

UN ESTUDIO NORMATIVO: LA DIRECCIÓN, VALENCIA E IMAGINABILIDAD EN FRASES ACTITUDINALES

Trabajo Fin de Grado de Psicología

DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA COGNITIVA, SOCIAL Y
ORGANIZACIONAL

Alumnas: María Victoria Morales Sicilia y Lucía del Carmen Vega Batista

Tutorizado por Hipólito Marrero Hernández

Co-tutor: Alejandro Jesús Lemus Mesa

Curso académico 2020-2021

Índice

1. Resumen	4
2. Abstract	5
3. Marco teórico	6
4. Objetivo del presente estudio	13
5. Estudio normativo 1: Valencia y arousal	13
5.1. Objetivo	13
5.2. Método: Participantes y Procedimiento	14
5.3. Resultados	15
6. Estudio normativo 2: Imaginabilidad	17
6.1. Objetivo	17
6.2. Método: Participantes y Procedimiento	17
6.3. Resultados	17
7. Estudio normativo 3: Adjetivos	18
7.1. Objetivo	18
7.2. Método: Participantes y procedimiento	19
7.3. Resultados	19
8. Conclusiones y discusión general	20
9. Referencias bibliográficas	24
10. ANEXOS	28
10.1. ANEXO 1: Cuestionarios	28

10.2. ANEXO 2: Instrucciones38

1. Resumen.

Desde el ámbito de la psicología básica se trabaja el procesamiento afectivo de los estímulos, el cual está sujeto a debate sobre si lo que importa es la valencia de los estímulos, o la actitud y la dirección hacia los mismos (aproximación o evitación). En nuestro trabajo de fin de grado se propone que valencia y dirección son igualmente relevantes para la cognición y la regulación del comportamiento. Partiendo de la base de que, en el lenguaje usado en nuestro estudio, hemos incorporado verbos actitudinales ("aceptar" vs. "rechazar") para describir aproximación/evitación hacia los estímulos, examinamos la integración de la valencia y la dirección en frases actitudinales. El estudio que llevamos a cabo a través de 12 cuestionarios (4 valencia-arousal, 4 imaginabilidad y 4 de adjetivos valencia-arousal) lo respondieron un total de 83 participantes. Cada cuestionario de los tres grandes grupos distinguidos (valencia-arousal, imaginabilidad y adjetivos), contenía la misma batería de ítems, pero con la diferencia de que según el cuestionario se pedía que puntuaran en distintas escalas tipo Likert (positivo/negativo, tranquilo/excitante y abstracto/concreto). En el caso de los 4 cuestionarios de "Adjetivos", eliminamos las segundas partes de las frases de cada uno de los ítems y nos quedamos con la primera parte de estas, por ejemplo: "El recuerdo era bonito. Mario se olvidó del recuerdo en el viaje", nos quedamos con: "El recuerdo era bonito". De este estudio podemos concluir que las frases que tienen un elemento con valencia positiva se juzgan como más positivas que las que tienen un elemento negativo. Asimismo, el efecto de la interacción valencia (del elemento en la primera parte de la frase) x dirección (segunda parte de la frase) fue significativo. Además, las frases que describen la situación de aproximarse a algún elemento negativo son juzgadas como menos positivas que las que describen la situación de aproximarse a algo positivo. Incluso las frases que describen la evitación de algún elemento negativo, son juzgadas como menos negativas que las frases que describen la evitación de algo

positivo (Por ejemplo: se juzga como menos negativo rechazar una fruta podrida en el almuerzo, que rechazar una fruta succulenta en el almuerzo.) Por último, cuando trabajamos con adjetivos de forma aislada en las frases encontramos que los elementos con valencia positiva se juzgan como más positivos que los de valencia negativa y viceversa.

Palabras clave: valencia, imaginabilidad, arousal, adjetivo, aproximación.

2. Abstract.

From the field of basic psychology, the affective processing of stimuli is subject to debate as to whether what matters is the valence of the stimuli, or the attitude and direction towards them (approach or avoidance). In our dissertation we propose that valence and direction are equally relevant for cognition and behavioural regulation. On the basis that, in the language used in our study, we have incorporated attitudinal verbs ("accept" vs. "reject") to describe approach/avoidance towards stimuli, we examine the integration of valence and direction in attitudinal sentences. The study was carried out using 12 questionnaires (4 valence-arousal, 4 imaginability and 4 adjective valence-arousal questionnaires) and was answered by a total of 83 participants. Each questionnaire of the three large groups (valence-arousal, imaginability and adjectives) contained the same battery of items but with the difference that, depending on the questionnaire, they were asked to score on different Likert-type scales (positive/negative, calm/exciting and abstract/concrete). In the case of the 4 "Adjectives" questionnaires, we eliminated the second parts of the sentences of each of the items and kept the first part of the sentences, for example: "The memory was beautiful. Mario forgot the memory on the trip", we kept: "The memory was nice". From this study we can conclude that sentences with a positive valence element are judged as more positive than those with a

negative element. Also, the interaction effect of valence (of the element in the first part of the sentence) x direction (second part of the sentence) was significant. Moreover, sentences describing the situation of approaching some negative item are judged as less positive than those describing the situation of approaching something positive. Even sentences describing the avoidance of some negative element are judged as less negative than sentences describing the avoidance of something positive (e.g., rejecting a rotten fruit at lunch is judged as less negative than rejecting a succulent fruit at lunch).

Keywords: valence, imaginability, arousal, adjective, approximation.

3. Marco teórico.

A lo largo de la historia, uno de los principios fundamentales que ha explicado la conducta humana (y animal) ha sido la distinción entre los motivos de aproximación y evitación: nos atrae lo placentero y evitamos lo desagradable.

En la psicología actual se sigue persiguiendo este principio de búsqueda de placer y huida de las adversidades, y se defiende que las conductas de aproximación y evitación están en la base de nuestro sistema afectivo procesando los estímulos de manera evaluativa y esto, según Zajonc (1983), se produce de manera automática con el fin de complementar nuestras limitaciones cognitivas estableciendo prioridades y llevándonos a las conductas más adaptativas para nuestra supervivencia.

Pese a todo el consenso que ha existido, en la actual psicología de la motivación surge una idea contrapuesta en la cual, la conducta humana está determinada de manera proactiva, sugiriendo que son las metas las que determinan la dirección de la conducta, al margen de la

valencia (positiva-negativa) de los estímulos. Es decir, el ser humano es capaz de dirigir su conducta hacia estímulos negativos si considera que con ello conseguirá lo que desea. De modo que esta idea, de ser así, pone en entredicho ese supuesto básico que hasta el momento se había dado por válido y con el que empezamos a hablar, en el que el humano se aproxima a lo agradable y evita lo desagradable (“Un estudio normativo: la dirección y la valencia en frases de interacción social”, Patricia Chaves Oliva. Trabajo Fin de Grado de Psicología, Universidad de La Laguna, 2020).

En la misma línea, los seres humanos son seres profundamente sociales, esta característica ha permitido su evolución a lo largo de miles de años, formando sociedades cada vez mayores que interactúan entre sí. Uno de los componentes esenciales de la interacción humana es la denominada Teoría de la Mente (ToM), la cual hace referencia a la capacidad de los seres humanos de inferir estados mentales sobre sí mismos y sobre los demás. Estos estados mentales incluyen conocimientos y creencias (Premack y Woodruff, 1978), así como sentimientos e intenciones (Shamay-Tsoory et al., 2005).

