sujeto se vuelve activo y creativo. Es un saber práctico en la sociedad actual, aquí y ahora, en sociedades como las nuestras, apunta Arruda. Las RS se convierten en la forma de pensar y entender el mundo, formándose juicios, denificaciones y clasificaciones.

Moscovici (1961), menciona que la TRS tiene que verse como una forma de entender la sociedad actual y la cultura. El concepto de RS incluye dos elementos que podrían diluir el sentido, la opinión y el mito. Moscovici dice que todo en la vida social se basa en la opinión, incluida la misma ciencia, aunque se le da un mayor valor a algún conocimiento científico que a otro, pero tanto la opinión como el mito constituyen una organización psicológica. En otras palabras, son una forma de conocimiento en la sociedad.

La opinión sería una reacción de los individuos ante una relación con el objeto. Dice Moscovici que el concepto de imagen, en realidad está relacionado con el de opinión, pues son una especie de “sensaciones mentales” o impresiones que conllevan experiencias pasadas, pues incluso las palabras que usa para comunicarse un individuo no son la traducción directa de las ideas. Las sensaciones operan como un filtro, la información que el sujeto tiene es la que necesita para entender y construir su realidad.

Las formas de pensamiento, dice Moscovici, determinan y regulan las conductas que una sociedad desea o admite en un sujeto. En un momento dado, afirma, cada persona parte de observaciones y testimonios de los demás individuos de la sociedad. Por ejemplo: personas especialistas en un tema, transmiten sus propias representaciones acerca de un determinado conocimiento, pues sus fuentes de información no están cercanas a nosotros ya sea por la dificultad de comprender el contenido o por la accesibilidad. Agrega además que el objeto del concepto es una percepción y el contenido del objeto es percibido, la representación expresa la relación entre sujeto-objeto siendo el origen de dicha relación.

En 2004, Moscovici menciona que las RS son siempre complejas y necesariamente dependientes de sistemas de creencias, valores, tradiciones e imágenes del mundo. Estas representaciones se dan en y a través del discurso, dice Moscovici, discursos que transmiten símbolos que representan al objeto. Estas RS constantemente son reformuladas, y es gracias a ellas que interactúan y se definen a sí mismos.

Citándose a sí mismo (1993), Moscovici introduce el concepto de *Themata*, propuesto para establecer el tipo de RS (cuestión que se abordará más adelante), para identificar si se trata de visiones generales o representaciones particulares. Este concepto de *Themata* o tema ayuda a pasar de lo microsociológico a lo macrosociológico y viceversa, es decir, identificar el nivel en que se encuentra dicha representación. Además brinda la posibilidad, según Moscovici, de conocer cuáles representaciones son producto de una traducción o una interpretación del sujeto, para saber cómo una representación puede llamarse social y bajo qué fundamento sería social, pues una representación no se limita sólo a la descripción de un contenido.

El tema, dice Moscovici, sería una repetición de contenidos selectiva que la sociedad crea y mantiene preservados, indica la posibilidad de entender que la representación va más allá de lo que fue concretado por un sujeto o una institución. En otras palabras: el sujeto selecciona la información y la concreta de acuerdo con cierta realidad, pero no es la única realidad posible, sino sólo una realidad de otras realidades existentes. Sin embargo, sólo una realidad predomina sobre las demás, dice Moscovici, siendo de alguna manera un especie de arquetipos o ideas comunes, que son compartidas a través de las interacciones, la cultura, sociedad e historia.

Raudsepp (2005), por su parte agrega a la teoría la idea de que la cultura es un conjunto de representaciones compartidas que se imponen a los individuos desde el exterior. En esta cultura existe un sistema de relaciones sociales dice, por lo tanto podría concebirse que la cultura se impone por ese sistema de relaciones sociales. Las RS de acuerdo con Raudsepp existen y están mediadas por las acciones y prácticas, que tienen un determinado grupo o comunidad, sólo tendrían vida si existe una práctica. Continúa diciendo que una persona se constituye a sí misma y funciona como ser social por medio de símbolos compartidos colectivamente. Pero el sujeto puede usar sus recursos para transformar, generar nuevas representaciones, retener o revivir algunas representaciones antiguas; de esta manera crea su propio mundo.

Jodelet (2008) afirma que un sujeto no puede considerarse nunca un individuo aislado, sino que es un individuo social, que interioriza y se apropia de las representaciones, interviniendo de manera que participa en su construcción. Y dado que el sujeto es histórico, esa misma historicidad tendrá que ver en el proceso de formación o transformación de RS, esta estaría determinada entonces por el contexto, pero también por el momento en que vive el sujeto.

La TRS concibe tres esferas de toda RS: la intersubjetividad, la subjetividad y la trans-subjetividad (Moscovici, 196; Jodelet, 2008). Esto quiere decir que todo pensamiento es subjetivo, pues proviene del sujeto, que hay una intersubjetividad porque el sujeto interactúa con otros sujetos, y que existe una trans-subjetividad porque interactúa en un contexto social en el que puede haber modificaciones. No existe entonces un individuo aislado, ni un

pensamiento que no provenga de un sujeto, ni tampoco un sujeto que no esté inmerso en un contexto social.

Ramos (2011) explica que a través de las RS se puede representar la realidad, en términos de la información disponible, imágenes y pensamientos de la sociedad. Este conocimiento se renueva a partir de conocimiento anterior, por lo que el pensamiento estaría en constante producción. Afirma también que las imágenes y conceptos no son productos exclusivos del individuo, sino también son procesos sociales. Dice además que las RS se forman en “laboratorios sociales” que serían lugares donde se desenvuelve el individuo, lugares como hospitales, cafés, fábricas, espacios públicos. Estos espacios propician conversaciones en donde se crean lo que Moscovici (1984) llama “filosofías espontáneas” que tienen que ver con lo que el sujeto comparte, sus prácticas, relaciones personales, ideologías, etc. La manera de pensar de un sujeto, depende de las representaciones que tiene, afirma Ramos. Finalmente, expresa la idea de Jodelet y Moscovici de que el pensamiento es tanto un producto como un proceso.

Castorina (2017) agrega a esta teoría la idea de que la realidad de un sujeto es una reconstrucción de la realidad social. En esta reconstrucción influye el contexto histórico, ideológico y cultural, en este proceso se incluye la pertenencia del sujeto al grupo y la forma en que participa en la cultura. Las RS son entonces punto de partida en el proceso de la identidad de un individuo o un grupo social, a su vez, determina la forma en que participa y se relaciona con el grupo, pero es de este mismo grupo el origen de la misma representación.

4.3.3 Tipos de Representaciones Sociales

Moscovici (1988) propone tres modalidades de representaciones sociales, las cuales según Arruda (2002), predominarían en las prácticas simbólicas y/o afectivas. Dichas representaciones se distinguen en las hegemónicas, emancipadas o autónomas y las representaciones polémicas. Estas representaciones se presentan en cualquier sociedad, y cada sujeto tendría los tres tipos de representaciones en diferentes temas.

Las representaciones *hegemónicas* son las que más se parecen al concepto de representaciones colectivas de Durkheim. Dichas representaciones, dice Wagner (1998) son culturales, profundamente arraigadas en el pensamiento y comportamiento de un pueblo, serían las responsables de la forma en que interactúan los sujetos. Estas representaciones dice Arruda (2002), son adquiridas y desarrolladas desde la infancia, provienen del pasado, por lo que son más estables, perdurando en el tiempo con muy pocas varianzas en las prácticas y las ideas. Arruda agrega, que estas representaciones pueden encubrir a los otros dos tipos de representaciones.

Al respecto, Rodríguez (2007) dice que son contenidos colectivamente compartidos, legítimos y menos susceptibles de discusiones. Serían creencias que se asumen como dadas, temas que no se cuestionan. Para poner un ejemplo podría decirse que una representación hegemónica es lo que en una determinada cultura significan los símbolos patrios, o dentro de una religión determinadas creencias que están fuera de discusión, se toman como una única realidad incuestionable.

Las representaciones *emancipadas* son el resultado de la circulación del conocimiento y las ideas de los grupos con los que el sujeto mantiene contacto. Rodríguez afirma que estas representaciones pueden denominarse normativas o grupales, pues se refieren a creencias y valores que sostienen grupos sociales específicos. Si bien, estas representaciones tienen una fuerte aceptación, no son compartidas o aceptadas por todos los grupos sociales o comunidades culturales. Estas representaciones se pueden ejemplificar en un país multicultural como México en el que cada cultura o cada grupo social tiene ciertas prácticas que no se tienen en otro grupo social. Existe una cierta independencia en la práctica, por ejemplo: qué hacer los fines de semana como entretenimiento, cada grupo haría algo que si bien puede considerarse como normativo dentro de ese grupo, no es una norma para todos.

Las representaciones *polémicas* surgen del conflicto y la controversia social, no hay una unanimidad en el pensamiento, estas se contradicen con las hegemónicas. Rodríguez afirma que se trata de contenidos discutidos abiertamente dentro de un grupo social, contenidos que generan posturas relativas, pues producen dudas o críticas. Este es el caso típico de temas

controversiales, que conllevan ciertas posturas respecto a un tema, como por ejemplo el aborto, pues habrá posturas que lo reprueban, posturas neutras y posturas que lo aprueban.

Aunque este es un elemento que incluye Moscovici, es un elemento que no ha sido desarrollado dentro de esta teoría y viene del cuestionamiento acerca la pertinencia de esta clasificación de contenidos. Pues hay autores como Rodríguez (2007) que piensa que más bien estos serían estados o fases de las representaciones de una población respecto a un tema. Bajo esta lógica podría pensarse, por ejemplo, en ciertas representaciones que en algún momento histórico fueron hegemónicas para una determinada sociedad, pero que debido a situaciones sociales, políticas o económicas se transformaron en emancipadas o incluso polémicas. Este sería el caso de cambios políticos, nuevas leyes o reformas, así como ciertos roles sociales. El proceso de transformación podría ser hacia los dos rumbos, de polémicas a hegemónicas o de hegemónicas a controversiales, pasando claramente por representaciones emancipadas.

Al respecto, Abric (1993), identifica tres procesos de transformación de estas representaciones. El proceso de *transformación de resistencia* o transformación superficial, en la que cambian sólo elementos periféricos; es decir elementos que forman parte de la representación pero no son de gran relevancia o influencia. La *transformación progresiva* que ocurre con la integración de nuevos elementos relevantes a la representación o cambio de perspectiva en ciertos aspectos, pero manteniendo el núcleo o esencia de la representación. Finalmente la *transformación total*, en esta transformación ocurre un cambio completamente de perspectiva, se modifica completamente la representación o el pensamiento.

4.3.4 Enfoques de su estudio

Existen diversos enfoques de estudio, no sólo en cuanto a la metodología sino a la epistemología del enfoque. Rodríguez (2007) distingue tres principales enfoques de estudio, el enfoque de Moscovici que basa sus estudios sobre una visión más social que cognitiva, más dinámica que estática, en la que utiliza el anclaje y la objetivación para entender las representaciones. El concepto de anclaje y objetivación se explicarán más adelante.

Un segundo enfoque, dice Rodríguez, es el de Jodelet. Una aproximación antropológica dirigida a estudiar aspectos culturales, con metodologías que implican periodos largos de tiempo, como lo es la observación etnográfica. El tercer enfoque es el de Ivana Marková, que se concibe un carácter dinámico del pensamiento, el lenguaje y las prácticas sociales. Este enfoque concibe a las RS como dinámicas con un carácter co-construido por interdependencias entre lo social y lo individual. En este último enfoque se profundiza en el ámbito del lenguaje familiar o común para el sujeto.

Otra forma en la que se comprenden y se estudian las RS es desde la teoría del Núcleo central de Abric (1993) en la que propone que una RS está compuesta por un código o *núcleo central* y *elementos periféricos*. El núcleo central es el elemento principal que incluye el significado de la representación, así como la estructura de la misma. Este núcleo central, dice Abric tiene su origen tanto en la en la memoria colectivacomo en la historia del grupo.

El núcleo central es un contenido hegemónico en el grupo, por lo que no se cuestiona y se acepta por todos los miembros de un grupo. Este contenido es estable en el tiempo, no se modifica, pero es al mismo tiempo coherente y lógico, pues en el él se basan para construir un determinado conocimiento. Es además rígido, por lo que es el elemento más resistente al cambio, aunque sea mínimo. Este contenido no es sensible al contexto inmediato, tampoco sería influenciado por experiencias del sujeto.

Por su parte, los elementos periféricos, de acuerdo con Abric, permiten la integración de experiencias del sujeto, así como la historia del mismo. Estos elementos no son consensuales o unánimes, sino heterogéneos, por lo tanto son flexibles e incluso sensibles a contradicciones. Debido a esto, son sensibles al contexto, que puede influir en dichos elementos. Estos elementos son secundarios y están para especificar el contenido del núcleo, señalar detalles, cumpliendo al mismo tiempo una función de regulación, adaptando la representación al contexto, pues este último puede cambiar por diversas situaciones y lo protege de cambios que pudieran suceder. Finalmente, los elementos periféricos de una

representación están relacionados directamente con conductas y tomas de posición frente a la realidad.

Para esta teoría es importante el concepto de *Themata* introducido por Moscovici en (1994). Abric (1993), menciona que es parte del núcleo central, pues constituye una parte no cognitiva de la RS. Los *themata* serían temas persistentes en la representación, ya que provienen, como lo dice Abric de la memoria colectiva, por lo que son preconcepciones compartidas lo que les posibilidad generar la misma representación en cuestión. Rodríguez (2007) ejemplifica estos *themata* mencionando “el sueño americano” o “todos somos iguales”, pues cualquier sujeto dentro de un grupo social sabe a qué se refiere puesto que son herencias históricas y culturales. Es claro que estos *themata* son a su vez el núcleo central, pues son contenidos consensuales hegemónicos, mientras existirían elementos periférico que especifican, protegen a la representación.

Rodríguez (2003) rescata los tres campos que proponen Wagner y Elejabarrieta (1994) para el estudio sobre las RS. El primero es la ciencia popularizada, en la que el conocimiento científico pasa a formar parte del lenguaje cotidiano, este sería un tema fundamental de la propuesta de Moscovici. El segundo desde lo cultural, que aborda la construcción cultural sobre el mundo social, centrándose en la historia de los objetos en cuestión, este sería similar al que propone Jodelet. El tercero se centra en condiciones y acontecimientos sociales, considerando que las representaciones prevalecen un periodo corto en la vida social.

Aunque ya se mencionaron distintas formas de abordar el estudio de las representaciones sociales, se mencionará a continuación la clasificación que, para efectos de este estudio es la más importante. Se trata de la clasificación o distinción que proponen tanto Moscovici como Jodelet, es la de estudiar a las representaciones sociales como una dinámica social o como una dinámica psíquica. Banchs (2000) citando a Jodelet (1989) dice que se debe tener en cuenta de un lado el funcionamiento cognitivo y psíquico, del otro lado el funcionamiento social, pues ambos afectan la génesis, la estructura y la evolución de las representaciones.

Esta distinción clasifica al estudio de las RS como *enfoques estructurales* y como *enfoques procesuales*. Moscovici (1982) menciona que el enfoque estructural se enfoca en el contenido, considerando la génesis como aspectos sociocognitivos, es decir, el procesamiento de la información desde lo cognitivo. Jodelet (1984) explica que el enfoque procesual aborda tanto el producto como el proceso de la apropiación de la información exterior mediante la interacción psicológica y social con la realidad.

Banch (2000) menciona que el hablar de lo procesal o lo estructural se refiere a un modo de apropiarse de la teoría. Se puede estudiar de forma mecánica, en términos de estructura o en términos de dialécticas de cambio, dice Banchs, o bien se puede estudiar desde un enfoque procesual desde el intercambio simbólico. Agrega que es muy poco común que en un estudio se concrete el enfoque a ambos enfoques, normalmente se enfocan a uno o a otro, y de hecho son muchos más los estudios que se enfocan en lo estructural. Banch explica ambos enfoques en su obra "*Aproximaciones Procesuales y Estructurales al estudio de las RS*" en año 2000, lo cual se explica a continuación.

El polo procesual: va de la interacción simbólica, a una postura socioconstruccionista. Citando a Spink (1994), Banch explica que es la interpretación del proceso de elaboración de las representaciones en el espacio y momento de interacción, sería el real objeto de estudio de las RS desde la perspectiva psicosocial. Este enfoque tiene algunos presupuestos que lo caracterizan.

En primer lugar considera que para acceder al conocimiento se debe abordar desde la hermenéutica, puesto que el ser humano produce significados que deben ser interpretados. Debe focalizarse a las producciones simbólicas, significados y el lenguaje, pues son de estas formas como el ser humano construye su realidad. En segundo lugar, para acceder al conocimiento se requiere una recolección y un análisis cualitativo, o bien una triangulación que combine más de una técnica o teoría para garantizar la confiabilidad y una mayor profundidad. En tercer lugar, no busca una estructura lógica, porque no existen en este enfoque, de hecho es factible encontrar contradicciones.

Polo estructural: constituye el 90% de las publicaciones. Este enfoque se relaciona con la teoría del núcleo central de Abric que se explicó anteriormente. Este polo enfatiza la estructura de las RS haciendo uso del método experimental o análisis multivariados o ecuaciones estructurales. De acuerdo con Rodríguez (2007), busca la organización jerárquica interna, es decir los elementos centrales y los elementos periféricos. Esta teoría además, dice Rodríguez buscan cuantificar y estandarizar los contenidos.

De acuerdo con Banch (2000), en este polo se centra en los contenidos en términos de los mecanismos de organización y la frecuencia con que se presentan independientemente de su significación. También busca describir las propiedades de las cogniciones que componen la RS, así como las relaciones entre dichas cogniciones y las conductas. Este enfoque pretende encontrar los mecanismos de constitución, las funciones, dimensiones y elementos de la estructura cognitiva.

Banch finaliza explicando que un enfoque remite al paradigma socioconstruccionista y el otro al paradigma positivista. El primero trataría de describir la riqueza simbólica, significados cambiantes, mientras el segundo corrobora, busca clasificar y confirmar hipótesis, teorías y métodos. Esto lleva a cuestionarse, dice Banch:

cabe preguntarnos si es lo mismo hablar de seres humanos o de actores sociales que de sujetos, si es lo mismo hablar de prácticas, acciones o praxis que de conductas, si es lo mismo hablar de discurso, de lenguaje, de comunicación que de cogniciones, esquemas, cognemas; si es lo mismo hablar de sentidos, de significados, de símbolos, que de estructuras, de organizaciones, de lógicas (pp. 3.10).

Araya (2000) menciona que para estudiar el enfoque procesual, se usa material discursivo producido a manera de conversaciones o bien mediante entrevistas o cuestionarios, además de que se pueden analizar obras literarias, productos periodísticos o grabaciones de radio. Finaliza afirmando que es una aproximación cualitativa, hermenéutica que se centra en la diversidad y aspectos significantes, por lo que usa referentes teóricos de la filosofía, lingüística y sociología.

Para finalizar este tema se puede citar a Rodríguez (2007) pues dice que la TRS es una teoría abierta y tolerante, pues funciona tanto para investigadores experimentales como investigadores de campo. Menciona que propicia experimentos, encuestas, asociaciones de palabras y representaciones en términos de números, cifras y gráficas, así como también análisis del discurso, lecturas etnográficas o análisis hermenéuticos.

Castorina (2017) explica que aborda el ámbito científico, el cultural, el de la producción, medio ambiente, el biológico y médico, el psicológico, la educación, estudios de roles y actores sociales y el de las relaciones intergrupales. En cuanto a las técnicas de recolección de información Araya (2002) distingue las técnicas interrogativas como la entrevista, el cuestionario (que puede ser estandarizado), técnicas asociativas y los métodos de identificación de la organización y de la estructura de una representación.

4.4 Procesos básicos de las Representaciones Sociales

Moscovici (1961) propuso inicialmente en su teoría dos procesos fundamentales en la elaboración de las RS. Se trata de la *objetivación* y el *anclaje*, procesos que, dice Jodelet (1984), explican cómo lo social se transforma en un conocimiento en representación y cómo esta representación transforma lo social. Son, de acuerdo a Jodelet la elaboración y la forma en la que funciona un RS. Estos procesos se describirán a continuación.

4.4.1 Objetivación

Moscovici, en su tesis doctoral propone este término para designar el proceso por el cual se duplica un esquema conceptual en una imagen. “Los signos lingüísticos se enganchan a estructuras materiales, se trata de acoplar una palabra a una cosa” (Moscovici, 1961, pp. 75), afirma dicho autor. Luego comenta que en este proceso el sujeto no se ubica respecto al conocimiento, sino respecto a un fenómeno que el sujeto se toma la libertad de tratar conforme a cómo lo interpreta.

Este proceso sería el que permite que un individuo haga familiar lo desconocido hasta ese momento. Moscovici menciona que se deben realizar dos operaciones dentro de este proceso:

convertir algo real en algo simbólico, y al mismo tiempo se vuelve real lo simbólico. El sujeto transforma una teoría en una construcción relacionada con los valores, y lo categoriza de acuerdo a la información disponible del sujeto.

De modo más concreto, dice Moscovici que la objetivación permite captar formas abstractas y generales, para luego traducirla al lenguaje real, cotidiano. De esta manera se convierte en un marco cognoscitivo que orienta las percepciones y juicios sobre comportamientos o relaciones. Así se vuelve natural un conocimiento abstracto o científico, en términos de lenguaje cotidiano.

Jodelet (1984), explica que el proceso de *objetivación* permite intercambiar percepción y concepto, pues pone imágenes en lugar de las nociones abstractas, coincidiendo con Moscovici al afirmar que hace corresponder las cosas con palabras. Lo simbólico entonces sustituye lo real. Este proceso, dice Jodelet, está conformado por varias fases:

- Selección y descontextualización de los elementos de la teoría. En esta fase la información se separa del área de conocimiento o del grupo de expertos para posteriormente trasladarlo a su ámbito.
- Conformación del núcleo figurativo. Se conforma una imagen que representa la estructura conceptual. En esta fase es en la que lo teórico o abstracto se simboliza por medio de imágenes o palabras.
- Naturalización. El conocimiento científico se vuelve parte del lenguaje común, por lo que es un conocimiento cotidiano ya.

La *objetivación* muestra la tendencia del pensamiento social a proceder por medio de construcciones simbólicas significantes, esta construcción está sujeta a un valor social. La estructuración tiene dos cualidades de acuerdo con Jodelet, las intelectuales y las de relación, que se traducen en la función de enseñar y coordinar la vida colectiva. Finalmente agrega que no es necesario comprobar la generabilidad de la representación generada, pues los sujetos tendrán muchos ejemplos que pueden mencionar para expresar la representación.

Arruda (2002), por su parte, menciona que la *objetivación* permite que los fenómenos sociales se incorporen al conjunto de creencias y valores sociales, otorgando un sentido. Compara el proceso de la *objetivación* con el proceso de adquisición del conocimiento que Piaget explica en los niños, el cuál tendría lugar en tres etapas. Primero sería la selección y la descontextualización de la información, exportandola e incorporandola a su conocimiento. En la segunda etapa entran en juego los valores y la experiencia del individuo, influyendo en la forma en la que se va a aprehender la información. Finalmente se configura el núcleo de la representación. Es de esta manera como se llegaría a la naturalización de la representación, de acuerdo con Arruda.

Ramos (2011) aporta a este concepto la idea de que la sociedad piensa constantemente a través del sentido común y se manifiesta con frases como “se parece a” o “tiene forma de” para referirse a términos concretos o bien, científicos. Esto sería posible, dice Ramos, sólo por medio de la interacción con otros sujetos, gracias a la cual se adquieren imágenes de los fenómenos o conceptos. Continúa con la idea, diciendo que no todas las palabras pueden ser ligadas a imágenes, porque no existen suficientes palabras o imágenes. Estas imágenes permiten las relaciones y el intercambio de información, porque están dotadas de un realismo.

4.4.2 Anclaje

Moscovici (1961) considera al anclaje el segundo proceso que posibilita las RS. A diferencia de la objetivación que transforma la ciencia en un saber común, dice Moscovici, el anclaje delimita el saber en el hacer. El objeto conocido se asocia a formas conocidas, con lo que se le relaciona. El objeto adquiere, de acuerdo a Moscovici, determinados significados cargados de normas y valores, que se aplican en campos que no son nunca neutros. Estos significados, permiten que la ciencia se convierta en un hecho social.

De acuerdo con lo que propone Moscovici las RS generan transformaciones en el sujeto, mismas que influyen en la vida cotidiana, generando comportamientos que dependen del contexto y de las relaciones con otros sujetos. Esto resultaría en la actitud que un individuo tiene respecto a un suceso o un fenómeno. Moscovici menciona que el anclaje confiere el

significado, una herramienta para interpretar el mundo pues es marco e instrumento de conducta y finalmente permite comprender cómo opera una representación dentro del sistema de percepción.

Jodelet (1984), se refiere al anclaje como el enraizamiento social de la representación, interviniendo en lo social al asignarse un significado y una utilidad. Dice Jodelet que no se trata sólo de la transformación del conocimiento, sino de una inserción natural dentro del pensamiento del sujeto. De acuerdo con ella, el anclaje articula las tres funciones básicas de la RS: una función cognitiva que integra la novedad, a función de la interpretación de la realidad y la función de la orientación de la conducta.

Jodelet considera algunos elementos importantes relacionados con el anclaje. Concibe al anclaje como una asignación de sentido, una red de significados que evalúan el hecho social, siendo parte ya de determinado grupo y no de la ciencia como lo era anteriormente. El anclaje funciona como un instrumento del saber, pues no sólo permite comprender cómo los elementos expresan relaciones sociales, también cómo es que estas se constituyen. El anclaje propicia que el saber tenga un valor funcional para la comprensión propia y de los sujetos que rodean. Se configura un sistema de interpretación que funciona como mediador entre el sujeto y el medio, pues el conocimiento se ha transformado en un lenguaje común que todos entienden, por ello es posible influir en otros individuos. El anclaje permite que el núcleo figurativo que ya ha sido cristalizado en el pensamiento del individuo, pase a ser un sistema de interpretación y orientación del comportamiento.

Jodelete menciona también que la representación no surge de la nada sino que ya ha sido pensado algo, el anclaje sería el contacto entre ese pensamiento preexistente y el novedoso. Este produciría que algunas representaciones se mantuvieran, mientras que otras se modificarían, unas serían rígidas, mientras otras serían flexibles, pero sería posible gracias al término polifasia cognitiva, que propuso Moscovici en su teoría. El nuevo conocimiento o pensamiento se extiende en lo social, contacta con otros sistemas de pensamiento y otros marcos de interpretación, esto da como resultado nuevas visiones.

El anclaje, dice Jodelet, proporciona un sistema de interpretación, para explicar lo nuevo de una forma familiar y lo clasificará como un elemento familiar. Sigue explicando que el anclaje permite hacer algo nuevo propio expresado con palabras comunes, formando una base de representación compartida colectivamente. En este nuevo pensamiento influyen también los juicios, lo que explica por qué el anclaje se relaciona con el comportamiento.

Arruda (2002) por su parte, dice que el anclaje es el modo por el cual el conocimiento se enraíza en el sujeto por lo que se convierte en una forma en la que se leera el mundo. Ya que el sujeto y el objeto se modifican mutuamente, resulta un nuevo pensamiento que se ancla al individuo. El anclaje, dice Arruda, otorga el significado a los objetos en la vida social sobre preconcepciones preestablecidas sobre el mundo. Este proceso impone al sujeto, considerado como un actor social una RS que puede generar visiones alternativas dependiendo del sujeto, por lo que se trata de una producción social que involucra una polifasia de significados.

Arruda rescata también el concepto de polifasia cognitiva de Moscovici para explicar pensamientos no homogéneos, pues cada grupo tendría un pensamiento, y dentro de cada grupo podría haber distintas concepciones, pero al mismo tiempo estos sujetos interactúan con otros sujetos del mismo grupo o de otros grupos. Este hecho es el que propicia que existan RS que a veces se contradigan, pero impera la RS que tenga la mayoría de los individuos del grupo.

Ramos (2011) explica al anclaje como el proceso en el que se le da forma a los conceptos y categorías establecidas, y ligar esos conocimientos establecidos con nuevos; esto mediante la comparación en que resulta una definición o pensamiento. El sujeto utiliza algún elemento del objeto para clasificarlo y usarlo como una categoría. Ramos retoma la idea de Moscovici (1982) explicando que una representación se acepta o no dependiendo de si es positiva o negativa, siendo catalogada como tal en términos de lo que la cultura ha determinado por medio de un proceso de construcción si es positiva o no. Finalmente agrega que el anclaje permite situar a un objeto en una representación partiendo de los valores sociales.

4.5 Funciones de las Representaciones Sociales

Aunque ya se han mencionado distintas funciones que cumplen las RS en los partados anteriores, se considera importante que se establezcan de manera concreta las funciones que desempeñan las RS en el mundo cotidiano de los individuos. Moscovici, al plantear la TRS (1961), habló de una aprehensión del conocimiento científico por parte de la sociedad. Con esto propone lo dicho ya, por medio de las RS los sujetos hacen propio el conocimiento científico.

En 1984, Moscovici propone dos funciones: la primera sería *convencionalizar* los objetos personas y eventos, otorgando una forma y asignando una categoría al contenido que luego será compartido por un grupo de personas. La segunda sería la *prescripción*, es decir, que se presentan antes de que si quiera un individuo comience a pensar, por lo que marca qué y cómo debe pensar. En 1994 menciona que las RS aparecen como presupuestos que orientan o guiar la acción, a la vez que justifica esa acción. Las personas entonces, dice Moscovici, cambian sus representaciones en función de sus prácticas, a la vez que las representaciones resultan en cambios de prácticas.

Markova (1998) menciona que las RS se basan en la lógica popular, además de que se forman y se modifican por procesos implícitos y explícitos. Las funciones de las RS, dice, son performativas y constructivas. Esto quiere decir que las representaciones se relacionan con la acción del individuo por un lado, y por otro, la forma en la que construye su realidad. Por lo que las RS para Markova son el medio en el que el sujeto construye la realidad de su mundo, a la vez que son el origen de las prácticas relacionadas con dicha representación.

Jodelet (2008) al hablar de las tres esferas que componen las RS, menciona ciertos atributos a cada esfera. Lo subjetivo se relaciona con lo simbólico y por ende, los significados, a la vez que tiene que ver con la forma en que el sujeto se expresa. Lo inter-subjetivo interviene como un medio de comprensión y como una herramienta de interpretación. Mientras que lo trans-subjetivo, es un aparato cultural en el que se difunden y se aprehenden normas sociales, valores y modos de relacionarse socialmente. Jodelet (2004) menciona que las RS propician que las prácticas del grupo se vuelvan habituales, y son herramienta al mismo tiempo para la

construcción de la realidad en la que se incluye el conocimiento, interacciones sociales, relaciones entre distintos grupos, relaciones de poder.

Gutierrez (1998) menciona que las representaciones se relacionan con las opiniones que tienen los individuos. Estas mismas RS serían un elemento importante para entender cómo es que se construye la realidad cuando existe una hibridación cultural, en sociedades que interactúan con medios masivos de comunicación. Gutierrez destaca una función que menciona Moscovici (1983), hacer familiar lo no familiar.

A esta idea Moscovici (1961) dice que el proceso de hacer familiar lo no familiar tiene lugar por la extracción de un sentido y del manejo del contenido de dicho sentido. Esto se da por la intención de llenar lagunas de información, por la preocupación de eliminar la distancia entre lo que se observa pero no se conoce. Toda Representación tendría entonces dos funciones: cognitivas (otorgando significados, estabilizando y desestabilizando situaciones) y sociales (manteniendo o creando identidades y equilibrio colectivo) (Moscovici, 2004).

Por otro lado Doise y Mungy (1991) mencionan que una de las funciones de las RS es crear y entender la relación entre distintos grupos, así como el individuo con el grupo. La segunda función se relaciona con la diferenciación de los sujetos con otros grupos, lo que propiciaría su identidad al diferenciarse de los individuos de otro grupo. Por su parte Banchs (2000) menciona que la función de las RS es la creación y mantenimiento de las prácticas sociales.

Finalmente, Ramos (2011) destaca la idea de Moscovici de que las RS tienen la función de hacer familiar lo no familiar. A través de las interacciones sociales los sujetos logran, dice Ramos, traducir la información desconocida a términos o formas que le resultan familiares, formando parte de su lenguaje común. Buscarían tener información científica haciéndola parte de su vida cotidiana.

Resumiendo entonces, de acuerdo con lo revisado, puede decirse que las funciones de las representaciones sociales se relacionan con el *conocimiento, construcción de la realidad, identidad, orientación de la conducta, y la justificación*. A través de las RS los individuos

adquieren y comparten saberes, esto a su vez conlleva a que tengan ciertos pensamientos que les ayudan a construir y entender su realidad. Las representaciones de un sujeto le permiten diferenciarse o distinguirse de los demás, configurando así su identidad. Estas RS también posicionan a una persona respecto a sus pensamientos o su postura respecto a un determinado acontecimiento, lo que lo lleva a tener unas ciertas conductas o prácticas. Finalmente, las RS justifican los saberes, creencias, la identidad y la forma en la que se comporta.

4.6 El papel del sentido común en la formación de Representaciones Sociales

4.6.1 El pensamiento como medio ambiente

Hay que recordar que las RS son una herramienta por medio de la cual el sujeto conoce, construye su realidad e incluso su identidad, orienta su conducta, genera actitud y por lo tanto justifica todas las anteriores. Además una de las principales funciones de las RS es hacer familiar lo no familiar; es decir apropiarse el conocimiento que se encuentra en términos especializados o desconocidos, al que el sujeto no tiene acceso, a través de un proceso de transformación del lenguaje, de manera que lo hace parte de su día a día. Sabiendo esto, es fácil entender por qué las RS se relacionan y de hecho permiten que el sujeto interactúe con el medio ambiente, por lo cual se hace necesario que el pensamiento se sitúe en el lenguaje de lo cotidiano.

Moscovici y Hewstone (1984) destinan un capítulo completo para explicar cómo las RS se relacionan con el medio ambiente, y por lo tanto, con el sentido común. Explican que la ciencia no se puede separar de la vida cotidiana pues todo individuo tiene un pensamiento que incluye elementos, a mayor o menor escala, de ciencias que rodean la vida del sujeto, llegando a poseer conocimientos científicos sin ser especialistas.

Estos autores explican que los sujetos tienen que modificar la forma y la estructura, transformarla en un lenguaje comprensible para ellos, de manera que llega un momento en donde todos comprenden de qué se trata cuando se habla de dicho tema, aunque sean términos muy simples. De acuerdo con esta idea, existe una interacción en la que se puede intercambiar información con cualquier persona que rodee al sujeto. Este pensamiento “representa una ciencia más accesible y digerible” (Moscovici y Hewston, 1984, pp. 680).

Continúan explicando que el pensamiento está influenciado por creencias o estereotipos anteriores. Estas creencias y estereotipos estarían también configurados en el lenguaje común. Moscovici y Hewston mencionan que los sujetos buscan normalizar su pensamiento para alcanzar la verdad, para ello formulan criterios para validar o no sus razonamientos e información que adquieren, intercambian información con otros individuos de su alrededor.

Es difícil identificar, tal como lo dicen estos autores, el límite donde comienza y donde termina el sentido común. Lo que sí se puede identificar es el conjunto de imágenes, términos y formas de pensar que se expresan en el lenguaje de un individuo y que todos entienden. De acuerdo a Moscovici y Hewston, los individuos nombran las cosas, las clasifican y hacen conjeturas que los llevan a la acción, todo de una manera espontánea o natural. Este sentido común tiene lugar en personas que no son expertos en la disciplina, que no han sido instruidos.

En la adquisición del pensamiento científico, dicen Moscovici y Hewston, tienen un papel importante los medios de comunicación pues difunden imágenes, nociones y lenguajes, por lo que todos los individuos tienen un conocimiento aunque sea vago de términos de economía, de medicina, de psicología, de física, etc. Los medios de comunicación como la televisión, películas, libros, periódicos, redes sociales e incluso la música, son elementos que comunican ciertos conocimientos que los sujetos entienden y se apropian para utilizar el conocimiento en su día a día.

Las personas buscan información, de acuerdo a Moscovici y Hewston, por varias razones. Para ser competentes en la sociedad en la que vive, comprender cómo funcionan las cosas en el mundo, dar sentido a su vida, y por curiosidad en general por cuestiones de la humanidad. Una vez que busca la información el sentido común se manifiesta como un conjunto de conocimientos producidos por los miembros del grupo mediante el consenso, y como un conjunto de imágenes mentales de origen científico que sirven para la vida cotidiana.

Para entender la relevancia del medio ambiente en la TRS hay que remontarse a la idea de Moscovici (1961) de que la sociedad está compuesta por sabios aficionados, en la que explica que los individuos de una sociedad buscan conocer acerca de la ciencia, o estar al día de la información que es de su interés aunque no sean especialistas en dicho campo. Los sabios

aficionados buscan conocer de lo que pasa en la sociedad y en la actualidad en distintos campos de la ciencia.

El sentido común es una nueva versión de la ciencia, más comprensible. Cada individuo es un sabio aficionado que consume ideas científicas formuladas en los medios que están a su alcance, con los medios de comunicación, con los conocidos que tienen saberes (Moscovici, 1961). Moscovici y Hewston dicen que el sabio aficionado que abunda en las sociedades actuales, cree saber lo que es la felicidad, lo que hace a una persona rica o pobre, así como lo que debe hacer para su provecho. Esto lleva a pensar en el hecho de que el sentido común también incluye la opinión.

Las RS entonces propician un pensamiento con la información de la ciencia en términos comunes. Por medio de ellas una persona interpreta la realidad, se comunica, conoce el mundo, si no tiene el conocimiento o el pensamiento, busca obtenerlo fungiendo como un sabio aficionado que quiere conocer, estar actualizado y poder funcionar en el mundo social en el que vive. El pensamiento entonces forma parte del sentido común porque todos saben o pueden saber lo que significa una depresión, la felicidad, la inflación, y un sinfín de conceptos de una disciplina, pues son términos con los que interactúan todo el tiempo. Pero hace falta entender cómo es que se construye una representación social.

