

# La Felicidad Sobre las experiencias y los objetos materiales

Jhoan Gonzalez /45161038

Carlos Cruz/ 45161054

Se tiene presente que los objetos materiales, al ser durables, nos dan felicidad a largo plazo más que una experiencia que dura 2 días o una semana, pero, según estudios, eso es totalmente erróneo.

El doctor Thomas Gilovich, profesor de psicología en la Universidad de Cornell, afirma que “el enemigo de la felicidad es la adaptabilidad” <sup>1</sup>, pues a pesar de que comprar cosas nuevas es una experiencia emocionante, al final uno se resulta adaptando a estos objetos, lo que a futuro termina de saturar. En contrario con experiencias de viajes o adquirir nuevas habilidades, al terminar la experiencia, esta hace parte de uno y de lo que somos. En cuanto a experiencias negativas, a futuro, estas se convierten en anécdotas, a veces divertidas, que ayudan a la formación del carácter.

Otra cosa a tener en cuenta son las experiencias compartidas, pues gracias a estas, se sienten conexiones más cercanas a las personas con las que se viven estas experiencias. Las empresas y campañas políticas deberían asumir recursos a las vivencias compartidas, por ejemplo, vacaciones pagadas, inversiones en centros culturales o espacios abiertos en los que se pueden propiciar diferentes tipos de experiencias.

En parte es cierto que el dinero produce la felicidad, pues gracias a este se puede acceder a las experiencias ya sea para comprar elementos materiales o para compartir un momento con alguien, pero la clave está en gastarlo correctamente. Hay que tener en cuenta que una cena con un amigo es más barata que un objeto nuevo. Michael Norton, profesor de la Escuela de Negocios de Harvard dice: “Parece extraño que las cosas que desaparecen pueden hacerte más feliz que las cosas que permanecen”<sup>2</sup>.

Norton también enfatiza en que muchas veces es más emocionante una experiencia nueva, que comprar un nuevo televisor, pues comparando una cita con un televisor se tiene que:

- Antes de la cita se siente una emoción indescriptible, antes de que llegue un televisor o comprarlo, se siente la angustia de si realmente lo vale y más cuando llega, que al abrirlo pierde su valor.

Norton argumenta también que antes de que ocurran las cosas, nos hace más feliz el imaginarlas que cuando ocurren.

La ciencia dice que es mejor gastar tu dinero en experiencias y no en cosas Excelsior - Dinero en Imagen, 2019.

## ARTICULOS DE CONSULTA

<https://www.dineroenimagen.com/tu-dinero/la-ciencia-dice-que-es-mejor-gastar-tu-dinero-en-experiencias-y-no-en-cosas/54264#:~:text=Foto%3A%20Favim.com-,La%20ciencia%20dice%20que%20es%20mejor%20gastar%20tu,experiencias%20y%20no%20en%20cosas&text=%20Existe%20una%20creencia%2C%20muy%20l%C3%B3gica,durante%20un%20periodo%20m%C3%A1s%20largo.>

El dinero realmente puede comprar la felicidad, dice profesor de Harvard. Patrick Gillespie 20 Noviembre, 2015. [https://cnnespanol.cnn.com/2015/11/20/el-dinero-realmente-puede-comprar-la-felicidad-dice-profesor-de-harvard/#:~:text=El%20dinero%20realmente%20puede%20comprar%20la%20felicidad%2C%20dice%20profesor%20de%20Harvard,-Por%20Patrick%20Gillespie&text=NUEVA%20YORK%20\(CNNMoney\)%20%E2%80%94%20BF,dicho%2C%20la%20respuesta%20es%20no.&text=Resulta%20que%20las%20personas%20generalmente,vez%20de%20gastarlo%20en%20cosas.](https://cnnespanol.cnn.com/2015/11/20/el-dinero-realmente-puede-comprar-la-felicidad-dice-profesor-de-harvard/#:~:text=El%20dinero%20realmente%20puede%20comprar%20la%20felicidad%2C%20dice%20profesor%20de%20Harvard,-Por%20Patrick%20Gillespie&text=NUEVA%20YORK%20(CNNMoney)%20%E2%80%94%20BF,dicho%2C%20la%20respuesta%20es%20no.&text=Resulta%20que%20las%20personas%20generalmente,vez%20de%20gastarlo%20en%20cosas.)