



Suma Psicológica

ISSN: 0121-4381

sumapsi@konradlorenz.edu.co

Fundación Universitaria Konrad Lorenz

Colombia

Mola, Débora Jeanette; Reyna, Cecilia; Godoy, Juan Carlos
El rol de la envidia benigna y maligna en la toma de decisiones estratégicas
Suma Psicológica, vol. 22, núm. 1, enero-junio, 2015, pp. 53-61
Fundación Universitaria Konrad Lorenz
Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=134238610006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

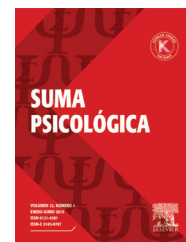
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



SUMA PSICOLÓGICA

www.elsevier.es/sumapsicol



El rol de la envidia benigna y maligna en la toma de decisiones estratégicas

Débora Jeanette Mola*, Cecilia Reyna y Juan Carlos Godoy

Centro de Investigaciones de la Facultad de Psicología (CIPSI), Grupo Vinculado al Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad (CIECS), Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Historia del artículo:

Recibido el 13 de junio de 2014

Aceptado el 30 de enero de 2015

Palabras clave:

Envidia maligna

Envidia benigna

Toma de decisiones

Juego del Ultimátum

R E S U M E N

Este trabajo se propone examinar la influencia de las envidias benigna y maligna en las ofertas del proponente en condición de envidiado y envidioso en el Juego del Ultimátum en 172 estudiantes universitarios de Córdoba, Argentina. Se empleó un diseño factorial interindividual 2 (tipo de envidia: maligna y benigna) $\times$ 2 (condición del participante: envidiado y envidioso) con un grupo adicional de control absoluto. Se compararon las ofertas en el Juego del Ultimátum según la condición experimental. No se observaron diferencias estadísticamente significativas entre las distintas condiciones. Sin embargo, se observó que la preocupación por ser envidiado se relacionó positivamente con las ofertas en el juego.

© 2014 Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Publicado por Elsevier España, S.L.U. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

The role of benign and malicious envy in making strategic decisions

A B S T R A C T

This study aimed to examine the influence of benign and malicious envy upon offers from proponents with envious and envied status in the Ultimatum Game. Participants were 172 university students from Cordoba (Argentina). A factorial inter-subject 2 (type envy: benign and malicious) $\times$ 2 (condition of the participant: envied and envious) design was used, with an additional absolute control group. Offers in the Ultimatum Game were compared according to experimental condition. No statistically significant differences were observed between the different conditions. Nevertheless, the fear of being envied was positively associated with offers in the Ultimatum Game.

© 2014 Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Published by Elsevier España, S.L.U. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons CC BY-NC ND Licence (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Keywords:

Malicious envy

Benign envy

Decision-making

Ultimatum Game

*Autor para correspondencia.

Correo electrónico: deboramola@gmail.com (D. Jeanette Mola).

La envidia ha sido estudiada como una experiencia frustrante que puede desencadenar comportamientos dañinos; por ejemplo, la disposición a perder dinero, si el envidiado pierde aún más (Zizzo, 2002). No obstante, dado que la tendencia a sentir envidia es un fenómeno generalizado (Smith & Kim, 2007), es plausible que los seres humanos hayan desarrollado un mecanismo para evitar sus efectos destructivos. Al respecto, Foster (1972) sostiene que las personas que temen ser envidiadas compartirían su ventaja con el envidioso. Incluso Van de Ven, Zeelenberg y Pieters (2010) observaron que las personas envidiadas incrementaban su comportamiento de ayuda hacia las personas potencialmente envidiosas. Es decir, el temor o la preocupación por ser envidiado podrían ocasionar que las personas actúen prosocialmente, para apaciguar a los envidiosos.

Envidia

La envidia es considerada una experiencia hedónicamente desagradable. Esta emoción surge cuando una persona carece de un atributo deseado y se caracteriza por el anhelo de que la persona que lo posee lo pierda o se vea perjudicada (Parrott & Smith, 1993). La condición mínima para que se desencadene la envidia es la comparación social ascendente (por ejemplo, Smith, Parrott, Diener, Hoyle & Kim, 1999). A su vez, Smith et al. (1999) sostienen que esta emoción se caracteriza por sentimientos de inferioridad, injusticia y mala voluntad. Así, los sentimientos de inferioridad se desencadenan a partir de la comparación social ascendente, la cual provoca una disminución en la autoestima. Mientras que los sentimientos de injusticia se originan cuando la otra persona (similar en la mayoría de los aspectos a la persona envidiosa) goza de una ventaja importante. Ahora bien, cuando dicha ventaja es considerada inalterable, aparecen los sentimientos de mala voluntad (Parrott & Smith, 1993).

Si bien las investigaciones se han centrado tradicionalmente en el estudio de la envidia como una emoción homogénea, varios autores han propuesto la existencia de dos formas de envidia: maligna y benigna (por ejemplo, Van de Ven, Zeelenberg & Pieters, 2009, 2012). En este sentido, considerando que las emociones tienen un función pragmática mediante la preparación y motivación para las acciones (Zeelenberg & Pieters, 2006), se señala que los dos tipos de envidia se caracterizan por poseer contenidos experienciales distintos y desencadenar comportamientos diferentes (Van de Ven et al. 2009, 2010). Así, Van de Ven et al. (2009) reportaron que la experiencia de envidia benigna motivaba a la persona envidiosa a realizar mejoras sobre sí mismo (en el atributo deseado) para alcanzar la posición superior en la que se encontraba el envidiado, mientras que en la experiencia de envidia maligna la motivación del envidioso estaba dirigida a “tirar hacia abajo” o a una posición inferior al envidiado. Adicionalmente, Van de Ven et al. (2012) sostienen que los tipos de envidia se pueden distinguir a partir de los aspectos valorativos de merecimiento y potencial de control.