4.6.2 El proceso de construcción social de las Representaciones Sociales

Se ha mencionado en varias ocasiones que una representación se construye, pero el lector podría preguntarse cómo es que se construye una representación. Para ello era necesario primero entender los procesos básicos en la representación, es decir la objetivación y el anclaje, pues una vez entendidos estos procesos, es comprensible cómo una representación llega a formar parte del pensamiento común.

Moscovici (1984) explica cómo es el proceso de la adquisición y transformación de la información hasta llegar al lenguaje común. En principio existe una cierta información, el individuo reconoce dicha información y selecciona lo que le hace sentido, o bien lo que considera que le permite llenar el hueco en el conocimiento disponible. En este momento del

proceso, los individuos intentan ordenar las cosas para tener una visión del mundo, fenómeno u objeto. Si llega a faltar información apropiada, el sujeto recurre a los prejuicios.

Moscovici explica que el pensamiento y el lenguaje contiene significados, pero los significados no se desprenden de la información. Esto quiere decir que el significado no responde a la realidad como una representación fiel del objeto, sino que, el sujeto da un significado al objeto. Este significado depende de una ideología, ciertas creencias y experiencias previas que el sujeto posee. De hecho, Moscovici dice que es más importante comprender cómo es que se construyen las representaciones, así como su contenido, más que cómo es la realidad en sí. Es más valioso conocer la representación que tienen los individuos sobre los hechos.

Ya que el sujeto busca tener el conocimiento lo más certero posible, compara sus conocimientos con otros sujetos, para comprobar si están bien o mal. A manera personal, se piensa que esta misma comparación la realiza el sujeto para buscar la aceptación, bien de un determinado grupo de personas o bien de una persona en específico. Se puede decir que el sujeto hasta este momento ha seleccionado la información, la ha intentado ordenar para darle sentido a la realidad, y para ello ha atribuido un cierto significado, basado en algunas experiencias, conocimientos, ideologías y creencias previas.

Este proceso es el que Moscovici (1961) llamó objetivación, es decir, la asignación de un lenguaje, término o imagen a algo presente en la realidad pero se manifiesta en la mente. En otras palabras, sustituir los términos especializados o imágenes abstractas, por una representación más sencilla de entender para el sujeto. Para ello podría utilizar dos mecanismos: el informativo y el transformativo (Moscovici, 1984). El primero hace referencia a la organización y estabilización de la información, el segundo replantea o remodela una experiencia o la idea.

Para la transformación del pensamiento o el lenguaje dice Moscovici que se requieren tres requisitos: la personificación de los conocimientos y de los fenómenos, la figuración, y la ontización. El primero se refiere a la apropiación de la información o del suceso, es decir, que el individuo se relaciona directamente con el objeto, de manera que vive su experiencia con dicho objeto, suceso o persona. El segundo se refiere a la asignación del significado a la

cosa u objeto. El tercer requisito tiene que ver con el paso del contenido en términos científicos al lenguaje común.

Es entonces cuando tiene lugar el segundo proceso, el anclaje; es decir la asimilación del conocimiento al pensamiento cotidiano del sujeto, momento en donde se fija el conocimiento y se vuelve parte del sentido común o el pensamiento natural del individuo. Moscovici menciona que las representaciones tienen la misión de describir, luego clasificar y por último explicar. La explicación sólo es posible cuando la información ya forma parte del sentido común y el individuo puede intercambiar la información que se apropió con otros sujetos, pues es cuando, en cierta manera, domina el contenido.

Cabe entonces la pregunta, ¿por qué se puede llamar social una representación si cada sujeto se apropia del conocimiento basándose en experiencias y pensamientos previos, pues esto repercutiría en el hecho de que cada quién tenga su propia representación individual?. Esto es cierto hasta cierto sentido, pues hay diferencias en la representación que forma un individuo en comparación con otro individuo del mismo grupo social. Pero para que pueda llamarse social una representación debe existir algún suceso que haga que sea social en sí.

Moscovici llama a este suceso imputación de la realidad. Por medio de este mecanismo, la sociedad asigna un cierto grado de realidad a todos los sujetos, lo que causaría que las representaciones contengan elementos comunes para los distintos individuos, pero a su vez pueda haber ciertas variaciones individuales. De no ser así habría cosas consideradas como reales por ciertos sujetos, pero otros sujetos podrían considerarlas irreales.

Esta imputación de la realidad es otorgada por personajes que puedan ser considerados como autoridades. Estas autoridades no sólo se refiere a instituciones, sino a personas que puedan ejercer cierta influencia sobre los demás. De alguna manera la imputación de la realidad o la construcción de una cierta realidad social, depende del hecho de que la representación se acerque a lo que las figuras influyentes avalen dicha representación, o bien las diferencias deberán ser mínimas entre ambas representaciones. Para ello debe existir una maximización de positividad, es decir, minimizando aspectos negativos o el rechazo por parte de las autoridades.

4.7. Representaciones Sociales de la Felicidad

Una vez comprendido el concepto de RS, cabe la pregunta ¿por qué estudiar a la felicidad desde el enfoque de las representaciones sociales?. Para responder a esta pregunta se hace referencia a varios puntos que indican una pertinencia del estudio. Primero hay que comenzar por retomar lo que se comentó al inicio de este documento, la mayoría de las investigaciones existentes sobre la felicidad, se han realizado desde el enfoque cuantitativo. Bien midiendo su nivel, bien asociándola con alguna otra variable, o bien con ciertos programas para el aumento de felicidad.

Pero este enfoque conlleva un problema implícito en la definición del concepto, pues la felicidad en sí no tiene una definición teórica que tome en cuenta los mismos elementos en todos los casos. Esto repercute en un fenómeno, la incongruencia en los niveles de felicidad que reportan en un determinado país; es decir, para algún estudio el nivel de felicidad de un país puede ser un determinado porcentaje mayor o menor en relación con otro lugar, pero el resultado de otro estudio es distinto.

Esta es una razón importante para no partir de una definición concreta, sino por el contrario, tomar en cuenta la propia definición del sujeto de felicidad. Y no sólo la definición, sino las creencias, las imágenes, las actitudes, los comportamientos o prácticas que se asocian con la felicidad o con la infelicidad. Se toman en cuenta entonces los saberes y los pensamientos que los sujetos se han apropiado de la sociedad referentes al concepto de la felicidad.

Como un segundo punto hay que decir que la felicidad es un término que toda sociedad entiende en sus propios términos. Se encuentra en el lenguaje común y en la vida cotidiana de todos los sujetos independientemente de que se consideren o no felices, pues es algo que, al menos en las sociedades occidentales se escucha y se aprende desde la niñez, contrario a otros conceptos más específicos o científicos. La felicidad es un excelente ejemplo de una representación que se encuentra en todos los individuos, al entender todos qué es la felicidad, aunque tal cómo Moscovici (1961) afirmó, es fácil entender una representación pero no es fácil definirla.

Un tercer punto que hace evidente la pertinencia es que, tal como se mencionó, una representación se adquiere por medio de la interacción con otros individuos y objetos, misma forma en que se aprende lo que se conoce de felicidad. La interacción del sujeto con este concepto se realiza por distintos medios, tal cómo se explicó que se construye una representación; es decir, por medio del contacto con las personas de alrededor, medios de comunicación como libros, revistas, televisión, redes sociales, plataformas digitales, cursos, talleres y todos los productos culturales que hablan o pueden hablar de la felicidad.

De tal manera que lo que un sujeto sabe, piensa o cree sobre la felicidad, así como las imágenes que se forma o la actitud y comportamientos que tiene respecto a ella, es un producto de lo que aprehendió de su entorno y la construcción que hizo acerca de ella. La felicidad es en realidad un elemento muy común y recurrente en la cultura de sociedades occidentales. En otras palabras, el sujeto interactúa con personas, libros, redes sociales, televisión, películas, música etc., de los cuales adquiere ciertos saberes que se apropia y, con base en sus experiencias previas, construye una representación de lo que es la felicidad, lo que luego da lugar a que comparta dicha representación, además que tome una postura o una actitud hacia ella, dependiendo nuevamente de la construcción de su realidad.

Debido a que hay diversos estudios desde diferentes enfoques sobre la felicidad, es fácil encontrar avances científicos sobre su estudio. Pero así mismo es fácil encontrar publicaciones de personas que no son cercanas a la ciencia que hablan también de la felicidad. Uno estaría en un lenguaje científico que el sujeto transforma a un lenguaje cotidiano, y la otra ya estaría en un lenguaje cotidiano. Ambos caminos son de fácil acceso, por lo que la información de la felicidad puede estar diversificada, por un lado tenemos a personas que estudian este fenómeno, por otro lado personas que hablan acerca de su experiencia. Si bien no se afirma que uno sea mas consultado que otro, ambos son consumidos y al final terminan formando parte de las RS que se forman los sujetos y que luego comparten con otros sujetos. Las dos tipos de informaciones forman parte de la vida cotidiana del sujeto, dada la frecuencia o relevancia que se le da a dicho tema.

Habría que ver el tipo de información difundida sobre la felicidad, pero quizá más que la información difundida, sería la información consumida, y aún más importante que eso, la forma en la que el sujeto entiende y se apropia esa información. Pues de ello depende todo lo que sabe, piensa, cree, imagina, asocia sobre la felicidad, así como las actitudes y comportamientos que tiene respecto a dicho fenómeno.

Finalmente es necesario decir, que al conocer las representaciones sociales de la felicidad, se puede analizar lo que se encuentra en distintos individuos, así como los elementos que comparten con otros integrantes de la sociedad. Pues existe un elemento subjetivo que indica lo simbólico, un elemento que funge como una herramienta de interpretación y otro que permite la relación e interacción con otros sujetos.

Capítulo 5. Los adultos jóvenes en la sociedad mexicana

Antes de conocer las representaciones de felicidad en los adultos, conviene hacer una breve contextualización de lo que significa la adultez en la actualidad. La población vive un momento socio-histórico-cultural específico, y si bien se puede hablar de distintas realidades, de acuerdo al lugar y la cultura en que vive el sujeto, la descripción se realizará de forma general con los datos disponibles para la población mexicana. Dichos datos incluyen a la población que vive en poblaciones urbanas, los datos de poblaciones rurales no se incluyen puesto que el estudio se realiza con población urbana.

Otro punto importante a destacar es que el desarrollo biológico y psicológico (inteligencia, memoria, etc.), no se incluyen en este capítulo. La información que podrá encontrar el lector se centra condiciones laborales, económicas, de salud, familiares y sociales que se consideran pertinentes para entender la situación que vive el sujeto, para en capítulos posteriores, comprender cómo es que se estructuran las representaciones sociales del adulto.

El lector podrá leer en las siguientes páginas algunas concepciones acerca del concepto de adultez, que se centran más en lo psicosocial, que en lo biológico, de acuerdo con nociones de la psicología evolutiva. Por ello se mencionan las tareas que debe desarrollar el adulto en esta etapa de acuerdo a este modelo y a la sociedad en general, así como las dificultades a las que se enfrenta el adulto para cumplir con estas tareas. Finalmente se explican algunos de los factores que se consideran relevantes para la felicidad de una persona.

5.1 Hacia el concepto de adultez

Cuando se escucha la palabra adulto se asocian indudablemente algunas cuestiones como responsabilidad, familia, hijos, trabajo, quizá casa, coche, por mencionar algunos elementos. Si bien no es objeto de estudio el significado de la adultez o sus características, se cree conveniente explicar algunas generalidades de esta edad para entender la importancia de los factores sociales y su relación con el significado de felicidad que pueden tener personas que se encuentran en esta edad.

Si se realiza una búsqueda de las etapas de la vida, se podrá encontrar que hay algunas diferencias en cuanto a la edad que se atribuye a la etapa de la adultez. Por ejemplo Papalia et. al (2009) ubican a la adultez temprana como una serie de acontecimientos y elecciones que ocurren aproximadamente entre los 20 y 40 años. Mencionan que en este periodo de tiempo, las personas abandonan el hogar, comienzan a trabajar o estudiar una carrera, contraen matrimonio o establecen relaciones más íntimas, comienzan a contribuir de manera significativa en sus comunidades y toman decisiones que afectarán su salud, felicidad y sus logros.

Uriarte (2005), habla de una adultez emergente que ocurre entre los 20 y 25 años, periodo en el que las personas pasan por una transición a la edad adulta, pero sería entre los 20 y los 30 años que las personas llegan a la adultez. En esta etapa, ocurrirían, dice Uriarte ciertos acontecimientos sociales normativos en conjunto con una madurez psicológica, que los llevaría a ese estatus de adulto. Siguiendo a este autor, el adulto está sujeto a cumplir ciertas tareas o condiciones sociales que pueden variar de una cultura a otra o que incluso pueden variar en una misma sociedad.

Sin embargo, como señalan Schair y Willis (2003), más que la edad, la adultez se inicia cuando ocurren cinco acontecimientos: la finalización de la formación académica y profesional, el trabajo y la independencia económica, vivir de manera independiente respecto a los padres, el matrimonio y por último tener el primer hijo. Sería con el acontecimiento de estos cinco hechos que un adulto se conforma como tal. La adultez estaría caracterizada entonces por acontecimientos sociales que marcan la independencia de su familia y el inicio de su vida, conformando su propia familia y, por así decirlo, su propio camino.

Dulcey y Uribe (2002), explican que esta concepción es propia de la perspectiva del ciclo vital, pues hay una especial importancia hacia cambios históricos, socioculturales y contextuales que enfrenta el sujeto en su vida cotidiana, social e individual. Explican que es más apropiado estudiar la adultez desde este enfoque, dado que cada vez es más frecuente que las edades en que ocurren ciertos eventos son atípicas.

Craig y Baucum (2009) parten de la idea de que la adultez está marcada por factores personales, sociales y culturales, más que una edad cronológica o biológica. Es un rasgo distintivo de este periodo la madurez, junto con la capacidad de reaccionar al cambio y adaptarse. Mencionan también que algunos de los sucesos sociales son normativos, mientras que otros son indiosincrásicos. Los hechos normativos son situaciones compartidas con otros sujetos de su edad, mientras que los hechos indiosincrásicos son situaciones que pueden ocurrir en cualquier momento y pueden generar un estrés muy grande.

Estos acontecimientos asociados con la adultez, dice Uriarte (2003), cada vez se retrasan más, pues si bien, hace dos décadas las personas tenían su empleo, habían terminado su formación, estaban casados y esperando su primer hijo a los 25 años, en la actualidad estos hechos ocurren en promedio hasta pasados los 28 o 30 años. Uriarte reconoce que existe un estrés en este sector por el cumplimiento de dichas tareas en una determinada edad.

Zapata et. al (2002) definen a la adultez desde un punto de vista psicosocial. Mencionan que es un estadio de adquisición de responsabilidades, procreación y cuidado de la familia, educación y transmisión de pautas sociales normativas, trabajo y producción, búsqueda definitiva de elementos que aporten sentido a su existencia. Dichos autores mencionan que apenas se está tomando interés por el estudio de la edad media, puesto que los estudios se centraban en la infancia y la adolescencia. El lector puede además hacer el ejercicio de buscar la palabra adultez y podrá identificar que la mayoría de los estudios relacionados con la adultez se enfocan en la etapa tardía o vejez.

Craig y Baucum (2009) mencionan que hay tres componentes de la edad: la edad cronológica o biológica, que representa los años de vida del sujeto y su desarrollo biológico; la edad social, que representa el estatus de un individuo con respecto a las normas sociales o culturales; y la edad psicológica que indica la adaptación a las exigencias sociales y ambientales, por ejemplo la inteligencia, emociones, madurez, etc.

La edad social puede ser un elemento importante pues, de acuerdo con Zapata et. al (2002), es un reloj social que indica la edad apropiada en la que un sujeto debe realizar ciertas acciones como dejar el hogar, empezar a trabajar, casarse o tener hijos. Existiría una mejor edad, dicen Zapata et. al, para realizar esas cosas que se esperan de una persona; si se realizan antes o después, el sujeto es presionado para que cumpla con las expectativas. Por lo tanto la persona debería estar preparada para realizar los cambios esperados o tomar las decisiones en el momento apropiado.

Durante el estadio o periodo de la adultez el pensamiento del individuo suele ser, de acuerdo con Papalia et. al (2009), un pensamiento flexible, abierto, adaptable e individualista; este pensamiento permite la capacidad de enfrentar la incertidumbre, la imperfección y el compromiso. Este pensamiento además ya no ve todo en blanco o negro, como un adolescente, sino que puede ver tonos grises; esto permite que puedan re-evaluar lo que consideran que es bueno, malo, justo o injusto.

Schaie (1977 citado en Feldman, 2007) explica que ocurren dos etapas durante la adultez. La primera es la etapa de los logros, la segunda es la etapa de la responsabilidad. La primera se trata de la consecución de las metas a mediano y largo plazo que se fija la persona, relacionadas principalmente con la carrera, la familia y la sociedad. Mientras que la segunda se relaciona con la preocupación del individuo por cuidar las relaciones personales, cónyuges, familia y profesión, que estaría situada ya hacia la adultez media, es decir hacia los 40 años de edad aproximadamente.

5.2 Las tareas del adulto

De acuerdo con Iacub (2002, citado en Dulcey y Uribe, 2002), toda sociedad normatiza o controla el desarrollo de un individuo tomando en cuenta tanto su edad como su género. Dulcey y Uribe (2002) mencionan que otras normas relacionadas con la adultez, momentos históricos que viven, hechos que pueden ser socioculturales o geográficos. Sin embargo, se podrían agregar en este aspecto situaciones políticas y económicas.

Zapata et. al (2002) explican que ser adulto conlleva realizar con éxito esas tareas asignadas, la vida se vive con mayor plenitud y satisfacción cuando se cumple con esas tareas, pues así puede pasar a las siguientes fases del desarrollo. Las tareas que identifican Zapata et. al son: encontrar el equilibrio entre el idealismo y el realismo en sus ideas y aspiraciones; la separación psicológica definitiva de sus padres; formar lazos emocionales estrechos o relaciones íntimas y establecer una identidad laboral adulta, en la que se sienta productivo y competente.

Las tareas a las que se enfrenta un adulto, de acuerdo a Uriarte son: la independencia personal, familiar, económica, producir vida y producir bienes. Debido a que en la actualidad es hasta los 25 años que muchos adultos comienzan a cumplir estas tareas, se ha nombrado como adolescencia retrasada, al fenómeno que se presenta cuando personas de esta edad viven con los padres a pesar de contar con un empleo o una pareja estable. A esto le llama cohabitación con los padres, pues está realizando una vida más o menos independiente porque sigue viviendo con ellos.

Las tareas para Craig y Bancum (2009) serían: configurar la personalidad e identificarse de manera individual, familiar y laboral; establecer relaciones íntimas, tanto de amistad como de pareja; la paternidad o maternidad; conformar una identidad profesional, vocacional o laboral. Mientras que Feldman (2007) reconoce como tareas del adulto: la elección de la pareja y el posterior matrimonio, la decisión de tener o no hijos, elección de su vocación y tener trabajo para toda la vida.

Feldman (2007) menciona que los adultos asocian su felicidad con momentos donde estuvieron satisfechos de sus necesidades psicológicas, más que las materiales, por ejemplo un nuevo empleo, una relación profunda, tener departamento o casa propia. Mientras que cuando recuerdan momentos en donde se sintieron menos contentos, podrán decir momentos en los que sus necesidades se vieron frustradas.

5.3 Dificultades en el cumplimiento de las tareas

Algo que puede complicar las tareas o la vida del adulto en general, son las dificultades económicas, dicen Papalia et. al (2009), pues causan estrés emocional. En los matrimonios, continúa explicando, incrementan la probabilidad de conflictos. Papalia et. al citan una investigación de Conger, Rueter y Elder de 1999, en la que encontraron que las parejas que se adaptan mejor a las presiones económicas son las que se apoyan, escuchan sus preocupaciones e intentan ayudar, las que toman en cuenta la opinión y punto de vista del otro.

La relación entre las condiciones socioeconómicas y la salud, dicen Papalia et. al, es un factor importante para las personas. Explican que hay estudios que muestran que las personas con ingresos más elevados valoran más su salud, además de que les es más fácil cuidarla, puesto que tienen una mejor alimentación, mejor atención médica y mayores conocimientos para cuidarla. Esto no significa que la educación de las personas se relacione con la salud en sí, sino que tienen mayor probabilidad de tener un estilo de vida que les permita cuidar de su salud.

Lo anterior solamente refleja las dificultades económicas que enfrenta un adulto que ya se independizó. Pero queda la cuestión de los adultos o los individuos que se encuentran en una edad en la que socialmente ya deberían independizarse y salirse de la casa de los padres pero aún no pueden hacerlo, su reloj social no corresponde a su edad. Al respecto, Uriarte (2003), menciona que se trata de jóvenes que no han podido asumir las responsabilidades propias de la adultez, que deben abandonar la identidad de la adolescencia.

Estos jóvenes desean tener su libertad y su autonomía, dice Uriarte, pero no han adquirido las obligaciones, compromisos y responsabilidades de la vida adulta, por lo que su identidad sigue siendo de un joven adolescente. Su autonomía se ve limitada pues no tiene los recursos ni los medios para vivir de forma independiente, por lo cual no puede vivir con libertad. Es el mismo Uriarte quien habla de los adultos que “no se sienten adultos”, que son sujetos en edad cronológica que deberían haberse independizado pero que viven con sus padres o

dependen de ellos, pues hay casos en los que el sujeto tiene que residir en otra ciudad o país por sus estudios pero sigue dependiendo de la familia.

Uriarte menciona que la principal razón por la que un individuo se emancipa de la familia es el matrimonio, que se produce alrededor de los 28 a 30 años de edad, pero en casos donde ocurre antes de esas edad, si el matrimonio llega al divorcio, los hijos pueden volver al hogar familiar. Esto ocurre en la medida en que los sujetos tienen menor edad, o bien porque el matrimonio no era formal o realizado por medios religiosos.

En la actualidad, muchos jóvenes siguen viviendo con los padres, explica Uriarte, por el aumento de la exigencia en la formación y cualificación laboral para poder acceder al mercado laboral. Además de la exigencia por la preparación profesional, el sujeto tiene la dificultad para encontrar un trabajo estable y de calidad, por lo que no es sencillo que pueda encontrar un medio laboral en el que pueda obtener los recursos que necesita para poder emanciparse de su familia. Muchos adultos, dice Uriarte, sienten que deben seguir formándose, como si sintieran que no tienen la madurez para afrontar la vida y los retos que implica.

Feldman (2007) menciona que una dificultad es reconocer a la persona adecuada con la cual conformar una relación, o incluso una familia. Feldman explica que si bien la sociedad ofrece consejos para tener éxito en dicha tarea, no es fácil para una persona identificar a esa persona con la que habrá de compartir su vida, pues no la podrá encontrar en algún supermercado. También refiere que la economía exige muchas veces que en las parejas exista un ingreso doble, que los dos miembros trabajen, representando beneficios pero cobrando una cuota sobre todo en la mujer, pues exigirá un mayor desgaste para cumplir con las actividades de su rol con el marido y con los hijos.

Otra complicación de acuerdo con Feldman es tomar la decisión respecto a su trayectoria profesional, pues es algo para toda su vida, no determina sólo la economía a la que puede acceder, sino que también influye en el sentido de valía personal y la contribución que hará a la sociedad, además del tipo de trabajo que podrá ejercer y su satisfacción con él.

Respecto a los hijos, menciona Papalia et al. (2009) que las personas tienen menos hijos en la actualidad, además de que los tienen a una mayor edad, pues es frecuente que se dediquen a educarse y consolidar una profesión antes de tener hijos. La pregunta “¿Cuándo vas a tener un bebé?” dicen Papalia et. al que es cada vez menos frecuente, puesto que la creencia de que toda pareja debe tener hijos, cada vez está menos arraigada, incluso hay parejas que deciden que no tendrán hijos.

Papalia et. al (2009) mencionan que en la actualidad ya no se exige como antes que las personas se casen y si se casan, no hay tanta presión por que permanezcan casadas, tampoco hay tanta presión por que tengan hijos, ni a qué edad tenerlos. Existe entonces para los sujetos la posibilidad de elegir si se van a casar o permanecer solteros, o incluso si tendrán hijos dentro o fuera del matrimonio. Aunque algunas de estas decisiones no son por elección sino por las condiciones de la vida; por ejemplo no encontrar a una pareja adecuada.

Según Papalia et. al, algunos adultos jóvenes deciden estar libres para experimentar cosas distintas como cambios en sus planes de vida, mudarse a otras regiones del país o incluso vivir en otro país, cambiar de carrera o de trabajo. De tener una relación estable o familia, probablemente no podrían realizar dichas acciones, es por ello que desean mantenerse sin el compromiso para tener esa libertad. También menciona que hay personas que eligen tener una pareja en la que se involucran sexualmente y viven juntos pero viven en unión libre, para de alguna manera experimentar lo que es el matrimonio y conocerse para poder casarse después, si así lo eligen.

5.4 Las condiciones socioeconómicas de los adultos jóvenes en México

Aunque no existe un consenso en la edad de la adultez temprana, como ya se mencionó anteriormente, la adultez tiene que ver más con los sucesos sociales que acontecen con el sujeto o las tareas sociales que debe cumplir. Sin embargo, se tomará como referencia el intermedio de esta edad, es decir entre los 25 y los 34 años, pues es la edad media de la adultez y de las que existen estadísticas en México. Los datos que se presentarán a continuación se consultaron en las bases de datos del Instituto Nacional de Estadística y

Geografía o INEGI por sus siglas. Para ello se consultó el primer trimestre del año 2022, que son los datos más actuales con los que cuenta.

México, de acuerdo a datos del INEGI (2022) es un país con una población de 120 millones de habitantes, de los cuales, 18 millones tienen una edad entre 25 y 34 años, representando un 14% de la población total de México. En Michoacán, la población que tiene esta edad son cerca de los 700 mil pobladores, representando el 14% de la población del estado, una cifra representativa del país.

No existen datos exactos sobre las personas que tienen una escolaridad universitaria o superior, pues el INEGI categoriza a las personas como: sin escolaridad, educación primaria, educación secundaria, medio superior y superior y no identificado. En el país, la población identificada con escolaridad media o media superior es de 36 millones, de los cuales 14 millones se encuentran en la edad mencionada, representando un 40% de la población total que cuenta con estudios del medio superior y superior en México. En Michoacán se identifican poco más de un millón 300 mil habitantes con este nivel de escolaridad, representando cerca de un 30% los individuos que se encuentran entre los 25 y los 34 años.

Otro dato importante es el de su estado civil. Del total de la población en México en este rango de edad, el alrededor del 39% se encuentran solteros, alrededor de 50% se encuentran actualmente unidos con alguna pareja, mientras que alrededor del 5% ha estado alguna vez unida, ya sea por separación o fallecimiento de la pareja. Alrededor del 30% de esta población no tiene hijos, mientras cerca del 50% tiene entre 1 y 2 hijos, un porcentaje menor del 15% tiene más de 2 hijos. Como se puede identificar la mitad de la población ya tiene hijos, teniendo entre 1 o 2 hijos, un porcentaje menor tendría más de 2 hijos, lo que indica una disminución en el número de hijos en relación con décadas pasadas.

En cuanto al estrato socioeconómico, el 19% de la población se encuentra en el estrato bajo, el 50% se encuentra en el medio bajo, 20% en el medio alto y menos del 10% se encuentra en el estrato alto. A continuación se describirá lo que esto implica no para hablar de calidad de vida, sino para cubrir las necesidades básicas que tiene una familia.

Se puede encontrar que el 22% de este sector no es activo económicamente. De las personas que se encuentran activas económicamente, el 25% perciben un sueldo mensual de \$5,255 mensuales, el equivalente a un salario mínimo de acuerdo a la página del Gobierno de México; el 35 % de este sector perciben un sueldo de entre \$5,255 y \$10,510 mensuales; el 13% perciben un sueldo entre \$10,510 y \$15,765 mensuales; el 6% perciben un sueldo entre \$15,765 y \$26,275 mensuales; mientras que únicamente el 2% de la población percibe más de \$26,275 mensuales.

Estas cifras son importantes porque, de acuerdo Héctor Iván Toro del Río, profesor investigador del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara (UdeG), menciona que la canasta básica de productos que una familia necesitaría para vivir, cuesta alrededor de los \$10,000 mensuales. El incluir gastos del pago de servicios, transporte, renta y otros gastos, asciende a la cantidad de \$22,000 mensuales. Y explica que si una persona tiene alguna enfermedad crónica, los gastos pueden incrementar a más de \$38,000 mensuales.

Si bien se puede decir que las necesidades de cada familia son distintas, y que las condiciones de vida varían de una ciudad a otra, así como los costos de los productos, sirve para dar un panorama general de lo que implica en este año los gastos que un familia requiere hacer para tener una vida digna. Esto indicaría que el sólo el 10% de las personas podrían mantener un estilo de vida sin preocupaciones económicas, el resto podrá enfrentarse a limitaciones o bien, sus aspiraciones patrimoniales se complican. Además de que habría la necesidad de que en las parejas o familias formadas, ambos miembros deban trabajar, pues alrededor del 50% de las personas no pueden cubrir los gastos ni siquiera de la canasta básica.

También hay que mencionar que estos datos son arrojados por el aumento de precios en alimentos, por la escasez de alimentos derivada del conflicto bélico actual entre Rusia y Ucrania, aunado a las condiciones climatológicas del país actualmente. De la misma manera se hacen presentes condiciones económicas desfavorables por la pandemia de COVID-19. Estos da pie a formarse una imagen del panorama general de la economía actual en México.

Respecto a los días laborados, se puede encontrar que el 8% de las personas en este rango de edad trabajan menos de 4 días a la semana, el 5% trabajan 4 días a la semana, el 30% 5 días a la semana, el 46% trabaja 6 días, mientras que el 9% trabaja los 7 días de la semana. Alrededor del 20% de estas personas destinan menos de 34 horas a laborar a la semana, mientras que el 35% destinan de 35 a 48 horas a la semana, y alrededor del 30% destinan más de 48 horas a laborar.

Analizando todas estas cifras que, nuevamente pueden variar de persona a persona y de ciudad a ciudad, se puede observar que las condiciones de vida hablando en términos de economía, no son favorables para todos los grupos sociales.. Aunque no hay datos sobre los adultos que viven de manera independiente o que son independientes económicamente. Además de que habría que analizar si las jornadas laborales son adecuadas o bien si se ajustan a las necesidades o deseos del sujeto.

Hay que mencionar también que el 58% de la población tiene acceso a instituciones para atender su salud física, mientras que el 41% no tiene acceso a dichas instituciones. Si se toman en cuenta los datos antes mencionados respecto al costo de la vida en este país y el ingreso percibido, esto puede indicar que hay personas que no tienen la posibilidad de atender alguna enfermedad en alguna institución de Seguridad Social o cubrir el costo económico que ello implica.

La salud mental es un tema más complejo, puesto que las cifras varían debido a que no es un tema al que le preste especial atención. La encuesta Nacional Epidemiológica Psiquiátrica en México (ENEP), en 2019 estimó que los trastornos mentales afectan a casi el 30% de la población, además que más del 10% de personas tienen alguna adicción a sustancias, y como dato preocupante entre el 1y 2% de la población adulta ha intentado suicidarse, lo que representa más de un millón de personas a nivel nacional. Si a esto se le agrega el covid-19 y sus consecuencias en este periodo de postpandemia, no se pronostican una mejora el panorama respecto de la salud mental de los jóvenes.

De acuerdo con la encuesta nacional de Salud Mental 2018, el 18% de la población urbana en edad productiva, sufre algún trastorno del estado de ánimo como ansiedad o depresión, de estas personas, sólo una de cada cinco reciben un tratamiento. Una publicación del Economista menciona que 8 de cada 10 personas con alguna situación mental es ignorada; ya sea por falta de diagnóstico, o por no recibir la importancia apropiada, pero la mayor parte de las personas con alguna condición no son tratadas.

El tema de la salud es un dato importante para la población, tema que cobró especial atención por la llegada de la pandemia por COVID-19, puesto que, como se verá más adelante es un elemento central para las personas cuando se trata de su felicidad. Las condiciones del país, no son las mejores, por los recursos destinados a la salud, el acceso a ella y sobre todo el cuidado a la misma salud, hablando tanto física como mental.

Otro reporte es el de la OCDE (2021), que afirma que el 28% de los adultos encuestados en México sobre la salud mental, presentan señales de depresión, es una cifra nueve veces mayor que la encuesta realizada en 2019. Al Respecto, la OMS argumenta que la depresión y la ansiedad aumentaron más del 25% sólo en el primer año de la pandemia. El año en curso, 2022, no se han publicado los resultados de la encuesta, pero dada la tendencia, se pueden esperar cifras mayores, tanto de ansiedad como depresión.

Cuando se trata del tema de la felicidad, las personas suelen hablar del ocio o tiempo libre, así como hablan de la influencia que tienen los medios de comunicación, en las ideas sobre la felicidad; esto se verá más adelante. Este tema viene a colación, ya que gran parte del tiempo libre que tienen las personas lo dedican a los medios de comunicación y medios digitales como las redes sociales. De acuerdo con datos del INEGI, en 2020, el 66% del total de hogares del país tienen acceso a internet, bien sea fija o móvil, el 51% usa radio, televisor un 92% y telefonía un 94%, de esta telefonía el 80% se trata de celular.

Según el INEGI, el 89% de los usuarios de internet se conecta todos los días de la semana. El promedio de uso de internet por día es de 4.8 horas al día, con la finalidad de comunicarse (93%), buscar información (90%) y acceder a redes sociales (89%). El 96% de las personas

que utilizan redes sociales, lo hacen por medio de *smartphone*. Finalmente hay que decir que el 90% de las personas que tienen entre 25 y 34 años son usuarios de internet.

5.5 Componentes De La Felicidad

Como se argumentó al inicio de este trabajo, existen múltiples reportes sobre el nivel de felicidad que tiene un determinado país. La OCDE (2020) por medio del Índice para una Vida Mejor, reporta que el nivel de felicidad en México es de 6.7 en la escala de 0 a 10. Sin embargo eso no es lo relevante para este estudio, sino que la OCDE señala ciertos indicadores para la valoración de la vida. Dichos indicadores son: vivienda, ingresos, empleo, apoyo de la comunidad, educación, calidad del medio ambiente en el que se vive, democracia, salud, satisfacción, seguridad, balance vida-trabajo.

En este capítulo se han abordado estadísticas relacionadas con algunos de esos indicadores, bien por su importancia para el estudio, bien por su disponibilidad. En los siguientes dos capítulos se hablará de los componentes que se identificaron en este estudio que los participantes consideran relevantes para su felicidad.

Esos componentes se relacionan con las necesidades básicas, en las que se incluye principalmente la vivienda; la estabilidad económica; un empleo que la persona pueda disfrutar, que cubra sus necesidades y que le permita tener tiempo para sí; la educación; las condiciones de vida, en las que se incluye la seguridad y la economía general por mencionar algunas; la salud, tanto física como mental; el ritmo de vida; la familia y la pareja. Si se analizan estos elementos, se podrá identificar que son similares a los propuestos por la OCDE, pero se desarrollará con mayor detalle en los siguientes capítulos.

5.6 Consideraciones Finales

Es importante destacar en este momento, que la situación social y económica, dificulta en gran medida el que un adulto pueda cumplir las tareas que se esperan que logre. El reloj social se está retrasando, por lo que, cada vez las expectativas de la etapa se logran a mayor edad.

Tal como se mencionó, eso puede causar una sensación de presión por parte del grupo social, puesto que debería ya haber logrado ciertas cosas.

La situación económica de la sociedad, dificulta que los adultos puedan independizarse, y los adultos se ven presionados a hacerlo. El costo de la vida cada vez es mayor y las aspiraciones de ingreso económico no mejoran al mismo ritmo que incrementan los costos. Ello conlleva que el individuo tenga que prepararse más en su profesión para ser más competitivo y aspirar a un buen empleo. Quienes no logran estudiar una licenciatura, muchas veces optan por tener dos trabajos o en una pareja, ambos tienen que trabajar, aunado a que es común que no les quede tiempo, más que para el trabajo.

La salud influye de manera significativa, puesto que, tal como se verá a continuación, para las personas es una dimensión en la que no desean verse comprometidos, pues gran parte de la población no tiene acceso a servicio médico, y si se enferman tendrán que cubrir los costos, que en la mayoría de los casos representará una dificultad. En los últimos dos años, la ansiedad ha aumentado su frecuencia en las personas, por distintas razones, sea por la muerte de algún familiar, por el miedo a enfermarse, por las dificultades laborales y económicas, o bien por estar aislados. Esto es un punto relevante, dado que se investiga sobre la felicidad.

Las condiciones sociales, en cuanto a la seguridad en las calles, las políticas públicas, nivel educativo, ritmo de vida, también pueden dificultar que una persona se sienta tranquila o estable, para poder pensar en su crecimiento personal o su recreación. Se habla, claro a nivel general, pues hay algunas personas que quizá tienen las condiciones necesarias.

Finalmente hay que contemplar la interacción de los sujetos con él, medio principal de comunicación e incluso, casi podría decirse de recreación, dado el tiempo promedio que se dedica por día a dicha interacción. La información y el contenido que consume la persona puede formar parte importante de cómo concibe la realidad, pues tal como se explicará en los siguientes capítulos, una persona consume lo que otras personas publican sobre su vida o sobre su aparente vida, creando estereotipos sobre lo que se debe hacer o cómo se debe vivir para considerarse una persona feliz.

Caítulo 6. Hacia las Representaciones Sociales de Felicidad

Es momento de comenzar a comentar sobre lo que los participantes de esta investigación conocen, creen, saben, imaginan y practican acerca de la felicidad. En este capítulo se describen tanto el proceso de recopilación de la información tanto como el análisis de resultados, basado en los discursos de los participantes. Es importante mencionar que la información aquí contenida hace referencia a los significados, creencias, imágenes y prácticas que los participantes tienen acerca de la felicidad. Por ello, aunque se hable de manera general, se estará hablando de la población en la que investigó.

Con base en la teoría fundamentada y luego de realizar la clasificación de la información, la comparación constante, así como la comparación teórica; resultaron diversas categorías que se sometieron a un proceso de revisión y análisis. Las categorías y ejes temáticos que se mencionarán son resultado de un meta análisis, pero se considera que son los que representan de mejor manera las Representaciones Sociales de los participantes.