El cerebro humano ha sido moldeado para procesar la intencionalidad social, debido a la gran relevancia adaptativa que estas suponen para una especie tan cooperativa como la humana. En general, el lóbulo temporal (lóbulo temporal anterior, surco temporal superior, giro temporal medio y superior) y también el Precúneo, y la unión temporo-parietal, constituyen una red "mentalizadora" (Dodell-Feder, KosterHale, Bedny y Saxe, 2011, Kennedy & Adolphs, 2012, Spunt, Falk, & Lieberman, 2010) que codifica la intencionalidad de las acciones humanas. Entre los circuitos y regiones cerebrales del cerebro social, el circuito de la mentalización está particularmente asociado a las áreas temporales del cerebro. (“Procesamiento cerebral de la dirección motivacional y de la valencia afectiva en las frases de relación social: un estudio de ERP”, Alejandro Jesús Lemus Mesa. Trabajo Final de Máster en

Biomedicina. Instituto Universitario de Neurociencia (IUNE), Universidad de La Laguna, 2020)

En cuanto a las investigaciones de ERP respecto al procesamiento del lenguaje emocional, se ha descubierto que cuando procesamos tanto palabras emocionales aisladas, como en frases y contextos verbales previos, utilizamos muchos recursos cognitivos para procesar los estímulos emocionales en contraste con palabras neutras (Carretié et al., 2008; Herbert, Kissler, Junghöfer, Peyk, y Rockstroh, 2006; Kanske y Kotz, 2007; Kissler, Herbert, Winkler y Junghofer, 2009; Holt, Lynn, y Kuperberg, 2009). Además, se ha verificado que las palabras negativas son procesadas de manera más profunda que las positivas, debido al sesgo de negatividad. (Taylor, 1991; Cacioppo y Gardner, 1999; Crawford y Cacioppo, 2002; Smith, Cacioppo, Larsen, y Chartrand, 2003; Cacioppo, Berntson, Norris, y Golan, 2012). Por otra parte, en la investigación de Marrero et al. (2017), se comprobó a través del EEG que hay una diferencia en el procesamiento cognitivo de las acciones verbales de aproximación/evitación en función de que su objetivo fuera una persona o una cosa. Se encontró una mayor negatividad en el ERP vinculado a la integración acción-objetivo en el contexto de la frase para la aproximación cuando el objetivo eran personas, y para la evitación cuando el objetivo eran cosas. Por lo que, cuando se trata de una persona, como somos seres cooperativos, es cognitivamente más relevante la aproximación pues, si esto no fuese así, ello nos implicaría una pérdida de apoyo social (Cosmides, 1989). Sin embargo, cuando se trata de cosas, tiene mayor relevancia evitarlas, puesto que investigaciones han mostrado que hay una mayor actividad en reacción a cosas negativas que positivas o neutras, tratándose de una respuesta adaptativa para la supervivencia (LeDoux, 1996).

Si queremos preguntarnos la necesidad de los estudios normativos, nos debemos remontar a la década de los 50, para poder dar respuesta a dicha pregunta. Charles Osgood junto con George Suci y Percy Tannenbaum crearon en ese entonces (Osgood y col., 1957) la prueba del diferencial semántico. Este instrumento se basa en la teoría mediacional, creada por los propios autores, inspirada en el neoconductismo, con la cual tratan de observar la estructura del significado. Según Osgood y col. (1957) un concepto adquiere significado, cuando al ver un signo o palabra, ésta es capaz de hacer que el sujeto reaccione a lo asociado. Con esta prueba, llegaron a la conclusión de que el significado de las palabras posee tres dimensiones: actividad (arousal), potencia (fuerza de la palabra) y evaluación (valencia).

De forma aclaratoria diremos que valencia se entiende como la valoración subjetiva que hacemos de un estímulo (por ejemplo, una palabra), pudiendo ser esta negativa o positiva para nosotros. Por otro lado, el arousal es la activación o excitación emocional que produce el estímulo o la palabra, ya sea interpretada de forma positiva o negativa por el sujeto.

Creemos necesario destacar y poner en valor que la evaluación de la valencia y arousal de los estímulos lingüísticos es de una gran relevancia para la investigación experimental. Esto es así porque se utiliza en la investigación de los procesos de comprensión, perceptivos y atencionales, por poner ejemplos, si los estímulos empleados (ya sean lingüísticos o imágenes) no han sido debidamente controlados en valencia y arousal, no se podrá atribuir los efectos a la manipulación experimental efectuada. Supongamos que en una investigación dada se encuentra que las palabras negativas atraen más la atención que las palabras positivas (sesgo de negatividad). Si resultara que las palabras negativas empleadas tiene un nivel de arousal significativamente mayor que el de las palabras positivas, no podría descartarse que el efecto encontrado se debe al arousal, dada que la investigación previa ha encontrado que las palabras con mayor arousal atraen más la atención. Por lo tanto, sería necesario que, en la supuesta investigación, las palabras positivas y negativas tuvieran un nivel de arousal similar. Como

consecuencia de esta necesidad de estudios normativos de valencia y arousal de los estímulos para la investigación experimental en psicología cognitiva, y particularmente en el lenguaje, se han elaborado varias bases de datos que contienen la evaluación de valencia y arousal de amplios conjuntos de palabras, validados para una lengua.

A continuación mencionamos varias de ellas de uso frecuente en español: el LEXESP, una base de datos online (Sebastián, Martí, Carreiras y Cuetos, 2000) y el “BuscaPalabras”, un programa informático para obtener estadísticas de vecindad ortográficas y fonológicas y otros índices psicolingüísticos en español (Davis y Perea, 2005; véase Pérez, Alameda y Cuetos, 2003), los cuales permiten una búsqueda rápida a los investigadores. Se cuenta con otros estudios normativos en español e incluso recientes adaptaciones como la de Redondo et al., 2007 (adaptación española del ANEW) y Soler et al., 2009 o incluso la base de Dasí, Soler y Ruiz (2004, 2007), aunque éstas siguen resultando escasas como para considerar que los datos son consistentes.

Otro banco de palabras usado es la “Base de datos afectiva de Madrid Para el Español” (MADS, del inglés: Madrid Affective Database for Spanish) de Hinojosa et al. (2016) que incluye además de normas para el arousal y la valencia de palabras, las calificaciones para cinco categorías emocionales básicas: felicidad, ira, tristeza, miedo y asco; lo cual permite un estudio más detallado de las propiedades emocionales de las palabras.

Por otro lado, se han publicado hasta la fecha otras siete bases de palabras en español que incluyen también datos acerca de estas variables emocionales (véase Fraga, Guasch, Haro, Padrón & Ferré, 2018). Estas bases normativas de palabras suponen una gran ventaja para la investigación, ya que no sólo simplifican el proceso experimental, sino que además permiten un mayor control de las variables emocionales, pues aseguran que los datos de sus valoraciones están estandarizados, dando así mayor validez y fiabilidad a los estudios que se realizan a partir de estas bases de datos.