Incluso, en un estudio realizado por nuestro grupo, se evidenció que las personas describen diferentes tipos de envidia (benigna y maligna) cuando reportan haber experimentado

esta emoción. Los participantes que experimentaron envidia benigna se sintieron más inspirados por la persona a la que envidiaron y felicitaron más a la otra persona por su éxito. En cambio, los participantes que experimentaron envidia maligna se sintieron más distantes de la persona a la que envidiaban y sintieron dicha experiencia como más frustrante. A su vez, se observó que los dos tipos de envidia se distinguen a partir de los aspectos valorativos de merecimiento, poder propio y estado situacional (Mola, Reyna & Godoy, 2014).

Rol de la envidia en la toma de decisiones en situaciones estratégicas

Las teorías clásicas concebían la toma de decisiones (TD) como un proceso mental racional (Bernoulli, 1954). Desde este punto de vista, la racionalidad es entendida como coherencia formal, relacionada con las leyes de la probabilidad y los axiomas de la teoría de la utilidad; se considera que las decisiones óptimas son producto del comportamiento racional que realiza una persona. Incluso, los modelos económicos clásicos asumen que las decisiones pueden verse influidas por las consecuencias de las emociones esperadas. Dichas emociones se desencadenan como consecuencia de los resultados asociados a diferentes posibles cursos de acción, es decir, son experimentadas cuando los resultados de una decisión se materializan y no cuando se produce la decisión, ya que en ese momento solo son cogniciones de futuras emociones. Sin embargo, las teorías clásicas omiten la influencia de las emociones inmediatas en la TD, esto es, las emociones que son experimentadas al momento de tomar la decisión (Rick & Loewenstein, 2008).

Por otra parte, a fines de la década de los años setenta, Kahneman y Tversky (1979) presentaron un trabajo seminal denominado *Prospect Theory: Analysis of Decision Under Risk*, el cual contribuyó a reformular la concepción que se tenía sobre los procesos de TD y puso énfasis particular en la comprensión de los aspectos psicológicos de la decisión. Si bien el trabajo de heurísticos y sesgos no logró generar una teoría unificada, originó una tendencia a incorporar el estudio de las emociones inmediatas como parte del proceso de TD (Angie, Connelly, Waples & Klugyte, 2011). Así numerosos estudios comenzaron a indagar el rol de emociones específicas sobre la TD (por ejemplo, Pfister & Böhm, 2008). Por ejemplo, De Hooge, Zeelenberg y Breugelmans (2007) examinaron el efecto de dos emociones negativas (culpa y vergüenza) en la TD cooperativas mediante el Juego del Give-Some. Los autores observaron que los participantes que sintieron culpa contribuyeron más que los participantes en la condición vergüenza y control.

A su vez, Zeelenberg y Pieters (2006) intentaron explicar las desviaciones del modelo clásico comparando las consecuencias del comportamiento de arrepentimiento y decepción, y encontraron efectos conductuales y contenidos experienciales diferentes para las dos emociones específicas. Esto contribuye a la explicación de las consecuencias conductuales, las cuales dependen de cómo surge la emoción y cómo se siente la persona que toma decisiones. Además, considerando que la envidia es una experiencia emocional que surge a partir de la valoración de la ventaja del otro como inmerecida (envidia maligna) o merecida (envidia benigna), Pfister y Böhm (2012)

proponen que puede desencadenar respuestas cooperativas o egoístas, y plantean que resulta importante estudiar su rol en situaciones de interacción estratégica.

En el marco de la economía experimental (Camerer, 2003), una de las tareas clásicas que permite evaluar respuestas en situaciones estratégicas y medir el comportamiento de cooperación (Fehr & Schmidt, 1999) es el Juego del Ultimátum (JU) (por ejemplo, Güth, Schmittberger & Schwarz, 1982). En la versión más simple participan dos jugadores; uno de ellos (proponente) hace una oferta sobre cómo distribuir el dinero, y el otro (respondedor) puede aceptar o rechazar la oferta; si la acepta, ambos ganan la cantidad ofertada por el proponente, y si la rechaza, los dos pierden el dinero.

En estas situaciones resulta relevante indagar las ofertas de los jugadores cuando surgen distribuciones desiguales de dinero, ya que podrían desencadenar emociones como la envidia. Sin embargo, son escasos los estudios que han comprendido el rol de la envidia en las decisiones que se adoptan en esos juegos (Kirchsteiger, 1992). Recientemente, Pfister y Böhm (2012) indagaron el rol mediacional de la envidia en las elecciones del respondedor empleando una modificación del JU. En este juego, la envidia se experimentó cuando las ofertas del proponente fueron desiguales para el respondedor y el tercer jugador. No obstante, solo se abordó la envidia en su faceta negativa.

Otro aspecto escasamente indagado en el campo de estudio de la envidia es el comportamiento de las personas envidiadas. Parrott y Rodríguez-Mosquera (2008) sostienen que las personas envidiadas utilizan diferentes mecanismos para evitar las consecuencias negativas de la envidia; por ejemplo, demostrar al envidioso que es superior en otro dominio. A su vez, Van de Ven et al. (2010) desarrollaron experimentos en los cuales las personas que podrían ser envidiadas eran más propensas a ayudar a una persona potencialmente envidiosa (por ejemplo, recoger borradores que se habían caído accidentalmente). Sin embargo, el comportamiento de ayuda solo se incrementaba si la envidia era considerada como potencialmente maliciosa.

Además, se demostró que las personas envidiadas solo ayudaban a los individuos potencialmente envidiosos. Estos resultados concuerdan con la hipótesis planteada por Foster (1972), que señala que las personas que temen ser envidiadas compartirían su ventaja con las envidiosas. En este sentido, el miedo o la preocupación por ser envidiado malignamente (pero no benignamente) hace que las personas actúen de manera más prosocial (Van de Ven et al., 2010). Es decir, que las personas parecen tener una motivación para apaciguar a los envidiosos y evitar los efectos negativos de la envidia.