Los resultados apuntan a cinco ejes temáticos, teniendo como tema central a la felicidad. Los ejes temáticos a su vez incluyen categorías, que luego se dividen o subcategorías. Los cinco ejes temáticos son: **qué es la felicidad, cómo vive una persona feliz, cómo se logra la felicidad, quién define cómo ser feliz y cómo se vive la felicidad.** A continuación se describirá cada una de estas dimensiones, así como las categorías incluidas en cada dimensión o eje. Es importante mencionar que las Representaciones Sociales como tales, se explicarán en el siguiente capítulo.

6.1 ¿Qué es la Felicidad?

Contestar a la pregunta, qué es la felicidad no es de ningún modo sencillo, ha representado un esfuerzo por parte de los pensadores y científicos, desde hace siglos. Desde la antigua Grecia hasta la actualidad se ha pretendido saber lo que significa la felicidad y como se abordó previamente el concepto cambia dependiendo del contexto histórico y de la realidad social que viven las personas, véase el capítulo de la historia del concepto de felicidad, para mayores referencias sobre la historia del concepto de felicidad.

La cuestión con estos conceptos sobre la felicidad es que habían sido abordados por pensadores, filósofos o autores teóricos que intentaban dar respuesta, pero sólo recientemente es que se estudia desde la perspectiva de los sujetos, y no desde la teoría. Esta pregunta por sí misma es compleja de responder, porque ella implica una serie de creencias, posturas, imaginarios y prácticas, que en gran parte se ven influidos por la realidad que viven los sujetos, pues están inmersos en una serie de situaciones socioculturales que los permean.

Quizá no es tan complicado responder a la pregunta ¿qué significa la felicidad? Pero responder en un solo discurso que exprese lo que significa para una persona la felicidad, es realmente complejo. En este eje temático se incluyen discursos que se identificaron a lo largo de toda la entrevista. Pues es sólo a través de diversas preguntas y en distintos momentos que el sujeto realmente puede transmitir sus creencias, ideas, significados y posturas respecto a un determinado concepto, que en este caso, es la felicidad.

Hay que pensar en el hecho, de que, como se verá más adelante, cuando una persona habla de un suceso que le compete directamente, representa una versión mejorada de lo que realmente es, bien porque culturalmente se espera algo del sujeto, o bien por las mismas ideas que persisten en la sociedad acerca del concepto de la felicidad. También es importante tener en cuenta que, cuando un sujeto habla sobre un concepto, habla desde su realidad, de lo que conoce, de lo que vive, de lo cree y sobre todo está representando lo que en algún momento incorporó del medio en el que se desenvuelve.

¿Qué es pues para los participantes la felicidad? El eje temático que responde a esta pregunta contiene dos categorías, **la felicidad y su definición** y **componentes de la felicidad**. La primera categoría tiene que ver con los significados como tal que se asocian a la felicidad, mientras que la segunda categoría incluye los elementos que los participantes identifican como importantes para que se sientan felices. A continuación se describirá lo que se encontró en cada categoría, que a su vez se dividieron en subcategorías.

6.1.1 La Felicidad y su definición

La definición que resulta de los discursos de los participantes, no es una definición conceptual sino una definición en su propio lenguaje, en el lenguaje cotidiano. Tal como dijo Moscovici (1961), las personas hacen suyo el conocimiento científico y lo convierten en un lenguaje cotidiano. Esto se puede observar muy claramente cuando los participantes mencionan lo que saben sobre la felicidad al compararla con algo más, tal como afirma Ramos (2011), al decir que las personas se refieren a un concepto diciendo “es como” o “se parece a”.

Los participantes no usan estas palabras como tal, pero sí expresan que la felicidad es estar tranquilos, o tener estabilidad por ejemplo, discursos en los que coinciden, pues para todos ellos, la felicidad es justo eso. Aunque hablan de significados como “una emoción positiva”, “alegría”, “reír y sentirte bien”, “un momento”, los participantes en realidad coinciden en que la felicidad tiene que ver con tener la estabilidad y la tranquilidad, pensar que no tendrán preocupaciones.

Esto llama la atención porque aunque algunos participantes al principio mencionaron que la felicidad era una “emoción intensa”, “emoción buena” o “satisfacción”, a lo largo de la entrevista fueron mencionando cosas como lo que nos menciona la participante RE, *“para mí... que no hay algo de lo que me tenga que estar preocupando, tranquilidad... para mí felicidad es estar tranquila... si yo defino la felicidad sería como estabilidad, tranquilidad...”*.

Los participantes hablan de una tranquilidad en un momento histórico-social en el que no es sencillo estar tranquilo. Una situación golpeada económicamente, con dificultades para cumplir las necesidades básicas, además de los problemas de salud que todavía se viven por la pandemia que resultó del virus SARS-cov2, mejor conocido como COVID-19. Hay que sumar también las complicaciones que se explicaron en el capítulo anterior, respecto a la dificultad para cumplir con lo que la sociedad espera de un adulto por la cuestión económica.

El ideal ya quizá no es vivir sonriendo o sentirse extasiado, que si bien es mencionado, no tiene un peso tan importante como el sentir que no habrá problemas. Problemas que se relacionan con la salud y con la economía, es decir, no enfermarse, no tener deudas, tener la tranquilidad de contar con un lugar donde dormir o un trabajo del que no los van a correr, y si se enferman, tendrán lo necesario para poder cubrir los costos que ello implicará. Estas condiciones se irán abordando en el transcurso del capítulo, pero es necesario mencionarlas en este momento porque son dichas condiciones a las que se refieren los participantes como la tranquilidad y la estabilidad.

La satisfacción y la alegría, en este momento pasan a un segundo término. Esto no significa que los participantes no busquen sentirse satisfechos o alegres, o que busquen disfrutar la vida, sino que, el sentirse tranquilos les puede permitir disfrutar y experimentar la alegría intensa o incluso experimentar la plenitud. Para estos participantes con estas condiciones valoran la estabilidad sobre otras cosas. Todo lo anterior mencionado, forma parte de la subcategoría denominada *significados asociados a la felicidad*.

Otra subcategoría integra las *variaciones del significado* de felicidad. Ello se refiere a que los participantes identifican que lo que significa felicidad puede variar, pero no del todo. Papalia (2009), explica que lo que proporciona felicidad a un adolescente tiene que ver más con situaciones inmediatas, mientras los adultos valoran más los logros individuales que tienen. Por su parte Jodelet (2000) explica las RS pueden cambiar aunque ya hayan sido establecidas, de acuerdo al momento histórico que vive la persona, esto estaría determinado por la experiencia y el contexto que vive el sujeto.

Esto viene a colación, puesto que los participantes explican que el significado es el mismo siempre, pero pueden variar las prioridades. Esto quiere decir que las cosas pueden proporcionar felicidad, aunque la felicidad tiene que ver con “sentirse bien consigo mismo y con el entorno”. Por ejemplo, se puede retomar lo que menciona la participante DA, al expresar “... no sé, por ejemplo yo ahorita estoy feliz, pero si en algún momento yo quisiera tener hijos o así ahí cambiaría...”.

Los participantes explican que el significado cambia dependiendo de las situaciones que están viviendo. Estos cambios pueden estar relacionados con la etapa de vida en la que se encuentren las personas, pero también con las situaciones sociales que viven. Por ejemplo, con el tema de la pandemia, cambió el valor de la salud para las personas, pues mencionan que “ahora se valora más la salud”. Ahora se valoran cosas que antes no se valoraban, como la convivencia, el poder salir a la calle y cosas sencillas que ahora se disfrutan mucho más. Esto ejemplifica lo que los participantes entienden como la variación en las prioridades, que a su vez puede cambiar lo que les proporciona felicidad, tal como lo explica Papalia con las etapas de la vida y Jodelet mencionando el momento histórico de la persona.

Otro elemento que mencionan sobre la felicidad es su *duración*. Otro punto en donde coinciden los participantes al decir que es momentáneo porque “es imposible estar feliz todo el tiempo”, pues pasan cosas que causan otras emociones, la felicidad puede convivir con la tristeza, el enojo y la frustración. Coinciden pues en que a veces se es feliz, a veces no, tal como lo explica IT:

“Yo creo que es como una montaña rusa, no siempre se tiene lo que uno quiere y eso a veces emocionalmente nos llega afectar pero... sí depende de uno porque depende qué tanto te afecten las situaciones que se presentan para que... cómo te explico... cómo lo puedo decir... para que tú te puede tú te puedas considerar que eres o no eres feliz.

La vida es como una montaña rusa, esto es lo que se refería Ramos (2011) cuando dice que los sujetos explican conceptos relacionándolos o comparándolos con otros elementos comunes. Aquí se encuentra un elemento central que se explicará en el eje temático denominado **cómo lograr la felicidad**, que se trata de que depende de uno mismo, que comienza a formar parte de aquí en adelante de los discursos de los participantes a lo largo de los ejes y las categorías.

Los participantes usan expresiones como “depende de la estabilidad emocional”, “dura lo que uno decida”, “dura unos días, pero puede durar más”. La felicidad entonces, no es permanente, por lo que puede ser considerada como momentos en la vida de las personas o un estado en el que las personas se encuentran en ocasiones bajo ciertas condiciones. El que la felicidad sea un estilo de vida no se encuentra en los discursos de los participantes, y si

bien se puede interpretar que el sujeto ejerce cierto control sobre la duración de la felicidad, tampoco es un total control, pues identifican que pueden ocurrir ciertas cosas que pueden causar que la felicidad acabe, al menos en ese momento.

Dentro del tema de la felicidad, es importante identificar un concepto que se suele asociar con la felicidad, y es la infelicidad. Por ello, se abordó el tema de la infelicidad, resultando en esta primera subcategoría que contiene dicho tema. *El significado de la felicidad*, contiene justamente las concepciones que las personas tienen acerca de la infelicidad, que no es lo contrario necesariamente a la felicidad, como se pudiera pensar. Los participantes refieren que la infelicidad es principalmente estar triste .

Los participantes califican a la infelicidad como “tristeza”, “no estar a gusto”, “frustración”, “que las cosas no salgan como uno quiere”, “estar estancado” y finalmente se puede rescatar la expresión de DA, que dice “*angustia constante, o sea preocupación constante y enojo constante, estrés*”. Este último discurso engloba lo que la mayoría de los participantes piensan, que corresponde al antónimo de la felicidad, la no tranquilidad, la no estabilidad. Estas sensaciones y experiencias se abordan con mayor profundidad en la categoría denominada **cómo se vive la felicidad**.

Pero hay que destacar que la infelicidad se enfoca en emociones desagradables para alguna persona, pues a nadie le gusta experimentar ese tipo de emociones. Tanto la felicidad como la infelicidad es representada por emociones, un punto a tomar en cuenta, quizá los participantes no conceptualizan, pero hablan de experiencias, elementos que identifican de la felicidad y la infelicidad. El significado se reduce entonces a lo que las personas sienten cuando son felices o infelices.

Finalmente, en esta categoría, los participantes hablan de los *valores asociados a la felicidad*, en la que los participantes, en general, refieren que una persona feliz practica más valores o estos se manifiestan con mayor facilidad cuando se siente feliz. Los valores que los participantes asocian con la felicidad son: el amor, el respeto, la amabilidad, la amistad, la solidaridad, el altruismo, la puntualidad y la responsabilidad. Estos valores pueden

relacionarse con las expectativas de los demás, pues, tal como se verá más adelante, cuando una persona se siente feliz, tiende a practicar valores que tienen que ver con las relaciones sociales.

Hay valores individuales, por ejemplo la puntualidad y la responsabilidad, que tendrán una influencia probablemente positiva en la vida del sujeto. Pero la mayoría podrían identificarse como valores sociales, que se relacionan con la interacción del sujeto con su entorno, como el amor, el respeto, la amabilidad, la amistad, etc. La felicidad influye en la manera en que una persona interactúa con su entorno, lo que podría llevar a la mejora de las relaciones sociales en el entorno en el que se desenvuelve el sujeto. Esto tiene sentido cuando los participantes mencionan comportamientos de las personas felices que tienden a ser más productivos y sociables, mientras que cuando son infelices, se aíslan de las personas.

En esta primera categoría, es el comienzo del camino hacia las representaciones sociales, pues se identifican ya elementos significativos de las RS sobre felicidad, cuando los participantes hablan de lo que para ellos significa, lo que viene a su mente o las asociaciones mentales que ocurren cuando interactúan con el concepto felicidad. Se puede observar pues cómo expresan con un lenguaje común lo que es la felicidad, este lenguaje, es el de las emociones o las experiencias.

6.1.2 Los componentes de la Felicidad

En la segunda categoría referente a los **componentes de la felicidad** se incluyen algunos aspectos que se identificaron en los discursos de los participantes. Estos aspectos se relacionan, tal como se mencionó en el capítulo pasado, con los indicadores que se destacan para la calidad de vida de una persona que propone la OCDE. Los componentes identificados en los discursos de los participantes, en orden de importancia para ellos, son: *economía, familia, salud, pareja, empleo, necesidades básicas cubiertas, condiciones sociales de vida, estilo de vida y educación.*

El aspecto que más importancia cobra para los participantes es la *economía*, puesto que repiten constantemente que quisieran tener la estabilidad económica, no tener preocupaciones y tener lo necesario para tener una vida tranquila. Ya que la felicidad se asocia directamente con la estabilidad y la tranquilidad, se entiende fácilmente que el dinero es sumamente importante para los participantes.

Pero es necesario mencionar que, más que el dinero, es la estabilidad económica lo que los participantes identifican como componente de la felicidad. Aparece nuevamente el elemento de la estabilidad cuando se piensa en la felicidad y en la importancia de la economía en ella. Véase por ejemplo lo que comparte DA al respecto:

“podría ya comprar mi casa y pues, dicen que el dinero no compra la felicidad pero sí te ayuda porque no tienes problemas económicos y eso te da mejor salud. Por ejemplo si te enfermaras no sé, por algo o tuvieras un accidente, pues es más fácil resolverlo con dinero”.

El dinero permite a las personas cubrir los gastos de las posibles eventualidades que puedan ocurrir, además de que puede estar relacionado con las preocupaciones que conlleva el tener problemas económicos que puede afectar incluso a la salud de una persona. El dinero ayuda a las personas a tener las condiciones necesarias para que no haya preocupaciones, al menos en cosas que requieran dinero para cubrirse.

Al preguntarse a los participantes por la importancia del dinero o si más dinero les daría más felicidad, hubo participantes que de inmediato afirmaron que sí. Pero la mayoría mencionaron que “no es tan importante”, “hay gente que tiene todo y no es feliz”, o “se puede vivir debajo de un puente y ser feliz”. Pero luego, estos mismos participantes mencionaban que más dinero les permitiría poder hacer cosas que en la actualidad no pueden, tener un estilo de vida distinto, y ese estilo de vida sí los haría más felices.

Pareciera que estos participantes se contradijeran, pero esto en realidad nos da información acerca de la forma en la que está estructurado este pensamiento, pues por un lado piensan “el dinero no es tan importante” pero es ese dinero les permite tener un mejor estilo de vida, o

acceder a esa vida tranquila o estable que desean. Una posible explicación a este fenómeno es, lo que se estará repitiendo a lo largo de este y los siguientes capítulos, la felicidad depende de uno, no de cosas externas, por lo que se atribuye esa felicidad al propio sujeto, responsable de su felicidad.

Otra posible explicación es el hecho de lo que la sociedad pueda juzgar de una persona que dice que el dinero es importante para ser feliz. Tal como menciona Moscoici (2004), las representaciones son siempre complejas, por ello pueden parecer contradictorios los discursos de los participantes, esto se analizará en el siguiente capítulo.

El elemento que le sigue a la economía es tener a la *familia* unida, tener su apoyo, incluso mencionan el compartir tiempo con la familia como una forma de ser feliz. Este componente ya muestra diferencias en los grupos, puesto que en quienes ya tienen a su familia, bien sea que sea sólo la pareja, o bien con hijos, el discurso de la familia aparece constantemente. Caso contrario con las personas que aún no conforman su familia, que si bien es cierto que hablan de la familia, y es un elemento importante, no se encuentra en los discursos con la misma frecuencia.

Los participantes que ya conformaron su familia, piensan en la felicidad como la tranquilidad de saber que la familia está bien, que tienen salud y que no tienen preocupaciones económicas. Además de concebirla como un área que aporta a su felicidad, pues el compartir tiempo y experiencias con la familia es considerado por estos participantes como una práctica que propicia la felicidad. Quienes ya tienen hijos, por ejemplo, son un elemento que destacan mucho, que los hijos crezcan, que tengan lo necesario y que no se enfermen. Aparece de nuevo, la idea de la estabilidad en el discurso de las personas, aunque no de manera explícita.

El contar con el apoyo de la familia y que se encuentran todos con bien, da a los participantes una sensación de tranquilidad, pues quienes ya conformaron su familia, aunque ya no ven tan a menudo a su familia nuclear, lo tienen muy en cuenta. Se puede pensar en que las personas viven una realidad distinta respecto a la familia, cuando no han conformado la suya, sino que aún viven con su familia nuclear. Aunque esto no indica que los demás no tomen importancia

a la familia, pero sí muestra diferencias en cuanto a la presencia de dicho elemento en las representaciones de las personas, claro que esto está sujeto a la experiencia del participante con su propia familia, pero de manera general, se puede distinguir ese hecho en los participantes de la investigación.

En esta familia integran a la pareja, que la consideran como una factor importante, sobre todo las personas que han conformado su familia. Sin embargo aquí, ambos grupos hablan de la influencia de la pareja en la felicidad, pues la identifican como una “fuente de felicidad” o “fuente de infelicidad”. Se puede retomar por ejemplo lo que comenta JO:

“cuando estás con una persona cambia tu forma de ser, bueno si la persona es buena te va a beneficiar. Una buena persona sería la que te causa felicidad y no problemas, una persona que te cause problemas te va a causar infelicidad”.

Hay que comentar que tal como se espera de un adulto, las relaciones sean más íntimas y estables, por lo que no se encuentra un discurso en donde se hable de un enamoramiento, incluso al hablar de las características de la pareja, refieren una persona que sea un apoyo, en la que se pueda confiar, que tenga valores y que sea estable emocionalmente. No buscan pues una relación por lo bonito que pueden experimentar, si no más, por el apoyo y la estabilidad que puede proporcionar. De acuerdo con lo que mencionan los participantes, una persona podría ser mala como pareja si causa inestabilidad de algún tipo.

Estos componentes se relacionan, tal como se mencionó, con la *salud*, otro de los componentes importantes que los participantes identifican como parte de la estabilidad o tranquilidad. Por ejemplo JA, explica:

“Es importante, eh... es como el dinero, es como un requisito para poder estar tranquilo, porque pues si tú sabes que tienes cáncer o algo te puede afectar muchísimo. El estado de salud puede afectar anímicamente mucho y eso puede afectar directamente la felicidad”.

La enfermedad limita a la persona a que pueda vivir ciertas experiencias, además de que conlleva una sensación de malestar físico, puede causar la preocupación tanto por la propia vida, como por el tema económico, pues no todos lo pueden solventar. Recordando a Papalia (2009), mencionaba que las personas con nivel más alto de economía tienen mejor salud que

las personas con un nivel más bajo, simplemente porque tienen mejor alimentación, mejores condiciones para tener sus hábitos, y su educación. Además hay que pensar en el hecho de que el 41% de los adultos en México no tienen acceso a instituciones de salud.

Puede verse que los componentes no están aislados y cómo el tema de la tranquilidad, la estabilidad económica y la salud propia y en la familia, son elementos muy importantes para que el sujeto pueda desenvolverse en un ambiente o en un contexto en que no tenga que estar preocupando. Pero al mismo tiempo, hay muchas personas que no se desarrollan en ese contexto, quizá ahí surge la preocupación por no tener preocupaciones, es decir, por tener las condiciones necesarias para enfrentar la vida y poder vivir bien. Sería lo que dice IS “*el principio del proceso para ser feliz*”; es decir buscar no sentirse de la manera en la que se siente.

Pero esto sólo incluye a la salud física, porque la salud mental es otro de los elementos, que de hecho los participantes identifican con un mayor peso cuando se trata de la felicidad. Los participantes hablan de que la felicidad es posible cuando la persona tiene los recursos y las herramientas para estar bien, pues si no tiene estabilidad emocional o una adecuada autoestima, la persona no puede ser feliz, por más que quiera.

La salud mental, tal como se señaló en el capítulo anterior, es un sector en cierta medida desatendido, pues hay altos índices de personas con alguna condición en su salud mental, lo que indicaría que hay muchas personas que no podrían ser felices, de acuerdo a las ideas planteadas. La Encuesta Nacional Epidemiológica Psiquiátrica de México (2019) estimó que el 30% de la población mexicana presenta un trastorno en la salud mental, datos similares a los de la OCDE (2021) que afirma el 28% de los adultos que estudiaron presentan síntomas de depresión. Si se reflexiona sobre el impacto que tuvo la pandemia en cuestión con la salud mental, se podrá identificar que, las condiciones de vida que vivieron en los últimos años las personas, no ayudó a que pudieran experimentar la felicidad.

La OMS (2021) informó que en el primer año de pandemia, el incremento de ansiedad y depresión llegó a un 25%. Esto mismo lo señalan ciertos participantes que expresan haber sufrido durante este periodo, por estar encerrados, no convivir con nadie y no poder recrearse de la manera en que solían hacerlo. Este punto puede ser una posible explicación de que los participantes mencionen una y otra vez la tranquilidad como felicidad. En este momento histórico mencionan a la salud como un componente muy importante, pero no se sabe si estos mismos participantes, antes de la pandemia hubieran tomado tanta importancia a la salud.

Luego de estos componentes, los participantes mencionan la importancia del *empleo*, como medio para lograr la estabilidad y la tranquilidad. Ya mencionaron a la economía, como el componente principal de la felicidad, sin embargo, la fuente del ingreso económico es el trabajo, o al menos en condiciones habituales. Por ello es importante el trabajo como componente de la felicidad, pues además de ser una fuente directa de la estabilidad o inestabilidad económica, también favorece factores personales como su desarrollo o su desenvolvimiento dentro de su sociedad.

El empleo es percibido como la fuente de estabilidad económica, pues mencionan que no todas las personas disfrutan su trabajo, o no todos tienen un empleo que les permita tener tiempo de recreación o tiempo para la familia. Identifican un buen empleo, como aquel que puedan disfrutar, pero que además les de para pagar las cosas que necesitan para sobrevivir. En ese caso, una persona feliz con su empleo podría ser quien disfruta del mismo y adquiere de él los recursos suficientes para cubrir sus deseos o sus necesidades básicas; ese trabajo además debería permitir que la persona pueda desarrollarse personalmente.

Si una persona tiene un trabajo que no le gusta pero permite cubrir sus necesidades, no le gusta o en el peor de los casos: ni le gusta, ni gana lo suficiente. Dicha persona difícilmente estará satisfecha en el área laboral, y dado que dedica gran parte de su tiempo a su trabajo, podrá verse comprometida su felicidad, tal como lo mencionan los participantes.

En relación directa con el empleo y la economía, se identifican las *necesidades básicas* que los participantes necesitan cubrir para tener esa tranquilidad de la que hablan. Esto se refiere a las condiciones mínimas que los participantes necesitan para su estabilidad, por ejemplo: una vivienda digna, alimentación, vestimenta y transporte. Estas son las condiciones que mencionaron los participantes que necesitan como mínimo para ser felices, de ahí en fuera “todo se resuelve” o “todo fluye”, expresaron.

Aquí se identifica nuevamente el discurso de “el dinero no es tan necesario”, pues refieren que con no tener preocupaciones en esos aspectos es suficiente, si una persona que no tiene ni esas necesidades resultas, va a estar en continua preocupación. En cuanto a la vivienda, expresan que una persona debe tener una vivienda en la que sepan que no los van a desalojar, un lugar en donde compartir con la familia. Cabe resaltar que en este aspecto, ambos grupos tienen los mismos discursos, a pesar de que algunos de ellos aún no tienen su casa propia, pero más que tener una casa que sea de su propiedad, se refieren a tener la certeza de que tendrán donde dormir, aunque la casa la estén alquilando. Sin embargo en todos los participantes se encuentra el deseo de tener su propia casa.

No sólo basta con tener dónde dormir, sino también una persona debe tener lo suficiente para cubrir su alimentación, el no tener esa estabilidad provocaría preocupación constante en las personas. Además se hace necesario decir que la vestimenta y el transporte también son considerados como elementos primordiales, puesto que todos se desplazan a ciertos lugares. Aquí se encuentra otra diferencia, quienes ya han formado su familia hablan de la necesidad de un auto, que no necesariamente debe ser nuevo, sino que los mueva y pueda mover a su familia. Para quienes aún no forman su familia, hablan de que el transporte puede ser desde un coche, hasta una bici, pasando por transporte público. Esto muestra nuevamente que las necesidades de una persona pueden variar en función de la etapa en la que estén viviendo, aun teniendo a misma edad.

Aunque pareciera similar, hay otro tipo de contenido en la información que aportaron los participantes, es la referente a las *condiciones sociales de vida*. En ella se integran elementos como la seguridad pública, la libertad para poder realizar ciertas actividades sin la

preocupación de que algo puede pasarles, la economía a nivel general, el ritmo de vida que tienen las personas en las condiciones de vida en las que viven.

Para las personas la economía no es sencilla en este país, puesto que gran parte de ellas no tienen suficiente dinero para cubrir sus necesidades. Hay que recordar que sólo el 10% de los adultos jóvenes tienen la capacidad de cubrir sus necesidades económicas sin complicaciones o preocupaciones, el 50% de ellos necesita sumar los sueldos de dos personas activas económicamente.. Además de ello, no hay suficientes oportunidades laborales para las personas, o los ingresos no permiten a las personas tener lo necesario para tener una vida estable. El factor de la economía aparece de nuevo en esta subcategoría, pues mencionan que parte de la inseguridad que hay en la sociedad, es en gran parte por la economía del país.

Hablando de la inseguridad, explican que no se puede confiar en las personas desconocidas, puesto que pueden causar daño a otras personas, además de la preocupación por salir a la calle a ciertas horas. El hecho de que sea una mujer, en este país también implica una preocupación, tanto para las mujeres como para hombres que se preocupan por sus familiares mujeres. Por ejemplo EL, comparte:

“Está muy pelada, la neta. Está pelada, porque siento que debería haber más parques, mayor seguridad, emm... Y eso radica en la felicidad. Por ejemplo quisiera ir ahorita con mi mamá, pero no tengo coche entonces no me puedo quedar tan noche porque es difícil a llegar a mi casa y la inseguridad, entonces sí creo que influyen esos temas”.

El ambiente que ofrece la sociedad como espacios de recreación también es un factor que puede influir en la salud mental o no tener tantos espacios para el ocio. Además de no poder salir con la tranquilidad y la certeza de que no será víctima de la delincuencia.

Otro factor que influye es el hecho de que el ritmo de vida está muy acelerado, hablando específicamente de las personas que viven en una ciudad, que dependiendo la ciudad tienen un ritmo de vida más o menos acelerado, pero esto influye de manera general. El transcurso al trabajo también influye por el tráfico que puede estresar a las personas, lo que según DA causa que las personas anden de malas. Algunas de ellas tienen que viajar distancias largas para llegar a su empleo o al lugar al que se dirijan, puesto que es común que cada vez las

personas que adquieren una propiedad inmobiliaria tengan que vivir en la periferia de las ciudades.

Los participantes explican que el tener jornadas laborales largas, no permite que las personas puedan compartir tiempo con su familia, o que puedan recrearse. Una de las acciones que identifican que propicia felicidad es el tiempo libre, el ocio. Desde escuchar música, pasando por una película, llegando hasta el simple acto de caminar, puede provocar en el sujeto una sensación de felicidad.

Por último identifican a las personas que pertenecen a alguna minoría. Mencionan específicamente a personas de la comunidad LGBT, que para dichas personas puede ser más complicado ser feliz, puesto que se encuentran ante mayores dificultades sociales. Se puede pensar que las personas con distintas características puedan enfrentarse a la exclusión social por algún motivo, lo que puede afectar su felicidad.

Relacionada con esta subcategoría, se encuentra el *estilo de vida*, el cual se analiza en función de su relación con la satisfacción y las posibilidades de los participantes para conseguir lo que desean en términos de hábitos, acceso a la compra de cosas materiales y experiencias que desean tener. Ninguno de los participantes se encuentra totalmente satisfecho con su vida, pues hay algo que desean que no han logrado.

En este componente se encuentra de nuevo que los participantes al inicio mencionan que su estilo de vida les gusta, que les hace feliz. Pero luego comentan que les gustaría tener más dinero, este dinero les permitiría tener una vida más tranquila, en la que puedan realizar actividades que la actualidad no pueden hacer. Dichas actividades pueden ser: salir al cine con la familia, a tomar un café sin preocupación de cuánto van a gastar o si van a desbalancear su economía. Otra actividad que quisieran realizar es viajar, conocer otros lugares tanto nacionales como internacionales, pero su economía actual no lo permite.

Finalmente se encuentra la *educación*, en la que los participantes la mencionan como un elemento importante pero no indispensable, pues dicen que es más importante tener un empleo que cumpla con las necesidades de la persona. La educación no sólo implica la formación académica, sino que diferencian lo académico como estudios universitarios y especializaciones de la educación que las personas recibieron durante el transcurso de su vida en términos de principios y valores.

La educación funge como un primer componente de la felicidad dado que gran parte de las creencias que tienen acerca de la misma felicidad ha sido resultado de lo que aprendieron durante su crecimiento, de su familia y el entorno en que se desarrollaron, además de sus propias experiencias y la formación de su propio criterio, que también puede estar relacionado con la educación que recibieron.

La formación profesional es considerada como un elemento importante sólo cuando la persona estudió algo que quería y no porque se vio influido por alguien más. También es de suma relevancia que lo que estudió, le permita tener un empleo que le guste pero sobre todo que le “de para comer”. Hay personas que estudiaron algo y no lo ejercen porque no encuentran trabajo, o bien que el trabajo que desempeñan no les gusta.

Para lo anterior es importante la especialización, puesto que brinda mayores oportunidades de encontrar un trabajo que les pueda satisfacer, de acuerdo con los participantes. Les permite desarrollarse mejor en su empleo, pero no todos pueden acceder a dicha especialización porque es costosa. En esta sociedad en la que se apremia la mayor cualificación, los participantes se pueden ver forzados a seguirse preparando, pero a su vez es complicado hacerlo, sin embargo el mundo laboral sigue exigiendo la competencia. Tan es así, que empleos que no exigen un desempeño mental alto, exigen niveles mínimos de preparatoria concluida, hecho que en décadas pasadas no era necesario.

Se puede ir encontrando un patrón en las subcategorías, hay elementos presentes en más de una subcategoría. Esto es porque se relaciona de manera directa o indirecta. La tranquilidad y la estabilidad, como significado de la felicidad, se identifica como algo que las personas

buscan, sentirse de esa manera. La economía como componente permite a las personas tener la tranquilidad de que no tendrán preocupaciones. La felicidad es asociada con la tranquilidad y para tener dicha tranquilidad, se necesita tener lo necesario económicamente para asegurar que podrán enfrentar las situaciones que se puedan presentar. En las siguientes categorías se podrá identificar este mismo suceso.

6.2 ¿Cómo Es Una Persona Feliz?

En el primer eje temático se aborda lo que es la felicidad, la infelicidad, duración de la felicidad y los valores asociados a la felicidad, así como los elementos que componen la felicidad. En este eje temático se aborda especialmente cómo es una persona feliz, tanto en apariencia, pasando por las prácticas, hasta llegar a la identidad de una persona feliz. Cabe destacar que en este eje, se incluye tanto la percepción de otras personas felices, como la percepción propia cuando una persona se siente feliz.

En este eje temático se describe una categoría denominada **el ser feliz y su identidad**, puesto se trata de analizar cómo se identifica a una persona que es feliz, a la vez que saber cómo se percibe a sí misma una persona feliz. Pareciera que son cosas iguales, pero la primera tiene que ver con, los indicios que ayudan a un sujeto a identificar que una persona es feliz. La segunda tiene que ver con la forma la identidad que forma una persona cuando se siente feliz, tanto la persona misma, como la percepción de la identidad de los demás.

Esta categoría contiene tres subcategorías en las que se describe la forma en la que se construye la identidad de las personas en tres situaciones o estados, dichos estados son los siguientes: *identidad de una persona feliz*, *identidad de una persona no feliz*, e *identidad de una persona infeliz*. Tal como se mencionó previamente, una persona no siempre está feliz, pero no por ello se puede suponer que es una persona infeliz, sino que pasa por un estado en donde no es feliz, pero tampoco infeliz, y finalmente se agregan los elementos que se relacionan con una persona infeliz.

En la primer subcategoría se pueden encontrar características de la identidad de una persona feliz, como se mencionó ya, tanto lo piensan los participantes que es una persona feliz, como la forma en la que ellos se identifican cuando se sienten felices. Cuando se trata de identificar a una persona feliz, los participantes explican que se nota porque “se ven con energía”, “se le ve contenta” y “lo transmiten”. Una personas feliz, es fácil de identificar porque su apariencia es diferente a como normalmente se le ve. Incluso, los participantes dicen que cuando una persona es feliz, puede contagiar a los demás.

6.2.1 El Ser Feliz y Su Identidad

Las personas felices, dicen los participantes, se comportan de manera diferente a cuando no lo están. Por ejemplo IT menciona que una persona cuando está feliz *“ayuda a los demás, aporta, escucha, analiza, intenta superarse todos los días”*, mientras DA aporta *“siento que si vas en el transporte público por ejemplo, es más fácil que si a alguien le tocó parado le ayudes con la bolso o cosas así... hay personas que hasta cantan cuando andan felices o bailan”*.

Tal como se dijo con los valores asociados a la felicidad, cuando una persona se siente feliz, parece que practica más valores que tienen que ver con ayudar a los demás, ser más educados, escuchar, incluso ser empáticos con las demás personas. Por ejemplo, el hecho de ayudar a otras personas como labor social o como solidaridad, puede darse porque las personas se sienten felices y quieren compartir su felicidad, pues así lo expresan los participantes.

Otra cosa que suelen hacer las personas cuando están felices, es expresar emociones consideradas positivas, como el amor y la alegría, las personas pueden ser más amorosas o simplemente más expresivas. Además, cuando una persona experimenta la felicidad, es más eficiente y se desenvuelve mejor en el ámbito en el que se encuentra, de acuerdo con lo que mencionan los participantes. Por último, las personas felices buscan hacer cosas que les gustan, además de que gustan de compartir esos momentos con personas importantes para ellos.

Lo anterior se refiere a las conductas de una persona feliz, eso es cuanto a lo que hace, pero también hablan de cómo es una persona feliz. Los participantes manifiestan su propia identidad cuando hablan de cómo es una persona feliz. Al respecto, expresan que cuando ellos son felices, son más positivos, es más difícil que se enojen, son más expresivos en cuestión del afecto (caricias, abrazos, besos, sonrisas, etc.), tienden a tomarse las cosas con mejor humor y suelen reír mucho más, son más activos y socializan más.

Es como si cuando estuvieran felices fueran mejores personas, por ejemplo IS dice “*cuando estoy feliz creo que soy una buena persona... me siento bien, creo que soy una persona agradable con la cual convivir, pasar el rato, cuando estoy feliz verdad*”, mientras que BR agrega “*cuando me siento feliz platico más, busco apoyar más a los demás, soy más filántropa. Lo hago cuando estoy feliz*”. Hay que recordar a Moscovici (2004), que explica que una de las funciones de las RS es la de crear y mantener una identidad.

En esta identidad, la percepción que tienen las personas sobre sí mismas, es de una buena persona, productiva, expresiva, amigable, filántropa. Es curioso que aunque mencionen por ejemplo que la felicidad puede convivir con otras emociones, como se verá más adelante, cuando hablan de la felicidad sólo vienen cosas positivas a su mente. Además de que no relacionan alguna sensación desagradable con la felicidad, caso contrario cuando no se sienten felices, pues hablan de que deben ser agradecidos o encontrar lo positivo dentro de lo negativo.

En la felicidad sólo importa pues lo agradable y positivo, mientras que en la infelicidad, como podrá notarse, lo importante es lo positivo. Lo que lleva a identificar que en la mente de las personas está el buscar lo positivo o lo agradable y dejar a un lado lo que no es agradable experimentar.

Al pensar en la felicidad surge la pregunta, ¿qué pasa con las personas que no son felices? ¿acaso son infelices? De esta pregunta resulta la subcategoría en donde se habla de una *persona no feliz*. Aquí se identifican las posturas de los participantes respecto a si consideran que una persona que no es feliz, es infeliz, que desde el planteamiento de la cuestión a los

participantes causó reflexión porque la mayoría nunca lo había pensado, sólo pensaban en buscar o lograr la felicidad, pero no habían reflexionado si una persona era infeliz por no ser feliz.

Sólo una de las participantes afirmó que una persona no feliz es infeliz, los demás participantes mencionaron que hay puntos intermedios, “*no es blanco o negro, si no hay grises en medio*”, expresó, por ejemplo JA. Papalia (2009), explica que el pensamiento polarizado es una característica de la adolescencia, los adultos tienen un pensamiento en el que ya no perciben el mundo como polarizado. Si esta misma pregunta se hubiera planteado a personas más jóvenes, quizá hubieran respondido que si una persona no es feliz, entonces es infeliz.

Los participantes mencionan que una persona no feliz, puede encontrarse en el camino hacia la felicidad, puede ser que esté trabajando en ello, o bien, pasa por un momento en que no puede ser feliz, pero tampoco es infeliz. Ya que las personas no siempre pueden estar felices, es habitual que una persona pase por momentos no felices en su vida. En dichos momentos puede experimentar emociones como la frustración, tristeza, enojo, desorientación.

Una persona que no es feliz entonces, puede experimentar emociones contrarias a la felicidad, pero cabe la reflexión de si sólo emociones negativas, o si también puede experimentar alegría, sin necesidad de llegar a la felicidad, del mismo modo que una persona puede experimentar tristeza sin que ello implique que es infelicidad. Lo que sí queda claro es que no hay tranquilidad en una persona que no es feliz, de acuerdo con lo que los participantes mencionan.