En la actualidad, contamos con un buscador de base de datos bastante potente que es Emofinder (desarrollada por el Grupo de Investigación Procesos Cognitivos y Conducta de la Universidad de Santiago de Compostela y el Grupo de Investigación en Psicolingüística de la Universidad Rovira i Virgili). Ésta es una herramienta en línea que dispone de diferentes bases de datos baremadas, que dispone de más de 30.000 palabras con propiedades subjetivas (referidas principalmente a dimensiones emocionales como valencia y arousal). Además, también incluye otras propiedades como: familiaridad, concreción, disponibilidad contextual y edad de adquisición. Emofinder, aunque es actualizada periódicamente según las bases de datos que se vayan publicando, incluye actualmente las siguientes bases de datos, a parte de las ya mencionadas anteriormente:

- Alonso, M.A., Fernández, A., & Díez, E. (2005)
- Ferré, P., Guasch, M., Martínez-García, N., Fraga, I., & Hinojosa (2017) - Ferré, P., Guasch, M., Moldovan, C., & Sánchez-Casas, R. (2012)
- González-Nosti, M., Barbón, A., Rodríguez-Ferreiro, J., & Cuetos, F. (2014) - Ferré, P., Guasch, M., & Fraga, I. (2016)
- Hinojosa, J.A., Martínez-García, N., Villalba-García, C., Fernández Folgueiras, U., Sánchez Cramona, A., Pozo, M. A., & Montoro, P. R. (2016)
- Stadthagen-González, H., Imbault, C., Pérez Sánchez, M. A., & Brysbaert, M. (2017)

Sin embargo, pese a todo esto, se sigue sin contar con bases de datos amplias para la evaluación de las características emocionales de las frases. Ello supone la necesidad de llevar a cabo estudios normativos relativamente *ad hoc*, para poder contrastar la emocionalidad de este tipo de estímulos. Y ese es el objetivo del presente TFG como ya se ha ido indicando, al

objeto de apoyar la investigación con ERP con frases de aproximación/evitación.

Otro factor relevante a controlar en la investigación cognitiva con estímulos lingüísticos es su imaginabilidad. Ésta puede interpretarse, en este contexto, como un índice general donde los participantes son capaces de fundamentar el significado de las palabras o frases en experiencias concretas. Se trata, así, de un "índice de brocha ancha," dado que no proporciona información sobre el tipo de simulación mental utilizado por los participantes para comprender la palabra o la frase, sino que nos informa de la percepción que tiene un participante de su propia capacidad para representar mentalmente el contenido de una palabra o la situación descrita por las frases. De este modo, se entiende que cuanto mayor sea la imaginabilidad, más fácil debería ser construir una representación de la palabra o frase, y en consecuencia su comprensión. Pongamos un ejemplo de ello para verlo más claramente: si en una supuesta investigación, se encuentra que las frases emocionalmente positivas se leen más rápidamente que las negativas, este hecho lo podemos atribuir a un sesgo emocional de positividad. Sin embargo, si fuera el caso de que las frases positivas son más imaginables que las negativas, esa conclusión se debe descartar, dado que podría ocurrir que la facilitación en la lectura de las frases positivas se debiera a su mayor imaginabilidad. Por lo que, en esta supuesta investigación tendría que haberse controlado la imaginabilidad, de manera que esta fuera similar para las frases positivas que para las frases negativas. Por ello, en el presente estudio se ha trabajado la variable imaginabilidad como variable control. Para la evaluación de la misma se usan escalas tipo Likert donde las puntuaciones suelen ir de 1 ("abstracto") a 5 ("concreto"), siendo concreto el extremo de lo más fácilmente imaginable y abstracto el de lo menos imaginable. Existen bases de datos donde se recoge la imaginabilidad de las palabras como la base de datos de índices psicolingüísticos de Algarabel (1996) o otras ya mencionadas previamente como LEXESP (Sebastián et. al, 2000), Buscalapalabras (Davis et. al, 2005) o la adaptación española

del ANEW (Redondo et. al, 2007). Sin embargo, no existen estudios publicados en español sobre imaginabilidad de frases, lo que hace necesario el estudio normativo de la imaginabilidad de las frases de aproximación y evitación, objeto de esta investigación (“Un estudio normativo: la dirección y la valencia en frases de interacción social”, Patricia Chaves Oliva. Trabajo Fin de Grado de Psicología, Universidad de La Laguna, 2020)

Dicho esto, en nuestro estudio se va a evaluar las variables de valencia y arousal de frases que representan acciones de aproximación y evitación dirigidas hacia un target al que previamente se le dará una valencia (ejemplo: “El recuerdo era bonito. Mario se olvidó del recuerdo en el viaje”). Además, se evaluará su imaginabilidad. Asimismo, se va a evaluar la valencia y el arousal de la parte de la frase donde se otorga valencia al target, al objeto de comprobar que los textos con targets con valencia positiva son evaluados, efectivamente, como de valencia positiva, y los textos con targets de valencia negativa, son evaluados como de valencia negativa.

4. Objetivo del presente estudio.

En este estudio vamos a llevar a cabo un conjunto de estudios normativos. En los mismos se representan una serie de situaciones reales a través de frases (en vez de solo palabras sueltas, las cuales por sí solas no son capaces de dar un marco de representación mental de una situación social concreta), y así poder evaluarlas en características afectivas relevantes como su valencia, arousal e imaginabilidad, añadiendo además la variable adjetivos.

5. Estudio normativo 1: Valencia y arousal.

5.1. Objetivo

El propósito de este estudio es, por tanto, observar la valencia y arousal de una lista de frases paralelas a las utilizadas en otro estudio experimental de ERP y comparar y complementar ambos resultados para avanzar en el conocimiento del lenguaje afectivo de acciones en términos de aproximación-evitación. Las frases representan acciones de aproximación/evitación (dirección motivacional) del protagonista hacia un objeto o cosa que ha sido calificado previamente como positivo o como negativo (valencia). Por ejemplo, “El recuerdo era bonito. Mario se olvidó del recuerdo en el viaje”.

5.2. Método: Participantes y Procedimiento.

- **Participantes:** 26 sujetos, de los cuales 14 fueron mujeres y 12 hombres. Todos ellos estudiantes de la Facultad de Psicología y Logopedia con edades comprendidas entre 20 y 25 años. Todos los participantes dieron su consentimiento informado. El estudio fue aprobado por el Comité de Ética en la Investigación y Bienestar Animal (CEIBA2017-0272), de la Universidad dentro de un proyecto de investigación nacional (2018-2021).
- **Procedimiento:** Los participantes debían evaluar la valencia y el arousal de las frases experimentales del Experimento de ERP que está previsto llevar a cabo. Se les presentaba 40 frases en cada condición: target de valencia positiva-aproximación, target de valencia negativa-aproximación, target de valencia positiva-evitación y target de valencia negativa-evitación (*véase el Anexo 1*). Las frases fueron contrabalanceadas en cuatro listas, cada lista fue cumplimentada por un número similar de participantes. Los participantes primero evaluaban la valencia de las frases, y a continuación evaluaban el arousal.

Luego, dicho cuestionario se pasó a los participantes por Google forms (para facilitar su realización), con una escala tipo Likert de 1 a 5. En el cual se dieron las instrucciones para su realización (*véase Anexo 2*). Importante resaltar, que los ítems fueron intercalados en sus diferentes condiciones al azar para evitar la respuesta en batería (tanto en la parte de valencia como en la de arousal).

5.3. Resultados.

- Valencia:

Las medias y desviaciones típicas de las puntuaciones de valencia en las diferentes condiciones se muestran en la tabla 1.

Tabla 1: Medias y desviaciones típicas de la valencia de las frases en las distintas condiciones.