A la fecha, según nuestro conocimiento, no se han desarrollado estudios que examinen el rol de la envidia en la condición de proponente en juegos como el JU, ya sea como persona que envidia o es envidiada, y menos aún que distingan entre envidia benigna y maligna. De esta manera, el presente trabajo se propone comprender el rol de las envidias benigna y maligna en la toma de decisiones estratégicas. Nuestra hipótesis es que las personas en la condición de envidiados ofertarían valores más altos que los envidiosos, pero solo si creen ser envidiados malignamente y no benignamente. Además, se espera que la preocupación por ser envidiado malignamente desencadene un incremento en los valores ofertados en el JU.

Método

Diseño

Se empleó un diseño factorial interindividual 2 (tipo de envidia: maligna y benigna) $\times$ 2 (condición del participante: envidiado y envidioso), con un grupo adicional de control absoluto (diseño factorial incompleto, Trochim & Donnelly, 2007). A partir de una tarea de preguntas múltiple opción, se determinó la conformación de los grupos experimentales:

- Grupo envidiado malignamente. El participante tuvo peor desempeño que el compañero asociado (CA, identidad oculta), él recibió incentivo y el CA no, se le informó que el CA conocía su resultado.
- Grupo envidiado benignamente. El participante tuvo mejor desempeño que el CA, solo él recibió incentivo, se le informó que el CA conocía su resultado.
- Grupo envidioso malignamente. El participante tuvo mejor desempeño que el CA pero no recibió incentivo, el CA sí recibió incentivo.
- Grupo envidioso benignamente. El participante tuvo peor desempeño que el CA y no recibió incentivo, el CA sí recibió incentivo.
- Grupo control. El participante y el CA tuvieron el mismo desempeño, ambos recibieron incentivo.

La variable dependiente fue la cantidad de dinero entregada en un único ensayo del JU (versión modificada por Martínez, Zeelenberg & Rijsman, 2011).

Participantes

La muestra se compuso de 172 estudiantes universitarios de 18 a 31 años de edad ($M = 20.95 \pm 2.48$) de distintos sexos (107 [62.6%] mujeres, 63 [36.8%] varones y 1 [0.6%] otro) que cursaban en diferentes unidades académicas de la Universidad Nacional de Córdoba. El muestreo fue autoelegido, ya que fue decisión de las personas participar o no en el estudio (Sterba & Foster, 2008). Se cumplieron las normativas éticas sobre información de las características del estudio, confidencialidad y consentimiento informado.

Instrumentos

Tarea de inducción emocional (versión modificada de la tarea empleada por Van de Ven et al., 2010). La tarea se segmentó en tres partes. La parte A implicó la resolución de siete preguntas difíciles de múltiple opción sobre conocimiento general (apéndice, tabla A1). Se informó al participante que otro individuo de la sala sería su CA. El compañero no existía realmente, pero se procuró hacer creíble esa situación. Luego, cada participante recibió información sobre las puntuaciones propia y del CA. Además, se indicó que algunos participantes habían recibido un incentivo monetario para evaluar si ello incidía en el desempeño en una tarea posterior. El incentivo monetario fue de

\$10. En la parte B se chequeó la manipulación emocional (apéndice, tabla A2). La parte C incluyó preguntas referidas a la situación generada a raíz del incentivo monetario (apéndice, tabla A3).

Versión Giving del Juego del Ultimátum (Martínez et al., 2011). En ella, cada participante tenía que dividir una cantidad de dinero que tenía disponible, teniendo en cuenta que, si la propuesta era aceptada, él y el receptor obtenían la cantidad ofertada, pero si el receptor rechazaba la oferta, ambos perdían. Los participantes recibieron la indicación de que la mitad de ellos habían sido seleccionados aleatoriamente para ser proponentes y la otra mitad para ser receptores, aunque todos fueron proponentes. Además, se les explicó que jugarían con el compañero con el que habían sido asociados en la tarea de inducción emocional. Las respuestas se recabaron por escrito.

Test Laberintos de Porteus. Compuesto por 10 laberintos (Marino, Fernández & Alderete, 2001), se utilizó como tarea distractora.

Escala de Envidia Disposicional (DES) (Smith et al., 1999). Mide la tendencia a sentir envidia. Comprende ocho ítems con un formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos (1 = muy en desacuerdo; 5 = muy de acuerdo). Estudios originales de la escala evidenciaron su unidimensionalidad, y resultó también una medida con adecuadas propiedades de consistencia interna (alfa de Cronbach = .83 a .86) y estabilidad (correlación test-retest de .80). En estudios conducidos por nuestro grupo de investigación se replicó la estructura unidimensional de la escala y se obtuvo evidencia de adecuadas propiedades de confiabilidad (Mola, Saavedra & Reyna, 2014). Para este estudio, se obtuvo $\alpha = .81$.

Psychological Entitlement Scale (PES) (Campbell, Bonacci, Shelton, Exline & Bushman, 2004). Evalúa el derecho psicológico como fenómeno intrapsíquico global. Esta escala está compuesta por nueve ítems con un formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos (1 = muy en desacuerdo; 5 = muy de acuerdo). Dicha escala se examinó en el contexto local evidenciando propiedades psicométricas adecuadas (Mola, Saavedra, Reyna & Belaus, 2013). Los análisis factoriales exploratorios y confirmatorios evidenciaron que ocho de los nueve ítems que comprendía la escala original mostraron una estructura unifactorial, con adecuadas cargas factoriales y/o pesos de regresión. En cuanto a la consistencia interna, se observaron valores aceptables (entre $\alpha = .86$ y $\alpha = .81$). Para este estudio, fue $\alpha = .79$.

Procedimiento

Primero se tradujeron los ítems originales (apéndice, tablas A4 y A5) de la tarea de inducción emocional de inglés a español mediante el procedimiento de traducción inversa (Vergara & Balluerka, 2000), y se evaluó la comprensión de los ítems.