Esto da paso a la tercera subcategoría en la que se describe la *identidad de una persona infeliz*, cómo es, cómo se ve o cuál es su apariencia, cómo se comporta o cuáles son sus prácticas. Los participantes comienzan diciendo cómo se ve una persona infeliz, expresan “se nota en su cara”, “no brilla”, “se ve apagado”, “se ve gris”. Tanto la felicidad como la infelicidad se notan, se comunican y se transmiten. Si la felicidad se contagia, la infelicidad también se puede contagiar, dicen los participantes. En cuanto a la imagen, los participantes

identifican a una persona como lo contrario de una persona feliz, es importante destacar este punto porque a nivel de significado, por ejemplo, la infelicidad no es lo contrario de la felicidad, pero a nivel de imagen sí es lo contrario.

Las prácticas de una persona infeliz sí parecen ser lo contrario a las prácticas de una persona feliz, pues “se aíslan”, “dañan a los demás”, “sólo piensan en ellas mismas”, “no habla mucho o es cortante”. Por ejemplo IS explica que una persona infeliz *“puede ser muy agresiva, muy inconciente... muchas veces no son empáticas porque piensan que sus problemas son los más grandes del mundo...”*.

Los comportamientos de una persona infeliz se alejan de los comportamientos de un sujeto feliz, pues se aísla, puede tratar mal a las personas, no son empáticas, y de acuerdo con esta misma lógica, es probable que las personas sean menos educadas y consideradas, pueden consumir drogas, tener un apego a alguien o algo. Aunque esto no quiere decir tampoco que una persona infeliz va a tratar mal a otro ser humano siempre, ni que todos lo hacen, sino que más bien esta es la imagen y las prácticas que se asocian con una persona infeliz. Seguramente habrá personas infelices sociables, como habrá personas felices que no socialicen, pero en cuanto a la representación de los participantes está estructurada de esa manera.

La identidad de una persona infeliz estaría caracterizada por ser una persona grosera, egoísta, pesimista, que se encuentra en una tristeza y frustración constante, una persona que se la pasa quejándose de la vida. Por el contrario de una persona feliz, está centrada en los problemas, en lo mal que la está pasando, observa sus problemas, como los más grandes, tal como lo menciona IS. Este sería el estereotipo de una persona amargada o frustrada con su vida, que además de tristeza, experimenta “enojo”, “envidia”, “desesperación”, “soledad”, “miedo”, “arrepentimiento”, “sufrimiento”. Sobre estas emociones se abordarán a detalle en el eje temático denominado **¿Cómo se vive la felicidad?**

Para hacer una recapitulación, hay una diferencia entre una persona feliz, una persona no feliz y una persona infeliz. Cada uno de los tres estados, configuran una imagen y una identidad propia. Los participantes identifican cómo se ve una persona feliz, la describen a nivel de prácticas y de identidad. Del mismo modo describen a una persona no feliz, identificándola como una persona que puede estar buscando ser feliz, mientras que una persona infeliz, a nivel de imagen y de prácticas representan lo contrario a la persona feliz, pero no a nivel de significado.

Se conforma pues una identidad de acuerdo a la situación que esté viviendo el sujeto, una misma persona puede configurar su identidad según la construcción de la realidad, pero se identifica de manera diferente, según el estado en que se encuentre. Este estado se ve reflejada en lo que la persona comunica o expresa, sea intencional o no, puesto que se manifiesta en el cuerpo la felicidad, la no felicidad y la infelicidad. Los participantes lo identifican como “más activo”, “con más ganas” o “sin ganas”, “como apagado”.

6.3 ¿Cómo se logra la Felicidad?

Responder a la pregunta cómo se logra la felicidad puede parecer muy ambiciosa, sin embargo se responderá en función de las RS que tienen los participantes sobre cómo lograr la felicidad. En este eje temático se explica esta difícil pregunta que se han hecho muchas personas a través de la historia y que se ha teorizado acerca de las cosas que se deben hacer o tener para lograr la felicidad. La felicidad como un logro, no cómo una búsqueda, pues no es algo que de repente las personas se encuentran, sino que es identificada como una lucha o un proceso.

“No hay fórmulas para la felicidad”, “cada quién tiene su propia manera de ser feliz”, “para cada persona la felicidad significa algo diferente”, “la felicidad depende de uno mismo”. Al ver estos discursos, uno pensaría que la felicidad es distinta para cada persona y que no tendría sentido realizar un estudio sobre RS si cada persona tendrá significados, creencias, imágenes y actitudes particulares sobre la felicidad. Esto parece ser cierto, no tiene mucho sentido, hasta que se comienza a ver que todos los participantes piensan de esa manera, pero

cuando se analiza el significado de cada persona se encuentran muchas más similitudes que diferencias.

Lograr la felicidad parece ser un mérito individual, o así lo entienden los participantes, la felicidad depende de uno y por lo tanto, uno mismo debe lograr la felicidad. Este eje temático contiene una categoría denominada **cómo lograr la felicidad**, en la que se incluyen subcategorías compuestas por los discursos relacionados con el hecho de lograr o no lograr la felicidad. Estas subcategorías son *la felicidad depende de uno, cumplir mis metas, acciones para ser feliz, la fórmula para la felicidad y no lograr la felicidad*.

6.3.1 Lograr la Felicidad

Si se pretendiera identificar el discurso o la idea que más se repite en la información que aportaron los participantes, sin duda se diría que **la felicidad depende de uno mismo**. Todos concuerdan con el hecho de que la felicidad depende de uno mismo, si bien algunos mencionan otros factores, el principal elemento en la felicidad es uno mismo. En esta subcategoría, se encuentran todos los elementos que los participantes describen que dependen de la persona. Dichos elementos pareciera que el sujeto puede controlar o debiera controlar. Estos elementos son: *ser auténtico, conocer lo que me hace feliz, tener una perspectiva adecuada, ser una persona positiva pero realista, tener una buena actitud, decisiones correctas, adaptarse a las condiciones de la vida y finalmente disfrutar lo que se hace*.

“El que tú dependas de alguien o algo te genera depresión y ansiedad, la felicidad no debe depender de nadie más”, este es un discurso de OS. *Ser auténtico* se refiere a todas las ideas respecto a pretender ser alguien más, tratar de darle gusto a los demás, o bien estar a merced de los comentarios, críticas y expectativas de los demás. Los participantes no lo nombran en estos términos, pero hablan de hacer las cosas por gusto y porque uno quiere, no porque alguien más lo diga, pues en muchas ocasiones, las personas realizan cosas que alguien más le dijo que las hiciera y luego descubre que no le hacen bien. Por ejemplo JA, menciona *“si lo haces solamente porque alguien te dice que con eso vas a hacer feliz y te diste cuenta que no es cierto pues te va afectar”*

Los participantes expresan que hay personas (no ellos), que siguen a otras personas, bien como un modelo o bien por presión, ya que puede representar una figura importante para la persona. Es importante para la persona no aparentar algo que no es, porque eso causa sufrimiento, como mencionó OS, y como podrá observarse más adelante.

SE menciona lo siguiente: “*Ser yo, no tener que aparentar algo que no eres, que si tú quieres salir, o sea ir y venir sin necesidad de rendirle cuentas a alguien*”. Habla de una autenticidad al no tener que fingir que es alguien que no es, además de la libertad para poder realizar actividades que la persona quiera hacer sin tener que rendir cuentas. Esto no debe confundirse con hacer lo que a uno le plazca, sino que en el contexto de la respuesta, SE explica que el no poder hacer algo por propia decisión y estar a merced de lo que opine alguien más, no permite la felicidad.

El ser auténtico cobrará más sentido cuando se aborde el tema de las expectativas sociales. Por ahora es importante destacar que ser auténtico se relaciona con *conocer lo que te hace feliz*. Es de suma importancia que una persona pueda conocer lo que le hace feliz, pues, tal como lo menciona IS, hay personas que no se conocen y no son felices porque ni siquiera saben lo que les gusta.

EL menciona, “*creo que primero deben conocer su felicidad y después las expectativas de los demás, pero creo que lo hacen al revés, primero conocen las expectativas a las personas y no saben si algo te hace feliz*”. Una persona debe conocerse y saber lo que le causa felicidad, de lo contrario, difícilmente será feliz, pues no sabrá ni cómo serlo. Cada persona debería conocer lo que le hace feliz, dice DA, tener conocimiento de ello, le otorga la responsabilidad de lograrlo o no. Podría pensarse que un factor por el cuál una persona no es feliz, es porque no se conoce.

Otro elemento, que es al que se le atribuye un gran peso para poder ser feliz, es la *perspectiva*, tener una perspectiva adecuada. “Depende de cómo lo vea la persona”, afirman constantemente los participantes. La perspectiva desde la cuál una persona ve un hecho o

suceso determinará cómo se siente, si la forma en que lo ve es negativa, experimentará emociones negativas, pero si es positiva, podrá experimentar emociones positivas.

Este discurso parece apoyar la idea de que si una persona cambia su perspectiva, cambia la forma en la que una persona se siente. Al afirmar que la felicidad depende de la perspectiva, bastaría con sólo enseñar a las personas a ver la vida de una forma distinta y serían felices. Sin embargo como se ha podido observar, hay componentes que no dependen sólo de la persona, y aunque los participantes identifican la importancia de dichos componentes, le siguen dando un mayor peso al hecho de que la felicidad depende de ellos mismos. Abría que preguntarse de dónde surge esa idea, ¿Por qué la idea de que la felicidad depende de uno mismo prevalece en todos los participantes, aún cuando identifican componentes que no dependen enteramente de ellos? Se tratará de contestar a este cuestionamiento a través de las siguientes categorías.

Además de tener una perspectiva adecuada hay que *ser una persona positiva pero realista*. El ser positivo ayuda a las personas a que puedan enfrentar los problemas de mejor manera, pues al mantenerse optimistas, pueden encontrar posibilidades y no se rinden a la primera que no les salen las cosas, sino que son perseverantes. RE menciona, “*más que ser más felices a enfrentar sus situaciones negativas sí les ayuda, porque probablemente no sólo ven una solución, ya buscaron una, dos, tres... pero hay que ser realista*”. RE hace referencia a que las personas que se mantienen siempre positivas no son saludables, por ello tienen que saber hasta qué punto y bajo qué condiciones funciona ser positivo.

Además de RE, los demás participantes coinciden en que no se puede ni se debe ser siempre positivo, no todo tiene un lado bueno. Si una persona conecta con la tristeza o la frustración puede crecer, buscar que las cosas no sean así y mejorar, en cambio si sólo se es positivo y se busca lo bueno a cada situación, se puede caer en un conformismo. Ser positivo, ayudaría a tomar las cosas con una mejor perspectiva y ayudaría a enfrentar las situaciones complicadas, más que ayudar a ser feliz en sí. Pero hay que aclarar que estos discursos no hacen referencia a estar siempre sonriendo o aparentar que todo está bien, pues como ya se mencionó, hay que ser auténticos, no fingir algo que no se siente.

Hay que tener una *buena actitud*. Esta subcategoría se relaciona con la anterior, la diferencia radica en no sólo encontrar lo positivo a las situaciones, sino que hay que enfrentarlas realmente de la mejor manera que pueda la persona. Véase lo que dice OS, “*yo experimenté mucha necesidad económica, yo lo veía, no me lo decían pero a veces nos tocaba cenar galletas porque no había más, pero decía feliz <<hoy no vamos a comer tacos, vamos a cambiar>>*”. El tener la mejor actitud ayuda a las personas a enfrentar las situaciones que viven, y es importante saber si esta actitud es real, si la persona así la siente o si, más bien aprendió a reaccionar de esa manera para dar la imagen esperada por la sociedad.

Las personas deben tomar las *decisiones correctas*, pues de sus decisiones dependerá en gran parte la vida que puede llegar a tener. Por ejemplo, JO expresa “*si tomas malas decisiones vas a ser infeliz, si tomas buenas decisiones puedes ser feliz*”, mientras que EL, comenta “... *si yo escojo una pareja tóxica... mi felicidad no va a durar...pero si pudiera elegir otra pareja pues si podría ser más feliz*”. Las decisiones que tome una persona marcan el rumbo de su vida, en cuando a la pareja con la que deciden relacionarse, si estudian una determinada carrera, o si trabajan en un determinado empleo.

Son muchas las decisiones que debe tomar una persona y que pueden influir, tal como lo expresan, puede dar felicidad el resultado de la decisión, o por el contrario puede llegar a causar infelicidad. Desde esta perspectiva, gran parte de lo que el sujeto puede experimentar, estará determinado por lo que hace o deja de hacer, las personas con las que se relaciona o no se relaciona, los cambios o permanencia de las situaciones en la vida de la persona. Estas decisiones son controladas por el sujeto, por ello se toma en cuenta como un elemento que depende completamente del sujeto. Si un sujeto es feliz entonces es porque tomó las decisiones correctas, si no es feliz, es porque tomó decisiones incorrectas.

Otro elemento importante para las personas es su capacidad para adaptar las metas o *adaptarse a las condiciones* de vida que puedan surgir. Un sujeto puede tener sus metas y planes establecidos, pero en el camino hacia ellos, pueden ocurrir situaciones que dificultad

o impiden que esas metas o planes se lleven a cabo. Para ello es sumamente importante que la persona pueda ser flexible para no frustrarse por los planes que no ocurrieron.

IS comparte, “...mi esposa me hizo un comentario... me decía que yo me adapto y quizás es una forma en la que quizás yo siempre estoy feliz porque me adapto”. IS comparte una habilidad para adaptarse a las condiciones, algo que llama “habilidad camaléonica”, poder relacionarse con cualquier persona, en el ámbito que sea. Pero más que referirse a las relaciones sociales, los participantes hacen referencia a la habilidad para adaptar las metas, si es que no se logran. Hay tener entonces una flexibilidad en las metas, quienes no se adaptan pueden sufrir por la frustración que les causa el no lograr lo que querían o que las cosas no sean como ellos quieren.

Esto puede relacionarse con también con la resiliencia, sobreponerse a las condiciones que se pueden complicar. Como OS menciona, “la vida no va estar bien siempre, hay que afrontar los miedos y los momentos malos. Siempre va a haber momentos malos pero hay que enfrentarlos de la mejor manera para no pasarla mal. Ser positivo y tomar las cosas con la buena actitud se relacionan con la resiliencia o adaptarse a las condiciones de la vida. Estas dos condiciones permitirán que el sujeto se pueda adaptar y seguir adelante. A esta habilidad le atribuyen el hecho de que una persona sea infeliz, por no poder adaptarse.

Finalmente explican que la felicidad depende de que la persona *disfrute la vida*, en ello incluyen que disfrute lo que hace, que disfrute el camino hacia las metas que se propone y que disfrute de las cosas que tiene, que las pueda valorar y no estar deseando tener lo que alguien más tiene, sino que aproveche su vida. Pareciera sencillo, sólo basta con que una persona disfrute la vida, de lo que hace y de lo que vive. Lo que no mencionan es la dificultad que ello implica para algunas o para muchas personas. Pues el disfrutar la vida suena más sencillo de lo que realmente es, más cuando las condiciones de vida que tiene la persona no favorece a que pueda disfrutar, sino que más bien se encuentre preocupado por tener que resolver alguna situación.

Tal como en el primer eje temático se encuentra constantemente la tranquilidad y estabilidad, así como la el dinero para ayudar a tener esa tranquilidad y estabilidad, de la misma manera, el que la felicidad depende de uno mismo, será una idea que en adelante se repetirá, pues forma parte de otras categorías. Estos tres elementos se relacionan con la mayoría de las respuestas que los participantes identifican como significado de felicidad. Parecen ser elementos centrales en la RS de la felicidad.

Por otro lado, aunque el cumplir las metas forma parte de la idea de que la felicidad depende de uno mismo, puesto que las metas dependen de cada persona, se considera una subcategoría aparte, puesto es un elemento importante para lograr la felicidad. No se puede considerar una práctica por que no es algo que cualquier persona realice como un hábito o una costumbre, y es relevante porque las personas consideran que el no lograr la metas que una persona se propone, puede llevar a la tristeza o la frustración.

En esta subcategoría se describe la satisfacción que tienen las personas con los logros que han alcanzado hasta el momento actual de su vida, las cosas que les hace falta lograr y la relación del éxito con los logros y la felicidad. En esta subcategoría se describen estos puntos, además de que se incluye una diferenciación entre los grupos. Hasta este momento las diferencias no representaban mayor importancia, pero en esta categoría hay diferencias importantes.

Se describe entonces la diferencia de las metas que tiene un participante que ha logrado las cosas que se supone debe lograr, de acuerdo a la sociedad, con un participante que no lo ha logrado. Se explica cómo es que consideran que influye el reloj social para las personas que no han conseguido ciertas cosas de acuerdo a dicho reloj. Además de analizar cómo es que los participantes mencionan que esas expectativas afectan a otros sujetos, pero a ellos no. Mismo fenómeno que ocurre en otras categorías en las que el sujeto menciona que lo que sucede con los demás no sucede con ellos. Esto también aplica con las formas de pensar de los mismos sujetos que consideran que ellos piensan de una manera distinta a todos los demás.

“Las personas que tienen metas tienen un propósito por el cual salir de su casa”. Es un frase que mencionó JO al hablar de las metas, haciendo referencia a que una persona con metas tiene un propósito, a diferencia de una persona que no tiene metas, no tiene un propósito para hacer las cosas o salir adelante. Pero el tener las metas no es tan importante como el cumplirlas, porque una persona podrá tener muchas metas, pero si no trabaja en ellas, no sirve de nada que las tenga. Por ejemplo, IS dice *“pues tenerlas no... Cumplirlas, porque pues tú puedes tener muchas metas incluso metas inalcanzables pero pues eso no sirve de nada si no las cumples”*.

Se puede identificar claramente una diferencia entre los grupos, los participantes del grupo uno, mencionan que se sienten satisfechos con lo que han logrado hasta este momento. Caso contrario las personas que aún no logran cumplir con las tareas, que se ha mencionado anteriormente que se esperan de un adulto. Las diferencias entre las metas son claras, mientras que unos quieren tener más dinero para poder hacer cosas que hasta el momento no han podido, como viajar, por ejemplo; otros quieren ser estables económicamente, tener su propia casa, terminar los estudios o tener una pareja estable.

Es importante resaltar que los participantes que mencionan sentirse satisfechos con sus logros, tienen 29 años en adelante. Aunque la edad no es un indicador de los logros, en este grupo coincide que las personas que tienen a partir de esa edad, cumplen con las tareas esperadas o logros esperados (independencia económica, vivienda independiente, formación de la familia, carrera universitaria, inserción laboral). Esto no quiere decir que las personas que tienen esta edad ya lograron estas tareas, puesto que en el segundo grupo se encuentran personas que cuentan con dicha edad, y su aspiración es justamente esa independencia mencionada.

JA menciona, *“tengo todo lo que quiero. Estoy bien de salud, estoy económicamente bien, casado, con casa y carro es todo lo que yo quería llegar y ahí está”*. Pareciera como si se tratara de un *check list*, se agregan las cosas que una persona quiere lograr y una vez que las logra, llega esa esa estabilidad. OS refiere:

“Yo tuve dos objetivos muy claros...tener casa y un carro antes de los 30, y la verdad me llenó de mucha satisfacción tener ese proyecto de vida y cumplirlo. También formar mi familia a corta edad, a los 24 años. Mi proyecto de vida siempre fue tener estabilidad”.

Una persona puede tener su metas a corto, mediano y largo plazo, parece que el tener dichas metas, trabajar por ellas y lograrlas, ayuda a que las personas se sientan satisfechos con sus logros.

Se nota pues la diferencia de las personas que han logrado lo que consideran que deben lograr o tener para su estabilidad. Estas personas presentan en sus discursos que la incertidumbre es algo que no ayuda a las personas a ser felices. Cuando hablan de la felicidad, mencionan que su felicidad está en la salud de la familia, ver que las personas cercanas están bien, que no hay preocupaciones. Lo que les gustaría, es tener más dinero, para tener una vida más cómoda y permitirse ciertas cosas que ahora pueden considerarse como lujos.

Cuando las personas no han logrado lo que consideran que deben lograr para su estabilidad, desean hacerlo eso para tener estabilidad. Aunque esto no quiere decir que son infelices, pero sí hablan de ese deseo, para la estabilidad. Esto permite ver que las aspiraciones son distintas, dependiendo de lo que una persona haya podido alcanzar, pues pareciera que todos van hacia el mismo camino, pero unos van más adelante que otros. Lo anterior tiene una influencia negativa en las personas, ya que se sienten presionados por la sociedad, esto se abordará en la categoría sobre las expectativas sociales.

Lo importante es notar, cómo estas metas son individuales. Cada persona debe lograr su independencia y se ve presionada para conseguirlo. Se sabe que un adulto debe cumplir con ciertos requisitos para ser adulto, socialmente hablando, si no los cumple, buscará hacerlo, pero en ese proceso quizá no se siente satisfecho con su vida, hasta lograrlo. Es entonces cuando pueden experimentar la sensación de la estabilidad y la tranquilidad, pues de no lograrlo, experimentan la frustración y el fracaso, incluso llegar a sentirse estancados. Tal como lo menciona RE

“Pues yo creo que sí, porque sino cumples las metas que tú quieres te vas a sentir frustrado... Para mí sería quedar enfrascado en una situación que no puedes desarrollarte ni personal y

profesionalmente, y es así como siempre estar pensando en lo malo de la vida y no ves hacia afuera, no ves que tienes una casa, que tú estás bien...”.

Una persona que no cumple con sus metas se puede sentir estancado entonces, además de que, tal como afirma JA, si no las logran en el tiempo en el que tienen que lograrlas, luego le pueden afectar los comentarios de los demás. Las personas que trabajan por algún objetivo y no lo consiguen, “se pueden venir para abajo”, se “sienten tristes”, pueden “perder la motivación”, dicen los participantes al respecto de no cumplir con sus metas. Aquí surge nuevamente la importancia de ser flexible y adaptar las metas, pues si no se tiene esa habilidad, las personas se sentirán frustradas y podrán perder la motivación. En cambio, si se adaptan y aceptan que no lograron esa meta, pero pueden lograr algo más, o pueden volver a intentarlo, entonces podrán seguir avanzando sin quedarse estancados.

Por último, se incluye la relación del éxito con la felicidad. Los participantes explican que la felicidad se relaciona con el éxito siempre y cuando tengan el mismo significado, por ejemplo EL, dice

“Siempre y cuando tengas el mismo significado, por ejemplo si para ti es tener un trabajo que requiera todo el día y para mi éxito es estar bien con mi pareja, bien con mis amigos, entonces... Pues es distinto. Pero en base a mí, pues si es distinto, porque yo me siento una persona exitosa en estos momentos a pesar de que sé que me pueden faltar varias cosas porque estoy feliz conmigo”.

La percepción de éxito dependerá de cada persona, de lo que considere como éxito. Nuevamente aparece la idea de que depende de uno, cada persona es distinta, es decir, una perspectiva individualista. En cuanto al éxito, una persona pueda considerar a la felicidad como un tipo de éxito, pero una persona exitosa no necesariamente es feliz, de acuerdo con lo que mencionan los participantes.

Sin embargo, distinguen entre el éxito para la sociedad y el éxito para las personas, que en muchas ocasiones no es el mismo. Ahí es justamente donde pueden comenzar los conflictos relacionados con los logros de una persona, pues si no se ajustan a las expectativas sociales, estos logros pueden considerarse como insuficientes. El éxito entonces parece asociarse a

que una persona cumpla lo que se propone y se sienta satisfecho con relación a los estándares que tenga sobre lo que debería lograr o le gustaría lograr. Pero una persona satisfecha con sus logros, no necesariamente será feliz.

Es general la idea de que no existe una fórmula para la felicidad, a algunas personas les puede ayudar lo que alguien más hizo, pero no a todos les funciona lo mismo. Los participantes concuerdan con el hecho que, cualquier producto cultural (libros, cursos, películas, etc.) que diga que haciendo determinados una persona logrará su felicidad, es una mentira porque no a todos les funcionará.

Sin embargo cuando hablan de las acciones para ser felices, hay ciertas similitudes. Si bien es cierto que no a todos les hace feliz lo mismo, en más de alguna acción o práctica coinciden. Esto no es pues, una fórmula para la felicidad, ya que no se puede decir que una persona que haga estas acciones será feliz, es lo que a estos grupos de personas les causa felicidad. Hay que aclarar que podría confundirse esta categoría con la primera en la que se habla de que la felicidad depende de uno. La diferencia es que en esta categoría se incluyen prácticas concretas que a las personas les causan felicidad, mientras que en la primera se hablan de las cosas que la persona debe ser o hacer para lograr la felicidad. Las acciones que mencionaron que causan felicidad, se describen a continuación.

Tener *hobbies o tiempo de recreación*, es una de las principales acciones que debe hacer una persona para ser feliz. Los participantes explican que una persona debe tener tiempo para ella misma y despejarse de las situaciones que pueda enfrentar en su vida cotidiana. Cada persona tiene sus propios pasatiempos, pero mencionan: escuchar música, ver películas, ver series, salir a caminar, observar atardeceres, apreciar los pequeños detalles de la vida, leer, o disfrutar de un café y de los juegos de mesa. Es importante aclarar, que aunque cada persona pueda tener sus propios pasatiempos, los sujetos identifican la importancia de estas actividades, de no ser así, las personas pueden pasar mucho tiempo pensando en sus problemas y preocupaciones, y necesitan distraerse.

Una práctica relacionada con la anterior, es *hacer lo que a uno le gusta*, que no se trata sólo de los pasatiempos, sino también que una persona se pueda dedicar a las cosas que le gustan, o que pueda tener la libertad para realizar esas acciones que le causan felicidad, como ellos lo mencionan. Aunque pareciera que es similar al tema que se explicó anteriormente sobre conocer lo que me hace feliz, se debe explicar que la diferencia es que una persona puede saber lo que le hace feliz, pero aún así no hacerlo. En cambio aquí se trata de realizar eso que le gusta o que causa esa felicidad. Específicamente hablan de que pueda trabajar en lo que le guste, que pueda realizar actividades que disfrute, que no haga las cosas por obligación.

Compartir tiempo con la familia puede estar relacionada con las otras dos prácticas, incluye información muy puntual acerca de la importancia que las personas atribuyen a compartir tiempo y momentos importantes con su familia. Aunque todos mencionan que la familia se encuentre bien para ser felices, los participantes que ya han conformado su familia identifican el compartir tiempo con la familia una práctica que les causa felicidad. Ya sea ver una película, salir a caminar, jugar, más que la actividad en sí, lo que valoran es estar con la familia. También es importante compartir los momentos importantes para la vida de las personas en familia.

Una actividad que se mencionó en la categoría de la identidad de las personas felices se mencionó es *ayudar a los demás*. Se dijo que las personas cuando son felices, tienden a realizar acciones sociales, ayudar a otras personas cuando lo necesitan. Sin embargo, el ayudar a los demás, también causa satisfacción y aunque hay personas que ayudan cuando se sienten felices, hay otras personas que ayudan para sentirse bien. La identifican como una práctica que causa satisfacción siempre que se realiza, realizar este tipo de actividades puede hacer a las personas sentirse bien consigo mismas, e incluso sentirse feliz al saber que pudieron ayudar a una persona que lo necesitaba.

Agradecer, aunque va de la mano con valorar lo que una persona tiene, describe una acción en específico, no sólo otorgar un valor, sino agradecer lo que una persona tiene en su vida o lo que puede hacer y que otras personas no pueden. Agradecer tanto lo que tienen, como lo que no tienen, las posibilidades de vida que tienen. Esta práctica se relaciona con el hecho de

aceptar las condiciones que la vida les presenta a las personas. Ser una persona agradecida, permite a las personas no tener ansiedad si algo que esperan no llega, además de que posibilita que una persona se sienta bien con lo que tiene, no tener emociones negativas respecto a lo que no tienen o lo que les hace falta.

Finalmente en el tema de la *espiritualidad* que, aunque es un elemento que identifican como un área que puede ayudar a las personas a lograr su felicidad, los participantes no lo identifican como algo que les ayude específicamente a ellos a ser felices. El valor que tiene alguna práctica relacionada con la espiritualidad depende de la persona, por ende, el impacto estará en relación de si para la persona es importante o no.

Aunque se entiende que el cumplir las metas podría formar parte de esta categoría, se consideró importante que tuviera su propia categoría, dada la importancia que las personas otorgan a dicho elemento. Además de la complejidad que implica el lograr las metas que tienen las personas, en relación a sus condiciones de vida.

Después de hablar de lo que significa la felicidad, los componentes, cómo es una persona feliz, las condiciones que necesita para ser feliz y cómo lograr la felicidad, llega la pregunta: ¿Qué pasa si no se logra la felicidad? Para los participantes resulta algo casi inconcebible el hecho de que una persona no consiga ser feliz. Tal como se explicará a continuación.

Aunque algunos participantes dicen que si no logras la felicidad sólo “no eres feliz y ya”, durante el transcurso de la entrevista hablan del deseo de tener la tranquilidad y la estabilidad, y mencionan la habilidad para adaptarse a las condiciones, en ningún momento pasa por su mente la posibilidad de no ser felices. Pues como mencionan, no siempre están bien, y pareciera que cuando no están felices, buscan sentirse de esa manera, pero al preguntarles lo que pasa si no se logra la felicidad, lo piensan como un resultado final, algo que pasaría al final de sus vidas.

Por ejemplo IS menciona *“pues no sé, si no lo alcanza, pues que vida tan triste. Se me hace lamentable que nunca nada lo haya hecho feliz, pero como te digo a veces nos damos cuenta de lo que tenemos, buscamos las cosas que no a veces, que no nos van a ser felices. Entonces puede ser que esa persona no te conociera del todo y pues ni modo así murió sin ser feliz”*. Tal como IS, la mayoría piensa que es muy triste que una persona no logre la felicidad, puesto que es algo que cada persona debería buscar, debería conocerse y hacer lo que le hace feliz.

DA dice lo siguiente, *“siento que no vives como tal, yo siempre he pensado que no vienes a esta vida a sufrir...entonces no es como te conformes pero debes como ver las cosas buenas que hay en tu vida”*. Si no se viene a sufrir, uno podría preguntarse ¿a qué se viene a esta vida? O bien ¿si uno no logra ser feliz entonces no tiene sentido la vida? Estos cuestionamientos son importantes para todas las personas que no se consideran felices, puesto que es muy triste no ser feliz.

Aquí cabe hacer un señalamiento, no se les preguntó por una persona infeliz, sino qué pasa si no se logra la felicidad. Hay que recordar que previamente habían mencionado que no ser feliz no es lo mismo que la infelicidad, pero aquí parece que conciben a una persona que no es feliz como alguien infeliz. MI menciona que una persona así es alguien amargado que vive frustrado y enojado con la vida. IT dice que una persona que no logra ser feliz, debe adaptar las expectativas, para que pueda ser feliz. La situación lleva entonces a que una persona adapte lo que tenga que adaptar, para poder ser feliz, pero quizá no todos pueden adaptar esas condiciones, puesto que hay varias razones por las cuales una persona puede no ser feliz.

Tal como mencionaron las cosas que dan felicidad, los participantes también identificaron las cosas que causan infelicidad. Para comenzar identifican que aunque todas las personas pueden ser felices, no todas lo son, incluso hay personas que pareciera que tienen todo para ser felices, pero no lo son. En esas situaciones tendría que verse si realmente tiene todo para ser feliz y no lo es, porque alguna situación que depende de ella misma se lo impide, o bien porque no tiene lo que considera que debe tener para ser feliz.

Los participantes identifican que hay ciertas cosas que causan infelicidad en las personas, o bien razones por las cuales una persona no es feliz. Lo primero que identifican es que las personas no logren lo que quieren o no se sientan satisfechas con sus logros, que es algo de lo que se habló justo en el apartado anterior. Las personas se pueden sentir frustradas, tristes y pueden llegar a sentirse estancadas, si en más de alguna ocasión no consiguen lo que se proponen.

Otra razón sería experimentar lo contrario de la felicidad, en este caso, sería la inestabilidad. Dicha inestabilidad puede incluir la economía, ya que las personas pueden tener deudas o no tener los suficientes recursos para cubrir sus necesidades (casa, comida, vestimenta, pagos que deban realizarse, etc.). También puede incluir la inestabilidad emocional, que en gran medida pueden identificarla como algo que depende de la misma persona, pero que influye de manera significativa el tipo de relaciones que mantengan con la pareja, con la familia y con personas cercanas.

El estar en un ambiente en el que la persona no se sienta bien, puede hacer que se sienta infeliz. Ya sea un trabajo que no disfrute la persona, tanto por las actividades realizadas como el entorno laboral, o bien el entorno social y familiar. Si la persona no siente el apoyo de las personas cercanas, sino por el contrario siente que lo descalifican las acciones que realiza o la forma en la que se comporta, puede experimentar soledad o simplemente sentirse mal en ese entorno donde desearía que fuera de otra manera. También pueden influir relaciones con personas que dañan emocionalmente a otras, por ejemplo personas que ejercen violencia o que son infieles. Además de que hay personas que dependen de alguien más para su estabilidad emocional.

Hechos circunstanciales de la vida como enfermedades tanto propias como de los familiares, la muerte de algún ser querido, o algún accidente, también pueden afectar de manera significativa a una persona, de manera que se pueda sentir infeliz. También puede afectar que a una persona la despidan de su empleo, sobre todo cuando es una situación con la que no contaba la persona.

El que una persona haga algo que no le gusta, por ejemplo que estudie o trabaje en algo que no le guste, o que tenga que hacer las cosas por los demás. Esto se relaciona con vivir una vida que a la persona no le gusta o bien, fingir algo que no es por tratar de encajar o quedar bien con alguna persona. Si alguien no es auténtico o no sigue sus sueños, si no hace lo que le gusta, será una persona que no podrá ser feliz, puesto que está viviendo de una manera que no disfruta. Las consecuencias que pueden traer estas prácticas se abordarán en la última categoría, denominada **el vivir feliz**.

Finalmente hay que mencionar que un punto importante. Todos los participantes identifican que la felicidad depende de cada persona, pero hablando de la infelicidad, sólo una dijo que la infelicidad depende de la perspectiva que tenga la persona y otra mencionó que las personas deben adaptarse al medio para no ser infelices. Esto quiere decir que aunque todos hablan de que la felicidad es algo interno, algo que depende de la persona, sólo dos personas dicen que la infelicidad dependen de la persona. Lo que lleva a pensar que la felicidad es algo interno, mientras que la infelicidad es algo externo, al menos de acuerdo a los discursos que mencionan los participantes. Es interesante este aspecto que lleva a preguntarse justamente ¿Por qué la felicidad depende de mí, pero si soy infeliz es porque algo que yo no controlo me pasó o me afecta? ¿Es acaso responsabilidad del sujeto ser feliz, pero ser infeliz no es su responsabilidad? Se hará un análisis de estos cuestionamientos en el siguiente capítulo.

6.4 ¿Quién define cómo ser feliz?

En este eje temático se aborda el contenido referente a la influencia de la sociedad en la felicidad de las personas. Incluye una categoría denominada **La felicidad y las expectativas sociales**. Como se ha mencionado ya en múltiples ocasiones, un individuo no es un ente aislado, y dado que se desenvuelve en un ámbito social, diversos factores sociales influyen en su realidad.

Hablando específicamente de la felicidad, ya se mencionaron algunos elementos sociales como las condiciones de vida, el ritmo de vida, la familia, la educación, etc. Pero en este eje temático se aborda la influencia que tienen las expectativas sociales respecto a una persona

y cómo afecta su felicidad. También se incluye la forma en la los participantes perciben que la felicidad es promovida por la publicidad y el impacto que pueden tener en las personas de una sociedad. Finalmente se agrega también la diferencia entre e concepto que tiene la sociedad de la felicidad y la percepción de los participantes respecto a ese concepto.

6.4.1 La Felicidad y las expectativas sociales

Como se pudo observar, parte de la fundamentación de este proyecto, surge de la idea de que la sociedad influye en las RS que las personas tienen sobre la felicidad, pues el sujeto está expuesto a la publicidad tanto en redes sociales como en otros medios de comunicación, además de que las expectativas que se tienen sobre las personas afectan a la persona si no cumple con dichas expectativas. Hasta el momento se ha hablado de las tareas que se esperan que un adulto pueda lograr y de un reloj social que marca el tiempo en que deberían cumplirlas. Pero en esta categoría se abordan otras expectativas que la sociedad deposita en el sujeto y cómo las percibe el sujeto. La categoría está compuesta por tres subcategorías, ellas son *expectativas sociales*, *promoción de la felicidad* y *la felicidad para la sociedad* y se describirán a continuación.

Ya se han mencionado algunos indicios de la importancia de este tema, por ejemplo con la autenticidad, una persona debe ser ella misma y no pretender darle gusto a otras personas, así como en cumplir las metas que se esperan de una persona. Pero los participantes hablan abiertamente del peso que llegan a tener los comentarios y opiniones de los grupos sociales, sea familia, trabajo, amistades o medios de comunicación.

Una persona se encuentra en contacto con personas con las que interactúa todos los días, en dicha interacción se transmiten y configuran conocimientos y/o pensamientos, proceso al que se le denomina intersubjetividad, pues hay un intercambio entre elementos subjetivos (Moscovici, 1961; Jodelet, 2008). En la construcción de una RS tiene un papel muy importante la interacción con los medios de comunicación masivos con los que tiene constante contacto un sujeto, pues está expuesto a imágenes, discursos, información, etc. (Moscovici y Hewston, 1984; Banch, 2000; Gutierrez, 1998).

El sujeto entonces se ve influido por estos elementos, en la construcción de sus RS, así como la forma en la que se organizan. Los participantes mencionan tres aspectos importantes en esta subcategoría: la opinión de los demás, lo que debo lograr y vivir aparentando. Los tres aspectos tienen una influencia negativa en la forma en la que perciben la felicidad, pero sobre todo su propia felicidad.