Valencia	Direccion	Mean	SD
Negativo	Aproximacion	3.171	0.563
	Evitacion	2.745	0.611
Positivo	Aproximacion	1.572	0.526
	Evitacion	3.913	0.545

Se llevó a cabo un ANOVA de medidas repetidas de la valencia de las frases, con la Dirección de la acción (aproximativa vs. evitativa) y la Valencia del objetivo de la acción (positiva vs. negativa) como factores intrasujeto. El efecto principal de la Valencia resultó significativo, $F(1, 25) = 9,750$, $p < 0,001$, muestra que las frases con un target de valencia positiva se juzgan como más positivas que las que tienen un target negativo (Negativo = 2,95, Positivo=2,74). El efecto principal de la Dirección también resultó significativo, $F(1, 25) = 92,798$, $p < 0,001$, y muestra que las frases de aproximación se juzgan como más positivas que

las de evitación (Aproximación= 2,37, Evitación= 3,32). Asimismo, el efecto de la interacción valencia x dirección fue significativo, $F(1, 25) = 84,135$, $p < 0,001$. La interacción muestra que el efecto principal de la Dirección (segunda parte de la frase) es modulado por la valencia del target en la primera parte de la frase. Las frases que describen la situación de aproximarse a algo negativo son juzgadas como menos positivas que las que describen la situación de aproximarse a algo positivo (Negativo/Aproximación= 3,171 y Positivo/Aproximación = 1,572), $t(25)=-9,639$, $p<0,001$. Además, las frases que describen la situación de evitar algo negativo son juzgadas como más positivas que las que describen la situación de evitar algo positivo (Negativo/Evitación = 2,745 y Evitación/Positivo= 3,913), $t(25)=7,037$, $p<0,001$.

- **Arousal:**

Las medias y desviaciones típicas de las puntuaciones de arousal en las diferentes condiciones se muestran en la tabla 2.

Tabla 2: Medias y desviaciones típicas del arousal de las frases en las distintas condiciones.

Valencia	Direccion	Mean	SD
Negativo	Aproximacion	2.784	0.494
	Evitacion	2.768	0.335
Positivo	Aproximacion	3.026	0.834
	Evitacion	2.636	0.494

Se llevó a cabo un ANOVA de medidas repetidas de las puntuaciones de arousal de las frases, con la Dirección de la acción (aproximativa vs. evitativa) y la Valencia del objetivo de la acción (positiva vs. negativa), como factores intrasujetos.

En este caso, no resultó significativa ni la valencia ni la dirección dado que $p>0.05$.

6. Estudio normativo 2: Imaginabilidad.

6.1.- *Objetivo:*

Como se ha mencionado, otro de los propósitos de este estudio es evaluar la imaginabilidad de las frases.

6.2.- *Método:*

- **Participantes:** 22 sujetos, de los cuales 16 fueron mujeres y 7 hombres. Todos ellos estudiantes de la Facultad de Psicología y Logopedia con edades comprendidas entre 20 y 25 años. Todos los participantes dieron su consentimiento informado.

- **Procedimiento:**

Los participantes cumplieron el cuestionario en Google forms (para facilitar su realización), con una escala tipo Likert de 1 a 5 de más abstracto (1) a más concreto (5).

Para la realización del mismo se dieron las instrucciones a los participantes (*véase Anexo 2*).

6.3.- *Resultados.*

Las medias y desviaciones típicas de las puntuaciones de imaginabilidad en las diferentes

condiciones se muestran en la tabla 3.

Tabla 3: Medias y desviaciones típicas de la imaginabilidad de las frases en las distintas condiciones.

Valencia	Dirección	Mean	SD
Negativo	Aproximación	3.066	0.563
	Evitación	3.164	0.542
Positivo	Aproximación	2.892	0.848
	Evitación	3.112	0.641

Se llevó a cabo un ANOVA de medidas repetidas de la valencia de las frases, con la Dirección de la acción (aproximativa vs. evitativa) y la Valencia del target de la acción (positiva vs. negativa) como factores intrasujeto.

No resultaron significativos los efectos principales (Valencia y Dirección) ni la interacción de ellos, dado que $p > 0.05$. Si miramos la Tabla 3 y evaluamos las coherencias, es decir negativo-avoidance y positivo-aproximación, comprobamos que las medias de ambas son cercanas y no expresan diferencias a la hora de ser más o menos imaginables.

7. Estudio Normativo 3: Adjetivos.

7.1.- Objetivo

El propósito de este estudio es evaluar valencia y arousal de la primera parte de las frases, donde aparece el target junto a un adjetivo que le otorga valencia, bien positiva o negativa. Por ejemplo: “El recuerdo era bonito”, en la frase “El recuerdo era bonito. Mario se

olvidó del recuerdo en el viaje”. Con ello pretendíamos constatar que los targets con valencia positiva y negativa eran evaluados como tales, así como saber si se diferenciaban en el arousal que evocan.

7.2.- Método

- **Participantes:** 35 sujetos, de los cuales 22 fueron mujeres y 11 hombres. Todos ellos estudiantes de la Facultad de Psicología y Logopedia con edades comprendidas entre 20 y 25 años. Todos los participantes dieron su consentimiento informado.
- **Procedimiento:**
 - **Valencia y Arousal:**

Como en el “Normativo 1” (véase Anexo 2).

7.3.- Resultados.

- **Valencia**

Las medias y desviaciones típicas de las puntuaciones de valencia en las diferentes condiciones se muestran en la tabla 4.

Tabla 4: Medias y desviaciones típicas de los adjetivos de las frases en las distintas condiciones.

Valencia	Mean	SD
Negativo	4.167	0.399
Positivo	1.644	0.382

Se llevó a cabo un ANOVA de medidas repetidas de la valencia de las frases, con la Valencia del target (positiva vs. negativa) como factor intrasujeto.

El efecto principal de la Valencia resultó significativo, $F(1, 34) = 480.659, p < 0,001$, muestra que las frases con un target positivo se juzgan como más positivas que las que tienen un target negativo (Positiva = 1.644; Negativa =4.167).

- Arousal

Las medias y desviaciones típicas de las puntuaciones de arousal del target en las diferentes condiciones se muestran en la tabla 5.

Tabla 5: Medias y desviaciones típicas de las puntuaciones de arousal del target en las distintas condiciones.

Valencia	Mean	SD
Negativo	3.135	0.865
Positivo	2.959	0.938

Se llevó a cabo un ANOVA de medidas repetidas del arousal de las frases, con la Valencia del target (positiva vs. negativa) como factor intrasujeto.

No encontramos un efecto significativo de la Valencia del target, $p > .05$. Esto es, que los textos con targets de valencia positiva y negativa no difieren en el grado de excitabilidad que evocan.

8. Conclusiones y discusión general.

En el presente Trabajo de Fin de Grado hemos examinado la valencia, el arousal y la imaginabilidad de frases que representan acciones sociales de aproximación y evitación hacia objetos o cosas. Así mismo se ha examinado la valencia y el arousal del texto de la frase donde se otorgaba valencia al target de la acción. De esta manera, se contrastan las siguientes situaciones en el conjunto de frases que formarán parte de un estudio de ERP: aproximación a algo positivo, aproximación a algo negativo, evitación a algo negativo y evitación a algo positivo. Los verbos actitudinales que representan la dirección de la acción y la valencia de los targets hacia el que va dirigido, conforman una categoría semántica relevante para la comprensión de los aspectos afectivos del lenguaje.