El estudio en sí implicó 17 sesiones grupales (cuatro a 12 personas), aunque la evaluación fue individual. Se realizaron en el Laboratorio de Informática de la Facultad de Psicología. Primero, se brindaron instrucciones generales y se solicitó el consentimiento informado vía escrita. Segundo, se realizó la parte A de la tarea de inducción emocional. Luego, los participantes resolvieron el Test de Porteus mientras se puntuaban sus respuestas en la tarea de inducción. Tercero, los par-

ticipantes recibieron su puntuación, la de su CA y el incentivo monetario de \$10 (condición experimental: envidiado y control) y respondieron a las preguntas de chequeo de manipulación emocional (parte B). Cuarto, se realizó el JU. Quinto, se condujo la parte C de la tarea de inducción emocional. Por último, los participantes respondieron a las escalas DES y PES y completaron datos sociodemográficos. Al finalizar la sesión experimental, los participantes recibieron información acerca de las condiciones experimentales a las que se habían sometido (Cook & Yamagishi, 2008). Además, recibieron un número para participar en un sorteo de entradas al cine.

Análisis de datos

Inicialmente, se seleccionó a los participantes que puntuaron según lo esperado en las preguntas de inducción emocional. Luego, se realizaron análisis descriptivos. Posteriormente, se condujeron análisis de comparación de grupos para evaluar la inducción emocional, la cantidad de dinero ofertado en el JU, el grado de preocupación por la envidia que pudiera sentir su CA, la envidia disposicional y el derecho psicológico. Se chequearon los supuestos de normalidad (prueba de Shapiro-Wilks) y homocedasticidad (prueba de Levene). En el caso de cumplir con los supuestos y de contar con un tamaño muestral adecuado, se emplearon pruebas paramétricas (t y F). Cuando esto no fue posible, se recurrió a pruebas no paramétricas (U de Mann-Whitney y Kruskal-Wallis). Además, se procedió a calcular el coeficiente r de Pearson para evaluar la relación entre el grado de preocupación a ser envidiado malignamente o benignamente y la cantidad de dinero ofertado por los participantes en el JU. Se estableció un nivel $\alpha = .05$. Se utilizó el programa estadístico SPSS 19.

Resultados

De la muestra total de participantes, 11 casos fueron excluidos del análisis por los siguientes motivos: 7 respondieron inadecuadamente a la consigna del JU y 1 a las escalas DES y PES; en 2 casos no se pudo chequear la recepción del incentivo monetario, y 1 participante no era estudiante de grado. Así, la muestra quedó conformada por 161 participantes, 100 mujeres (62.1%), 60 varones (37.3%) y 1 de otro sexo (0.6%), con una media de edad de 20.93 ± 2.48 años, quienes fueron asignados a los grupos experimentales.

Chequeo de la inducción emocional

Antes del análisis de datos, se optó por seleccionar a los participantes que habían puntuado según lo esperado en las preguntas de inducción emocional (tabla 1).

A partir de las puntuaciones establecidas para considerar la efectividad de la inducción emocional, los grupos experimentales quedaron conformados por un total de 58 estudiantes, 35 mujeres (60.3%), 22 varones (37.9%) y 1 de otro sexo (1.7%), con una media de edad de 20.88 ± 2.69 años (tabla 2).

Tabla 1 – Puntuaciones establecidas para la selección de los casos

N.º de ítem	Grupo experimental				Control
	Enviado		Envidioso		
	EM	EB	EM	EB	
1	5 o +	4 o –			4 o –
2	4 o –	5 o +			4 o –
1			5 o +	4 o –	
2			4 o –	5 o +	

4 o –: puntuación de 4 o menos en escala Likert de 9 puntos (1 = nada, 9 = muchísimo); 5 o +: puntuación de 5 o más en escala Likert de 9 puntos (1 = nada, 9 = muchísimo); CA: compañero(a) asociado(a); EB: envidia benigna; EM: envidia maligna.

Ítem 1, envidiado maligno: en qué medida sentirías envidia de la “mala” si estuvieras en el lugar de tu CA. Ítem 2, envidiado benigno: en qué medida sentirías envidia de la “buena” si estuvieras en el lugar de tu CA. Ítem 1, envidioso maligno: en qué medida experimentaste envidia de la “mala” en relación con tu CA. Ítem 2, envidioso benigno: en qué medida experimentaste envidia de la “buena” en relación con tu CA.

Se condujeron análisis de comparación para corroborar que los participantes presentaban puntuaciones diferentes en los ítems de chequeo de la inducción emocional. No se cumplieron los supuestos de normalidad y homocedasticidad. Además, el tamaño muestral de algunos grupos experimentales fue pequeño. En función de ello, se emplearon pruebas no paramétricas (Aron & Aron, 2001).

El análisis indicó, por un lado, una diferencia estadísticamente significativa entre los participantes en las condiciones envidiado malignamente, benignamente y control en las puntuaciones del ítem 1 ($\chi^2(2) = 19.60$; $p = .000$) y el ítem 2 ($\chi^2(2) = 27.66$; $p = .000$). Los participantes en la condición envidiados malignamente indicaron que sentirían envidia de la mala si estuvieran en el lugar de su CA en mayor medida que los participantes en la condición de envidiados benignamente y del grupo control, sin diferencias entre los últimos. Además, los participantes en la condición envidiados benignamente indicaron que sentirían envidia de la buena si estuvieran en el

lugar de su CA en mayor medida que los participantes en la condición de envidiados malignamente y los del grupo control, sin diferencias entre los últimos.