Se puede comenzar con el ejemplo de IS, que comenta:

“yo crecí siendo siempre de los mejores en mi escuela... en todos lados donde yo estuve, en donde yo estado, todos los profesores siempre me han dicho <<tú vas a llegar muy lejos, tú vas a lograr grandes cosas>>. Yo creo que si estoy haciendo cosas grandes pero no cosas grandes que ellos hubiesen querido ver en mí porque yo con mi familia aunque no tengo un gran trabajo y tal vez no tengo tanto dinero pero yo estoy feliz con mi familia. Pero si me ha llegado a pesar mucho, el hecho de qué estoy seguro de qué muchos hubieran dicho que eché perder mi vida porque ya me casé porque ya tú tengo hijos, porque los estándares de éxito en la sociedad es que gana es un montón de dinero, porque la sociedad es materialista”.

Se puede identificar claramente el peso que pueden tener los comentarios de una persona sobre otra. En este caso, expectativas hacia una persona, que al no conseguir eso que se espera, puede pensar que es insuficiente aunque no sea algo que desee pero se convierte en un deber. IS expresa que ha logrado lo que él quería pero para los demás, eso no sería suficiente y eso es algo que le pesa.

EL expresa:

“no tengo que cumplir tu expectativa, primero tengo que sentirme bien conmigo, y a mí me gusta bien, si quiero cambiar Ok, o sea voy a tomar una parte de su opinión para poderla agregar a la mía, pero no creo que le vamos a cumplir esas expectativas como tal”

En este caso EL expresa que lo importante es primero tomar en cuenta lo que ella misma quiere, pero no todas las personas piensan de esa manera, hay personas a las que les pesa la opinión de los demás. Podría decirse entonces que la opinión de los demás puede afectar la forma en la que se siente la persona consigo misma por lo que es, por lo que hace o por lo que ha logrado.

RE menciona lo siguiente:

“a mí me pasa mucho viviendo aquí con mis papás... no tengo la libertad de hacer lo que yo quiera... tengo que cumplir con ciertas exigencias, ciertas cosas que a mí no me preocupan, pero si a mi mamá específicamente le genera preocupación o así como molestia... al yo cumplir con su necesidad o cumplir su exigencia a mí me genera estrés, así como que me frustro y ya no estoy feliz o ya no estoy tranquila y estoy toda preocupada...¿Para qué? Para evitar que mi mamá me esté reclamando o diciendo algo y yo esté toda enojada o frustrada por así decirlo”.

En este caso, tiene que cumplir con lo que la madre le solicita para no tener problemas, no tener conflictos, no importa que ella no piense de la misma manera, pero debe ajustarse a lo que la madre desea. Queda claro entonces que la opinión de los demás puede afectar a una persona, pues además una persona que opina continuamente, incluso sin darse cuenta, al opinar, manifiesta una postura o realiza un juicio sobre lo que piensa que es correcto o incorrecto. Estos comentarios influyen en la persona, sobre todo si, como dice BR, la persona no tiene una autoestima adecuada.

Lo que debo lograr

Hay que comenzar con lo que comenta JA:

“dicen que a los 27 años ya tienes que tener tu carrera, tu casa, tu coche, ya tienes que triunfar y pues la neta no...empiezan a compararte a decirte que otra persona a tu edad ya lo había conseguido y pues uno sí se agüita”.

Habla justo de las cosas que una persona debe conseguir y a que edad debe hacerlo. Las comparaciones que las personas hacen, pueden producir una insatisfacción con los posibles logros que tenga la persona, porque está siendo juzgado por alguien más al ser comparado, pues le expresan que alguien más ya lo logró o que, a su edad, otra persona ya lo había hecho. Estas comparaciones suelen ocurrir entre generaciones distintas, pues los miembros de una generación expresan lo que lograron a cierta edad. Pero hay que recordar que la situación social que vivió dicha generación fue distinta, ello implica uno de los cambios más

significativos, la economía y la facilidad para acceder a ciertas oportunidades laborales, cosa que en la actualidad ha cambiado.

Se puede convertir en una norma, algo que el sujeto debe realizar, lograr eso que se espere que logre, llegando a causar en las personas la sensación de que, aunque se esfuercen, no consiguen ser como las demás personas. Estas comparaciones de las que hablan, puede llevar a las personas a ver en los demás lo que no tienen ellos mismos, querer vivir otras vidas o lograr algo que en muchas ocasiones es imposible. Se verá cómo estas ideas irán cobrando mayor fuerza.

Por último, los participantes se refieren a que una persona debe hacer las cosas por ella y para ella. Por ejemplo BR dice *“siento que en la búsqueda de sentirse bien las personas se pierden y buscan complacer a los demás. Y son cosas que ni siquiera quieres hacer, que no te gustan pero las haces para darle gusto a los demás”*. Las personas pueden hacer algo por darle gusto a los demás, si vive aparentando, la persona no será nunca feliz, o no será una verdadera felicidad.

Podría pensarse en que las personas que no son ellas mismas y que viven aparentando, al final viven una vida que no es la suya. También hay personas que pretenden hacer las cosas para los demás, bien para evitar consecuencias o bien para ser aceptados. Pero esto, dicen los participantes, es difícil y cansado. Es complicado pretender cumplir darle gusto a las personas, por que además las personas pueden tener distintas perspectivas, por lo que no podrían nunca darle gusto a todos.

Si una persona quiere ser feliz, no puede darle gusto a los demás pretendiendo cumplir las expectativas que tenga sobre su persona, además de que no debería darle tanta importancia a los juicios de valor que las personas podría hacer sobre ella. Estas expectativas sociales influyen en las personas porque están en contacto directo, pero a continuación se podrá identificar la influencia de la publicidad en la felicidad de las personas.

Al hablar de la promoción de la felicidad no se refiere sólo a anuncios publicitarios, sino que se entiende todo la información que se puede encontrar en los medios de comunicación, ya sea que tenga la intención de vender algún producto o experiencia, o bien sobre la información que habla de cómo lograr la felicidad. Esto quiere decir, que se puede encontrar información sobre la felicidad con fines comerciales, pero también hay información, publicaciones, etc. que tiene la finalidad de ayudar a otras personas a ser felices, pero no se trata de comercio específicamente.

Los participantes refieren que ese tipo de información es falsa en muchas ocasiones porque lo pintan como algo muy bonito, incluso llega a parecer una utopía en la que todo es agradable, donde no hay problemas. La vida no es como aparece en las películas o en las redes sociales, porque en realidad las cosas son más difíciles, explican los participantes. Además de que se vende la idea de que hay una globalización en la que todos tienen acceso a la misma información y productos, cuando la realidad no es así, de acuerdo a lo que comenta OS.

“La felicidad vende”. Es algo que refieren las personas explícitamente o implícitamente, cuando mencionan que mucho de lo que se encuentra en los medios de comunicación es con el fin de vender una idea acerca de cómo es la felicidad. Véase por ejemplo lo que comenta IS respecto a lo que se encuentra en las redes sociales sobre la felicidad:

Es marketing, por ejemplo las campañas de Coca-Cola siempre te demuestran una familia feliz, animalitos bonitos. Es nada más para que la familia se sienta feliz, es nada más para que compre Coca-Cola, entonces eso es marketing. Pero no digo que el que una persona no pueda ser feliz por el hecho de viajar, pero que te la pongan como que el viajar vas te va a hacer feliz pues no es causalidad, sólo son campañas. Y que comprando esas cosas vas a ser feliz, aquel viajó yo voy a viajar, yo voy a viajar a ver si eso me hace feliz, Pero pues es que no se conocen, pues esas personas que, a las que se creen esas expectativas...”

Por medio de la publicidad las personas obtienen información sobre las cosas que proporcionan felicidad. Los participantes identifican que no a todos les hace feliz viajar, comprar cosas o tener experiencias. Si bien, es algo que ellos disfrutaban o les gustaría hacer, identifican que lo que les produce es placer, porque dura un cierto tiempo y después tienen

que buscar otra cosa para sentirse bien. Respecto a esas experiencias IT menciona *“yo antes creía eso... así me educaron mis papás... si estás triste vamos y te compro ropa o me equivoqué y te traje esto... eso no es una solución si no es una escapatoria”*. Mientras que SE dice que un viaje a la playa lo disfruta, pero luego regresa a la realidad y se acaba. Esto hace pensar que esas experiencias pueden disfrutarse momentáneamente, pero luego se requiere algo más para la felicidad, puesto que luego se regresa a la realidad, como si se tratara de un distractor o algo que hace que las personas puedan dejar a un lado los problemas o situaciones complicadas en su vida.

A pesar de que son actividades que pueden causar placer o una felicidad efímera, en películas, medios de comunicación como TV o redes sociales, se encuentran como formas de ser feliz o cosas que hacen las personas felices. Pero analizando la situación económica de los participantes, se puede identificar que es algo a lo que no tienen acceso. Se identificó que los participantes respondían cosas como, *“puede ser que sí los haga feliz, pero a mí no”* o, *“sí me gustaría, pero no voy a ser infeliz por no hacerlo”*.

Por lo anterior se optó por buscar personas que tuvieran ese estilo de vida: ropa de marca, que viajara y tuviera la economía para permitirse esas cosas que los demás participantes, ya sea por su edad, su economía o condiciones de vida no lo pudieran hacer. Lo que BR comentó, fue: *“a mí me hace feliz tener perritos pomeranians, viajar, pero estoy feliz sin eso, causa como placer porque es momentáneo, no dura mucho tiempo”*. Mientras que EL, comentó que es algo cool, que algo que se disfruta en el momento, cuando se puede. Con lo que se pudo identificar que quizá este tipo de experiencias sí produce placer, más que felicidad, o bien una felicidad efímera.

Un punto en el que coinciden los participantes es en el hecho de que les hacen creer que si hacen ciertas cosas van a ser felices, mencionan que son cosas que una persona puede disfrutar, pero eso que las disfruten no significa que serán felices. Incluso hablan de personas que buscan tener el estilo de vida que se muestra en la publicidad, y al ver que no se sienten felices, les afecta más que lo que les puede beneficiar buscar ese estilo de vida. Pues, tal como

menciona OS, muestran que hay que comprar los nuevos modelos de un nuevo producto, aunque tengan un modelo que aún sirva.

Pareciera que la publicidad crea aspiraciones o necesidades que no existen, a la vez que hacen parecer *Cool* ese estilo de vida, tal como menciona Klein (2001). Dicha autora refiere que el marketing se enfoca en ciertos sectores de la población haciendo parecer que para pertenecer a lo cool, hay que comprar ciertos productos o tener un determinado estilo de vida. Justo eso es a lo que se refieren los participantes con que es falso, al menos para este sector de la población, pues si se analizara a una población más joven, seguramente pensarían de manera distinta. Pero para las personas de esta edad, en la adultez, no valoran mucho lo que les muestra la publicidad, pues tal como mencionaron a lo largo de la entrevista, la felicidad tiene que ver más con la tranquilidad que con disfrutar o placer.

Sin embargo, una persona que no es auténtica intentará llevar un estilo de vida sólo para encajar o ser aceptada. Si tiene los recursos económicos, quizá lo podrá hacer sin complicaciones, el problema resultaría cuando una persona quiere llevar ese estilo de vida aún cuando no tenga los recursos económicos. Es entonces cuando dice JA, que las personas se pueden endeudar para aparentar algo que en realidad no tienen o no son y todo les pasa, ni son felices y tienen complicaciones económicas por endeudarse.

Son diversos los medios en los que una persona encuentra información acerca de la felicidad, la información no es sólo en cuanto lo que pueden leer, sino todo lo que se relaciona con la felicidad: significado, cómo lograr la felicidad, cómo es una persona feliz, mitos, creencias, etc. En otras palabras, las personas obtienen información a través de diversos medios como libros, películas, música, cursos, talleres, etc.

Los participantes consideran que el hecho de que haya mucha información al respecto, responde a la necesidad de las personas que lo consumen. Las personas pueden buscar cómo ser felices, quizá porque pasan por un momento complicado o porque no se sienten satisfechos con su vida, por lo tanto buscarán la forma de sentirse mejor. Dado que es fácil

acceder a videos, películas o incluso frases motivacionales que hablan acerca de la felicidad, las personas pueden buscar ese tipo de contenido en los productos que consumen.

Si bien mencionan las películas y los libros que funcionan como autoayuda, así como la música, son en menor frecuencia e importancia que las redes sociales que son el principal medio en el que los participantes reciben información actualmente. De las películas lo que dicen es que pintan la vida como un proceso en el que, al final todo resulta feliz, hay finales felices, pero la vida no es así, no funciona de esa manera. El problema que conlleva esto es que la gente espera que las cosas sucedan pronto, pueden fallar una vez o dos pero luego el resultado que quieren se dará, pues así lo muestran las películas. Luego de la situación complicada llegará el éxito, pero la vida es diferente.

Lo que se puede entender es que muestran un cierto estereotipo de cómo deben ser las cosas, una persona pobre que luego se hizo millonario. Aunque la película esté basada en una historia real, muestran un caso excepcional, que la mayoría de las personas no podrán lograr. Lo mismo sucede con las películas que muestran el romanticismo, relaciones perfectas que pueden pasar complicaciones pero al final terminarán juntos, o cómo es un hombre y una mujer, cuando no muestran la parte complicada que puede enfrentar la relación. Este es un discurso que utilizan constantemente cuando se refieren a lo que muestran en los medios de comunicación, “sólo muestran lo bonito”.

Respeto a la música y los libros, mencionan que son medios que las personas buscan y que puede ayudar a que se sientan mejor, de manera momentánea. Explican que quizá haya personas a las que les funcionen las estrategias y las prácticas, pueden cambiar el estado de ánimo, pero consideran que a ellos no les sirve. Vuelve a aparecer el discurso de “a los demás sí, pero a mí no”. Además, es una forma para “paliar” la realidad en la que viven, en cierto sentido, el leer o escuchar contenido sobre la felicidad les puede ayudar a sobrellevar la vida que llevan, dice IS.

Finalmente hablan de las redes sociales o medios digitales. Antes de describir lo que se encontró es importante mencionar que es el medio más utilizado, tal como lo expresan las estadísticas del INEGI, el 90% de los adultos entre 25 y 35 años utilizan redes sociales. De los usuarios las redes sociales, las utilizan todos los días, quizá por ello es que la mayoría de las cosas que expresan lo asocian con las redes sociales. Pero no es el único medio con el que interactúan y observan imágenes, información, pues de los ya mencionados los participantes aprehenden una realidad sobre lo que es la felicidad. Puede decirse que para esta generación el medio principal son los medios digitales que utilizan el internet, entre ellos las redes sociales, pero para otras generaciones quizá no sería el mismo impacto.

Las redes sociales tienen distintos efectos en las personas, no son necesariamente negativos todos. Refieren que las redes sociales posibilitan un acercamiento de las personas comunes a las personas famosas, así como posibilita reducir las distancias que existen entre personas que se encuentran en puntos distantes, como otra ciudad u otro país. Contienen información que la gente obtiene, tanto positiva como negativa. En el lado negativo, las redes sociales crean estereotipos que luego las personas quieren seguir, muestran sólo el lado bonito de las cosas y causan que las personas se comparen con la vida de los demás.

Por un lado el que las redes sociales acerquen a las personas ayuda a que puedan mantener a familiares o amigos comunicados. Por otro lado acerca a las personas famosas y eso es lo que coloquialmente se dice como “un arma de doble filo”. Las personas tienen acceso a las vidas de las personas famosas, sus hábitos, costumbres, etc., pudiendo conocer más sobre su vida, sintiendo que su vida ya no es tan ajena, pero al mismo tiempo, puede ser un modelo que la persona quiera seguir. Podría convertirse en un modelo aspiracional, que dependiendo de la persona famosa, puede ser productivo porque quiera mejorar y superarse; o bien que siga el ejemplo de una persona que se mete en problemas o tiene un estilo de vida no saludable.

Por ejemplo RE dice *“yo creo que pasamos mucho tiempo en las redes sociales. A veces vemos a los artistas y queremos ser como ellos, pero no podemos, ellos hacen que veamos sólo lo bonito, pero realmente no es así”*. Aparece de nuevo la idea de que sólo muestran el lado bonito, no muestran la parte complicada de ser famosos, o todo lo que tuvieron que hacer

para llegar a ser conocido. Además el estilo de vida que muestran, es un estilo al que la mayoría de las personas no pueden acceder.

Por otro lado, en redes sociales se puede encontrar información considerada como “fea”, material explícito que muestra violencia, guerras, muertes, asesinatos, y todo tipo de eventos que puede perturbar la tranquilidad de una persona. Hay que sumar además que la interacción entre las personas no siempre es la mejor, puesto que por redes sociales hay personas que llegan a sufrir ansiedad o depresión, por la vida que llevan en las redes, pueden sufrir acoso, comentarios violentos, por mencionar algunos ejemplos.

Lo que muestran en las redes sociales es en la mayoría de las ocasiones una apariencia como lo mencionan los participantes, puesto que, como ya se dijo, sólo publican lo bonito. Los mismos participantes identifican que sólo publican las cosas bonitas, porque es lo que los demás comentan. Muchas personas lo hacen por *likes* o por mostrar que la vida que ellos tienen, también es bonita. Lo que llega a pasar es que las personas se comparen, que comparen sus vidas y quieran tener un estilo de vida que no es real, ni pueden alcanzar, por lo que puede perjudicar a la felicidad de la persona, más de lo que ayuda.

La felicidad está estereotipada, por ejemplo BR, *“mi novio me platicaba que él sí se comparaba con otras personas, que pensaba porque él no había logrado lo que los demás sí, y eso puede ser doloroso”*. Por medio de las redes sociales también se puede difundir el discurso de lo que una persona debe lograr, nuevamente hablando desde lo individual. Las personas se pueden sentir insuficientes con sus logros o su estilo de vida, si todo lo que ven en los demás es mejor que lo que tienen o viven ellos, aunque no sea así en realidad

Los medios digitales pues crean una imagen del ser feliz, asociándola con un estilo de vida, determinadas prácticas o determinados logros y su estilo de vida. Se construye un modelo de felicidad al que no se puede aspirar, porque pocas pero muy pocas personas pueden conseguir. Quienes aspiran a ese modelo de felicidad realizan cosas por encajar, por verse bien, pero habría que ver en cada caso si realmente se sienten felices de esa manera, porque

de acuerdo a lo que mencionan los participantes, eso produce placer, pero no es felicidad en sí.

Cuando los participantes piensan en cómo ve la sociedad la felicidad, inmediatamente piensan en un estereotipo: estar riendo, que todo esté bien, tener la casa, el coche último modelo, ser exitoso, comprar cosas y poder viajar. Califican a la sociedad de “superficial”, “materialista” y “consumista”, algo con lo que no concuerdan ellos.

Para la sociedad una persona feliz es aquella que ya tiene su casa, que tiene su coche, que tiene éxito en el trabajo, que viste de marca y se permite tener la vida que pocos pueden tener.

JA, expresa:

“alguien rico, alguien que se compra cosas, alguien que viaja, alguien que tiene casas, carros. Es el concepto que nos han vendido, alguien que en su trabajo le va bien, eso es lo que nos han dicho pero como te digo cada quien tiene su concepto”.

Mientras que RE dice:

“si no eres bonita (perdón por ser tan bruta en la respuesta) si no eres bonita, si no tienes chichis no consigues ser atractiva y entonces no eres feliz... Y es lo que te vende la sociedad, si no es así, si no estás buenota, si no estás buenote, si no tienes el carro del año, si no tienes la casa con todos los detalles estructurales... No puedes ser feliz..

Pareciera que los participantes se salen del esquema o del estereotipo social, pues expresan lo que significa para los demás pero para ellos no. Algo similar a los discursos que refieren que las personas buscan cómo ser felices, pero ellos no. En cierto sentido es un efecto en el que muestran la mejor versión de ellos, pues lo que aplica para los demás para ellos no.

El estereotipo de belleza, de los logros, del estilo de vida es algo que se ve claramente. Es la idea que “venden”, expresan los participantes. Pero si es la idea que venden, es comprada por las personas porque aunque, mencionen que para ellos no aplica, su imagen de felicidad, al final contiene elementos de esa RS de lo que es la felicidad. Es un efecto similar al que ocurre cuando las personas dicen “cada quién tiene su propio concepto de felicidad”, expresan “para mí es esto... pero no es lo mismo para los demás”. Los participantes pues, pareciera que no son como los demás, pero piensan de la misma manera y en ese sentido, son como los demás.

A manera de cierre de esta categoría, se puede identificar que prevalece en los participantes un discurso en el que “los demás piensan de una manera, pero yo pienso diferente”. “Los demás consumen, pero eso a mí no me hace feliz, lo disfruto pero no es felicidad realmente”. “El éxito para los demás es lograr un determinado estilo de vida, pero para mí no es así”, sin embargo para estas personas es primordial cumplir las metas que se proponen. También dicen “los demás se comparan y no la pasan bien”, pero a mí no me pasa eso. El modelo de felicidad que muestra la sociedad, es entendido por los participantes como algo ajeno, sin embargo conforma sus mismos discursos. Al pretender mostrar que todos esos ideales no forman parte de ellos, muestran que en realidad forman parte de sus imágenes.

6.5 ¿Cómo se vive la Felicidad?

Finalmente, el quinto eje temático tiene que ver con cómo se concibe vivir con la felicidad. El propósito no es hablar únicamente de una persona que vive feliz, sino también cómo vive sin la felicidad, y cómo vive infeliz. Una persona no es feliz todo el tiempo y, dado una aspiración es vivir feliz, hay que analizar cómo es ese vivir alrededor de la felicidad, no en la felicidad sino alrededor de la felicidad.

La categoría perteneciente a este eje temático se denomina **el vivir feliz**. Dicha categoría contiene a su vez tres subcategorías, la primera se denomina *vivir feliz*, la segunda está relacionada con *vivir sin felicidad* y la última tiene que ver con *vivir infeliz*. Se describirán a continuación cómo es que se vive en cada uno de estos estados, de acuerdo a la información recopilada de los participantes.

Vivir feliz

“La felicidad es un momento”, “la felicidad es un proceso”. Hay que partir de estas dos posturas, pues aunque es posible entrar la frase “la felicidad es una decisión”, los participantes de esta investigación no la consideran de esa manera, por lo tanto se incluyen sólo las primeras dos posturas.

Entender a la felicidad como un momento, permite a las personas identificar fácilmente cuando se sienten felices, porque experimentan claramente esa emoción, la plenitud, la tranquilidad, la alegría, estar de buen humor o andar de buenas. Sería enfocarse a las sensaciones o emociones, el sentirse bien. Ya que está asociado con las emociones, eventualmente se experimentará otra emoción, puesto que no se puede experimentar la felicidad todo el tiempo.

Podría entenderse que vivir la felicidad como un momento implica que a veces se está feliz, a veces no. Por ejemplo IT dice *“cuándo estoy feliz tengo tranquilidad, tengo estabilidad en el sentido emocional, económico, mental y cuando no pues es cuando estoy llena de problemas, cosas personales, discusiones, situaciones de ese tipo”*. Cuando está feliz experimenta cosas agradables, se puede decir que se desempeña mejor y se relaciona mejor, como si la felicidad mejorara distintos aspectos de su vida. Pero cuando no está feliz ocurren problemas y situaciones no muy agradables.

La frase “la vida es como una montaña rusa de emociones”, que comentaron algunos participantes, ejemplifica justamente lo anterior, a veces se está feliz, a veces no. Si la persona está feliz, se siente mejor y mejora distintos aspectos de la vida, pero si no se siente así, la vida quizá no vaya tan bien como cuando sí se siente de esa manera. Por ello se entiende que a las personas les guste sentirse felices, pues son más eufóricos, alegres, expresivos, disfrutan más las cosas en ese momento. Las personas experimentan emociones o positivas o negativas, difícilmente experimentarán ambas, porque alguna tendrá mayor peso que la otra.

Por otro lado, entender a la felicidad como un camino o como un proceso, implica que las personas saben que requieren trabajar en lo que les hace feliz y eventualmente llegará un momento en donde experimentarán el clímax, o el punto más alto emocionalmente hablando, después bajará el nivel de emoción que experimente la persona. Vivir la felicidad de esta manera, permite a las personas disfrutar el proceso, no sólo el clímax. Esto es lo que posibilita que una persona pueda experimentar emociones que pareciera que fueran contradictorias a la vez que puede considerarse feliz.

Véase por ejemplo lo que menciona BR, *“hay días en los que no me va también pero me siento en paz, me siento feliz, como que hay días en los que veo que también es válido equivocarse, creo que he aprendido eso y me ha hecho más fácil ser feliz... creo que una persona podría sentirse sola y aún así sentirse feliz”*. Como puede identificarse aquí, una persona puede experimentar sensaciones desagradables por algunos días, quizá por que fue un mal día, algo no salió como se esperaba, pero aún así puede ser feliz.

Como dice BR, “es más fácil ser feliz” de esta manera, puesto que no espera algún acontecimiento en particular, sino que vive con las condiciones que tiene, y quizá aplica todo o parte de lo que ya se ha mencionado que una persona tiene que hacer o debe lograr para su felicidad. Es como una postura ante la vida o, en términos de RS, una actitud ante la vida.

Os, por ejemplo dice que significaría dormir bien. Al decir “dormir bien” no está refiriéndose a la cantidad de horas que duerme o a los hábitos de sueño, sino que más bien está hablando de dormir sin preocupaciones. Os fue uno de los participantes que más habló de tener una buena actitud, de ponerle sabor a la vida. Habla constantemente de ponerle sabor a la vida y disfrutarla. Parece entender entonces a la vida como el proceso, es decir, como una actitud ante la vida.

Concebir a la felicidad como un momento puede interpretarse como un “estoy”, mientras que entenderla como un proceso puede interpretarse como un “soy”. De hecho quienes hacen referencia a que la felicidad es una emoción intensa o bien es un estado que dura poco, expresan cosas como “cuando estoy feliz” o, “estar feliz”, Mientras que las personas que conciben a la felicidad como un proceso, o mejor dicho, como una actitud ante la vida, más que una experiencia, tienden a decir “soy feliz”.

En ambos está reflejada la forma en la que se sienten o lo que experimentan, pero en el primero parece que el sujeto se enfoca más en la emoción, mientras que en la segunda parece que interviene más la actitud. Por lo tanto podría decirse que para los sujetos que entienden a la felicidad como un momento, la felicidad no dura tanto, mientras que las personas que la entienden como el proceso, pueden experimentar la felicidad durante un tiempo más

prolongado. El segundo parece ser una forma más compleja de concebir o entender la felicidad, por ahora no se puede decir si esto forma parte de otro proceso en el que primero se concibe la felicidad como un momento y conforme se madura o se experimentan ciertas cosas, cambia la forma de concebirla.

Sea cual sea la forma en que conciben a la felicidad, ambos coinciden en la forma en la que la felicidad influye de manera positiva en la vida de las personas, puesto que como ya se mencionó, suelen ayudar a las personas, ser más sociables, practicar más valores, mejorar la salud, ser más productivos y experimentar menos emociones negativas cuando se sienten de esa manera.

Como ya se mencionó con anterioridad, el hecho de que una persona no sea feliz, no implica que sea infeliz, por ello se distingue de esos estados, pues hay un intermedio. No todo el tiempo se es feliz, pero no se es infeliz tampoco. La cuestión en este punto es, ¿Cómo vive una persona no feliz la felicidad? Hay que recordar que el hecho de que no se sienta o sea feliz, no quiere decir que viva con una ausencia total de la felicidad.

Para explicar mejor esto, se puede decir que una persona tiene dentro de sí una RS de la felicidad, dicha RS tiene diferentes funciones, una de ellas es crear una identidad. Tan sólo con el hecho de que una persona se identifique como no feliz o que vive sin felicidad, está hablando de la presencia de dicho término, al menos a nivel de realidad mental. Que no experimente la felicidad eso es otro tema. De esto último es de lo que se hablará.

Una persona no feliz tiende a experimentar sensaciones o emociones como tristeza, enojo, incluso envidia, pero los participantes coinciden en que estas experiencias no son tan intensas como podría ser una persona que se siente infeliz, pero experimenta principalmente esas emociones. También pueden experimentar confusión, insatisfacción, puede sentirse juzgado, etiquetado o señalado, puesto que es comparado con las personas que son felices. Comparado por el entorno social y comparado por el mismo sujeto.

Parece que una persona que se encuentra en esta situación tiene dos elecciones. Por un lado trabajar en su felicidad, tal como lo menciona IT, al afirmar que una persona no feliz puede estar en el proceso de búsqueda de su felicidad, o quizá descubrir lo que le hace feliz. Por otro lado resignarse y conformarse con la situación en la que se encuentra.

Aquí parece necesario que la persona tenga la habilidad para adaptarse a las condiciones que la vida le presenta, pues tal como han mencionado los participantes, si no se adapta puede vivir frustrado. Entonces o aprende a vivir con sus propias condiciones, aceptarlas, valorarlas e incluso disfrutar su vida, o puede vivir con la frustración. La capacidad de adaptarse o de ser resilientes si se presentan dificultades en la vida de la persona, parece como un elemento importante para que, a pesar de que no viva feliz o se sienta feliz, no lo lleve a sentirse infeliz.

Las personas que no son felices entonces, pueden estar en el proceso de ser felices, viviendo un momento complicado en sus vidas o bien, estar en un periodo de su vida en el que por distintas causas no se sienten o no son felices. Sin embargo, estas personas pueden lograr o no sentirse felices, dependiendo de si sus aspiraciones se ajustan a lo que puede conseguir, de lo contrario será complicado que lo puedan lograr. Se habla del logro, porque por lo visto, ser feliz no es algo que suceda sólo porque sí, sino que implica una serie de condiciones que el sujeto necesita para poder experimentarlas, y aún con esas condiciones, puede influir el mismo sujeto en que lo consiga o no.

Ya se aclaró que una persona puede no ser feliz, sin ser infeliz, sin embargo hay personas infelices. Lo que viven las personas infelices, es catalogado como “triste”, “frustrante”, “no estar a gusto o satisfecho con la vida”, “constante preocupación”, “miedo” incertidumbre”, por ende, es algo que no es agradable experimentar, y mucho menos vivir de esa manera, pues llevaría a una persona a ser “amargada” o experimentar sentimientos como el “odio” y la “envidia”.

No debe ser sencillo vivir infeliz en una sociedad en la que se promociona la felicidad, en la cual la felicidad vende. De acuerdo con los participantes, no se viene al mundo a sufrir, y dado que los demás “son felices” y “yo no soy feliz”, “yo no tengo lo que él o ella tiene”,

“yo no tengo esa vida”, puede llegar a causar una sensación de fracaso. La persona no logra lo que los demás esperan y si se compara con los estándares de los demás o la forma en la viven los demás, aunado al esfuerzo por cumplir las expectativas propias y ajenas, pueden causar en el sujeto una infelicidad al no poder lograr lo que se supone que debería lograr, pues “depende de él”.

Entendiendo esta situación, puede comprenderse que haya personas que intenten mostrar que todo está bien. Bien sea por la presión de lograr algo, de vivir feliz, o bien como un intento de sentirse mejor. Como los participantes afirman, hay personas que pueden fingir algo que no son o fingen tener un estilo de vida que no tienen, para ser aceptados por la sociedad o no ser juzgados. Pero existen otras personas que evitan sentirse infelices, o experimentar emociones que consideran que no deberían sentir, según la sociedad.

Estas personas evitan sentirse “mal”, incluso pueden llegar a buscar las emociones positivas, más que para sentirse bien, para no sentirse infelices. Los participantes identifican que dichas personas pueden mantenerse ocupados la mayoría del tiempo, buscar constantemente el placer o la diversión, evitar o evadir problemas y situaciones complicadas, fingir que todo está bien, endeudarse para tener un estilo de vida distinto, aparentar algo que no son, tener constantemente objetivos de manera que aún no termina de disfrutar el logro de uno cuando ya tiene otro, otras personas buscan aislarse o tener algún tipo de vicio.

Las razones que mencionan los participantes que tienen estas prácticas dichas personas, son variadas, pero van enfocadas a un mismo objetivo, no experimentar esas sensaciones. Las razones que identifican son: porque algo les duele o les lastima y no es agradable experimentarlo; por miedo a experimentar esas sensaciones; miedo a enfrentar la situación por las posibles implicaciones, miedo a enfrentar la realidad; para no preocupar a los demás.

Las personas con estas prácticas, evitan tener las experiencias desagradables, justo por eso, porque no es agradable. En ocasiones puede ser el sentirse vulnerables, el miedo a sentirse de esa manera, pues pudiera dejarlos desprotegidos ante los demás. Puede ser una razón por

la que se muestran como personas fuertes o aparentan tener una vida en la que “todo está bien”.

Otras personas prefieren hacer como si no pasara nada, para no enfrentar una realidad, para no darse cuenta que las cosas tal vez no son como ellos piensan que son. EL menciona al respecto

“yo creo que cuando topa con la realidad, que en algún momento lo tienen que hacer, o sea se sienten decepcionados de la vida, o se sienten traicionados de algún modo y, no sé, o se pueden amargar más o estar en un círculo vicioso para ellos en donde tratan de evitar o buscar llenar esos espacios”.

EL explica esta situación mencionando que las personas cuando se dan cuenta que la realidad no es como la percibían, los lleva a decepcionarse o amargarse más. Luego intentan salir de ese estado, pero vuelven a evitarlo, haciendo que sigan constantemente haciendo algo para evitarlo, convirtiéndose en un proceso cíclico. El sujeto no puede salir de ese estado aunque lo intenta, probablemente convierte todo en una bola de nieve que va creciendo hasta que eventualmente es demasiado grande para la persona, tal como refiere OS.

JA expresa *“la sociedad es bien manchada, se fija en lo que haces y en lo que tienen, como te ven te tratan”*. El hecho de que la sociedad sea bien mancha implica que una persona al no cumplir con ciertos estereotipos, puede ser tratado de forma diferente. Si ven a una persona triste, pueden asociarla como alguien que no es fuerte o resiliente. Si no ha logrado ciertas cosas, pueden catalogarla como alguien que no hace lo suficiente, alguien que no se “esfuerza lo suficiente”, pues de acuerdo al discurso de que la felicidad depende de uno mismo, el no ser feliz implica que no se esfuerza lo suficiente.

Si la persona se ha esforzado y no es suficiente, queda claro porque puede experimentar la frustración, o incluso puede llegar a una depresión. OS explica *“es una bola de nieve que el algún momento va a explotar, porque no se desahoga o incluso finge la felicidad... yo creo que luego afecta incluso en la depresión, no sentirse valorado y cosas así”*. Una persona que se guarda las emociones o las evade, llega a un momento en donde ya no puede con toda la

situación, y puede enfermar, tanto física como mentalmente, tal como afirma SE, EL, DA, RE.

Otra de las consecuencias de vivir de esta manera, explican los participantes, es fingir ser alguien más, fingir una vida feliz sin ser realmente feliz, vivir una vida que no quieren, haciendo las cosas por darle gusto a los demás, vivir sin crecimiento, pues ni no se afrontan los problemas, no hay crecimiento realmente, o como ya se mencionó, tener algún vicio a alguna práctica o alguna sustancia.

Hay dos casos que ejemplifican a una persona que vive de esta manera. EL explica:

“... me acordé mucho del caso de mi hermano IV , que él siempre dice que está feliz y yo lo veo bien pinche amargado al güey, y digo ¡OK FUCK!, o sea lo veo como muy tranquilo, como que no demuestra muchas cosas, pero él dice <<que está deliz>> (tono de sarcasmo)”.

OS por parte menciona lo siguiente:

“Yo he estado triste en ocasiones pero no lo aparento, lloro por dentro para que mi familia no lo vea... trato que mi ánimo esté normal para no preocupar a mi familia... Trato de estar alegre, ponerle lo mejor de mí para que no me vean así... Me puedes ver sonriendo pero por dentro estoy llorando”.

Ambos casos muestran una persona que quieren comunicar que están bien. El primero sólo lo dice pero no lo demuestra, dice estar feliz pero se le ve amargado, inexpresivo. Mientras el segundo, cuenta su experiencia personal en la que es consciente que no se encuentra bien, pero finge estar bien para que los demás no se preocupen. Aunque no se sabe si el primer caso es consciente de que no expresa lo que dice sentir, o de que dice algo que no siente en realidad. Sin importar la razón por la cual estas personas pretenden aparentar algo que no sienten, lo importante es que ambos quieren evitar que los demás se den cuenta de cómo están en realidad.

Podría decirse que una persona que sabe lo que está viviendo y cómo se siente con ello, aunque pretenda aparentar algo que no es, tiene la posibilidad de realizar alguna acción para no sentirse de esa manera. Pero la situación se complica cuando la persona ni siquiera acepta lo que está viviendo, ya no para los demás sino con ella misma. Hay que recordar que los participantes identifican que estas personas pueden experimentar la envidia, dañar a las demás personas, estar enojados con la vida, lo que no permitiría que vivan su vida como quisieran vivirla, mucho menos sentirse satisfechos con ella.