Tradicionalmente, desde la filosofía y la psicología se defendía que el ser humano tiene una conducta movida por el hedonismo, es decir, nos atrae lo placentero, lo que nos acerca a aquello que consideramos agradable y a evitar aquello que percibimos como desagradable. Si deducimos que nuestra conducta tiene una naturaleza reactiva, ello significa que es la valencia del estímulo (positiva o negativa) lo que determina nuestra dirección (aproximación o evitación) (Zajonc, 1983). Por el contrario, esto último fue posteriormente cuestionado, comenzando a hablar así de una naturaleza de la conducta más proactiva, donde ya no es la valencia del estímulo lo que determina la conducta, sino las metas de la persona (Carver y Harmon Jones, 2009). En este contexto, se propone que la valencia de los estímulos y la dirección de la conducta son categorías de significado diferentes, hipótesis que ha sido asumida en el presente estudio.

De este modo se ha descubierto que la valencia y la dirección son dos variables diferenciadas, y teniendo en cuenta que la dirección ha resultado ser determinante, los resultados indican que la aproximación fue valorada como más positiva y la evitación como más negativa. No obstante, pese a que el efecto de la dirección es mayor que el de la valencia,

no quiere decir que la variable valencia del personaje de las frases no intervenga, sino que ésta matiza o modula el efecto anterior. Pues observamos que la evitación se valora más negativa si se dirige hacia alguien positivo y la aproximación se valora como menos positiva si va dirigida a una persona negativa.

Todo esto nos lleva a pensar que los seres humanos tenemos la capacidad de decidir la dirección de nuestras conductas a voluntad propia, por lo que decidir llevar a cabo conductas, pese a que resulten desagradables para nosotros, si con ello conseguimos nuestras metas. De este modo, nuestros resultados confirman la teoría de la proactividad que apoyaban autores como Carver y Harmon-Jones en 2009, según la cual, como ya vimos, son los objetivos o metas específicas las que guían la conducta de las personas. Por otro lado, queremos destacar que para estudiar el comportamiento social con palabras resulta deficitario hacerlo con palabras aisladas, por lo que debe hacerse de forma combinada con frases que contengan ambas variables: valencia y dirección.

En cuanto a los resultados de imaginabilidad, los resultados muestran que no hay diferencias en imaginabilidad entre las distintas condiciones. Como se ha mencionado para el arousal, este es un resultado positivo para el experimento de ERP. Por último, respecto a la evaluación de la valencia del texto de las frases con la valencia del target, queda reflejado en el apartado de resultados el hecho de que las frases que tienen un target con valencia positiva se juzgan como más positivas que las que tienen un elemento negativo y viceversa. En los resultados de arousal, no encontramos diferencias significativas. Este resultado avala la manipulación experimental efectuada: los textos con targets de valencia positiva son evaluados positivamente, y los que tienen targets negativos como de valencia negativa. El hecho de que no haya diferencias en el arousal, es un dato positivo dado que la única diferencia “afectiva” entre los textos es la valencia.

Cabe destacar la necesidad de que se realicen más estudios normativos a estos niveles, pues es cierto que existen estudios que evalúan la afectividad de las palabras, sin embargo, pocos lo hacen con frases. Pues, como hemos hallado que la valencia y la dirección son variables independientes pero que se influyen entre sí, consideramos que sería interesante que se realizarán más estudios respecto a la dirección de los verbos, teniendo en cuenta que hemos encontrado que un potente efecto de la dirección, y que la mayoría de los estudios se han realizado con la valencia.

Por otro lado, pese a que existen estudios que evalúan la afectividad de las palabras, pocos lo hacen con frases. Y en este estudio hemos observamos la importancia de que se hagan con frases, en especial con frases que contengan aspectos como la emocionalidad y la imaginabilidad, ya que son variables que cuentan con datos muy interesantes que se pueden confirmar o servir como variables control para posteriores investigaciones experimentales o de ERP. Además, teniendo en cuenta que hemos encontrado que la dirección tiene más peso que la valencia y que sabemos que su estudio es bastante escaso, destacamos y proponemos la importancia de realizar estudios normativos sobre verbos de aproximación/ evitación con listas amplias, dirigiendo esta línea de investigación hacia la realidad de la conducta humana y los motivos de la misma, primordial para muchos ámbitos, no solo de investigación, sino también de intervención. Ya que esto nos llevará a una mayor comprensión de la conducta humana a nivel cognitivo y a conocer mejor los motivos que llevan al ser humano a realizar conductas de rechazo o aceptación, y la percepción que tenemos de esas situaciones. En resumen, con más estudios normativos de este tipo podremos averiguar más detalladamente cómo son las emociones humanas dentro de la interacción de los individuos con el entorno, y cómo esto es aplicable al día a día de las personas.

Por último, destacamos que debido a la situación de pandemia por Covid-19, tuvimos que

recoger las respuestas a los cuestionarios de forma online. Esto nos llevó a conocer nuevas posibilidades y maneras de recopilar participantes y resultados de manera dinámica y cómoda para el participante y para nosotros. Gracias a plataformas digitales como Google Forms se pudo hacer posible el presente trabajo final de grado.

9. Referencias bibliográficas.

Algarabel, S. (1996). Índices de interés psicolingüístico de 1.917 palabras castellanas. *Cognitiva*, 8, 43-88. doi:10.1174/021435596321235298

Cacioppo, J. T., Berntson, G. G., Norris, C. J. y Gollan, J. K. (2012). The evaluative space model. In P. Van Lange, A. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (Vol. 1, pp. 50 –72). Thousand Oaks, CA: Sage Press.

Cacioppo, J. T. y Gardner, W. L. (1999). Emotion. *Annual Review of Psychology*, 50, 191-214.

Carretié, L., Hinojosa, J. A., Albert, J., López-Martín, S., De La Gándara, B. S., Igoa, J. M. y Sotillo, M. (2008). Modulation of ongoing cognitive processes by emotionally intense words. *Psychophysiology*, 45, 188– 196. Carver, Ch. S. (2006).

Carver, C. S. y Harmon-Jones, E. (2009). Anger is an approach-related affect: Evidence and implications. *Psychological Bulletin*, 135, 183–204.

Chaves, P., Guerra, A. y Pérez, S. (2019). *Un estudio normativo: La dirección y la valencia en frases de interacción social*. (Trabajo Fin de Grado). Facultad de Psicología y Logopedia, Departamento de Psicología Cognitiva, Social y Organizacional, Instituto Universitario de Neurociencia (IUNE), Universidad de La Laguna, Tenerife, España.

Cosmides, L. (1989). The logic of social exchange: Has natural selection shaped how humans reason? Studies with the Watson selection task. *Cognition*, *31*, 187-276.84.

Crawford, L. E. y Cacioppo, J. T. (2002). Learning where to look for danger: Integrating affective and spatial information. *Psychological Science*, *13*, 449- 453.25

Davis, C. J. y Perea, M. (2005). BuscaPalabras: A program for deriving orthographic and phonological neighborhood statistics and other psycholinguistic indices in Spanish. *Behavior Research Methods*, *37*(4), 665-671.

Fraga, I., Guasch, M., Haro, J., Padrón, I., y Ferré, P. (2018). EmoFinder: The meeting point for Spanish emotional words. *Behavior Research Methods*, *50*, 84-93.
doi:10.3758/s13428-017-1006-3

Herbert, C., Kissler, J., Junghöfer, M., Peyk, P. y Rockstroh, B. (2006). Processing of emotional adjectives: Evidence from startle EMG and ERPs. *Psychophysiology*, *43*, 197–206.