Por otro lado, el análisis demostró una diferencia estadísticamente significativa entre las condiciones envidiosos malignamente y benignamente en las puntuaciones del ítem 1 ($U = 1.5$; $p = .001$) y el ítem 2 ($U = 0.000$; $p = .001$)*. Los participantes en la condición envidiosos malignamente experimentaron envidia de la mala en relación con su CA en mayor medida que los participantes en la condición de envidiosos benignamente. Además, los participantes en la condición envidiosos benignamente experimentaron envidia de la buena en relación con su CA en mayor medida que los participantes en la condición de envidiosos malignamente.

Ofertas en el Juego del Ultimátum

Los resultados indican que no hubo una diferencia estadísticamente significativa en las cantidades ofertadas según la condición experimental. Los participantes envidiados no ofertaron cantidades mayores de dinero a su CA que los participantes envidiosos; los participantes envidiados malignamente no ofertaron mayor cantidad de dinero que los participantes envidiosos malignamente; y los participantes en la condición envidiados malignos no ofertaron una cantidad mayor de dinero que los participantes en las condiciones envidiado benigno y control. Esto es, los resultados no respaldan lo planteado en las hipótesis de investigación.

Preocupación por ser envidiado y Juego del Ultimátum

El análisis indica, por un lado, una correlación positiva y significativa entre la preocupación de ser envidiado malignamente y la cantidad de dinero ofertado ($r = .334$; $p = .043$) y, por otro, entre la preocupación de ser envidiado benignamente y la cantidad de dinero ofertado ($r = .452$; $p = .005$). Los participantes que experimentaron mayor grado de preocupación por ser envidiados, ya sea maligna o benignamente, ofrecieron mayor cantidad de dinero a su CA en el JU, tal como se había hipotetizado.

Tabla 2 – Cantidad total de participantes por grupo según la efectividad de la inducción

	Grupo experimental				Control	Total
	Envidiado		Envidioso			
	EM	EB	EM	EB		
Participantes	6 (10.3%)	17 (29.3%)	5 (8.6%)	16 (27.6%)	14 (24.1%)	58 (100%)
EB: envidia benigna; EM: envidia maligna.						

*El valor de cero se debe a que el rango de las puntuaciones de los participantes en el grupo de envidia maligna es estrictamente menor que el rango de las puntuaciones de los participantes en el grupo de envidia benigna. El análisis con ajuste por empates arroja semejantes resultados, dado que casi todos (ítem 1) o todos (ítem 2) los empates involucran a participantes del mismo grupo (Sheskin, 2000).

Preocupación por ser envidiado malignamente y benignamente

No se observaron diferencias estadísticamente significativas en el grado de preocupación por ser envidiados malignamente y benignamente entre las distintas condiciones experimentales, lo cual no apoya lo hipotetizado, ya que se esperaba que los participantes envidiados malignamente se sintieran más preocupados que los participantes envidiados benignamente y control.

Envidia disposicional y derecho psicológico (entitlement) en los envidiosos y envidiados

Los resultados indican que no hubo diferencias estadísticamente significativas en envidia disposicional y derecho psicológico entre los participantes envidiados y envidiosos, como tampoco entre los participantes envidiados (malignos y benignos) y entre los envidiosos (malignos, benignos y control).

Discusión

Este trabajo se propuso examinar la influencia de los dos tipos de envidia en las ofertas del proponente en condición de envidiado y envidioso en el JU en estudiantes universitarios de Córdoba, Argentina. Para ello se diseñó un experimento en el que se evaluó el comportamiento en el JU según la condición experimental de envidia (posición de envidia y tipo de envidia). Los resultados no indican diferencias estadísticamente significativas en los valores ofertados en el JU según las condiciones experimentales, es decir, no respaldan las hipótesis de investigación planteadas.

En primer lugar, la ausencia de diferencias en las ofertas de los participantes en el rol de proponentes según las condiciones experimentales no es compatible con el modelo teórico que enfatiza el rol de las emociones en la toma de decisiones estratégicas estudiadas en el marco del JU (Loewenstein & Lerner, 2003). Por lo que respecta al comportamiento de las personas envidiadas, se observa que ha sido escasamente indagado en el campo de estudio de la envidia (Van de Ven et al., 2010). Asimismo, el rol de la envidia en el JU generalmente se ha indagado en las elecciones del respondedor (Pfister & Böhm, 2012). Sin embargo, las respuestas que se ofrecen desde la literatura aluden a diversas explicaciones.

Por una parte, Güth, Schmidt y Sutter (2003) destacan que en la oferta del proponente la división equitativa es un fenómeno extremadamente robusto en el JU. Esto es, los jugadores tienden a ofrecer alrededor del 40 al 50% de la suma de dinero porque estas ofertas casi siempre son aceptadas. Dicho de otro modo, los proponentes son conscientes de la voluntad del respondedor de rechazar las ofertas injustas o están guiados por la preocupación de equidad y ofrecen montos considerados justos. A su vez, se sostiene que los individuos no solo están motivados por sus propios beneficios, sino también por consideraciones de justicia y equidad (Forber & Smead, 2014). Incluso, Kemp y Bolle (2013) observaron que las personas que experimentaron más envidia disposicional (DES) también mostraron mayor preferencia por la igualdad social.

Por otra parte, la intensidad de las emociones negativas se ha relacionado con las respuestas en el JU. Por ejemplo, se observó que, a menor cantidad de dinero ofertado y mayor expectativa de recibir una oferta alta, mayores son las puntuaciones de ira, desprecio y envidia que experimenta el respondedor (Bosman, Sonnemans & Zeelenberg, 2001). Además, la intensidad de las emociones negativas aumenta significativamente la probabilidad de rechazar una oferta. Se sostiene que las expectativas del respondedor pueden estar relacionadas con las normas de equidad que refieren a la división del dinero y se hipotetiza que a menor intensidad emocional mayor probabilidad de que las ofertas sean más justas (Frijda, 1988; Bosman et al., 2001).