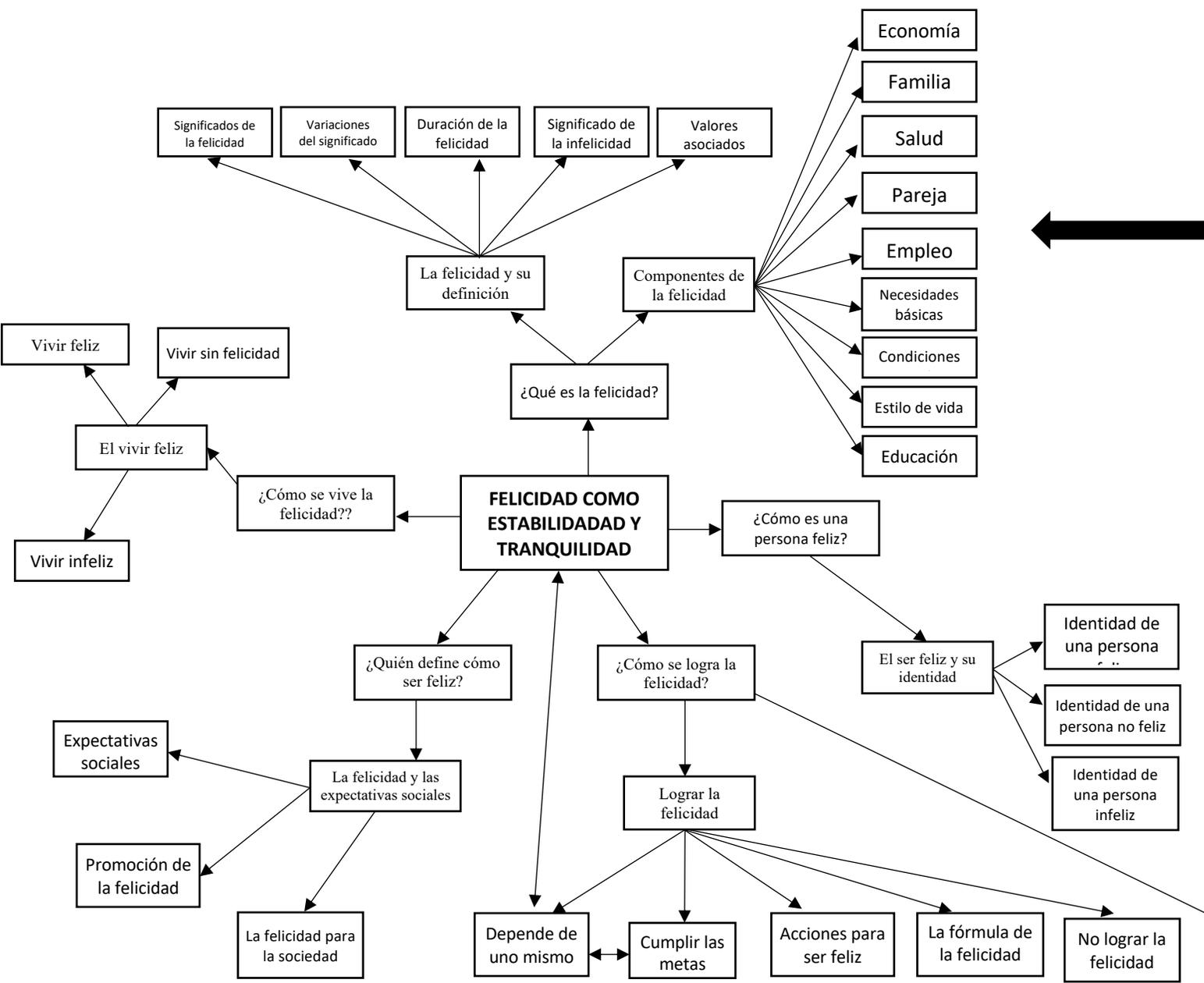
No se quiere decir pues que una persona infeliz no pueda ser feliz, sino que es más complicado que pueda serlo. Ya sea por que no tiene las condiciones sociales, sus necesidades básicas están satisfechas, que haga algo que no le gusta, que finja ser alguien más o tener una vida distinta para encajar o ser aceptado, porque sus aspiraciones no concuerdan con su realidad, porque no disfrute de su vida, no se tiente satisfecho con sus logros, se vea presionado por la sociedad, o haya vivido experiencias que no le permiten sentirse bien, etc., lo importante es que la persona no puede salirse de esa situación aunque lo intente, llegando a sentir que es insuficiente o no se esfuerza lo suficiente.

6.5 Estructura de las Representaciones Sociales de Felicidad

Una vez explicada la forma en que están constituidas las representaciones sociales, se hace necesario mostrar a manera de apoyo visual la forma en la que se estructuran los ejes temáticos y las categorías, en conjunto con las subcategorías. Se presenta entonces en la figura 1 la esquematización de las representaciones sociales, con la organización y las relaciones existentes entre dichos elementos.

Figura 1

Estructura de las Representaciones Sociales de Felicidad



Fuente: Elaboración propia

Capítulo 7. Hacer familiar lo no familiar: la Felicidad

Al hablar de las RS entonces se refiere a esas representaciones que el individuo construye a partir de su relación con el entorno, por medio de las cuales interpreta su mundo. Hay que recordar también que Jodelet (2008) menciona que las RS se componen la significación una determinada cosa, la comprensión y la interpretación de un fenómeno o cosa, y una interacción con el medio que transmite normas, valores y conocimientos.

En este sentido, cuando se habla de las RS de la felicidad que tienen los participantes, se está diciendo que hay una forma en la que están interpretando su realidad respecto a dicho concepto. Dicha interpretación estaría influyendo en el individuo y el ambiente, a la vez que el sujeto influye en la representación. En otras palabras, lo que el sujeto presenta en su mente como felicidad, es el producto de su relación con el medio ambiente, elementos que ha ido introduciendo del medio ambiente. Pero hay que recordar que una RS no es sólo una copia de la realidad, sino que el sujeto influye la representación que se construye, a la vez que la representación influye en el sujeto.

La felicidad como RS se puede entender como aquello que el sujeto tiene en su mente respecto a dicha idea o pensamiento. Esta representación entonces tendrá que ver con los conocimientos sobre la felicidad (imaginarios, pensamientos, creencias), la identidad que el sujeto respecto al ser feliz, la forma en que se posiciona respecto a ella y por último una guía para la conducta. La RS de felicidad se compone de saberes, identidad, postura o actitud y conducta o prácticas.

Dicho lo anterior, en este apartado se busca dar respuesta a la pregunta: ¿Cuál es la representación social de la felicidad? Considerando a quienes participaron en el presente estudio, así como sus condiciones de vida, el momento histórico-social y la etapa de vida en la que se encuentran. La felicidad, se logra, se compone y se vive de una cierta manera, una persona feliz o infeliz tiene ciertas características, y las expectativas sociales influyen de una manera particular. Esto concuerda con lo que afirma Rodríguez-Araneda (2014), mencionando que la felicidad es construcción simbólica que refleja lo bueno y deseable para la vida humana, dicha construcción cambia a través del tiempo.

Torres et al. (2013) mencionan que la felicidad presente en una cultura a través del tiempo, representa deseos y esperanzas que las personas quieren alcanzar en la vida, integra una mirada de lo que es la persona y lo que quiere ser, una búsqueda de aquello que considera bueno tener. Esto implica que la felicidad engloba un conjunto de ideas compartidas y promovidas por la cultura y la sociedad, integrando ideas, creencias y esperanzas.

Tal como se mencionó anteriormente, el que un sujeto responda lo que cree que es la felicidad en un única pregunta, es un proceso reduccionista que puede dejar fuera muchos elementos. Por ello lo que se considera como elementos centrales de la representación son aquellos elementos, que fueron apareciendo una y otra vez. Esas cosas que los participantes mencionaron en distintas ocasiones que le dan significado a lo que viven.

A lo largo de los discursos de los participantes se pueden identificar dos ideas que atraviesan la mayoría de los discursos. La primera es que la felicidad se asocia con la estabilidad y tranquilidad; la segunda idea es que la felicidad depende de cada uno. Por un lado la estabilidad produce en los sujetos la tranquilidad, al saber que no tendrán preocupaciones, sino que en cierta manera las cosas estarán por así decirlo, “bien”. Mientras que por el otro lado, cada sujeto tiene un concepto diferente de lo que le hace feliz, además de que cada uno debe tener las herramientas o habilidades para lograr su propia felicidad.

Alarcón (2006), explica que la felicidad no implica únicamente que una persona refiera sentirse bien, sino que se llega a ella cuando existe un equilibrio homeostático del sistema psicológico, y se refleja un equilibrio psicofísico. Aunque Alarcón estudia a la felicidad con los principios de la psicología positiva, su definición se ajusta más a lo que los participantes mencionan. El BS habla de la satisfacción con la vida, y, aunque hablan de sentirse satisfechos, el principal discurso tiene que ver más con tener la estabilidad, en la que no necesitan o no carecen de algo que los pueda llevar a tener alguna preocupación. Esta RS se ajusta también al concepto de Margot (2007), pues habla de una tranquilidad y de sentirse completo, sin alguna carencia o preocupación.

Por otro lado, acerca de la idea que tienen los participantes respecto a que cada persona tiene su propio concepto de felicidad, Gergen (1994) afirma que en las sociedades actuales no existe una verdad ni realidad incuestionable como en épocas pasadas, sino que predomina el perspectivismo. Hay que identificar que, este perspectivismo se hace presente en la mente de las personas al pensar que cada quién tiene un concepto de felicidad distinto, está en cada persona el ser feliz, pero al mismo tiempo es una idea colectiva el hecho de que cada quién tiene su propia idea de felicidad.

Hay una tendencia en la sociedad a difundir que la felicidad depende de cada persona (Cabanas e Ilouz, 2007; Cabanas, 2019; Brinkman, 2020), y esto es algo que se identifica en todos los participantes cuando dicen que la felicidad depende de uno, está en cada persona lograrla. Ello implica una serie de condiciones necesarias, algunas de ellas tienen que ver directamente con ellos, otras no dependen de ellos, sin embargo su percepción de la realidad los conduce a pensar que la felicidad depende de ellos. Este hecho puede estar relacionado con las expectativas sociales o los discursos sobre la felicidad que predominan sobre los méritos de las personas.

Hay que recordar el proceso de objetivación que propone Moscovici (1961), por medio del cual, el sujeto hace familiar lo no familiar, incorporando a través del lenguaje dicha información. Esto se traduce a un proceso mediante el cual el sujeto aprehende información, que puede incluir imágenes, conceptos, ideas, formas de pensamiento, presentes en un entorno con el que está en constante interacción. Por medio de las relaciones que los participantes han sostenido con sus círculos sociales como familia, amigos y conocidos, además de la interacción que tienen con los medios digitales, que ya se mencionó representa un tiempo importante en el día a día, los individuos incorporan formas de pensamiento que hacen suyos.

Los participantes al estar en constante interacción con su entorno social adquiere ideas o pensamientos sobre lo que es la felicidad o de la forma en que se consigue ser feliz. Estas interacciones que ocurren desde la niñez, van permeando el pensamiento de los individuos. La escuela, las películas, las series, la música y los productos culturales con los que interactúa

el sujeto se vuelven parte de su realidad. Es por ello que lo que piensa una persona no es producto original, sino que es el resultado de la información presente en el medio y la incorporación de dicha información, añadiendo un factor subjetivo. Es así como un pensamiento que era desconocido o no familiar, se vuelve parte del lenguaje cotidiano del sujeto.

Cederström (2020) afirma que el significado de la felicidad depende de la época y la cultura, pero al cuestionarles acerca de su felicidad les exige que estén a la altura de las expectativas sociales, por lo que sus respuestas pueden estar influidas por dichas expectativas. Mucho de lo que se dice en la sociedad es sobre el esfuerzo y conseguir lo que las personas se proponen, bien sea mediante discursos que premian a las personas que cumplen sus objetivos o bien mediante una presión ejercida hacia quienes no logran cumplir con lo que se espera de ellos. Este pensamiento es aprehendido por el sujeto, constituyendo una forma de concebir la realidad. Dicha realidad es traducida como “ser feliz depende de uno”, pues los logros son personales y tienen un tiempo de conseguirse.

Ya se habló del reloj social, que implica que las personas hagan o logren ciertas cosas en un determinado tiempo, antes o después de ese tiempo, puede ser considerado como algo inapropiado. Por ejemplo ser muy joven o muy viejo, o bien retrasarse en las tareas, tal como lo explican los participantes que no han conseguido sus estudios, su independencia económica o casa independiente de los padres. La edad social puede ser un elemento importante pues, de acuerdo con Zapata et. al (2002), es un reloj social que indica la edad apropiada en la que un sujeto debe realizar ciertas acciones como dejar el hogar, empezar a trabajar, casarse o tener hijos. Si se realizan antes o después, el sujeto es presionado para que cumpla con las expectativas.

Las tareas a las que se enfrenta un adulto joven son la independencia personal, familiar, económica, producir vida (Schair y Willis, 2003), y producir bienes (Uriarte, 2003). Tal como se puede identificar, estos son elementos presentes en las RS de los participantes, aunque varían un poco en función de la edad, pero sobre todo del cumplimiento o incumplimiento de las tareas. Esto es explicado por Schaie (1977 citado en Feldman, 2007) explica que

ocurren dos etapas durante la adultez. La primera se trata de la consecución de las metas a mediano y largo plazo que se fija la persona, relacionadas principalmente con la carrera, la familia y la sociedad. Mientras que la segunda se relaciona con la preocupación del individuo por cuidar las relaciones personales, cónyuges, familia y profesión, que estaría situada ya hacia la adultez media, es decir hacia los 40 años de edad aproximadamente.

Estas etapas se pueden distinguir en los participantes, quienes no han logrado las metas que deben lograr para ser considerados adultos, quieren lograrlas. Quienes ya lo lograron quieren tener otro tipo de experiencias que en la actualidad no pueden realizar, pero sus prioridades se enfocan hacia el cuidado de sí y de las personas de su alrededor. No obstante, ambos grupos refieren a la tranquilidad y la estabilidad como la felicidad, no tener preocupaciones en las que incluyen: no tener deudas; no tener problemas de salud, o si los tienen, deben tener lo necesario para saber que podrán cuidar su salud, tanto en lo económico como el acceso a las instituciones de salud, tanto ellos como su familia; saber que tienen una casa de la que no los van a correr; tener un trabajo que les de lo suficiente para pagar sus necesidades.

Pero estos logros no sólo se refieren a las tareas sociales, sino también a enfrentar las condiciones de vida que tienen las personas, enfrentarlas de la mejor manera y ser felices aún así. Se identificaron los componentes de la felicidad que dependen necesariamente del sujeto, aunque es cierto que es una relación en la que lo modifican a él y él a su vez modifica dichas condiciones, pero no es algo que controle.

A diferencia del modelo de BS que se compone de la autoaceptación, el crecimiento personal, el propósito de vida, las relaciones positivas con los demás, el dominio ambiental y la autonomía, los componentes que identifican es la economía, la familia y pareja, la salud, la satisfacción de las necesidades básicas, empleo, condiciones de vida, ritmo de vida y educación.

Hay que decir, sin embargo, que lo que los participantes refieren acerca de la felicidad, concuerda con el modelo del BS, estructurado de una manera distinta. Hay elementos que dependen de la persona, y otros que no dependen de ella. Los participantes tienen una forma

de nombrarlo distinta, con sus propias palabras, pues, como se mencionó ya, hacen propio un lenguaje existente en la sociedad y lo incorporan a su propio lenguaje. La realidad externa, la vuelven parte de sí, haciendo familiar algo que no era.

Referente al modelo del BS, el lenguaje de los participantes indica que la autoaceptación puede relacionarse con ser auténtico, ser uno mismo y no pretender ser alguien más. El crecimiento personal y el propósito de vida pueden relacionarse con lo que los participantes entienden como cumplir las metas que se propone la persona y avanzar, no quedarse estancado. Las relaciones positivas con los demás están presentes, principalmente, en la familia y en la pareja, pues hablan de relaciones en las que haya apoyo y confianza. El dominio del ambiente, es lo que identifican como adaptarse a las condiciones y superar la adversidad. Mientras que la autonomía es algo que está muy presente en los participantes, aunque no lo nombren de esa manera. Lo que los participantes identifican como componentes son los elementos que no dependen de ellos pero que influyen en la felicidad, mientras que hay otros elementos que dependen de ellos para lograr su felicidad. Esto es lo que distingue ambas categorías, una se refiere a lo que influye en la felicidad, y otra se refiere a lo que el participante identifica de sí que requiere para ser feliz.

Los componentes identificados por los participantes como elementos de la felicidad, son similares a los indicadores propuestos por la OCDE respecto a la calidad de vida y bienestar, que identifican el bienestar subjetivo, los ingresos económicos, el empleo y la remuneración, vivienda, balance vida-trabajo, salud, la educación, el apoyo social, compromiso cívico y el medio ambiente.

Respecto a los componentes, Bok (2010) menciona que las personas informan regularmente ser más felices en sociedades que disfrutan de altos niveles de vida, altos niveles de alfabetización, buena ciudadanía, libertad individual, pluralidad cultural y modernidad. Papalia et al. (2009) que las personas con ingresos más elevados valoran más su salud, además de que les es más fácil cuidarla, puesto que tienen una mejor alimentación, mejor atención médica y mayores conocimientos para cuidar su salud. Esto no significa que la educación de las personas se relacione con la salud en sí, sino que tienen mayor probabilidad

de tener un estilo de vida que les permita cuidar de su salud si tienen un mejor ingreso económico.

Respecto a la familia hay que rescatar lo que dicen las estadísticas del INEGI. Alrededor del 39% se encuentran solteros, alrededor de 50% se encuentran actualmente unidos con alguna pareja, mientras que alrededor del 5% ha estado alguna vez unida, ya sea por separación o fallecimiento de la pareja. Alrededor del 30% de esta población no tiene hijos, mientras cerca del 50% tiene entre 1 y 2 hijos, un porcentaje menor del 15% tiene más de 2 hijos. Respecto a los participantes entrevistados, se puede decir que la mayoría cuentan con una pareja estable, pero sólo 4 de ellos tienen hijos.

Estas condiciones se hacen presentes en los discursos, puesto que los participantes que ya conformaron una familia, la identifican como lo más importante, se hace aún más notorio con quienes ya tienen hijos. Las condiciones de vida a las que una persona aspira dependen de los acontecimientos que han vivido, pues, las expectativas sociales que se tienen sobre un adulto, pueden determinar la satisfacción o insatisfacción con la vida que tienen y, por lo tanto, en su felicidad.

Las condiciones económicas no son sencillas pues el 10% de las personas pueden mantener un estilo de vida sin preocupaciones económicas, el resto podrá enfrentarse a limitaciones o bien, sus aspiraciones patrimoniales se complican. Además de que existe la necesidad de que en las parejas o familias formadas, ambos miembros deban trabajar, pues alrededor del 50% de las personas no pueden cubrir los gastos ni siquiera de la canasta básica.

Bruni (2004, citando a Kenny, 1999), explica que la felicidad depende del consumo relativo en relación con el ingreso que percibe. Es decir, lo que puede consumir de acuerdo a su ingreso, en comparación con las personas de su entorno, influiría en su felicidad. Esto puede verse en el hecho de que quizá las personas en la actualidad ganan más dinero que décadas pasadas pero les alcanza para comprar menos, pues es cada vez más complicado adquirir una casa o un coche, por ejemplo.

En el tema de la salud, hay que mencionar también que el 58% de la población tiene acceso a instituciones para atender su salud física, mientras que el 41% no tiene acceso a dichas instituciones. Respecto a la salud mental La encuesta Nacional Epidemiológica Psiquiátrica en México (ENEP), estima que los trastornos mentales afectan a casi el 30% de la población, además de los más del 10% de personas tienen alguna adicción a sustancias, y como dato preocupante entre el 1y 2% de la población adulta ha intentado suicidarse, lo que representa más de un millón de personas a nivel nacional. La encuesta nacional de Salud Mental 2018, el 18% de la población urbana en edad productiva, sufre algún trastorno del estado de ánimo como ansiedad o depresión, de estas personas, sólo una de cada cinco reciben un tratamiento. Un artículo del Economista menciona que 8 de cada 10 personas con alguna situación mental es ignorada.

La OCDE, que afirma que el 28% de los adultos encuestados en México sobre la salud mental, presentan señales de depresión, es una cifra nueve veces mayor que la encuesta realizada en 2019. Al Respecto, la OMS argumenta que la depresión y la ansiedad aumentaron más del 25% sólo en el primer año de la pandemia. Esto puede ser un indicador de la importancia que los participantes atribuyen a la salud para su felicidad, pues tanto al acceso a la salud como institución como la posibilidad de cubrir los gastos médicos en caso de enfermarse, es un hecho que puede preocupar. La felicidad incluso pasaría a un segundo término, pues quizá lo que desea un sujeto que tiene alguna dificultad con su salud mental sea no sentirse de la manera en la que se siente. De acuerdo con lo que dice Cabanas (2019) el sentirse triste sería algo desadaptativo, incluso algo que no debería sentirse.

Estos factores influyen en la felicidad de la persona y de hecho lo identifican, sin embargo, está presente con un mayor peso el pensamiento de que importa más cómo perciba la realidad el sujeto que la propia realidad. Si bien, es cierto que manera en la que un sujeto percibe de la realidad es importante, pareciera que en ocasiones dicha realidad pareciera ser negada. Esto es posible observarse por ejemplo cuando dicen que el dinero no es importante para la felicidad, pero luego mencionan que el dinero les posibilita tener una vida más tranquila o cómoda, además de permitirse cosas y experiencia que sí les harían más feliz. Además que luego mencionan que la estabilidad económica es algo muy importante para su tranquilidad.

En las RS de los sujetos que participaron en esta investigación se pueden identificar este tipo de discursos en los que pareciera que se contradijeran. Otro ejemplo es cuando dicen lo que la felicidad significa para los demás, pero para ellos no significa eso. Es como si el sujeto quisiera salirse de esa realidad, en la que expresa consumismo, superficialidad, vanalidad, estereotipo de la persona exitosa, pero no puede desprenderse del todo de esas exigencias, puesto que sigue pensando en que la persona exitosa es la que consigue sus metas. Metas que por cierto tienen un papel fundamental para que una persona sea feliz, pues el conseguirlas ayuda a ser feliz, pero no conseguirlas influye en que una persona sea infeliz. El sujeto aprende lo que sería normal, anormal, saludable, deseable, indeseable, funcional y disfuncional (Cabanas, 2019, 2020; Cederström y Spicer, 2015; Hyman, 2020; Rose, 1996), lo que puede explicar, por qué las personas quieren mostrar una imagen mejorada de ellos.

Si los componentes de la felicidad, no son identificados en primer momento para que una persona logre la felicidad ¿Qué elementos sí son considerados para lograr la felicidad? Lo que depende del sujeto, importa más el propio sujeto que las condiciones de vida de las personas. El ser uno mismo, no intentar cumplir las expectativas de los demás, ni aparentar algo que no se es. Conocer lo que le hace feliz es responsabilidad de cada persona, y por su puesto hacer eso que le gusta, además de disfrutar lo que se hace. Hay que ser una persona positiva pero no extremista, pues ser positivo ayuda a las personas a solucionar de manera más sencilla los problemas; sin embargo no se debe caer en lo extremo, que lejos de ayudar, puede perjudicar a la persona, pues hay que ser realista.

Esto lleva a preguntar ¿Una persona puede ser feliz con condiciones de vida difíciles? La respuesta de los participantes no se reduce a un sí. La RS que tienen acerca de estos factores es que depende de la persona, pero también identifican que si no tiene las condiciones mínimas necesarias, si no tienen el apoyo de la familia, si la pareja perjudica la salud mental, si el trabajo “no da para comer”, si la economía no es favorable, si el ritmo de vida es estresante y complicado, si no hay seguridad en las calles, si no hay recreación, si todo el tiempo se la pasa trabajando la persona y no tiene tiempo para ella misma y su familia, difícilmente será feliz. En este sentido se puede decir que una persona puede ir de la felicidad a la infelicidad, pasando por momentos no felices, la felicidad puede estar determinada por

factores propios del sujeto y por factores externos, que tienen que ver con las condiciones de vida y la relación que mantiene con los demás.

Una persona es responsable de ver las situaciones desde el mejor ángulo posible, tener una perspectiva adecuada, acompañada de una buena actitud pues es más fácil ser feliz así. Esto permitiría a una persona ser agradecida, pero sobre todo, adaptarse a las condiciones de vida que se presenten. Esto último tendría que ver con superar la adversidad, o adaptar las metas en caso de que no se consiga lo que se quiere. Si la persona logra esto, sigue avanzando sin frustrarse, viendo las situaciones de la mejor manera posible para que la persona pueda aceptar las condiciones y cambiar de aspiraciones en caso de que así lo requiera. Parece que el discurso es “es difícil ser feliz con esas condiciones, pero depende cada uno, uno debería ser feliz a pesar de esas condiciones”, aunque ellos mismos identifican la dificultad para ser felices en situaciones adversas.

Esto concuerda con Morgan (2020), que explica que este tipo de discursos conducen a entender a una persona como alguien capaz capaz de construir y desarrollar pensamientos, sentimientos y emociones mediante su esfuerzo y su voluntad, por lo cual un individuo podría modificar un pensamiento o un sentimiento negativo. Esto causa, dice Morgan un mayor enfoque en la felicidad que repercute en la imposibilidad de ser feliz, e incluso la pérdida del yo. Duncan (2020), concuerda explicando que si uno es infeliz y miserable es por su propia culpa porque no elige los caminos que los investigadores aconsejan que conducirán a la felicidad.

El que la felicidad dependa de uno mismo es una postura o un posicionamiento de la persona respecto a la felicidad. Este posicionamiento refleja la actitud que estos participantes mantienen al respecto de la felicidad. Hay que recordar que las RS son orientadoras de la conducta, por lo que los sujetos utilizan sus conductas a la búsqueda de las cosas que saben que les harán felices. También orientan sus conductas hacia la consecución de las metas o del cumplimiento de los requisitos que los grupos sociales exigen a las personas. Es por ello que quizá, buscan esas mismas cosas que dicen que la sociedad exige. Este proceso en que se orienta la conducta, es el que Moscovici (1961) llamó como anclaje. El anclaje permite

que el lenguaje que ya forma parte de la vida cotidiana se traduzca en posturas, actitudes, lo que orientará la conducta del ser humano.

Los participantes hablan de elementos que la sociedad asocia con la felicidad, sin embargo, como ya se mencionó, para ellos, el concepto de felicidad es distinto. Discurso similar al que tienen respecto al dinero, cuando dicen que no es tan importante pero luego dicen que es importante para tener la estabilidad. Por lo que, aunque dicen que el modelo que hay sobre la felicidad es una apariencia, porque sólo muestra lo bonito, irónicamente pretenden mostrar una mejor versión de sí mismos al responder que son felices y luego explican que les hacen falta cosas con las que serían más felices.

Dicha tranquilidad debe ser lograda por ellos, bien sea que cumplan sus metas o se adapten a lo que pueden lograr. Pero es destacable que la RS sobre la felicidad sea la estabilidad, en un momento histórico en el que es difícil tener estabilidad en lo económico, en la salud, en el poder adquisitivo, e incluso en hasta en el trabajo.

También hay que recordar la presión que los sujetos perciben de su entorno social, pues son comparados con los logros de otras personas o el estilo de vida que deben tener. Un caso todavía más complicado es el de las personas que se comparan con los estándares de vida que tienen otras personas. Lo que puede llegar a causar preocupación en los sujetos, por no estar a la altura. Aparece de nuevo entonces, el deseo de la tranquilidad en un mundo puede llegar a ser muy exigente con las personas, tanto en la cuestión de los logros, como en el trabajo y aún más importante, en lo económico.

Uriarte (2003), afirma que las tareas de los adultos cada vez se retrasan más, pues si bien, hace dos décadas las personas tenían su empleo, habían terminado su formación, estaban casado y esperando su primer hijo a los 25 años, en la actualidad estos hechos ocurren en promedio hasta pasados los 28 o 30 años. Uchida y Ogihara (2012) explican esta situación con la teoría de la comparación, según la cual, la felicidad humana depende de las comparaciones entre los estándares de vida deseados y los estándares que percibe de su propia vida. Es algo similar a lo que se encontró en los participantes que hablan de cómo las

personas que se comparan con los logros de otras personas, bien porque lo vean en redes sociales o bien porque personas de otras generaciones los comparan con los logros de una persona que a su edad ya había logrado o hecho ciertas cosas.

Margot (2007) habla de la influencia de la televisión, la prensa, la radio y el cine, pues alimentan y estimulan nuevos deseos que hay que satisfacer, pues es lo aceptado o lo que está bien visto por la sociedad. Hay que hacer y tener pues lo que está bien visto para ser aceptados, de acuerdo a esta idea. Según los datos del INEGI refieren que el 66% del total de hogares del país tienen acceso a internet, bien sea fija o móvil, el 51% usa radio, televisor un 92% y telefonía un 94% de esta telefonía el 80% se trata de celular. En cuanto al internet el 89% de los usuarios de internet se conecta todos los días de la semana. El promedio de uso de internet por día es de 4.8 horas al día, con la finalidad de comunicarse (93%), buscar información (90%) y acceder a redes sociales (89%). El 96% de las personas que utilizan redes sociales, lo hacen por medio de *smartphone*. Finalmente hay que decir que el 90% de las personas que tienen entre 25 y 34 años son usuarios de internet.

Los participantes identifican una influencia importante del uso del internet para las películas y para el acceso a las redes sociales. Ambas influyen de manera significativa en las personas, pues crean modelos de personas con un cierto estilo de vida, que muy pocas personas pueden tener. Además de que sólo muestran el lado “bonito” de la vida de las personas, ya sea por aceptación o por un *like*. Esto llega a causar que las personas se comparen con eso que ven en las películas y en las redes sociales, tomándolo en ocasiones como un modelo a seguir, pero dicho modelo es muy complicado de alcanzar, sobre todo por el tema económico.

Se hace necesario decir que esta RS no es ni un asunto hegemónico, mucho menos permanente. Tal como se ha mencionado, las RS son dinámicas, lo que que explicaría que los participantes mencionen que no siempre han pensado de la misma manera. Esta manera de pensar, está definida en función de la edad del sujeto y la realidad que esté viviendo en ese momento. Esto se puede observar en las prioridades que mencionan los participantes, mientras que unos siguen teniendo la meta de terminar sus estudios e independizarse, otros quieren tener la seguridad de que su familia tendrá lo necesario para su bienestar.

La RS de felicidad configura también parte de la identidad de los sujetos al identificarse como personas felices, así como identificar cómo es es una persona no feliz e infeliz. Al hablar de cómo es una persona feliz o infeliz, están hablando de sí mismas, de su identidad, de sus experiencias, sus emociones, su comportamiento, así como el comportamiento de otras personas con el que han interactuado. Se puede decir que los participantes identifican la imagen o apariencias de las personas felices o infelices, su identidad, sus actitudes y sus prácticas.

Por ejemplo cuando dicen que una persona feliz “brilla”, es “más activa y positiva”, “ayuda a los demás”; mientras que una persona infeliz se ve “gris”, “es amargada” o “vive frustrada”, “daña a los demás” o “sólo piensa en ella misma”; cuando habla de sí, menciona que no es igual cuando es feliz, por que es “más productiva”. Este proceso de identificación, integra tanto elementos propios, la manera en que se ha sentido y lo que ha experimentado, como elementos que ha observado de la gente de su alrededor.

Cuadra y Florezano (2003), plantean a la felicidad como rasgo o como estado, lo que concuerda con el “estoy feliz” y el “soy feliz”. Es decir que la felicidad se puede experimentar como una experiencia momentánea que eventualmente bajará en intensidad o que culminará con la llegada de otra emoción, o bien como un proceso que si bien, tiene un clímax, en más estable, por lo que la felicidad puede convivir con otras emociones, haciendo posible que una persona pueda tener emociones desagradables, pero siendo felices aún así. Esto es similar a lo que los participantes explican como “felicidad momentánea” y “verdadera felicidad”, una puede ser identificada como placer, mientras que la otra puede ser considerada como felicidad, de acuerdo a las RS que construyen.

Es posible identificar la postura que toman las personas respecto a no ser feliz, cuando dicen “a esta vida no se vino a sufrir” o “que triste no ser feliz”, es algo casi inconcebible, puesto que así lo han aprendido, es feo no ser feliz. De esta creencia puede surgir la necesidad de buscar ser feliz y, de no lograrlo, incluso fingir ser alguien con la finalidad de aparentar estar feliz, pues no serlo es casi algo difícil de aceptar. Los mismos participantes refieren que las

personas fingen o aparentan para encajar, ser aceptados en la sociedad que apremia a los que logran ser felices.

Hyman (2020) por su parte argumenta que en las sociedades occidentales la búsqueda de maximizar la felicidad se ha convertido en algo primordial, y esto es resultado de las decisiones que toma el sujeto y su estructura psíquica, más no de lo que ocurre en su entorno. Si el sujeto, continúa Hyman, fracasa en esa maximización de la felicidad es culpa del individuo lo que lo lleva a una sensación de malestar. Al respecto, hay que decir que los participantes, si bien identifican al sujeto como responsable de su felicidad, cuando hablan de la infelicidad, no lo identifican como culpa en sí. Aunque sí distinguen que depende de cada persona ser feliz, sí identifican que una persona es infeliz cuando le ocurren ciertas cosas, que no dependen de él.

La manera en la que se estructuran las RS que tienen los participantes se estructuran de una manera más compleja que sólo decir si son felices o no, o qué los hace felices. Por momentos pareciera que los discursos que contradijeran, como ya se ha mencionado, pero es que se estructuran de una manera distinta. Dichas representaciones son las siguientes: “lo que significa la felicidad para los demás, es distinto para mí”; “el dinero no es tan importante pero pero sí lo necesito para poder tener tranquilidad”; “ser feliz depende de cada uno, pero hay cosas que pueden hacerlo a uno infeliz”; la felicidad tiene que ver con un aspecto más cognitivo, mientras que la infelicidad tiene que ver más con las experiencias emocionales, con el sentir; no existen fórmulas para la felicidad, pero los elementos que ayudan a una persona a ser feliz, son similares.

Brinkman (2020) afirma que las personas están constantemente expuestos a consejos sobre lo que lo hará feliz, productos que producen felicidad, pareciendo que el único objetivo valioso de la vida es ahora alguna forma de felicidad en forma de bienestar subjetivo. Continúa diciendo que la felicidad se promueve en escuelas, trabajo y los medios de comunicación. Los participantes refieren que no existen fórmulas para la felicidad porque cada persona tiene su propio concepto, pero una persona tiene prácticas que realiza para experimentar felicidad, dichas prácticas son similares. Agradecer lo que se tiene, tener

hobbies o pasatiempos para la recreación, compartir tiempo y actividades con la familia, hacer lo que a uno le gusta, son prácticas concretas que los participantes identifican como cosas que pueden proporcionar felicidad. Si bien las prácticas específicas dependen de cada persona, por ejemplo si a alguna le gustan los video juegos y a otra persona le gusta caminar, el hecho de que cada quien haga lo que le gusta es lo que causa la felicidad, no jugar o caminar en sí.

Sin embargo, aunque no existen fórmulas como tal, se puede encontrar mucha información respecto al cómo ser feliz o lo que se relaciona con la persona feliz, en los medios de comunicación, en especial el internet y las redes sociales con los que interactúa el sujeto. El hecho que se relacione a una persona feliz con viajar o tener ciertas experiencias como ir a algún concierto, por ejemplo, vestir de cierta manera, o que se tenga una determinada cosa material como algún celular o un automóvil, influye en las personas al crear ciertas expectativas de lo que uno debe tener para ser feliz. Esto es lo que mencionan los participantes que puede causar ansiedad puesto que se pueden comparar con eso que encuentran en dichos medios, puesto que, al no tener lo que dicen que uno debe tener, pueden experimentar no ser suficiente o no estar logrando eso a lo que se supone que vino a esta vida, “ser feliz”.

Hyman (2020) menciona que la felicidad ocupa un lugar importante en la cultura de las sociedades occidentales, por ello se desarrolló la industria de la autoayuda. La autoayuda, dice Hyman, se busca en libros, manuales, sitios web, videos y aplicaciones que guían al sujeto para buscar su felicidad. Cederström (2020), al respecto dice que, gracias al capitalismo emocional, se pide expresar plenamente emociones positivas, sean reales o no. Por lo tanto, las personas deben disfrutar su vida a través de diversas actividades que produzcan placer, pues la felicidad sólo llega a quienes trabajan duro, tienen la actitud correcta y buscan superarse (Cederström, 2020).

Esto se puede identificar con los participantes que refieren que las personas buscan información respecto a cómo ser feliz porque lo ocupan, aunque a ellos en especial no les ayuda. También concuerda con lo que mencionan por ejemplo de las redes sociales en las

que sólo publican lo bueno o bonito que les pasa, hecho que explica porque en las redes sociales se ven “mucha falsedad” como lo refieren ellos. Puede explicar además que los mismos participantes quieran mostrarse felices, aún cuando no se les pregunte si son felices, pues pretenden mostrar que ellos lo han logrado.

El que deban expresar las experiencias positivas puede relacionarse con las publicaciones y los discursos prevalencientes en la sociedad en la que viven los sujetos que participaron en esta investigación. Cielisk (2020) afirma que la industria de la felicidad incita a estilos de vida de consumo, además de que existen tendencias terapéuticas por medio de la tecnología, redes sociales, dispositivos y juegos que fomentan formas superficiales de interacción y disfrute. Cabanas (2020) por su parte dice que no sentirse bien es sinónimo de anormalidad, por lo que los sujetos buscan sentirse felices, para no quedar excluidos.

Esto remite a la expresión “la sociedad es bien manchada, como te ven te tratan” que se pudo identificar en los discursos de los participantes, así como la idea de que las personas buscan encajar, quedar bien, así se tengan que endeudar o hacer cosas que no les gustan porque alguien más les dijo que haciendo eso serían felices, o bien condicionando su aceptación si realizan una determinada acción o verse de cierta manera, tal como lo expresa Klein (2001). Klein explica cómo es que la publicidad influye en la ideología, incluso en la identidad de las personas, puesto que se vuelve parte del día a día de una persona y cómo es que usar o no usar productos de las marcas publicitadas produce que los sujetos sean parte del grupo o bien sean excluidos.

El hecho de que las personas deban mostrar las emociones positivas, aunque no las sienta, puede estar relacionado con las personas que manifiestan sentirse bien, aunque no sea así. Esto es lo que los participantes identifican como evitar las emociones negativas, práctica que tienen ciertas personas al negar o evadir la realidad en la que están viviendo. De acuerdo con los sujetos, estas personas realizan diversos esfuerzos por evitar experimentar y sobre todo tratan de evitar expresar alguna emoción de este tipo, ya sea que se sientan infelices o sólo se trate de tristeza o alguna emoción que cataloguen como “emoción negativa”. Sin embargo tarde o temprano tendrán alguna consecuencia en su salud mental o salud física.

Margot (2007) expresa una tendencia de la sociedad moderna es eliminar el dolor y la enfermedad, buscando la seguridad material (casa, coche, etc.) y con lo que se pueda considerar como éxito socialmente hablando. Sánchez y Méndez (2011) agregan la medicación, bebidas alcohólicas, ropa de moda, coches como medios para alcanzar estados placenteros y formas de evitar experiencias desagradables. Hill et al. (2020) Hablan de la patologización de la ausencia de la felicidad, lo que conduce a las personas hacia lo que “debe sentir”. Esta palogización, dicen Hill et al. provocan que las personas comunes tengan en su lenguaje las palabras depresión y ansiedad como palabras de uso común en el día a día.