Hinojosa, J. A., Martínez-García, N., Villalba-García, C., Fernández-Folgueiras, U., Sánchez-Carmona, A., Pozo, M. A. y Montoro, P. R. (2016). Affective norms of 875 Spanish

words for five discrete emotional categories and two emotional dimensions. *Behavior research methods*, 48(1), 272-284. doi:10.3758/s13428-015-0572-5.

Holt, D. J., Lynn, S. K. y Kuperberg, G. R. (2009). Neurophysiological correlates of comprehending emotional meaning in context. *Journal of Cognitive Neuroscience*, 21(11): 2245–2262.

James, W. (1890). *The Principles of Psychology*. (Vol. 1). Dover publications, Inc. New York.

Kanske, P. y Kotz, S. A. (2007). Concreteness in emotional words: ERP evidence from a hemifield study. *Brain Research*, 1148, 138–148.

Kissler, J., Herbert, C., Winkler, I. y Junghofer, M. (2009). Emotion and attention in visual word processing: An ERP study. *Biological Psychology*, 80, 75–83.

LeDoux J. E. (1996). *The Emotional Brain*. New York: Simon & Schuster.

Lemus, A.J. (2019). *Procesamiento cerebral de la dirección motivacional y de la valencia afectiva en las frases de relación social: un estudio de ERP*. (Trabajo Final de Máster). Facultad de Psicología y Logopedia, Departamento de Psicología Cognitiva, Social y Organizacional, Instituto Universitario de Neurociencia (IUNE), Universidad de La Laguna, Tenerife, España.

Marrero, H., Urrutia, M., Beltrán, D., Gámez, E. y Diaz, J. M. (2017). Understanding approach and avoidance in verbal descriptions of everyday actions: An ERP study. *Cogn Affect Behav Neuroscience.*,17(3), 612-624. doi:10.3758/s13415-017-0500-5.

Osgood, C., Suci, G. y Tannenbaum, P. (1957). *The measurement of meaning*. Urbana, IL: Universidad de Illinois.

Pérez, M.A., Alameda, J.R. y Cuetos, F. (2003). Frecuencia, longitud y vecindad ortográfica de las palabras de 3 a 16 letras del Diccionario de la Lengua Española (RAE, 1992). *Revista Española de Metodología Aplicada*, 8, 1-20. Recuperado el 10 de junio de 2020 de <http://www.psico.uniovi.es/REMA/v8n2/a1/>

Redondo, J., Fraga, I., Padrón, I. y Comesaña, M. (2007). The Spanish adaptation of ANEW (Affective norms for English words). *Behavior research methods*, 39(3), 600-605.

Sebastián, N., Martí, M. A., Carreiras, M. F. y Cuetos, F. (2000). *LEXESP: Léxico informatizado del español*. Barcelona: Edicions de la Universitat de Barcelona.

Smith, N. K., Cacioppo, J. T., Larsen, J. T. y Chartrand, T. L. (2003). May I have your attention, please: Electrocortical responses to positive and negative stimuli. *Neuropsychologia*, 41, 171–183.

Soler, M. J., Dasí, C. y Ruiz, J. C. (2009). Datos normativos de 269 fragmentos de palabras españolas a partir de la base de Dasí, Soler y Ruiz (2004). *Psicológica*, 30(1), 91-117.

Taylor, S. E. (1991). Asymmetrical Effects of Positive and Negative Events: The Mobilization-Minimization Hypothesis. *Psychological Bulletin*, 110, 1, 67-85.

Zajonc, R. B. (1983). Validating the confluence model. *Psychological Bulletin*, 93, 457-480.

10. ANEXOS.

ANEXO 1: Cuestionarios

A continuación, te presentamos una serie de frases en las que se exponen situaciones. Tu tarea consiste en evaluar el grado de imaginabilidad de las frases en una escala del 1 al 5, siendo 1 el valor más bajo y el 5 el más alto.

Por ejemplo, en la siguiente oración:

a) Carlos pensó en la hipoteca del piso con preocupación.

El grado de imaginabilidad podría ser de 1 porque el acto de pensar no implica una acción física, sino una acción abstracta.

En cambio, en la siguiente oración:

b) Fátima no admitió la comida descompuesta del restaurante.

El grado de imaginabilidad podría ser de 5 porque el acto de rechazar una comida implica una serie de acciones físicas, concretas como retirar el plato, hablar con el camarero y salir del restaurante.

Otra oración como ésta:

c) Pedro valoró a Emilia por su actitud en la clase.

Podría ser evaluada con un 3 porque valorar implica algunas acciones físicas como hablar, pero no tan directas como en el caso anterior.

En resumen, la idea es hacer la elección en un rango de más abstracto (1) a más concreto (5). Es muy importante que uses toda la escala para evaluar las oraciones. Recuerda que no hay respuestas malas ni buenas, sólo nos interesa saber tu criterio a la hora de evaluar las frases. Recuerda la escala:

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5

Abstracto

Concreto

¡Muchas gracias por tu colaboración!

1.2. El equipo era trabajador. Rita perjudicó al equipo con interés.
2.2. La reunión era relajada. Victoria tensó la reunión con sus comentarios.
3.3. El viaje era rutinario. Hugo valoró el viaje en la encuesta.
4.4. La canción era sosa. Tanausú se desencantó con la canción por su ritmo.
5.4. El plan era pesimista. Candela omitió el plan en el informe.
6.2. El recuerdo era bonito. Mario se olvidó del recuerdo en el viaje.
7.2. El ambiente era optimista. Elena desanimó el ambiente con su idea.
8.1. La carta era cariñosa. Rodrigo valoró la carta del correo.
9.1. El acuerdo era cordial. Lara promocionó el acuerdo con la empresa.
10.4. La hipótesis era floja. Keila se burló de la hipótesis por sus ideas.
11.1. El cuadro era alegre. Julio incluyó el cuadro en su colección.
12.4. La estrategia era torpe. Sabina desprestigió la estrategia en el viaje.
13.2. La compañía era honrada. Mariana dañó a la compañía con sus reseñas.
14.3. El escrito era odioso. Guillermo apreció el escrito en su casa.
15.3. El contrato era insolente. Irma promocionó el contrato con la empresa.

16.2. La teoría era original. Sandra se burló de la teoría por sus ideas.
17.4. El servicio era lento. Salomé difamó al servicio en los medios.
18.2. El bocadillo era sabroso. Gara rechazó el bocadillo en la reunión.
19.2. La empresa era cumplidora. Marisa desprestigió a la empresa en el viaje.
20.2. El argumento era positivo. Inocencio despreció el argumento en el encuentro.
21.2. El equipo era disciplinado. Tania excluyó al equipo de la convocatoria.
22.3. La noticia era aburrida. Matilde se encantó con la noticia en el bar.
23.1. El acuerdo era amistoso. Ulises integró el acuerdo en el programa.
24.4. La sugerencia era repelente. Salvador ridiculizó la sugerencia en la reunión.
25.4. El acuerdo era injusto. Oswaldo perjudicó el acuerdo con su propuesta.
26.4. El show era grosero. Magdalena difamó el show en el programa.
27.2. El proyecto era ideal. Ivone ignoró el proyecto en su informe.
28.3. La observación era antipática. Eloisa admitió la observación en la reunión.
29.4. El argumento era intolerante. Olaya rechazó el argumento en el café.
30.3. La donación era escasa. Chaxiraxi destacó la donación en su informe.
31.4. El mensaje era vago. Yolanda cambió el mensaje por su tono.
32.1. El juego era simpático. Carmela participó en el juego en la excursión.
33.1. La terapia era empática. Jacob admitió la terapia en la reunión.