Respecto a los resultados obtenidos en cuanto al grado de preocupación por ser envidiado y la cantidad de dinero ofertado por los participantes en el JU, se observó que los participantes que experimentaron mayor grado de preocupación por ser envidiados ofrecieron mayor cantidad de dinero a su CA en el JU. Esto concuerda con los resultados obtenidos por Van de Ven et al. (2010). No obstante, no se observaron diferencias estadísticamente significativas en el grado de preocupación por ser envidiados entre los participantes de las distintas condiciones experimentales.

Si bien es cierto que las personas que creen o temen ser envidiadas compartirían su ventaja para apaciguar a las envidiosas, Foster (1972) sostiene que a menudo es imposible, debido a que muchas ventajas no se pueden compartir (por ejemplo, la nota en un examen). Incluso, Quintanilla y López (2012) consideran que el significado de ser envidiado depende del contexto cultural específico y plantean que las personas que viven en los países occidentales sienten orgullo al ser envidiados, además de sentir preocupación por ser envidiado. Así, se propone que en nuestro medio las personas envidiadas podrían sentir orgullo en mayor medida que preocupación por ser envidiado.

Por último, en lo que concierne a la evaluación de las diferencias en la envidia disposicional (DES) y el derecho psicológico (PES), los resultados tampoco indican diferencias estadísticamente significativas en estas variables disposicionales entre los participantes de las distintas condiciones experimentales, por lo cual no fue necesario considerarlas como covariables al momento de explicar las decisiones en el JU. Más allá de este resultado, se destaca la posibilidad de contar con instrumentos válidos y confiables para la medición de estos constructos en el contexto local, los cuales aportan a la comprensión de los distintos tipos de envidia (Van de Ven, 2009).

Además de las consideraciones ya realizadas, hay otros factores que pudieron haber afectado a los resultados obtenidos. Así, por ejemplo, el uso del muestreo autoelegido pudo limitar la interpretación de los resultados, dado que no se controló la disposición inicial a cooperar o no de los participantes. Al respecto, cabe señalar que el uso de este tipo de muestreo se debió a la accesibilidad y disponibilidad de recursos humanos para la recolección de datos.

Asimismo, es posible que la deseabilidad social haya influido en las respuestas de los participantes, aspecto que no fue controlado en este estudio. Al respecto, vale señalar que las respuestas socialmente deseables pudieron afectar a la corre-

lación significativa entre las variables; por ejemplo, la relación entre la experiencia de sentir envidia y las ofertas en el JU, es decir, la deseabilidad social pudo enmascarar la verdadera relación entre las variables (Podsakoff, MacKenzie, Lee & Podsakoff, 2003). No obstante, respecto a este punto, se subraya que los instrumentos de medición eran autoaplicados y de manera anónima en todas las condiciones experimentales.

En cuanto a la inducción emocional, cabe destacar que la evaluación de la respuesta emocional se realizó mediante instrumentos de autoinforme que aportan información únicamente sobre los aspectos conscientes de la respuesta emocional (Grygolec, Coricelli & Rustichini, 2009). Además, en esta tarea puede haber influido el efecto de la demanda (Westermann, Spies, Stahl & Hesse, 1996). Es decir, es posible que los participantes hayan respondido de forma sobrevalorada y en función de lo que ellos creían que se deseaba inducir, y no lo que en realidad sentían en ese momento.

Con respecto a la implementación del JU y la inducción emocional, en esta investigación, la aplicación fue con lápiz y papel. En cambio, estudios conducidos por otros investigadores han recurrido a herramientas informatizadas (Martínez et al., 2011). A su vez, es importante considerar que el incentivo monetario utilizado en la inducción emocional fue \$10. La cantidad de este incentivo puede haber influido en la magnitud de la emoción experimentada y, por lo tanto, en el comportamiento prosocial, ya que algunos autores sostienen que hay una correlación entre la cantidad del incentivo y el efecto o magnitud de la experiencia emocional (Tykocinski & Pittman, 2001). No obstante, el impacto de la cantidad del incentivo, así como que lo hubiera o no, es un tema actual de debate científico. Los investigadores proponen considerar no solo el incentivo en sí mismo, sino su interacción con otras características del diseño experimental para lograr una mejor comprensión de su rol motivacional (Read, 2005).

Futuros trabajos podrían utilizar otros métodos para la inducción emocional. Así, para mejorar la efectividad, se podría recurrir a procedimientos como la lectura de una historia o el uso de clips de películas (e.g., Fernández Megías, Pascual Mateos, Soler Ribaudi & Fernández-Abascal, 2011). Además, considerando los aportes recientes sobre el rol de la envidia (en su faceta negativa) y otras emociones negativas en la TD, sería relevante avanzar en investigaciones que comprendan las envidias benigna y maligna tanto en el rol de persona envidiada como en el de envidiosa, y que consideren el comportamiento en diversos juegos experimentales para valorar las preferencias distributivas de los participantes (Pfister & Böhm, 2012).

Incluso vale señalar la necesidad de realizar estudios en el contexto local sobre el significado de ser envidiado, dado que las personas envidiadas podrían sentir orgullo en mayor medida que preocupación por ser envidiado (Quintanilla & López, 2012). Si bien ya hay evidencia empírica sobre similitudes entre las poblaciones, también es importante considerar que los procesos psicológicos varían entre poblaciones. Entonces, se resalta la importancia de abordar las características universales sobre una base empíricamente firme, en lugar de ignorar *a priori* las preguntas de la variabilidad poblacional (Henrich, Heine & Norenzayan, 2010).