Consideraciones finales

Todo lo mencionado anteriormente contribuye a entender cómo es que se estructuran las representaciones sociales de felicidad que tienen los participantes de esta investigación. Al hacer referencia sobre las RS de los participantes, de acuerdo con Ramos (2015), más que constituir versiones exactas o verdaderas de la realidad, se trata de identificar perspectivas, formas de interpretar y de actuar, además de las normas e ideologías de las personas. Estas representaciones constituyen un punto de referencia para comprender la forma en la que un sujeto entiende la felicidad.

Aunque no es posible identificar en qué momento exactamente se origina una representación ni qué las causa específicamente, se puede identificar que existen elementos que influyen el proceso de la construcción de las representaciones de las personas. Estos elementos culturales y sociales con los que interactúa el sujeto permiten que el sujeto pueda obtener información de su entorno, aprehenderlo y hacerlo propio por medio de su lenguaje, para posteriormente utilizarlo como un marco de referencia o una forma de interpretar la realidad.

El ambiente está constituido por lo que Ramos (2011) llama “laboratorios sociales”, que están presentes en cualquier parte en la que el sujeto se relacione. Estos son denominados laboratorios porque dan lugar a conocimientos, formas de pensar, que luego se convierten en imágenes, palabras, imaginarios que funcionan como una guía para las actitudes y conductas de las personas. Estos laboratorios permiten al sujeto hacer propio un pensamiento que está

presente en el ambiente, mediante un proceso activo en el que el sujeto modifica la información de acuerdo a la información que obtuvo, en este caso de la felicidad.

La escuela, la familia, la información en los medios de comunicación, las redes sociales y los productos culturales como la música, el cine, literatura, etc. pueden fungir como estos laboratorios sociales que dan lugar a lo que el sujeto sabe, piensa o cree respecto a la felicidad. Pero como se mencionó, la RS no es una copia fiel de lo que se puede encontrar en dichos laboratorios, sino que es influida por las propias experiencias del sujeto, sí como el pensamiento influye en el sujeto.

Una vez que se formó la RS de felicidad en el sujeto, tiene una forma de ver el mundo, ante el cuál tiene una determinada postura y determinadas prácticas. Pero en la interacción con otros sujetos o con pensamientos provenientes de otros medios, estas representaciones están sujetas a cambios, pues no son algo que perdure en el tiempo, tal como se identificó con los participantes. Ellos refieren que hay cosas que no cambian en su RS de la felicidad, como por ejemplo las cosas que son importantes para ellos, como componentes, pero sí sus prioridades o las cosas que les pueden proporcionar felicidad.

Esto, además de la interacción con ciertas personas, está influido por el momento histórico-social que vive la persona, así como las expectativas sociales que haya sobre él en dicho momento. Por ejemplo los participantes que ajustan su edad con los acontecimientos que la sociedad considera que debe vivir a su edad, viven de una manera más estable que quienes no lo han logrado. Si se recuerda que la felicidad es sinónimo de tranquilidad y estabilidad, se puede entender que en este sentido, las personas más felices serían las se ajustan a las expectativas que hay respecto a ellos.

Pero no sólo se trata de lo que la sociedad espera de ellos, sino también sus propias aspiraciones, que también tienen un papel determinante. De no lograr sus aspiraciones, tendrán que adaptarse y ajustar sus expectativas, de lo contrario podrán experimentar frustración que luego puede influir en su salud mental. Esto no quiere decir que si un sujeto

no logra lo que se propone será infeliz, pues tal como se explicó no necesariamente no ser feliz es sinónimo de la infelicidad.

Las RS que tienen los participantes son más complejas que sólo responder qué es la felicidad, qué los hace felices o si son felices o no. Dependerá el momento en que se encuentre el sujeto en cuanto a la experiencia y la valorización que tenga de determinado suceso o momento. Si se hablara de niveles de felicidad, podría decirse que hay cosas que dan más felicidad o hacen más feliz a la persona. También podría decirse que hay cosas que proporcionan una felicidad más duradera que otra.

Al utilizar un enfoque procesual en este estudio se logró no conocer solamente las asociaciones que las personas realizan cuando piensan en la felicidad, sino entender la influencia que tiene el medio en su RS. Esta representación no es estática, sino que está evolucionando conforme el sujeto experimenta nuevas situaciones o condiciones de vida, algo que un enfoque estructural quizá habría limitado para la comprensión de dicho proceso.

Las personas que se entrevistaron tienen ciertas características y viven una determinada realidad. Esto quiere decir que las RS corresponden a este sector de la población, en este momento histórico. Esto quiere decir, adultos jóvenes que tienen entre 20 y 35 años que viven actualmente: una economía y un sistema de salud que no les favorece; viviendo aún las consecuencias salubres, sociales y económicas de una pandemia; con acceso a medios de comunicación masivos inmediatos, como lo son las redes sociales, las cuales difunden información de todo tipo sobre el tema que se desee; un momento en que la idea de familia está evolucionando; finalmente una época que cada vez más incita a la individualidad, a los logros personales.

Los participantes actualmente viven en una sociedad de consumo en la que no sólo se consumen cosas materiales, sino ideas y perspectivas. Lo que lleva a los mismos a pensar y actuar de determinadas formas, para poder ser aceptados. Ello puede explicar el hecho de que los participantes hablen de estereotipos de felicidad con los que no concuerdan, por ejemplo ser exitoso, tener cosas materiales y tener un cierto estilo de vida, pero no concuerden con

dichos estereotipos. Sin embargo aunque expresen que no concuerdan con dichos estereotipos, siguen influenciados por dichos estereotipos. Aunque los participantes pretenden mostrarse como personas distintas a los demás, al final expresa de una u otra manera lo que la sociedad comparte o propicia. Por ello, es que, aunque quieren mostrar una versión mejorada de ellos, se identifica cómo es que los conceptos que según ellos, son distintos en cada persona, en realidad son similares.

Finalmente se hace necesario destacar el hecho de que los participantes buscan tranquilidad y estabilidad, en un momento histórico-social en el que no es sencillo lograrlo. No es sencillo por las condiciones económicas, de salud, de educación, las condiciones de vida a las que aspiran, la seguridad, el empleo (con su remuneración y el tiempo dedicado a él), el ritmo de vida y el ambiente, sin embargo el sujeto es exigido por la sociedad que sea feliz. El discurso de que la felicidad depende de cada persona, lleva a entender que cada persona deba arreglárselas para lograr su tranquilidad y estabilidad en todos los sentidos, sin importar que las condiciones de vida que tenga puedan no favorecerle.

Capítulo 8. Conclusiones

Luego del análisis de la información y de la discusión teórica de la misma, se llegan a algunas conclusiones respecto a la investigación. Para ello hay que recordar que este proyecto fue una investigación cualitativa, que utilizó como fundamento teórico la Teoría de las Representaciones propuesta por Serge Moscovici (1961), utilizando como paradigma el construccionismo. Para en análisis de la información se recurrió a la metodología cualitativa cuyo tipo de estudio fue explicativo con base en la Teoría Fundamentada, utilizando la entrevista a profundidad como técnica de recolección de la información.

El objetivo de esta investigación fue conocer cómo se construyen las Representaciones Sociales de felicidad de los adultos jóvenes, además de identificar las imágenes, creencias, actitudes, significados y prácticas que se asocian con la felicidad. Se partió de tres supuestos iniciales: el primero es que la felicidad es un fenómeno social que se construye a partir de la interacción del sujeto con su entorno social; el segundo es que una persona se considera feliz cuando su realidad se ajusta a la representación social que tiene acerca de la felicidad; y el tercero es que las representaciones sociales de felicidad que tienen los participantes contienen elementos aprendidos a partir de la información disponible de la felicidad difundidos por la sociedad.

Más que saber si son felices o no, o en qué medida consideran que son felices, la finalidad de este estudio fue descubrir cómo es que los sujetos entienden y construyen su pensamiento sobre la felicidad, para tener aproximaciones acerca de cómo viven las personas la felicidad partiendo de la manera en que la significan. Por ello se pretendió conocer lo que es la felicidad para los participantes sin tener una conceptualización predeterminada, sino conocer a nivel del lenguaje común de las personas qué es la felicidad.

Las conclusiones se muestran en función de los supuestos, los objetivos, los hallazgos, los alcances y las limitaciones del estudio. Primero hay que señalar que en función de los

supuestos, la investigación apoya los supuestos que se tuvieron al inicio de la investigación. Lo que se concluye a partir de los supuestos es lo siguiente:

La felicidad puede ser considerada como resultado de una interacción social, puesto que, como se mencionó, influye en gran medida la interacción del sujeto con su entorno social. La RS que tienen los participantes respecto a la felicidad, resulta de la interacción del sujeto con objetos y las personas de su entorno. Es a través de un proceso en el que la persona aprehende información y formas de pensamientos, haciéndolos parte de su lenguaje y posteriormente una forma de interpretar todo lo relacionado con la felicidad.

Es a través del proceso en el que el sujeto hace familiar lo no familiar, proceso en el que hace suyo un pensamiento que construye recuperando elementos del ambiente y de su propia experiencia e historia de vida, en el que un sujeto aprende todo lo que sabe de la felicidad. Ya sea por contacto directo con las personas, por interacción con ellas, por experiencias personales, obtención de la información de los medios de comunicación y productos culturales de la sociedad, pero el sujeto está constantemente pensando a través de la RS que tiene respecto a una situación, lo que permite la incorporación de nuevos elementos que modifican la forma en que el sujeto puede pensar, o bien el contenido del pensamiento. En este caso, la RS de la felicidad determina en gran medida la postura que toman los participantes ante todo lo relacionado con ella.

Respecto al segundo supuesto, se puede concluir que los resultados lo apoyan, puesto que se pudo identificar que una persona que vive de acuerdo con lo que considera que debe vivir, para ser feliz, entonces lo es. Una persona puede considerarse feliz cuando lo que vive, pero sobre todo a partir de la interpretación que da a lo que vive y cómo se ajusta a las expectativas que tiene sobre la felicidad. Si la realidad del sujeto no concuerda con la RS, puede experimentar frustración que, de no manejarse puede llegar a alguna situación que afecte su salud mental.

Si para una persona es importante lograr ciertas metas, pero no lo consigue, puede considerarse como una persona no feliz. Si por ejemplo una persona que cree que para ser

feliz hay que tener un estilo de vida en el que pueda viajar, experimentar y comprar ciertas cosas materiales deseadas, y vive de esa manera, entonces tendrá una mayor probabilidad de ser feliz. Se dice probabilidad porque no le aseguraría ser feliz, puesto que ello dependerá de algunos otros factores tanto internos como externos. Si embargo si concuerda la RS con la realidad, difícilmente podrá acceder a la felicidad.

El tercer supuesto, que está muy relacionado con el segundo, indica que las personas tienen elementos aprendidos de su medio ambiente, es apoyado tanto por la teoría de las RS como por los resultados. La TRS por sí misma indica que el sujeto construye una representación a partir de su entorno, mientras que en los participantes se pueden identificar claramente elementos que retoman de su entorno. Ejemplos de estos elementos son: la imagen que mencionan de la felicidad para la sociedad, tener la casa o el coche; acciones para ser feliz como ser agradecido, tener hobbies, etc.; que la felicidad depende de cada persona, pues es un discurso al que constantemente están expuestos los participantes.

Se partió del supuesto de que las representaciones sociales se construyen mediante un proceso. De acuerdo con la TRS, es un proceso activo y continuo en el que el sujeto en constante interacción construye y modifica un pensamiento, a la vez que modifica al pensamiento. Dicho proceso implica que las representaciones no son estáticas, sino que pueden cambiar con el paso del tiempo y de las experiencias del sujeto.

El sujeto no es el mismo, es siempre distinto, pues su historia, la situación social y su entorno se transforman con el tiempo. Esto explica porque los participantes refieren que el significado de felicidad cambia, pero tal como se dijo, más que cambie el significado de felicidad, parece que el cambio más significativo se da en las cosas que hacen feliz a la persona. Por ello mencionan por ejemplo que antes les hacía feliz algo que ahora no. Más específicamente, como se pudo identificar, en la misma adultez, dependiendo de la etapa de su vida en cuanto a acontecimientos vividos, la persona podrá decir que le haría feliz tener una casa, mientras que otra persona que ya tiene su propia casa, podrá decir que su felicidad radica en que su familia no se enferme.

La RS de felicidad puede cambiar, pues tal como menciona Papalia (2009), las personas en una etapa más temprana de la adultez se orientan hacia los logros, mientras que las personas que están llegando a la adultez media, aproximándose a los 40 años, valoran más la estabilidad y la productividad para ellos y sus familias. Los sucesos que vive una persona o los acontecimientos sociales que ocurren, modifican el pensamiento que las personas tienen respecto a una determinada cosa. En este caso, por ejemplo cambio en el estilo de vida que conllevó la pandemia, provocó que se valoraran cosas que anteriormente no se valoraran, como por ejemplo el poder salir a hacer la rutina de la vida diaria.

En este proceso de construcción, como se mencionó el sujeto va viviendo determinadas experiencias que pueden modificar las aspiraciones o prioridades que tendrá. Esto queda claro cuando los mismos participantes identifican que lo que piensan sobre la felicidad es producto de sus interacciones, experiencias y su propia perspectiva. Cómo se construye una RS puede decirse que se construye con la interacción del sujeto con su entorno, se construye con las experiencias, con la información que aprende del entorno.

Se construye mediante la interacción de tres elementos que propone la TRS (Moscovici, 1961; Jodelet 2008): lo subjetivo, que tiene que ver con los conocimientos y experiencias del sujeto; lo inter-subjetivo, que tiene que ver con la interacción con otros sujetos; y lo trans-subjetivo, que tiene que ver con la interacción con el contexto social. Pero el cómo también se puede entender como la forma en la que se estructuran las RS acerca de la felicidad, lo cuál tiene que ver con el contenido y la forma en la que se organizan e incluso se jerarquizan los elementos de la RS, además de entender la dinámica que existe entre dichos elementos.

Respecto a la forma en la que se estructuran las RS, se identificaron cinco eje temáticos que a su vez contienen categorías, que a su vez contienen subcategorías. Los ejes que estructuran la RS son: **qué es la felicidad, cómo es una persona feliz, cómo se logra la felicidad, quién define cómo ser feliz, cómo vive una persona feliz.** Es decir que cuando un participante piensa en la felicidad, puede pensar tanto en su significado, en las características de una persona feliz, lo que deber hacer una persona para ser feliz, la influencia de la sociedad en la felicidad de las personas y cómo es que vive una persona feliz.

Pero estos temas no son ejes separados, porque como se identificó, hay elementos que forman parte de todos los ejes temáticos. Al pensar en la representación social de la felicidad, una persona puede pensar en un elemento que forma parte tanto del significado, como de cómo lograr la felicidad y la influencia de la sociedad. Por ejemplo cuando los participantes hablan de la tranquilidad, como significado de la felicidad, como una meta que debe lograrse y como la forma en que se siente una persona feliz.

Las categorías en las que se puede clasificar la información que refieren los participantes son: **la felicidad y su definición, los componentes de la felicidad, el ser feliz y su identidad, cómo lograr la felicidad, la felicidad y las expectativas sociales, el vivir feliz.** Lo que se puede identificar de cada categoría brevemente es lo siguiente.

Los participantes definen la felicidad principalmente como tranquilidad y estabilidad, no tener problemas o preocupaciones. Pero ese significado se refiere al momento en que viven personal y socialmente pues existen componentes que influyen en la significación de la felicidad. En otro momento histórico, con otras condiciones en su vida podría ser distinta esta aspiración, pero en la actualidad, así se estructura.

Como se mencionó los adultos se enfrentan a las exigencias de cumplir con ciertas metas que socialmente se esperan de un adulto permeado por ciertas condiciones desfavorables como: con una economía que no les favorece, puesto que cada vez es más complicado acceder a los bienes esperados como un coche o una casa; un sistema de salud que no es el más óptimo, puesto que gran parte del país no tienen acceso a instituciones de seguridad social, si se enferman y tienen que cubrir los gastos médicos, lo cual es algo que los desestabiliza económicamente; una sociedad en donde no todos pueden cubrir las necesidades básicas, pues se relaciona con los altos costos de canasta básica, además de los servicios que deben cubrir; un empleo óptimo que fomente el equilibrio entre la vida y el trabajo, la remuneración que favorezca una calidad de vida, una funciones que promuevan el crecimiento profesional del individuo; el ritmo de vida es acelerado, pues las personas andan gran parte del día

corriendo, por los tiempos, el tráfico, etc. Las condiciones de vida que incluyen temas como la economía a nivel general, la seguridad pública tampoco benefician a una persona, además de la situación que desencadenó la pandemia por COVID. Si a esto se le suma no tener una pareja, aunque la persona así lo desee, o tener una pareja que no represente un apoyo emocional y moral para las personas; o bien, tener una familia que no represente un apoyo, la persona difícilmente conseguirá esa tranquilidad deseada.

Las RS de una persona constituyen su identidad, en este caso la felicidad. Una persona feliz lo refleja en su corporalidad y dinamismo, se distingue porque se comporta de manera más educada, practica valores que favorecen la relación con el entorno y es optimista. En contraste, cuando la persona no es feliz se le nota enojada o frustrada, puede dañar a los demás puesto que sólo piensa en sí misma.

En la categoría cómo lograr la felicidad se muestran prácticas respecto al ser feliz, especialmente en lo que corresponde al lograr o no la felicidad. Las personas identifican que cada persona es responsable de lograr su felicidad pues depende de uno mismo. Depende de uno mismo ser auténtico, conocer lo que le hace feliz, tener una perspectiva que le permita ver lo mejor de la situación, ser una persona positiva sin caer en el extremo de buscar siempre lo positivo a las situaciones puesto que hay que experimentar todas las emociones, también la persona debe tomar las decisiones que le lleven a tener la vida que quiera tener, si las cosas no salen como quiere la persona, entonces deberá adaptarse a dichas condiciones y ante todo, disfrutar la vida. También depende de la persona hacer cosas que le hagan feliz, como tener sus pasatiempos, agradecer a la vida por lo que tiene, ayudar a los demás y compartir tiempo y momentos importantes con los seres queridos.

Existen diversos motivos por los que una persona puede no lograr la felicidad. Algunos pueden depender de la persona como no tener la perspectiva adecuada, lo que se resolvería si la persona percibe las cosas de una manera distinta. Pero existen otras cosas externas a la persona, por ejemplo perder el empleo, sufrir la muerte de algún ser querido, que alguna persona querida enferme o que la propia persona enferme. Esto permite concluir que los participantes identifican la felicidad como algo que depende principalmente de la ella misma,

mientras que la felicidad es algo que depende principalmente de eventos externos. Lo que le queda a la persona en esas situaciones es cambiar la forma en que ve dichos eventos para poder salir de ese estado de no felicidad o infelicidad.

Otro elemento importante para los participantes es la influencia de las expectativas sociales en la felicidad de las personas. Se pudo identificar que las expectativas hacia una persona pueden llevarla hacia la infelicidad, si es que no consiguen cumplir con dichas expectativas, o bien desprenderse de ellas. Pero ello no es algo sencillo de lograr, puesto que socialmente se mantiene una idea de felicidad que tiene que ver con el materialismo y el consumismo, además de los logros que debe tener una persona, debido a que, como ya se mencionó, cada persona debe lograr su propia felicidad.

Además de la existencia de las expectativas, hay una presión social para que las personas consigan lo esperado en un tiempo determinado. De no ocurrir en dicho tiempo, y de no tener la habilidad para desprenderse de dichas expectativas, la persona se verá en una situación difícil pues debe ajustarse a las exigencias. Estas expectativas se vuelven un estereotipo difundido por productos culturales, específicamente por medios digitales como el internet, y en especial las redes sociales. En estos medios se difunden imágenes estereotipadas de la felicidad, imágenes que provocan que las personas se puedan comparar ante dicho estilo de vida, llegando a considerarse incluso personas que no hacen el suficiente esfuerzo para lograrlo.

En la última categoría, se puede identificar que la felicidad es asociada principalmente con cosas positivas, mientras que la infelicidad puede asociarse con cosas consideradas como negativas, pero existe una tendencia a pensar en que las cosas pueden mejorar o deben mejorar. De nuevo, esto dependerá del sujeto.

Una persona puede experimentar la felicidad de dos maneras: la primera está relacionada con la emoción intensa que al cabo del tiempo, baja en su intensidad, llegando otra emoción a suplirla; es decir, las personas que identifican a la felicidad como un momento; por otro lado están las personas que consideran a la felicidad como un proceso o como un camino, que son

quienes pueden experimentar otras emociones mientras consideran que son felices. La primera es momentánea, pudiendo llegar a considerarse un sinónimo del placer, mientras que la segunda es más estable y tiene que ver más con Tiene que ver con la forma en la que la persona ve las cosas. Esto puede diferenciarse como un “estoy feliz” y un “soy feliz”, siendo la primera un estado que experimenta la persona, mientras que el segundo tiene que ver más con cómo vive la persona.

A partir de los ejes temáticos, las categorías y su relación con otras categorías se pueden realizar algunas conclusiones que forman parte de los hallazgos más relevantes de la investigación. En primer lugar, para los adultos que participaron en esta investigación la felicidad es asociada con la tranquilidad y la estabilidad. Dicha estabilidad tiene que ver con tener salud, tener un empleo estable, tener una economía que les permita satisfacer sus necesidades, tener una vivienda y las cosas básicas (alimento, vestimenta, transporte, servicios básicos), tener a la familia unida y una pareja estable (para quienes así lo desean).

En segundo lugar, la felicidad depende de cada persona, por lo que los individuos deben lograr esa estabilidad deseada. Ello implica que la persona tenga las habilidades y recursos psicológicos suficientes para causar su propia felicidad. Al ser responsabilidad de cada sujeto, es él quien debe lograr sus objetivos y las cosas que se esperan que consiga. Por ende, debe esforzarse y obtener eso deseado, de no ser así, el sujeto puede experimentar frustración ante la comparación con relación a las personas que ya lo lograron. Esta comparación puede ser del propio sujeto, o bien una comparación realizada por personas de su entorno.

En tercer lugar, relacionado con lo anterior, existe un discurso aprehendido sobre una felicidad individual. Esto quiere decir que la felicidad es algo individual, que cada persona logra, además de que, para cada persona la felicidad tiene un significado distinto. Puede identificarse una tendencia a la individualidad, puesto que ninguno de los participantes concibe que la felicidad pueda significar lo mismo para los demás, aunque en esencia, así sea. Esto quiere decir, que aunque cada sujeto cree que las ideas sobre la felicidad varían de un sujeto a otro, y por lo tanto cada quién tendrá su propia forma de ser feliz; en realidad es poco lo que varía pues son más elementos en común.

En cuarto lugar, se identifica que para las personas es difícil concebir que una persona no pueda ser feliz. La idea de ser feliz se encuentra presente de manera importante, aunque no se puede considerar como una idea hegemónica, pero sí con una influencia importante, resultando para las personas “triste” o “feo” el hecho de que alguien no pueda ser feliz. La frase “a esta vida no se vino a sufrir” indica la presencia de una representación difundida entre los sujetos de esta sociedad. Si una persona no logra ser feliz, vivirá amargada, enojada, dañará a los demás, sentirá envidia de los demás, todo esto en palabras de los mismos participantes.

Una quinta conclusión es que existe un capitalismo emocional, tal como afirma Cederström (2020), pues por medio de los discursos difundidos en productos culturales como música, películas y sobre todo en redes sociales, los individuos construyen un pensamiento acerca de sentirse bien, buscar la felicidad por medio del consumo de productos o la realización de ciertas prácticas, así como tener un estilo de vida determinado asociado con la felicidad o con una persona feliz. Este capitalismo emocional difunde imágenes y discursos que los participantes identifican como superficialidad, falsedad y estereotipos que pocas personas logran alcanzar. Aunque mencionaron que no concuerdan con esas imágenes en las que pintan una vida bonita, mostrando “sólo lo bonito”, en realidad dichas imágenes están presentes en ellos, lo que marcaría aspiraciones o bien, querer tener un estilo de vida que se aleje de ellos, pero configura parte importante de lo que son sus representaciones sociales.

Este mismo capitalismo se relaciona con el hecho de que la persona se compare con los logros y estilo de vida de otras personas, pudiendo causar una sensación de insuficiencia. También se relaciona con que una persona se vea empujada a evitar expresar emociones consideradas como negativas, pues la tendencia de la sociedad es demostrar lo positivo, aunque no se sienta de esa manera. Hay personas que aparentan ser una persona que no son o aparentan estar felices cuando en realidad están experimentando otras emociones o sensaciones. Estas prácticas pueden llevar al sujeto a tener repercusiones en la salud física o mental, puesto que utilizan distintas estrategias para no afrontar la realidad.

Una sexta y última conclusión es que la metodología ayudó a entender el proceso mediante el cual una persona construye sus representaciones sociales sobre la felicidad. La identificación de esta construcción permitió identificar los elementos que componen la representación de felicidad en los adultos jóvenes que participaron en esta investigación. La TRS ayuda a conocer los elementos contextuales que forman parte de la felicidad en las personas, elementos que con una metodología cuantitativa difícilmente se podrían identificar.

Este trabajo es un antecedente del estudio de los elementos contextuales que influyen en la significación de personas acerca de la felicidad, pues no se limitó a identificar los significados que tienen las personas o las asociaciones respecto a dicho concepto. Los elementos que se lograron registrar en la RS de los participantes, fueron posibles gracias a la revisión de investigaciones que utilizaron tanto metodología cualitativa como cuantitativa, tomando en cuenta elementos hallados así como indicadores propuestos por teorías sociales como la psicología positiva. Si bien hay diversos aspectos a mejorar, sienta un precedente para posteriores estudios con un enfoque social, así como una forma de complementar estudios cuantitativos, pues permite explicar una relación existente entre dos variables, o bien describir las razones que están detrás del nivel de felicidad que una persona percibe.

Dentro de las limitaciones y los aspectos a mejorar se encuentran los siguientes:

- Los resultados y conclusiones describen la realidad que viven los participantes que formaron parte de la investigación, en el momento social, político, económico e histórico en que viven. Por ello las conclusiones mencionadas no pueden ser generalizadas, aunque sí forman un precedente para estudios posteriores.
- Aunque se considera que los hallazgos de esta investigación son relevantes para el estudio de la felicidad, pues constituye otra forma de entender y estudiar dicho concepto, al tratarse de una metodología cualitativa meramente se puede pensar en una objetividad cuestionable. Para ello se sugiere que en investigaciones posteriores se utilice una metodología cuantitativa complementando a una cualitativa o viceversa. El realizar esta triangulación acerca los resultados hacia una mayor objetividad.

- Al tratarse de un estudio realizado durante un periodo pandémico, se encontraron diversas limitaciones. Por ejemplo el acceso a la población, que conllevó a entrevistas mediante distintas modalidades, pues algunas fueron presenciales y otras fueron virtuales. Esto por deseos de los propios participantes, ya sea por temas salubres o por estilo de vida. Sin importar la razón, el hecho de que las entrevistas se realizaran de esta manera puede tener algún efecto en las respuestas de los participantes.
- Al ser un tema tan extenso, en este trabajo se abordó lo que se consideró que eran los puntos más importantes que mencionaron los participantes. Por extensión del trabajo tuvieron que omitirse ciertos detalles que los participantes, que, aunque interesantes, daban pie a otros temas de discusión.
- La población que conformó esta investigación no es representativa, para la misma metodología cualitativa y en especial de la Teoría fundamentada. Por ello se considera que deben incluirse más participantes hasta agotar las posibilidades, que si bien se realizó un esfuerzo para hacerlo, el incluir más participantes con distintas condiciones puede apoyar a identificar otros elementos que quizá no aparecieron en estos participantes
- Otro punto a considerar es el hecho de que las RS que se identificaron pueden estar relacionadas justamente por las condiciones sociales y personales que resultaron de la pandemia. Esto quiere decir que se toma en cuenta el momento histórico, pero las representaciones que se realicen en otro momento, pueden tener resultados distintos.
- Como se mencionó, se identificaron algunas diferencias en cuestión de la etapa en la que viven los participantes, sin embargo hace falta explorar estas diferencias. En próximas investigaciones se recomienda que se tomen en cuenta estos rangos de edad o situaciones sociales que viva el sujeto, para poder identificar las diferencias a las que se hacen referencia. Por ejemplo tener grupos de edad distintos y poder identificar cómo es que evolucionan o cambian las RS, si es que lo hacen, en función de la madurez biológica y mental, así como la edad biológica en contraste con la edad social.
- Por último, se recomienda seguir explorando la relación existente entre los elementos que componen las RS, puesto que esto podría ayudar a un mayor entendimiento del proceso de la construcción de dichas representaciones.

REFERENCIAS

- Abric, J. C. (1993). Central System, Peripheral System: their functions and roles in the dynamic of Social Representations. *Papers on Social Representations*, 2(29), 75-78. https://www.researchgate.net/publication/284756719_Central_System_Peripheral_System_their_Functions_and_Roles_in_the_Dynamic_of_Social_Representations
- Alarcón, R. (2000). Variables psicológicas asociadas con la felicidad. *Persona: Revista de la facultad de Psicología*, (3), 147-157. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2883664>
- Alarcón, R. (2006). Desarrollo de una Escala Factorial para Medir la Felicidad. *Interamerican Journal of Psychology*, 40 (1), 99-106. <https://www.redalyc.org/pdf/284/28440110.pdf>
- Alarcón, R. y Caycho, T. (2015). Relaciones entre gratitud y felicidad en estudiantes universitarios de lima metropolitana. *Psychologia. Avances de la disciplina*, 9 (1), 59-69. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1900-23862015000100005&script=sci_abstract&tlng=es
- Alejos, C. G. (2018). *Autoeficacia y optimismo atributivo en la determinación de la felicidad en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur* (Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Perú). <http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/519>
- Alfárez, A. (2016). Social representations of happiness and post-conflict in Colombia: Their social and educational consequences. *Psicología y Educación: Presente y Futuro*. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/63971>
- Anibe, A. y Ome, B. (2016). Happiness: Meaning and Determinants Among Young Adults of the Igbos of Eastern Nigeria. *J Happiness Stud*, 18, 151-175. <https://doi.org/10.1007/s10902-016-9722-4>
- Agbo, A.A., Ome, B. Happiness: Meaning and Determinants Among Young Adults of the Igbos of Eastern Nigeria. *J Happiness Stud* 18, 151–175 (2017). <https://doi.org/10.1007/s10902-016-9722-4>
- Anger, E. (2013). Is it possible to measure happiness? The argument from measurability. *European Journal for Philosophy of Science*, 3, 221–240. DOI 10.1007 / s13194-013-0065-2
- Araneda, M. J. (2013). SOCIAL REPRESENTATION OF CONDITIONS FOR HAPPINESS AND LIVING EXPERIENCES SOURCE OF HAPPINESS IN CHILE AND ITALY. *Journal of Behavior, Health & Social Issues*, 5 (2), 47-61. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07802013000200004

- Araya, S. (2002). Las Representaciones Sociales: Ejes Teóricos para su discusión. Asdi. <http://www.efamiliarcomunitaria.fcm.unc.edu.ar/libros/Araya%20Uma%20F1a%20Representaciones%20sociales.pdf>
- Arruda, A. (2002). Teoría de las Representaciones Sociales y Teorías de Género. En Blazquez, N.; Flores, F.; Ríos, M. (Cods) *Investigación Feminista. Epistemología, Metodología y Representaciones sociales*. (Pp. 312-337) <https://investigacion.cephcis.unam.mx/generoyrsociales/wp-content/uploads/2021/10/Teorias-de-las-representaciones-sociales-y-teorias-de-genero.pdf>
- Aucapuri, A. (2019). Espiritualidad y felicidad en jóvenes y adultos de comunidades religiosas. *Tesis para obtener título de Licenciatura en Psicología*. <https://bibliotecadigital.oducal.com/Record/ir-UCSM-9535>
- Auné, S. E.; Abal, F. J. y Atorresi, H. (2016). *Versión Argentina de la Escala de Felicidad de Lima. Divers.: Perspect. Psicol.*, 13 (2), 201-214. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-99982017000200201&script=sci_abstract&tlng=es
- Badillo, D. (2022). En México se ignora a ocho de cada 10 personas con algún problema o condición mental. *EL ECONOMISTA*, versión electrónica. <https://www.economista.com.mx/politica/En-Mexico-se-ignora-a-ocho-de-cada-10-personas-con-algun-problema-o-condicion-mental-20220401-0064.html>
- Báez, J. y Pérez, T. (2014). *El método cualitativo de investigación desde la perspectiva de marketing: el caso de las universidades públicas de Madrid*. Tesis para el grado de doctor. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/29615/1/T35974.pdf>
- Banch, M. A. (2000). Aproximaciones Procesuales y Estructurales al estudio de las Representaciones Sociales. *Papers on Social Representations*, 9, 3.1-3.15. http://www.psr.jku.at/PSR2000/9_3Banch.pdf
- Beytía, P. y Calvo, E. (2010). ¿Cómo medir la felicidad?. *Instituto de Políticas Públicas de la Universidad Diego Portales*, 4. https://www.researchgate.net/publication/253238104_Como_medir_la_felicidad
- Browne, M. (2015). TERCER BARÓMETRO DE LA FELICIDAD: EL BIENESTAR SUBJETIVO DE LOS CHILENOS: LA IMPORTANCIA DE NUESTROS VÍNCULOS. *DESUC Dirección de estudios sociales*. <https://www.duna.cl/media/2015/10/Libro-Barometro-de-la-Felicidad.pdf>

- Cabanas, E. (2019). *Happycracia*. PAIDOS
- Calzada, J. G. (2004). La técnica de las frases incompletas: revisión, usos y aplicaciones en procesos de orientación vocacional. https://www.psi.uba.ar/academica/carrerasdegrado/psicologia/sitios_catedras/obligatorias/042_ttedm2c2/material/fichas/tecnica_de_las_frases_incompletas.pdf
- Carrillo, S.; Feijóo, M. L.; Gutierrez, A.; Jarra, P. y Schellekens, M. (2015). El Papel de la Dimensión Colectiva en el Estudio de la Felicidad. *Revista Colombiana de Psicología*, 26(1), 115-129. <http://www.scielo.org.co/pdf/rcps/v26n1/0121-5469-rcps-26-01-00115.pdf>
- Castillo, Y. R.; Abdelwa, S. L. y Guerrero, J. M. (2017). The relation between sense of humor and subjective well-being in older Venezuelan adults. *Psicología y salud*, 27 (1), 117-126. <https://biblat.unam.mx/en/revista/psicologia-y-salud/articulo/el-sentido-del-humor-y-su-relacion-con-el-bienestar-subjetivo-en-adultos-mayores-venezolanos>
- Castorina, J. A.; Toscano, A. G.; Lombardo, E.; Karabelnicoff, D. (2005). Cultura, Diversidad y Sentido Común. Las Relaciones de las Representaciones Sociales con el Pensamiento de Vigotsky. *Anuario de investigaciones*, 12. <http://www.scielo.org.ar/pdf/anuinv/v13/v13a14.pdf>
- Castorina, J. A. (2017). Las Representaciones Sociales y los procesos de enseñanzas-aprendizaje de conocimientos sociales. *Psic. Da Ed. Sao Paulo*, 44 (1), 1-13. DOI: 10.5935/2175-3520.20170001
- Carver, C.; Scheier, M. & Segerstrom (2010). Optimism. *Clinical Psychology Review*, 30, 879 – 889. doi:10.1016/j.cpr.2010.01.006
- Caycho, T. y Catañeda, M. C. (2015). Felicidad y optimismo en adolescentes y jóvenes peruanos y paraguayos: un estudio predictivo. *SALUD Y SOCIEDAD*, 6 (3), 250-263. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=439744554005>
- Cederström, C. (2020). La felicidad, una fantasía moralista. En Hill, N.; Brinkmann, S. y Petersen, A. (Eds.) *Critical Happiness Studies*. (Pp. 23-34). ROUTLEDGE
- CENTRO LATINOAMERICANO DE DEMOGRAFÍA. (2000). *JUVENTUD, POBLACIÓN Y DESARROLLO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: Problemas, oportunidades y desafíos*. COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/2261>

- Chávez-Amavizca, A.; Gallegos, J.; Hernández, M. R.; López, J.; Castor, C.; Álvarez, M. A.; Meza, C.; Romo, T.; González, R. y Góngora, E. A. (2020). Estrés percibido y felicidad en adultos mexicanos según estado de salud-enfermedad. *Suma Psicológica*, 27(1), 1-8. Doi: <https://doi.org/10.14349/sumapsi.2020.v27.n1.1>
- Cohn, M.; Brown, S.; Fredrickson, B. & Mikeles, J. (2009). Happiness Unpacked: Positive Emotions Increase Life Satisfaction by Building Resilience. *Emotion*, 9 (3), 361-368. DOI: 10.1037/a0015952
- CORPORACIÓN Latinobarómetro, (2021). Informe 2021. <https://www.latinobarometro.org/lat.jsp>
- Craig, G. J. y Baucum, D. (2009). Desarrollo Psicológico. México: Pearson
- Cuadra, H. y Florenzano, R. (2003). El bienestar subjetivo: hacia una Psicología Positiva. *Revista de Psicología de la Universidad de Chile*, 7 (1), 83-96. <https://revistapsicologia.uchile.cl/index.php/RDP/article/view/17380>
- Denzin, N. y Lincon, Y. (1994). Handbook of Qualitative Research. California: SAGE.
- Díaz, R.; Velasco, P. W. y Rivera, S. (2018). Felicidad, instrumentalidad y expresividad en dos muestras latinoamericanas: México y Bolivia. *Persona*, 21 (1), 11-29. <https://doi.org/10.26439/persona2018.n021.1989>
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542-575. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.95.3.542>
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55(1), 34-43. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.34>
- Diener, E.; Oishi, S. y Lucas, R. E. (2003). Personality, culture, and subjective well-being: Emotional and cognitive evaluations of life. *Annual Review of Psychology*, 54, 403-425. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.54.101601.145056>
- Diener, E.; Suh, E. M.; Lucas, R. E. y Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276-302. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.2.276>
- Doise, W.; Mungy, G. (1991). Psicología social experimental: percepción intelectual de un proceso histórico: veinte años de psicología social en Ginebra. *Anthropos: Revista de Documentación Científica de la Cultura*, (124), 8-32. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=238868>

