

ESTUDIO DE LA UNIVERSIDAD DE SAN FRANCISCO

Las experiencias valen oro

Aseguran que invertir dinero en actividades como ir al cine o a la cancha da más felicidad que los bienes materiales.

Hacer o tener, esa es la cuestión. ¿Comprarse un celular nuevo o disfrutar una excelente obra de teatro? ¿Qué hace más feliz a las personas? Un equipo de psicólogos de la Universidad del Estado de San Francisco, en Estados Unidos, concluyó que, a largo plazo, las experiencias hacen más feliz a la gente que los bienes materiales.

Ryan Howell, responsable del estudio, afirmó que la alegría inicial de adquirir un objeto, como un auto nuevo, por ejemplo, se va desvaneciendo a medida que uno se acostumbra a verlo todos los días. Por el contrario, las experiencias, como ir a la cancha, a un recital o a comer afuera, siguen brindando felicidad a largo plazo a través de la memoria.

Para la investigación, entrevistaron a 154 estudiantes, de un promedio de 25 años. Les preguntaron por las inversiones



COMPARTIR CON OTRAS PERSONAS HACE QUE UNO SE SIENTA VIVO, AFIRMAN.

que habían hecho en los últimos 3 meses que les hayan dado placer. Los que relataron experiencias mostraron una satisfacción mayor en el momento en que se produjo y también después.

Asimismo, las experiencias hicieron más felices que los objetos a las personas del entorno de los encuestados. La sensación de cercanía con la familia y los

amigos es otra de las razones por las que los expertos creen que las experiencias dan más felicidad.

"La mayoría de nuestras experiencias implican a otros individuos: ir con alguien a comer afuera o comprar un ticket de más para un show. Las personas llenan así su necesidad de vinculación social", explicó Howell.

Otra de las razones por las

que las experiencias "llenen" más que los bienes materiales, advirtieron los psicólogos, es que las personas sienten una mayor sensación de vitalidad durante las experiencias y cuando las recuerdan. "Por más linda que sea tu computadora nueva, no va a hacerte sentir vivo", ejemplificó Howell.

El estudio asegura, además, que las personas se adaptan a las nuevas "adquisiciones" en seis u ocho semanas, hasta un máximo de tres meses. Eso significa que el placer inicial que nos da una nueva posesión material generalmente desaparece en cuestión de meses.

Thomas Gilovich, presidente del Departamento de Psicología de la Universidad de Cornell, afirmó que las experiencias forman "poderosos recuerdos que uno no cambiaría por nada del mundo".

De todos modos, los psicólogos hicieron una salvedad: "Cuando las personas están cerca de la línea de pobreza, suelen obtener más satisfacción con los bienes materiales. Invertir en experiencias de vida se vuelve más fuerte a medida que uno mejora su situación socioeconómica". ■