Tabla A1 – Preguntas de la parte A para la tarea de inducción emocional

Preguntas	Opciones de respuesta
¿Cuál es la capital de Brasil?	Río de Janeiro; Brasilia; São Paulo; Curitiba
¿Cuál de estos deportes se practica desde hace 4000 años?	Boxeo; fútbol; lucha; lanzamiento de bala
¿En qué ciudad se encuentra la ciudad del Vaticano?	Pisa; Roma; Milán; Venecia
¿Qué vitamina hay en mayor porcentaje en una zanahoria?	Vitamina A; vitamina B; vitamina C; vitamina D
¿En qué país se encuentra Cusco?	Bolivia; Perú; Ecuador; Venezuela
¿Cuántos jugadores conforman un equipo de waterpolo?	4; 5; 6; 7
¿Qué es un sonámbulo?	Una persona que camina dormida; un reloj de péndulo; un bisturí; un tipo de planta

Tabla A2 – Preguntas de la parte B para la tarea de inducción emocional

¿En qué medida sentirías envidia de la “mala” si estuvieras en el lugar de tu CA?
¿En qué medida sentirías envidia de la “buena” si estuvieras en el lugar de tu CA?
¿En qué medida experimentaste envidia de la “mala” en relación con tu CA?
¿En qué medida experimentaste envidia de la “buena” en relación con tu CA?
CA: compañero(a) asociado(a). Las respuestas fueron medidas con una escala de nueve puntos: 1 = nada; 9 = muchísimo.

Tabla A3 – Preguntas de la parte C para la tarea de inducción emocional

Me preocupó que mi CA pudiera sentir envidia de la “mala”
Me preocupó que mi CA pudiera sentir envidia de la “buena”
CA: compañero(a) asociado(a). Las respuestas fueron medidas con una escala de siete puntos: 1 = para nada; 7 = muchísimo.

Tabla A4 – Preguntas originales de la parte A para la tarea de inducción emocional (Van de Ven et al., 2010)

Preguntas	Opciones de respuesta
What is the capital of Belgium?	Bruges; Brussel; Antwerp; Gent
Which of these sports was already practiced 4000 years ago?	Boxing; football; wrestling; the shot put
Which city contains Vatican city?	Pisa; Rome; Milan; Venice
Which vitamin exist in abundance in a carrot?	Vitamin A; Vitamin B; Vitamin C; Vitamin D
In which country is the Algarve located?	France; Portugal; Italy; Spain
How many players are in a underwater hockey-team?	4; 5; 6; 7
What is a somnambule?	A sleepwalker; a clock's pendulum; a scalpel; a type of plant

Tabla A5 – Preguntas originales de las partes B y C para la tarea de inducción emocional (Van de Ven et al., 2010)

You thought the other person might be maliciously envious with you
 I worried about the other person been maliciously envious
 I worried about the other person been benignly envious

Las respuestas fueron medidas con una escala de siete puntos:
 1 = Not at all; 7 = Very much.

En síntesis, en esta investigación los resultados demuestran que no hubo diferencias estadísticamente significativas entre las ofertas del JU según las condiciones experimentales. No obstante, sí se pudo observar una relación significativa entre la preocupación por ser envidiado y la cantidad de dinero ofertado, tal como se evidenció en otros contextos (Van de Ven et al., 2010). En este sentido, se destaca la necesidad de aportar mayor evidencia empírica que permita explicar los comportamientos prosociales que pueden ser desencadenados por la preocupación por ser envidiado.