- Dulcey, E. y Uribe, C. (2002). Psicología del ciclo vital: hacia una visión comprehensiva de la vida humana. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 34(1-2), 17-17. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80534202>
- Easterlin, R. (1974). Does Economic Growth Improve the Human Lot? Some Empirical Evidence. *Nations and Households in Economic Growth*, 89–125. doi:10.1016/b978-0-12-205050-3.50008-7
- Eastelirn, R. (2006). Life cycle happiness and its sources: Intersections of psychology, economics, and demography. *Journal of Economic Psychology*, 27 (4), 463-482. https://econpapers.repec.org/article/eeejoepsy/v_3a27_3ay_3a2006_3ai_3a4_3ap_3a463-482.htm
- Eugenio, J. E.; Lachuma, U. R. y Flores, I. (2015). Felicidad: un estudio comparativo en estudiantes universitarios de Psicología y Administración de una Universidad Privada de Tarapoto. *Revista de Investigación Apuntes Psicológicos*, 1 (1). https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apsicologia/article/view/872
- Far, R. M. (1998). From Collective to Social Representations: Aller et Retour. *Culture & Psychology*, 4(3), 275-296. doi:10.1177/1354067X9800400301
- Feldman, R. S. (2007). Desarrollo Psicológico, a través de la vida. México: Pearson
- Fernández, A.; Poza, M. F. y Fiorucci, M. (2015). Análisis Metatórico sobre el ocio de la juventud con problemas sociales. *Pedagogía Social*, 25. http://www.upo.es/revistas/index.php/pedagogia_social/
- Ferre, Z.; Gerstenblüth, M. y Rossi, M. (2010). Satisfacción con la vida, fe religiosa y asistencia al templo en Uruguay. *Revista de investigación social*, 7 (10), 9-29. <http://ru.iis.sociales.unam.mx/handle/IIS/5303>
- Figueiredo, B.; Zanon, C. y Koller, S. H. (2012). Validation and Psychometric Properties of the Brazilian Version of the Subjective Happiness Scale. *UNIV. PSYCHOL.*, 13 (1), 17-24. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-92672014000100002
- Frey, B, S. y Stutzer, A. (2002). What Can Economists Learn from Happiness Research? *Journal of Economic Literature*, 40(2), 402-435. DOI: 10.1257/002205102320161320
- Galindo, D. M. (2019) *La felicidad laboral factor clave en las empresas para retener el talento humano* (Monografía para optar por el título de especialidad en Gerencia del Talento Humano). <http://repository.uamerica.edu.co/handle/20.500.11839/7476>

- Gerstenblüth, M.; Rossi, M. y Triunfo, P. (2008). Felicidad y Salud: una aproximación en el río de la plata. *Estudios de Economía*, 35 (1), 65-78.
https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0718-52862008000100004&lng=es&nrm=iso
- Gerstenblüth, V.; Mussio, I. y Rossi, M. (2013). Ingreso y desigualdad. ¿Cómo afectan a la felicidad en América Latina?. *Cuadernos de Economía*, 32 (59).
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47722013000100008
- Gerstenblüth, V.; Mussio, I. y Rossi, M. (2016). How do cultural activities influence happiness? Investigating the relationship between self-reported well-being and leisure. *Estudios económicos*, 31 (2), 217-234.
<https://search.proquest.com/openview/28ae79a2615432c95e6c417f75ddea2c/1?pq-origsite=gscholar&cbl=4714024>
- Glaser, B., Strauss, A. (1967). *Discovery of grounded theory*. Chicago: Aldine.
https://books.google.com.mx/books?id=rTiNK68Xt08C&printsec=frontcover&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Gobierno de México (2022). Entra en vigor incremento al salario mínimo del 22%.
<https://www.gob.mx/stps/prensa/entra-en-vigor-incremento-al-salario-minimo-del-22?idiom=es>
- Gómez, E.; Vera, A.Ávila, M. E.; Musito, G.; Vega, E. y Dorantes, G. (2014). Resiliencia y felicidad de adolescentes frente a la marginación urbana en México. *Psicodebate*, 14 (1), 45-68.
<https://pub.palermo.edu/ojs/index.php/psicodebate/article/view/334/134>
- Gómez, V.; Villegas, C.; Barrera, F. y Cruz, J. E. (2007). Factores predictores del bienestar subjetivo en una muestra colombiana. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 39 (2), 311-325.
<https://www.redalyc.org/pdf/805/80539208.pdf>
- Gongora, E. A.; Vásquez, I. I. Hernández, M. R.; Romo, T.; Gallegos, R.; López, L.; Castor, J. M.; Meza, C. y Alvarez, M. A. (2019). Explorando la vida buena en México. Las fortalezas del carácter y su relación con la felicidad. *Revista Latinoamericana de Medicina Conductual*, 9 (2), 93-105. <http://www.journals.unam.mx/index.php/rlmc>
- González, J. A. y Marrero, R. J. (2016). Determinantes sociodemográficos y personales del bienestar subjetivo y psicológico en la población mexicana. *SUMA PSICOLÓGICA*, 24, 59-66.
<http://www.scielo.org.co/pdf/sumps/v24n1/0121-4381-sumps-24-01-00059.pdf>

- Guba, E. y Lincoln, Y. (2002). Paradigmas en competencia en la investigación cualitativa. En Denman, C. y Haro, J. A. (Eds.), *Antología de métodos cualitativos en la investigación social* (pp. 113-145). http://www.ustatunja.edu.co/cong/images/curso/guba_y_lincoln_2002.pdf
- Gutiérrez, S. (1998). Identidad cultural y representaciones sociales. *Anuario de Investigación* 1998, 1. <https://publicaciones.xoc.uam.mx/Busqueda.php?Pagina=2&Terminos=Gutiérrez%20Vidrio,%20Silvia&TipoMaterial=1&Indice=2&IncluirCapitulos=1>
- Hantá, A. y Inancu, I. (2010). Social representations of happiness. *Journal of Media Research*, 3(10), 12-38. <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=120785>
- Helliwell, J. F.; Huang, H.; Wang, S. y Norton, M. (2021). World Happiness Report. <https://worldhappiness.report/ed/2021/happiness-trust-and-deaths-under-covid-19/>
- Helliwell, J. F.; Layard, R. y Sachs, J. (2019). World Happiness Report. <https://worldhappiness.report/ed/2019/happiness-and-community-an-overview/>
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas*: Mc Graw Hill
- Hernández, K.; Muñoz, M. y Moyano-Díaz. (2017). Concepto de Felicidad en Adultos de Sectores Populares. *Suplemento Especial: Investigación Cualitativa em Psicología*, 27 (1), 386-395. doi:10.1590/1982-432727s1201703
- Hill, N.; Brinkman, S. y Petersen, A. (2020). *Critical Happiness Studies*: ROUTLEDGE
- Hyman, L. (2020). *Happiness: a societal imperative?*. En Hill, N.; Brikman, S. y Petersen, A. *Critical Happiness Studies*: ROUTLEDGE
- Hommerich, C. & Klien, S. (2012). Happiness: Does culture matter? *International Journal of Wellbeing*, 2(4), 292-298. doi:10.5502/ijw.v2.i4.1
- Hornstein, L. (2011). Sufrimiento y algo más. <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:gYajkOMwwJoJ:www.historia-psicoanalisis.es/conf/Hornstein%2520Sufrimientos%2520y%2520algo%2520m%25C3%25A1s.docx+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=mx&client=safari>
- INEGI (2021). Estadísticas a propósito del día mundial del internet: Datos nacionales. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_Internet22.pdf
- INEGI (2022). Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares (ENDUTIH) 2021. https://www.ift.org.mx/sites/default/files/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/comunicadoendutih_1.pdf

- INEGI (2022). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), población de 15 años y más edad. <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>
- Jodelet, D. (1984). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. *Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales: Paidós*. https://www.researchgate.net/publication/327013694_La_representacion_social_fenomenos_concepto_y_teoría
- Jodelet, D. (2000). Representaciones sociales: contribución a un saber sociocultural sin fronteras. En Jodelet, D.; Guerrero, A. *Develando la Cultura. Estudios en representaciones sociales*. (Pp. 7-30). Facultad de Psicología, UNAM. https://www.researchgate.net/publication/327531245_Develando_la_Cultura_Estudios_en_representaciones_sociales
- Jodelet, D. (2001) Jodelet, Denise. (2001). Representações sociais: Um domínio em expansão. https://www.researchgate.net/publication/324979211_Representacoes_sociais_Um_dominio_em_expansao/citation/download
- Jodelet, D. (2008). El movimiento de retorno al sujeto y al enfoque de las representaciones sociales. *Cultura y representaciones sociales*, 3 (5), 32-63. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-81102008000200002&script=sci_abstract
- Jovchelovitch, S. (1995). Social representations in and of the public sphere : towards a theoretical articulation. *Journal for the theory of social behaviour*, 25 (1), 81-102. http://eprints.lse.ac.uk/2650/1/Social_reps_public_sphere.pdf
- Kitayama, S.; Markus, H. R. & Kurokawa, M. (2000). Culture, Emotion, and Well-being: Good Feelings in Japan and the United States. *Cognition and Emotion*, 14(1), 93-124, DOI: 10.1080/026999300379003
- Kitayama, S., Park, H., Sevincer, A. T., Karasawa, M., & Uskul, A. K. (2009). A cultural task analysis of implicit independence: Comparing North America, Western Europe, and East Asia. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97(2), 236–255. <https://doi.org/10.1037/a0015999>
- Kitayama, S., Snibbe, A. C., Markus, H. R., & Suzuki, T. (2004). *Is There Any “Free” Choice?* *Psychological Science*, 15(8), 527–533. doi:10.1111/j.0956-7976.2004.00714.x
- Klein, N. (2001). *No logo: PAIDÓS*

- Kokurina, I. G. y Solina, E. I. Representations of happiness and life satisfaction in the group of educated and socially active young people. *Psychology in Russia: State of the Art*, 7 (1). http://psychologyinrussia.com/volumes/pdf/2014_1/2014_1_83-95.Pdf
- Kohler, J. (2004). Felicidad y modificabilidad cognitiva. *LEBIRABIT. Revista de Psicología*, (10), 68-81. <https://www.redalyc.org/pdf/686/68601008.pdf>
- Latorre, M.(2019). Felicidad versus happycracia *Revista Educa UMCH*,13(1), PP.5-37. <https://doi.org/10.15756/educaumch.v7i13.97>
- Lipovetsky, G. (2007). *La Felicidad Paradójica: Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. ANAGRAMA.http://www.kubernetica.com/campus/documentos/bibliografia/LIPOVETSKY-La-felicidad_paradojica.pdf
- López-Rosseau, A. y Silva, C. (2010). Money buys happiness in constant payments. *Revista de Psicología*, 6 (12), 57-63. <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/6153>
- López-Walle, J.; Tristán, J.; Tomás, I.; Gallegos-Guajardo, J.; Gongora, E.; y Hernández- Pozo, M. R. (2020). Estrés percibido y felicidad auténtica a través del nivel de actividad física en jóvenes universitarios. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 20(2), 265-275. <https://revistas.um.es/cpd/article/view/358601>
- Lúcar, F. (2010). Sufrimiento humano y contextos de ajuste terapéutico. *Revista IIPSI*, 13 (1), 231-242. <https://doi.org/10.15381/rinvp.v13i2.3730>
- Margot, J. P. (2007). La felicidad. *Práxis filosófica*, (25), 55-79. **DOI:** <https://doi.org/10.25100/pfilosofica.v0i25.3112>
- Marín, D. L. (2013). En búsqueda de la felicidad y éxito: vidas ejercitantes y educación. *Revista Colombiana de Educación*, (65). <https://doi.org/10.17227/01203916.65rce177.198>
- Marková, I.; Moodie, E.; Far, R. M.; Drozda-Senkowska, E.; Erös, F.; Plichtová, J.; Gervais, M. C.; Hoffmannová, J; Mullerová, O. (1998). Social representations of the individual: a post-Communist perspective. *Eropean Journal of Social Psychology*, 28, 797-829. [https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/\(SICI\)1099-0992\(199809/10\)28:5%3C797::AID-EJSP896%3E3.0.CO;2-6](https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/(SICI)1099-0992(199809/10)28:5%3C797::AID-EJSP896%3E3.0.CO;2-6)
- Marková, I. (2017). Una fabricación de de Teoría de las Representaciones Sociales. *Cuadernos de Pesquisa*, 47 (163), 359-375. <http://dx.doi.org/10.1590/198053143760>
- Marrero, R. J.; Carballeira, M. y González, J. A. (2012). Relación entre bienestar subjetivo, optimismo, variables sociodemográficas en estudiantes universitarios de la Universidad de

- San Luis Potosí en México. *UNIV. PSYCHOL*, 13 (3), 1083-1098.
<http://www.scielo.org.co/pdf/rups/v13n3/v13n3a23.pdf>
- Martinez, D. (2019). Salud en México 2019 ¿A qué prestar atención?. *PSYCIENCIA*.
<https://www.psyciencia.com/salud-en-mexico-2019-a-que-prestar-atencion/>
- Mathews, G. (2012). Happiness, culture, and context. *International Journal of Wellbeing*, 2(4), 299-312. doi:10.5502/ijw.v2.i4.2
- Mendieta, G. (2015). Informantes y muestreo en investigación cualitativa. *Investigaciones ANDINA*, 17 (30). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=239035878001>
- Mercado, M. (2014). Concepto de felicidad en jóvenes. *Ayaju*, 12(1), 64-78.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-21612014000100004
- Mora, J. y Natera, G. (2000). Expectativas, consumo de alcohol y problemas asociados en estudiantes universitarios de la ciudad de México. *salud pública de méxico*, 43 (2).
<http://www.insp.mx/salud/index.html>
- Moreno, I. y Marrero, R. (2015). Optimismo y autoestima como predictores de bienestar personal: diferencias de género. *Revista Mexicana de Psicología*, 32 (1), 27-36.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=243045363004>
- Moscovici, S. (1961). Psicoanálisis, su imagen y su público. Presses Universitaires de France
- Moscovici, Serge. (1982). The Coming Era of Representations. In Codol, J.P. & Leyens, J.P. (1982). *Cognitive approaches to Social behavior*. Pp. 115-150. [10.1007/978-94-009-7612-2_4](https://doi.org/10.1007/978-94-009-7612-2_4)
- Moscovici, S. y Hewstone, M. (1984). De la ciencia al sentido común. En Moscovici, S. *Psicología social, II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Pp. 679-711. México: Paidós
- Moscovici, S. (1984). *Psicología Social II. Pensamiento y Vida Social. Psicología Social y Problemas Sociales*. México: Paidós
- Moscovici, S. (1985). Psicología social I. Influencia y cambio de actitudes, individuos y grupos: PAIDÓS
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of social representations. *European Journal of Social Psychology*, 18(3), 211–250. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420180303>
- Moscovici, S. (1994). Representaciones Sociales y Comunicación Pragmática. *Social Science Information*, 33 (2), 163-177.

https://www.researchgate.net/publication/320133767_Las_representaciones_sociales_y_la_comunicacion_pragmatica/citation/download

- Moscovici, S. (1998). Conciencia Social y su historia. *Polis 99. Estudios Psicosociales, Sociológicos y Políticos*. <https://polismexico.izt.uam.mx/index.php/rp/article/view/362>
- Moscovici, S. (2004). O conceito de THEMATA. En: Representações Sociais (Thomé, S. Trad.) *Investigações em psicologia social*. Petrópolis: Ed. Vozes. https://www.academia.edu/7215490/Investigações_em_psicologia_social_Petrópolis_Ed_Vozes_2ed_p_215_250_Cap%C3%ADtulo_4_El_concepto_de_THEMATA1
- Moyano, E.; Dinamarca, D.; Mendoza, R. y Palomo, G. (2016). Escala de Felicidad para Adultos (EFPA). *TERAPIA PSICOLÓGICA*, 36(1), 33-45. <http://dx.doi.org/10.4067/s0718-48082017000300033>
- Moyano, E. (2016). Building the concept of happiness for adults from phenomenography. *UNIVERSUM*, 31 (2), 141-156. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-23762016000200009&script=sci_abstract
- Murillo, F. y Montaña, P. Y. (2018). Condiciones laborales de egresados de Instituciones de Educación Superior en México. *REDIE*, 20 (3). http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412018000300056&lng=es&nrm=iso
- Myers, D. G., & Diener, E. (1995). Who is happy? *Psychological Science*, 6(1), 10–19. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.1995.tb00298.x>
- Nava, J. M. y Ureña, J. H. (2016). Dominios sobre la felicidad en adolescentes de Guadalajara-México. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 15 (1), 443, 454. <http://revistaumanizales.cinde.org.co/rlicsnj/index.php/Revista-Latinoamericana/article/view/2975/807>
- Navia, M. y Estrada, H. (2012). Uso de la técnica de asociación libre para conocer en percepción del consumidor sobre queso costeño en Colombia. *Psicogente*, 15 (28), 271-286. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=497552361005>
- OCDE (2015). México: ¿cómo es la vida?. *Better Life Index*. <https://www.oecdbetterlifeindex.org/es/countries/mexico-es/>

- Oficina de Información Científica y Tecnológica Para el Congreso de la Unión (INCYTU) (2018). Sald mental en México. *NOTA – INCYTU*, (7). https://www.foroconsultivo.org.mx/INCYTU/documentos/Completa/INCYTU_18-007.pdf
- Omar, A.; Aguilar, M.; Almeida, S. H. y Piño, R. (2009). Validación del Inventario de Bienestar Subjetivo con muestras de jóvenes y adolescentes argentinos, mexicanos y brasileros. *Suma Psicológica*, 16 (2), 69-84. <https://www.redalyc.org/pdf/1342/134213131006.pdf>
- Ortiz, M. V.; Gancedo, K. M. y Reyna C. (2013). Propiedades psicométricas de la escala de felicidad subjetiva en jóvenes y adultos de la ciudad de Córdoba-Argentina. *Suma psicológica*, 20(1), 45-56. <https://www.redalyc.org/pdf/1342/134229197004.pdf>
- Oswald, A. J. (1997). Happiness and Economic Performance. *The Economic Journal*, 107 (445), 1815-1831. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.1997.tb00085.x>
- Papalia, D.; Wendkos, S. y Duskin, R. (2009). Desarrollo humano. Bogotá: McGraw-Hill. <http://hdl.handle.net/10637/2315>
- Papalini, V. A. (2008). Sucedáneos de felicidad. En Minelli, M. A. (ed.). *Miradas. Cultura y subjetividad en la Argentina finisecular*, Editorial Alción.
- Peñaloza, P. J. (2010). *La juventud mexicana. Una radiografía de su incertidumbre*: Editorial Porrúa
- Pilgrim and Bohnet-Joschko. (2019). Selling health and happiness how influencers communicate on Instagram about dieting and exercise: mixed methods research. *BMC Public Health*, 19 (1054), 2-9. <https://bmcpublikealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-019-7387-8>
- Plazas, E. P. (2020). *Las representaciones sociales de felicidad en estudiantes de grado séptimo del colegio Eduardo Santos de la ciudad de Bogotá*. Tesis para obtener el grado de maestría. <https://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/23550>
- Poveda, O. M. (2017). ¿El ingreso influye en la felicidad de las poblaciones?. *Nueva Época*, 27 (50), 173-328. <http://dx.doi.org/10.24275/ETYP/AM/NE/502019/Poveda>
- Ramos, C. (2015). Los paradigmas de la investigación científica. *Avances En Psicología*, 23 (1), 9-17. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2015.v23n1.167>
- Ramos, J. (2011). Representaciones sociales: una perspectiva sobre la sociedad pensante. *Psicología Social Crítica*, 195-216. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3664527>
- Raudsepp, M. (2005). Why Is It So Difficult to Understand the Theory of Social Representations?. *Culture & Psychology*, 11(4), 455-468. <https://doi.org/10.1177/1354067X05058587>

- Rebagliati, B. (2020). Relación entre inteligencia intrapersonal y felicidad en adultos emergentes de Lima Metropolitana. *Tesis para obtener título de licenciatura*. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/11707#:~:text=Los%20resultados%20obtenidos%20reportan%20que,felicidad%3A%20realizaci%C3%B3n%20personal%20y%20satisfacci%C3%B3n>
- Ribero-Marulanda, S. y Agudelo-Colorado, L. (2016). La aplicación de la terapia de aceptación y compromiso en dos casos de evitación experiencial. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 34(1), 29-46. doi: [dx.doi.org/10.12804/apl34.1.2016.03](https://doi.org/10.12804/apl34.1.2016.03)
- Roa, D. V. y Avedaño, S. (2020). Estado actual de la felicidad y su relación con el desempeño laboral en colaboradores de seis empresas de Ibagué (Tesis, Universidad de Ibagué). <https://repositorio.unibague.edu.co/jspui/handle/20.500.12313/2210>
- Rodríguez, G.; Dominguez, G. y Escoto, M. C. (2017). Evaluación Psicométrica de la escala de Felicidad de Lima en una muestra mexicana. *UNIVERSITAS PSYCHOLOGICA*, 16 (4), 1-10. DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy16-4.epef>
- Rodríguez, M. J. (2012). Representación social de felicidad en estudiantes y profesionales de Educación y Salud de Chile e Italia. *UNIV. PSYCHOL.*, 14 (1), 271-286. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/view/3902>
- Rodríguez, T. (2003). El debate de las Representaciones Sociales en la Psicología Social. *Estudios de historia y sociedad*, 24(93), 53-80. <https://www.redalyc.org/pdf/137/13709303.pdf>
- Rodríguez, T. (2007). Sobre el estudio cualitativo de la estructura de las representaciones sociales. En Rodríguez, T. y García, M. L. (cods) (2007). *Representaciones sociales. Teoría e investigación*. Pp. 157- 190. México: Editorial CUCSH-UdG. https://www.researchgate.net/publication/327665888_Representaciones_sociales_Teor%C3%ADa_e_investigaci%C3%B3n
- Rodríguez, Y. R. y Quiñones, A. (2014). Dimensiones del bienestar psicológico y su relación con el apoyo social percibido en estudiantes universitarios. *Revista Griot*, 5 (1). https://www.researchgate.net/publication/267926455_Dimensiones_del_bienestar_psicologico_y_su_relacion_con_el_apoyo_social_percibido_en_estudiantes_universitarios
- Rosas, A. (2019). Los millennials viven una tormenta económica perfecta. *Revista Expansión*. <https://expansion.mx/economia/2019/04/25/los-millennials-son-los-mas-educados-y-maltratados-en-la-economia-mexicana>

- Ryff, C. & Keyes, C. L. (1995). The Structure of Psychological Well-Being Revisited. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(4), 719-727. DOI: [10.1037//0022-3514.69.4.719](https://doi.org/10.1037//0022-3514.69.4.719)
- Ryff, C.; Singer, B. & Love, G. D. (2004). Positive health: connecting well-being with biology. *The royal society*, 359, 1383-1394. doi:10.1098/rstb.2004.1521
- Ryff, C. & Signer, B. (2006). Know thyself and become what you are: a Eudaimonic approach to psychological Well-Being. *Journal of Happiness Studies*, 9, 13-39. DOI 10.1007/s10902-006-9019-0
- Ryff, C.; Singer, B. & Dienberg, G. (2015). Positive health: connecting well-being with biology. *The royal society*, 359, 1383-1394. doi:10.1098/rstb.2004.1521
- Saavedra, J. (2020). Factores sociodemográficos y eventos de vida tempranos asociados con la felicidad en adultos de Lima Metropolitana. *Rev Peru Med Exp Salud Publica*, 37(1), 42-50. <https://doi.org/10.17843/rpmesp.2020.371.4580>
- Sale, J.; Lohfeld, L. H. y Brazil, L. (2002). Revisando el debate cuantitativo-cualitativo: implicaciones para la investigación de métodos mixtos. *Quality & Quantity*, 36 (1), 43-53. <https://link.springer.com/article/10.1023/A%3A1014301607592>
- Sánchez, M.; Pírela, L. C. y Arraga, M. V. (2018). Efectos de un programa de felicidad basado en la psicología positiva sobre el rendimiento académico de estudiantes universitarios. *Revista electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*, 25 (13). <http://ojs.urbe.edu/index.php/redhecs/article/view/2602>
- Sánchez, R. y Méndez, R. (2011). Elementos mediadores de la felicidad y el bienestar subjetivo en hombres y mujeres. *REVISTA COSTARRICENSE DE PSICOLOGÍA*, 30 (46), 51-76. <http://www.rcps-cr.org/openjournal/index.php/RCPs/article/view/4>
- Sandoval, C. A. (2002). *Investigación Cualitativa en Sandoval C.* Programa de Especialización en Teoría, Métodos y Técnicas. <http://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/manual%20colombia%20cualitativo.pdf>
- Stevenson, B. y Wolfers, J. (2008). Economic growth and subjective well-being: reassessing the Easterlin paradox. *Brookings Papers on Economic Activity, Economic Studies Program, The Brookings Institution*, 39(1), 1-102. <http://www.nber.org/papers/w14282>
- Satorres, E. (2013). *Bienestar psicológico en la vejez y su relación con la capacidad funcional y la satisfacción vital* (Tesis de doctorado, Universitat de Valencia). <https://core.ac.uk/download/pdf/71008265.pdf>

- Sosenki, S. y López, R. (2013). La construcción visual de la felicidad y la convivencia familiar en México: los anuncios publicitarios en la prensa gráfica (1930-1970). *Secuencia*, (22). http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-03482015000200008
- Soneira, A. B. (2006). La Teoría Fundamentada en los datos (Grounded Theory) de Glaser y Strauss. En Vasilachis, I. (Ed.) *Estrategias de investigación cualitativa* (pp. 153-173). Gedisa editorial
- Taylor, S. J. y Bogdan, R. (1984). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. PAIDÓS
- Thoilliez, B. (2011). How to Grow up Happy: An Exploratory Study on the Meaning of Happiness from Children's Voices. *Child Indicators Research*, 4(2), 323-351. <https://www.infona.pl/resource/bwmeta1.element.springer-1bb6f1bb-0ffd-3ef6-b579-500e4b0e5d87>
- Tomyn, A. & Cummins, R. (2010). Subjective Wellbeing and Homeostatically Protected Mood: Theory Validation With Adolescents. *J Happiness Stud*, 12, 897-914. DOI 10.1007/s10902-010-9235-5
- Toribio, L, Gonzáquez, N. I.; Valdez, J. L.; Gozález, S. y Van Barneveld, H. O. (2012). Validación de la Escala de Felicidad de Alarcón para adolescentes mexicanos. *Psicología Iberoamericana*, 20(1), 71-79. <https://www.redalyc.org/pdf/1339/133924623008.pdf>
- Torres, P. A. (2013). *LA BÚSQUEDA DE LA FELICIDAD EN LA ESCUELA. Un estudio sobre el discurrir de las representaciones sociales de la felicidad en el curriculum escolar*. (Tesis para obtener grado de Magister en Educación. <http://repositorio.uc.cl/xmlui/handle/11534/15780>
- Trujano, M. M. (2013). El hedonismo y las felicidades efímeras. *Sociológica*, 28 (79), 79-109. <http://www.scielo.org.mx/pdf/soc/v28n79/v28n79a3.pdf>
- Uchida, Y., & Ogiwara, Y. (2012). Personal or interpersonal construal of happiness: A cultural psychological perspective. *International Journal of Wellbeing*, 2(4), 354-369. doi:10.5502/ijw.v2.i4.5
- Uriarte, J. D. (2005). En la transición a la edad adulta. Los adultos emergentes. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 3(1), 145-160. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349832310013>

- Serrano, I. (2022). Canasta básica asciende a 11 mil 500 pesos en primer semestre de 2022. Universidad de Guadalajara. <https://www.udg.mx/es/noticia/canasta-basica-asciende-11-mil-500-pesos-en-primer-semester-de-2022>
- Schaie, K. (1977). Toward a stage theory of adult cognitive development. *Journal aging and human development*, 8 (2). doi: 10.2190/1TEA-M6PK-28A0-49HV
- Vera, P. y Celis, K. (2010). Evaluación de la felicidad: Análisis psicométrico de la Escala de Felicidad Subjetiva en Población Chilena. *TERAPIA PSICOLÓGICA*, 29 (1), 127-133. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-48082011000100013
- Vázquez, C. y Cantú, R. (2020). El endeudamiento y la deuda pública. El impacto en las generaciones presentes y futuras. Centro de Investigación Económica y Presupuestaria. <https://ciep.mx/el-endeudamiento-y-la-deuda-publica-el-impacto-en-las-generaciones-presentes-y-futuras/>
- Veenhof, R. (1984). *Conditions of Happiness*. doi:10.1007/978-94-009-6432-7
- Veenhof, R. (1991). Questions on Happiness: Classical topics, modern answers, blind spots. *Pergamon Press*, 7-26. <https://repub.eur.nl/pub/16149/>
- Vela, F. (2013). Los procedimientos básicos de recolección como técnica y método en Tarrés (Ed.), *Observar escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social* (pp. 63-88). El colegio de México y FLACSO
- Wagner, W. (1998). Social Representations and beyond: Brute Facts, Symbolic Coping and Domesticated Worlds. *Culture & Psychology*. 1998;4(3):297-329. doi:[10.1177/1354067X9800400302](https://doi.org/10.1177/1354067X9800400302)
- World Health Organization (2022). COVID-19 pandemic triggers 24% increase in prevalence of anxiety and depression worldwide. *News release*. <https://www.who.int/news/item/02-03-2022-covid-19-pandemic-triggers-25-increase-in-prevalence-of-anxiety-and-depression-worldwide>
- Zapata, R.; Cano, A. y Moyá, J. (2002). Tareas del desarrollo en la edad adulta. *Psiquis*, 23 (5), 185-197. http://madrid.quned.es/archivos_publicos/webex_actividades/4805/bienestarivj2.pdf

Indice de tablas y figuras

Tabla 1

Características de los participantes del grupo 1..... 30

Tabla 2

Características de los participantes del grupo 2.....30

Figura 1

Estructura de las Representaciones Sociales de Felicidad.....175

ANEXOS

1. Guía De La Entrevista

Cuándo piensas en la felicidad, ¿cómo te imaginas que puede ser? ¿cómo te imaginas que puede ser la felicidad?

Si piensas en lo que es la felicidad ¿cómo podrías definirla? ¿Qué es la felicidad?

Si pudieras pensar en la infelicidad ¿cómo podría definirse o qué la caracterizaría?

Desde tu punto de vista, ¿crees que es posible lograr vivir la felicidad? ¿Por qué?

¿De qué o de quién depende la felicidad?

¿Qué piensas de la frase “la felicidad depende de uno mismo”?

¿Cómo te percibes tú cuando te sientes feliz? ¿Crees que eres la misma persona que cuando no lo eres?

Si piensas en este momento de tu vida, ¿crees que has logrado lo necesario para considerarte una persona feliz? ¿Por qué?

¿Te hace falta conseguir o lograr algo para sentirte feliz? ¿Qué sería? ¿Qué planeas hacer para lograrlo?

¿Cómo definirías a la felicidad con relación al tiempo? ¿Crees que es algo temporal o permanente?

Desde tu punto de vista ¿crees que la felicidad es algo que depende de tus decisiones?

¿crees que depende de lo que tú hagas?

¿Qué cosas crees que proporcionan felicidad?

¿Qué cosas crees que pueden causar infelicidad?

¿Qué condiciones de vida crees que debe tener una persona para que pueda ser feliz? (ejemplo, vivienda, salud, ingreso económico, empleo, etc.)

Desde tu punto de vista ¿cómo se siente una persona feliz?

¿Qué emociones crees que experimenta una persona que no es feliz?

Si pudieras pensar desde tus emociones ¿cómo podría sentirse o vivirse emocionalmente la felicidad?

¿Crees que la felicidad sólo contiene emociones positivas? Si no es así ¿Qué otras emociones puede experimentar una persona feliz?

¿Tú crees que todas personas son felices?

¿Por qué tipo de cosas crees que una persona no es feliz?

¿Qué cosas crees que hace una persona para ser feliz?

De acuerdo a lo que tú crees ¿Cuándo una persona es feliz qué cosas hace?

¿Crees que una persona feliz tiene alguna forma de expresar sus emociones? ¿Cómo sería?

¿Cómo se comporta cuando se siente infeliz?

¿Consideras que las expectativas de la sociedad respecto a lo una persona debe lograr o tener influye en la felicidad? ¿Por qué piensas eso?

¿Crees que la idea de felicidad que tenemos es siempre la misma o consideras que puede cambiar? ¿De qué dependería este cambio?

Si pudieras categorizar o jerarquizar las cosas o situaciones que podrían darte mayor felicidad, ¿cuáles serían y por qué?

¿Qué valores consideras que se asocian con una persona feliz?

Es común ver en las redes sociales, películas, etc. que el viajar, comprar cosas o vestir de cierta manera, tener experiencias como ir al cine o algún concierto hace que las personas sean felices ¿qué piensas tú de eso? ¿De qué depende que disfruten eso? ¿hay alguna de esas cosas que te haga sentirte feliz a ti?

¿Crees que la educación influye en que una persona pueda ser más o menos feliz? ¿Por qué piensas eso?

¿Y el nivel educativo?

¿Qué papel juega tu crecimiento personal en la felicidad?

¿Tu formación, especialización o el aprendizaje de nuevas habilidades influyen en tu felicidad? si es así ¿cómo influyen?

Desde tu punto de vista ¿qué importancia tiene el contar con un buen empleo? ¿cómo sería ese empleo?

¿Consideras que el ingreso económico es importante para ser feliz? ¿Por qué? (identificar la satisfacción de las necesidades, deseos y expectativas)

¿Qué necesidades necesitas cubrir económicamente hablando para poder sentirte feliz?

¿Consideras que si tuvieras más dinero serías más feliz?
¿Por qué crees eso?

¿Crees que influye de alguna manera la formación profesional de una persona en la felicidad y si es así, de manera forma influye?

¿Crees que la felicidad y el éxito se relacionan?
¿De qué manera?

¿Crees que el tener un plan de vida o tener metas en la vida apoya a una persona a sentirse feliz?

En tu caso ¿tienes un plan o metas?

¿Qué relación tiene el cumplir las metas que una persona se propone con su felicidad?

Hablando de bienes materiales ¿cuáles consideras que una persona requiere tener para poder ser feliz?

¿el estilo de vida que tienes crees que te ayuda a ser feliz? ¿Cambiarías algo? ¿Qué sería?E

¿Las condiciones de vida que hay en la sociedad en la que vivimos consideras que permite o propicia la felicidad de una persona? ¿Por qué crees eso?

¿El ritmo de vida de esta sociedad influye de alguna manera en la felicidad de las personas?

¿Cómo crees que influye la salud en la felicidad?

Hablando de la salud mental ¿Qué cosas consideras que una persona debe cuidar para su felicidad?

En tu caso ¿qué acciones empleas para cuidar tu salud?

En los últimos años nos tocó vivir como sociedad la pandemia, ¿Ha influido de alguna manera en tu felicidad?

¿Consideras que una persona puede ser feliz, aún con situaciones adversas en su vida? ¿Por qué crees eso?

En tu experiencia personal ¿qué papel tendría apoyar a personas que necesitan de tu ayuda para la felicidad?

En tu caso personal ¿practicar alguna acción social? ¿cuál es la razón por la que realizas esa acción?

¿Qué papel crees que tiene el tener una pareja estable para sentirte feliz?

¿Cómo sería esa pareja?

¿Qué papel tiene la familia en la felicidad de una persona? ¿Qué condiciones crees que deba haber en la familia para que se sienta feliz una persona?

¿Cómo consideras que deben ser las relaciones personales de una persona para que se considere como feliz? ¿Con quiénes se relaciona de esa manera una persona feliz?

¿Tú consideras que la religión o la espiritualidad son importantes para que una persona sea feliz? ¿Por qué lo crees así?

* ¿Consideras que una persona que no es feliz, es infeliz? ¿Por qué crees eso?

* ¿Crees que haya personas que consideren eso?

¿Qué piensas de las personas que dicen ser siempre positivas? ¿Crees que eso les ayuda a ser más felices?

¿Consideras que haya personas que eviten sentirse mal para lograr su felicidad?

¿Qué cosas crees que hacen para evitar sentirse mal o experimentar emociones negativas?

¿Por qué crees que tratan de evitar sentirse de esa manera?

¿Crees que haya algunas consecuencias negativas por realizar estas acciones? ¿Cuáles serían estas consecuencias?

¿Las redes sociales influyen en la percepción sobre la felicidad o en cómo la buscamos?

¿Por qué crees que haya libros, películas, cursos, redes sociales que hablen acerca de la felicidad?

¿Crees que la forma en la que se promueve o se explica la felicidad en estos medios afecta la felicidad?

¿Hay una forma para ser felices?

¿Qué pasa si no se alcanza la felicidad?

¿Para la sociedad qué considera que es la felicidad?

¿Crees que la felicidad que vive en México es diferente a la de una persona de otro país?

¿Qué crees que sea diferente?

¿En tu caso, dónde o cómo crees que aprendiste todo lo que sabes de la felicidad?

2. Consentimiento informado

Yo _____ declaro que he sido informado(a) e invitado(a) a participar en esta investigación acerca del significado de la felicidad. Entiendo que puedo contestar o no a las preguntas que se establezcan, en cualquier momento puedo abandonar la entrevista que se me va a realizar. Sé que mis respuestas serán únicamente utilizadas para fines académicos, mi identidad no será revelada de ningún modo, ni será revelado cualquier dato que pudiera ayudar a que se me identificara. Sé también que el investigador puede pedirme en algún momento determinado volver a entrevistarme, si lo requiriera para profundizar alguna respuesta.

Se me ha prometido que al finalizar el trabajo de investigación, recibiré un escrito en el que podré observar cuál es el significado que tenemos sobre la felicidad, ya sea a manera de tesis o de un artículo que pueda leer y entender.

Fecha

Firma