34.3. La misiva era odiosa. Alejandro valoró la misiva del correo.
35.1. El dibujo era estimulante. Adolfo valoró el dibujo en la encuesta.
36.3. El comentario era cobarde. Blás reforzó el comentario en la asamblea.
37.1. El pais era bonito. Ramiro incluyó el pais en su viaje.
38.2. La agencia era diligente. Ángela difamó a la agencia en los medios.
39.4. El comunicado era arrogante. Leonor rechazó el comunicado en el whatsapp.
40.1. El traje era alegre. Violeta alabó el traje por su color.
41.3. La pintura era triste. Basilio incluyó la pintura en su colección.
42.1. La declaración era honesta. Yurena compartió la declaración con sus familiares.
43.2. La declaración era sincera. Sofía desatendió la declaración en la reunión.
44.2. El paisaje era acogedor. Gabriel se olvidó del paisaje en el viaje.
45.2. La naviera era agil. Pamela desprestigió a la naviera con sus comentarios.
46.3. La estrategia era ruín. Magali simpatizó con la estrategia en el seminario.
47.2. La iniciativa era buena. Gilberto ridiculizó la inicitativa en la reunión.
48.3. La proposición era intransigente. Adrián enriqueció la proposición con sus aportaciones.
49.1. El mensaje era positivo. Jeza simpatizó con el mensaje de whatsapp.
50.4. El razonamiento era torpe. Margarita ridiculizó el razonamiento por interés.

51.3. La sugerencia era engañosa. Remedios apoyó la sugerencia en el trabajo.

52.1. La vista era alegre. Juan apreció la vista desde la ventana.

53.3. El grupo era retraído. Isaac valoró al grupo por su trabajo.

54.1. La empresa era trabajadora. Estefanía favoreció a la empresa en los proyectos.

55.2. La ayuda era altruista. Mercedes desdeñó la ayuda para su grupo.

56.4. El programa era alarmista. Tatiana desprestigió al programa con sus comentarios.

57.4. La iniciativa era injusta. Vilma desanimó la iniciativa con su idea.

58.2. El proyecto era ideal. Olivia omitió el proyecto en el informe.

59.2. La revista era divertida. Luis descartó la revista en el kiosko.

60.1. La decisión era madura. Blanca respetó la decisión por su valor.

61.3. La opinión era egocéntrica. Darío admitió la opinión en la reunión.

62.4. El grupo era perezoso. Zenaida perjudicó al grupo con interés.

63.2. El planteamiento era serio. Dácil rechazó el planteamiento en el café.

64.3. El retrato era soso. Gladis protegió el retrato en el cajón.

65.4. La historia era mezquina. Román criticó la historia en el trabajo.

66.1. La idea era reflexiva. Víctor aceptó la idea en el debate.

67.4. La confesión era vanidosa. Micaela desatendió la confesión en la reunión.

68.3. La teoría era confusa. Bárbara comentó la teoría con los amigos.

69.3. El donativo era pobre. Eusebio aceptó el donativo en el encuentro.

70.1. El consejo era bueno. Paloma comentó el consejo con los amigos.

71.1. La ley era generosa. Verónica admiró la ley por sus normas.

72.1. El comentario era simpático. Petra admitió el comentario en la reunión.

73.1. La oferta era amigable. Mireya apoyó la oferta en el trabajo.

74.1. La aportación era generosa. Leo aceptó la aportación en el encuentro.

75.4. La foto era fea. Yonatán se olvidó de la foto en el viaje.

76.3. El convenio era mezquino. Jessica admiró el convenio por sus normas.

77.2. La compañía era cumplidora. Cati difamó a la compañía con las noticias.

78.4. El equipo era vanidoso. Viviana ignoró al equipo en el bar.

79.1. La propuesta era honesta. Benjamín reforzó la propuesta en la asamblea.

80.4. El club era anárquico. Claudia excluyó al club de la convocatoria.

81.2. La residencia era acogedora. Clara difamó a la residencia en el programa.

82.1. El chiste era divertido. Rebeca se encantó con el chiste en el bar.

83.1. El método era estimulante. Emma enseñó el método para el baile.

84.4. El restaurante era malo. Susana dañó al restaurante con sus reseñas.

85.3. El acuerdo era hipócrita. Gracia compartió el acuerdo con sus familiares.

86.4. El periódico era aburrido. Tito descartó el periódico en el Kiosko.

87.2. La melodía era relajante. Sebastián se desencantó con la melodía por su ritmo.

88.3. El paisaje era feo. Fernando incluyó el paisaje en su viaje.

89.1. La foto era simpática. Tamara protegió la foto en el cajón.

90.4. El planteamiento era manipulador. Valentín despreció el planteamiento en el encuentro.

91.3. La oferta era egoísta. Arancha recomendó la oferta en la asamblea.

92.4. La conversación era huraña. Domingo estresó la conversación con sus palabras.

93.1. El hotel era cálido. Jezabel recomendó al hotel en la asamblea.

94.2. La oficina era formal. Cathaysa desprestigió a la oficina con un comentario.

95.3. La relación era distante. Fabián impulsó la relación con sus ideas.

96.2. La sugerencia era ideal. Beatriz despreció la sugerencia en la clase.

97.1. La idea era altruista. Paz se alegró por la idea en el viaje.

98.3. EL comentario era cutre. Rosabel se alegró por el comentario en el viaje.

99.3. La agencia era negligente. Graciela favoreció a la agencia en los proyectos.

100.1. La música era relajada. Elvira potenció la musica en el equipo.

101.1. La apuesta era solidaria. Rosi animó la apuesta durante el partido.

102.3. El método era aburrido. Erica potenció el método en el equipo.

103.4. El consejo era hipócrita. Rocío despreció el consejo en la clase.

104.3. El tratado era abusivo. Cándida prestigió el tratado en los medios.
105.4. La propuesta era mala. Vicente entorpeció la propuesta con argumentos.
106.3. La idea era disparatada. Camila participó de la idea en la excursión.
107.2. El barrio era amigable. Miriam evitó el barrio en el paseo.
108.4. La calle era solitaria. Arianna evitó la calle en el paseo.
109.4. El juego era aburrido. Natalia tensó el juego con sus comentarios.
110.3. El programa era pesimista. Jennifer ensalzó el programa por su objetivo.
111.1. El donativo era espléndido. Cristo destacó el donativo en su informe.
112.3. La noticia era vulgar. Marcelo atendió la noticia en la radio.
113.1. La comunidad era sociable. Jose valoró a la comunidad por su trabajo.
114.2. El periódico era honesto. Carmelo criticó al periódico por su contenido.
115.1. El grupo era trabajador. Benito atendió al grupo en su casa.
116.3. El panorama era triste. Felix apreció el panorama desde la ventana.
117.1. La postal era cariñosa. Cesar apreció la postal en su casa.
118.2. La agencia era trabajadora. Bentejuí perjudicó a la agencia en la crisis.
119.2. La ayuda era bondadosa. Fran entorpeció la ayuda con argumentos.
120.3. El proyecto era flojo. Anabel apoyó el proyecto en la presentación.
121.4. La relación era distante. Oliver se deshizo de la relación en la casa.