REFERENCIAS

- Angie, A.D., Connelly, S., Waples, E.P., & Kligyte, V. (2011). The influence of discrete emotions on judgement and decision-making: a meta-analytic review. *Cognition and Emotion*, 25, 1393-1422. doi:10.1080/02699931.2010.550751
- Aron, A., & Aron, E.N. (2001). *Estadística para psicología*. Buenos Aires, Argentina: Pearson Education.
- Bernoulli, D. (1954). Exposition of a new theory on the measurement of risk (Trabajo original publicado en 1738). *Econometrica*, 22, 23-36. doi:10.2307/1909829
- Bosman, R., Sonnemans, J., & Zeelenberg, M. (2001). *Emotions, rejections, and cooling off in the ultimatum game* (Manuscrito inédito). Amsterdam: Universidad de Amsterdam.
- Camerer, C.F. (2003). Behavioural studies of strategic thinking in games. *Trends in Cognitive Sciences*, 7, 228-277. doi:10.1016/S1364-6613(03)00094-9
- Campbell, W.K., Bonacci, A.M., Shelton, J., Exline, J.J., & Bushman, B.J. (2004). Psychological entitlement: interpersonal consequences and validation of a self-report measure. *Journal of Personality Assessment*, 83, 29-45. doi:10.1207/s15327752jpa8301_04
- Cook, K.S., & Yamagishi, T. (2008). A defense of deception on scientific grounds. *Social Psychology Quarterly*, 71, 215-221. doi:10.1177/019027250807100303
- De Hooge, I.E., Zeelenberg, M., & Breugelmans, S.M. (2007). Moral sentiments and cooperation: differential influences of shame and guilt. *Cognition and Emotion*, 21, 1025-1042. doi:10.1080/02699930600980874
- Fehr, E., & Schmidt, K. (1999). A theory of fairness, competition, and cooperation. *Quarterly Journal of Economics*, 114, 817-868. doi:10.1162/003355399556151
- Fernández Megías, C., Pascual Mateos, J.C., Soler Ribaudi, J., & Fernández-Abascal, E.G. (2011). Validación española de una batería de películas para inducir emociones. *Psicothema*, 23, 778-785.
- Forber, P., & Smead, R. (2014). The evolution of fairness through spite. *Proceedings the Royal Society B*. doi:10.1098/rspb.2013.2439
- Foster, G.M. (1972). The anatomy of envy: a study in symbolic behavior. *Current Anthropology*, 13, 165-202. doi:10.1086/201267
- Frijda, N.H. (1988). The laws of emotion. *American Psychologist*, 43, 349-358. doi:10.1037//0003-066X.43.5.349
- Grygolec, J., Coricelli, G., & Rustichini, A. (2009). *Neuroeconomics of 3-person ultimatum game with Voting: the case of responders*. Sesión de cartel presentado en la conferencia de la Facultad de la Escuela de Graduados de la Universidad de Minnesota, Estado Unidos.
- Güth, W., Schmidt, C., & Sutter, M. (2003). Fairness in the mail and opportunism in the internet: A newspaper experiment on ultimatum bargaining. *German Economic Review*, 4, 243-265. doi:10.1111/1468-0475.00081
- Güth, W., Schmittberger, R., & Schwarz, B. (1982). An experimental analysis of ultimatum bargaining. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 3, 367-388. doi:10.1016/0167-2681(82)90011-7
- Henrich, J., Heine, S.J., & Norenzayan, A. (2010). The weirdest people in the world? *Behavioral and Brain Sciences*, 33, 1-75. doi:10.1017/S0140525X0999152X
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: Analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 263-292. doi:10.2307/1914185
- Kemp, S., & Bolle, S. (2013). Are egalitarian preferences based on envy? *The Journal of Socio-Economics*, 45, 57-63. doi:10.1016/j.socsc.2013.04.006
- Kirchsteiger, G. (1992). The role of envy in ultimatum games. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 25, 373-389. doi:10.1016/0167-2681(94)90106-6
- Loewenstein, G., & Lerner, J.S. (2003). The role of affect in decision making. In: Davidson, R.J., Goldsmith, H., & Scherer, K.R. (Eds.), *Handbook of the Affective Sciences* (pp. 619-642). New York, NY: Oxford University Press.
- Marino, J.C., Fernández, A.L., & Alderete, A.M. (2001). Valores normativos y validez conceptual del test de laberintos de Porteus en una muestra de adultos argentinos. *Revista Neurológica Argentina*, 26, 102-107.
- Martínez, L., Zeelenberg, M., & Rijsman, J.B. (2011). Behavioural consequences of regret and disappointment in social bargaining games. *Cognition & Emotion*, 25, 351-359. doi:10.1080/02699931.2010.485889
- Mola, D.J., Saavedra, B.A., Reyna, C.E., & Belaus, A. (2013). Valoración psicométrica de la psychological entitlement scale desde la teoría clásica de los tests y la teoría de respuesta al ítem. *Pensamiento Psicológico*, 11, 19-38.
- Mola, D.J., Saavedra, B.A., & Reyna, C.E. (2014). Evidences of reliability and validity of the Dispositional Envy Scale. *International Journal of Psychological Research*, 7, 73-80.
- Parrott, W.G., & Rodríguez-Mosquera, P.M. (2008). On the pleasures and displeasures of being envied. En: Smith, R.H. (Ed.), *Envy: Theory and Research* (pp.117-132). New York, NY: Oxford University Press.
- Parrott, W.G., & Smith, R.H. (1993). Distinguishing the experiences of envy and jealousy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 906-920. doi:10.1037/0022-3514.64.6.906
- Pfister, H.R., & Böhm, G. (2008). The multiplicity of emotions: A framework of emotional functions in decision making. *Judgment and Decision Making*, 3, 5-17.
- Pfister, H.R., & Böhm, G. (2012). Responder feelings in a three-player three-option ultimatum game: Affective determinants of rejection behavior. *Games*, 3, 1-29. doi:10.3390/g3010001
- Podsakoff, P.M., MacKenzie, S.B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N.P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88, 879-903. doi:10.1037/0021-9010.88.5.879
- Quintanilla, L., & López, K.J. (2013). The niche of envy: Conceptualization, coping strategies, and the ontogenesis of envy in cultural psychology. *Culture Psychology*, 1, 76-94. doi:10.1177/1354067X12464980

- Read, D. (2005). Monetary incentives, what are they good for? *Journal of Economic Methodology*, 12, 265-76. doi:10.1080/13501780500086180
- Smith, R.H., Parrot, W.G., Diener, E.F., Hoyle R.H., & Kim, S.H. (1999). Dispositional envy. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 1007-1020. doi: 10.1037/0022-3514.67.2.206
- Smith, R.H., & Kim, S.H. (2007). Comprehending envy. *Psychological Bulletin*, 133, 46-64. doi:10.1037/0033-2909.133.1.46
- Sterba, S.K., & Foster, E.M. (2008). Self-selected sample. En: Lavrakas, P.J. (Ed.), *Encyclopedia of Survey Research Methods* (pp. 806-808). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Tykocinski, O.E., & Pittman, T.S. (2001). Product aversion following a missed opportunity: Price contrast or avoidance of anticipated regret? *Basic and Applied Social Psychology*, 23, 149-156. doi:10.1207/S15324834BASP2303_1
- Trochim, W., & Donnelly, J.P. (2007). *The research methods knowledge base* (3rd ed.). Mason, OH: Thomson Publishing.
- Van de Ven, N., Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2009). Leveling up and down: The experiences of benign and malicious envy. *Emotion*, 9, 419-429. doi:10.1037/a0015669
- Van de Ven, N., Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2010). Warding off the evil eye: When the fear of being envied increases prosocial behavior. *Psychological Science*, 21, 1671-1677. doi:10.1177/0956797610385352
- Van de Ven, N., Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2012). Appraisal patterns of envy and related emotions. *Motivation and Emotion*, 36, 195-205. doi:10.1007/s11031-011-9235-8
- Vergara, A.I., & Balluerka, N. (2000). Metodología en la investigación transcultural: Perspectivas actuales. *Psicothema*, 12, 557-562.
- Westermann, R., Spies, K., Stahl, G., & Hesse, F.W. (1996). Relative effectiveness and validity of mood induction procedures: a meta-analysis. *European Journal of Social Psychology*, 26, 557-580. doi:10.1002/(SICI)1099-0992(199607)26:4<3C557::AID-EJSP769%3E3.0.CO;2-4
- Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2006). Feeling is for doing: a pragmatic approach to the study of emotions in economic behavior. En: De Cremer, D., Zeelenberg, M., & Murnighan, K. (Eds.), *Social Psychology and Economics* (pp. 117-137). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Zizzo, D.J. (2002). *Fear the evil eye. Discussion paper series*. Oxford: Department of Economics.