122.1. El consejo era animoso. Lidia difundió el consejo en la fiesta.

123.4. El club era vulgar. Omar perjudicó al club en la crisis.

124.3. El texto era negativo. Adela simpatizó con el texto en la tertulia.

125.2. El aparato era útil. Emeterio se deshizo del aparato en su casa.

126.2. El encuentro era ameno. Roberto criticó el encuentro a su manera.

127.1. La iniciativa era tolerante. Amador enriqueció la iniciativa con sus aportaciones.

128.1. El proyecto era idealista. Wenceslao impulsó el proyecto con sus ideas.

129.4. La inversión era insegura. Regina difamó la inversión con las noticias.

130.3. La práctica era rutinaria. Ingrid enseñó la práctica para el baile.

131.1. El plan era detallista. Casandra apoyó el plan en la presentación.

132.3. El juego era aburrido. Aída favoreció el juego en sus vacaciones.

133.2. La idea era ingeniosa. René se opuso a la idea por sus implicaciones.

134.3. La opinión era negativa. Leticia difundió la opinión en la fiesta.

135.4. El ofrecimiento era interesado. Roque se olvidó del ofrecimiento en el viaje.

136.2. El mensaje era amistoso. Grisela rechazó el mensaje en el whatsapp.

137.2. El encuentro era relajado. Miguel estresó el encuentro con sus palabras.

138.1. La marca era confiable. Mónica prestigió la marca en los medios.

139.2. La propuesta era inteligente. Iván se desinteresó por la propuesta de la

asociación.

140.2. La música era agradable. Gema cambió la música por su tono.

141.3. La opinión era cruel. Gloria respetó la opinión por su valor.

142.4. El comentario era miserable. Itahisa rechazó el comentario en la reunión.

143.1. La promesa era bondadosa. Mabel simpatizó con la promesa en el seminario.

144.3. El juego era agresivo. Etel animó el juego durante el partido.

145.4. El documento era frío. Ronaldo criticó el documento por su contenido.

146.4. El grupo era perezoso. Octavio se opuso al grupo de la clase.

147.3. El anuncio era pedante. Imanol integró el anuncio en el programa.

148.1. El plan era optimista. Andrea ensalzó el plan por su objetivo.

149.3. La planteamiento/iniciativa era torpe. Eloy aceptó el planteamiento en el debate.

150.4. El anuncio era inmoral. Santiago criticó el anuncio por su contenido.

151.2. El escrito era afectuoso. Esaú criticó el escrito por su contenido.

152.4. La agencia era negligente. Arumen desprestigió a la agencia con un comentario.

153.4. La propuesta era mezquina. Maite desdeñó la propuesta para su grupo.

154.4. La ocurrencia era torpe. Federico se desinteresó de la ocurrencia de la asociación.

155.3. El vestido era triste. Isabel alabó el vestido por su color.

156.2. La frase era inteligente. Pino ridiculizó la frase por interés.
157.1. El ejercicio era estimulante. Marta favoreció el ejercicio en sus vacaciones.
158.2. El grupo era amistoso. Fátima ignoró al grupo en el bar.
159.4. La teoría era pesimista. Susa ignoró la teoría en su informe.
160.2. El convenio era justo. Marcos perjudicó el convenio con su propuesta.

Leyenda:

13: Positivo/Aproximativo

14: Positivo/ Evitativo

23: Negativo/Aproximativo

24: Negativo/Evitativo

ANEXO 2: Instrucciones

- Valencia:

A continuación encontrarás frases distintas, donde primero se describe a un objeto o cosa seguido de una acción de una persona (referida por un nombre propio) hacia dicho objeto o cosa, y que representan situaciones de la vida cotidiana. Por ejemplo: “El equipo era trabajador. Rita perjudicó al equipo con interés”. Tu tarea consiste en valorar en qué medida cada situación que se te presenta se te asocia con algo positivo o negativo desde el punto de vista de la persona que lleva a cabo la acción (Rita en el ejemplo), o de si en realidad hacen referencia a algo que no puede ser valorado ni como positivo ni como negativo. Una situación sería positiva cuando representa algo que implique cosas buenas para nosotros (beneficios, alegría, bienestar, ...), mientras que una situación sería negativa cuando representa algo que implique cosas malas (malestar, tristeza, perjuicios).

Para puntuar cada ítem tienes las siguientes opciones:

- 1: Positivo
- 2: Algo positivo
- 3: Ni positivo ni negativo
- 4: Algo negativo
- 5: Negativo

Por favor, responde a todos los ítems; no dejes ninguno en blanco. Para cada ítem marca la puntuación que consideres. Responde a cada ítem sin preocuparte por ser “coherente” con tus respuestas, de manera rápida siguiendo tu primera respuesta. ¡Muchas gracias por tu colaboración!

- **Arousal:**

A continuación se te presentan las mismas frases. Tu tarea ahora consiste en valorar desde el punto de vista de la persona que lleva a cabo la acción; en qué medida cada situación que se te presenta se te asocia con algo que produce excitación, o tranquilidad, o de si en realidad hacen referencia a algo que no puede ser valorado ni como excitante ni como tranquilo. Cuando hablamos de excitación nos referimos al nivel de activación, alerta, energía que sentimos ante lo que representa la situación. Un nivel de excitación bajo se correspondería con sentirse calmado, tranquilo, ...ante lo que representa esa situación.

Para puntuar cada ítem tienes las siguientes opciones:

- 1: Excitante
- 2: Algo excitante
- 3: Ni excitante ni tranquilo
- 4: Algo tranquilo
- 5: Tranquilo

Por favor, responde a todos los ítems; no dejes ninguno en blanco. Para cada ítem marca la puntuación que consideres. Responde a cada ítem sin preocuparte por ser “coherente” con tus respuestas, de manera rápida siguiendo tu primera respuesta.

¡Muchas gracias por tu colaboración!

- **Imaginabilidad:**

A continuación, te presentamos una serie de frases en las que se exponen situaciones. Tu tarea consiste en evaluar el grado de imaginabilidad de las frases en una escala del 1 al 5, siendo 1 el valor más bajo y el 5 el más alto.

Por ejemplo, en la siguiente oración:

a) *Carlos pensó en la hipoteca del piso con preocupación.*

El grado de imaginabilidad podría ser de 1 porque el acto de pensar no implica una acción física, sino una acción abstracta.

En cambio, en la siguiente oración:

b) Fátima no admitió la comida descompuesta del restaurante.

El grado de imaginabilidad podría ser de 5 porque el acto de rechazar una comida implica una serie de acciones físicas, concretas como retirar el plato, hablar con el camarero y salir del restaurante.

Otra oración como ésta:

c) Pedro valoró a Emilia por su actitud en la clase.

Podría ser evaluada con un 3 porque valorar implica algunas acciones físicas como hablar, pero no tan directas como en el caso anterior.

En resumen, la idea es hacer la elección en un rango de más abstracto (1) a más concreto (5). Es muy importante que uses toda la escala para evaluar las oraciones. Recuerda que no hay respuestas malas ni buenas, sólo nos interesa saber tu criterio a la hora de evaluar las frases. Recuerda la escala:

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5

Abstracto

Concreto

¡Muchas gracias por tu colaboración!