



ORIGINAL

Escala de Significados del Sentido del Humor¹

Sense of Humor Meanings Scale

Daniela J. Cruz Vargas², & Rozzana Sánchez Aragón

Facultad de Psicología, Universidad Nacional Autónoma de México, México

Recibido 23 de mayo de 2022; aceptado 20 de febrero 2023

Resumen

El Sentido del Humor (SH) es considerado un fenómeno universal, pero al mismo tiempo culturalmente específico pues cada grupo posee particularidades que modulan la forma en la que se percibe y conceptualiza. Aunque el trabajo empírico en torno al fenómeno es amplio, éste se ha centrado en la creación de escalas que miden estilos particulares de humor o ciertos dominios humorísticos, dejando de lado el interés por explorar lo más fundamental, es decir, las percepciones y significados generales del humor. Dado lo anterior, el presente trabajo tuvo por objetivos: 1) explorar el significado atribuido al SH por hombres y mujeres, 2) desarrollar un instrumento válido y confiable para adultos mexicanos, 3) examinar la invarianza de la medición de dicho instrumento en función del sexo de los participantes e 4) identificar posibles diferencias entre hombres y mujeres al respecto de los factores de la medida validada. Los resultados mostraron la obtención de tres categorías que son congruentes con los factores obtenidos en la escala diseñada. En cuanto a sus características resultó una escala válida y confiable, que mostró equivalencia entre los sexos.

Palabras Clave: Sentido del humor; Significado; Medida; Mexicanos; Adultos

Abstract

The Sense of Humor (SH) is considered a universal phenomenon, but at the same time culturally specific, since each group has particularities that modulate the way in which it is perceived and conceptualized. Although the empirical work around the phenomenon is extensive, it has focused on the creation of scales that measure styles of humor or certain humorous domains, leaving aside the interest in exploring what is most fundamental, that is, the general perceptions and meanings of humor. Given the above, the present work had the objectives: 1) to explore the meaning attributed to SH by men and women, 2) to develop a valid and reliable instrument for

1 Proyecto desarrollado con el apoyo de la beca (CVU 675277) otorgada por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) y de la Universidad Nacional Autónoma de México

2 Contacto: Daniela Cruz, correo: danielacruz.fcpsi@gmail.com; Rozzana Sánchez, correo: rozzara@unam.mx

Mexican adults, 3) to examine the invariance of the measurement of said instrument based on the gender and 4) identify possible differences between genders regarding the factors of the validated measure. The results showed the obtaining of three categories that are consistent with the factors obtained in the designed scale. Regarding its characteristics, it was a valid and reliable scale, which showed equivalence between genders.

Keywords: Sense of humor; Meaning; Measurement; Mexicans; Adults

El humor constituye un fenómeno social que ha sido explorado a lo largo de los siglos (Dorsch, 2002), se relaciona con lo divertido y supone un elemento cómico a la par del ingenio, la ironía, el sarcasmo, la sátira y el ridículo (Tapia-Villanueva et al., 2009). Por su parte el Sentido del Humor (SH), es un aspecto de la personalidad recientemente explorado (Svebak, 2010) caracterizado por cierta polémica en cuanto a cómo precisarlo (Camacho, 2006). Al no existir una definición única ni formalmente establecida, diferentes disciplinas del conocimiento lo abordan desde su particular perspectiva de estudio (Jiménez-Mata, 2016) lo que favorece el uso indiscriminado entre humor y SH (Alarcón, 2009).

Sin embargo, es posible realizar distinciones terminológicas, mientras el humor tiene que ver con la percepción de un fenómeno puntual relacionado con un hecho y momento concretos capaz de hacer sonreír o reír a un individuo. El SH es la capacidad para percibir ese fenómeno y muchos otros como cómicos (Siruana-Aparasi, 2013). Aunque es considerado universal (Jiang, Li & Hou, 2019), el contexto socio-cultural modula la forma en la que se percibe (Ruch, 2007), se concibe, usa y ejecuta.

En este sentido, cada cultura dicta las creencias, valores y normas respecto a cualquier aspecto de la vida. El grupo toma estos elementos como referencia para desarrollar pensamientos, rasgos de personalidad, actitudes, capacidades y conductas, que por supuesto influyen en la interpretación individual de la realidad (F. Alford & R. Alford, 1981). Esto último, enmarca justamente los significados (es decir, el conjunto de nociones e ideas con las que se relaciona un término o palabra y que difieren según el grupo social que las use) que se forman de las cosas, incluyendo el SH (Fishbein & Ajzen, 1993; García Núñez & Huerta Hurtado, 2020).

Una prueba de que el SH es un fenómeno culturalmente específico (Mendiburo Seguel & Páez, 2011) son las diferentes acepciones que las culturas orientales y occidentales le confieren. Por ejemplo, las primeras destacan por una disposición controvertida ante el SH, ya que mientras el budismo y taoísmo lo precisan como un momento de claridad, iluminación e interacción armoniosa con la naturaleza buena para el espíritu (Yue, 2010); el confucionismo, lo considera una muestra de superficialidad intelectual, equiparado con la informalidad social, la impropiedad y la inmadurez (Jiang et al., 2019; Yue, 2010). En congruencia, la cultura china lo considera un rasgo de personalidad no deseable (Yue, 2011), lo que lleva a las personas a evitar parecer gracioso por temor a poner en riesgo su estatus social. Sin embargo, es interesante el hecho de que este grupo valore el SH cuando es usado por un cómico o alguien que lo ejecuta de manera profesional (Jiang et al., 2019).

Por otro lado, las culturas occidentales lo acogen de manera positiva (Apte, 1985; Jiang et al., 2019) considerándolo un elemento indispensable en la cotidianidad, ya que facilita la interacción social, desarrolla la atracción interpersonal (Jiang et al., 2019) e incluso ayuda en el afrontamiento de situaciones adversas (Carbelo-Baquero & Jáuregui, 2006). Además, se le ve como una característica deseable (Martin, 2007) que se asocia con la inteligencia (Greengross & Miller, 2011; Greengross et al., 2012; Howrigan & MacDonald, 2008), la creatividad (Humke & Schaefer, 1996; Wu & Chen, 2019; Wycoff & Pryor, 2003) y el atractivo sexual (Bressler & Balshine, 2006); dando evidencia de efectos positivos sobre la salud física y psicológica de los individuos (Carbelo Baquero, 2006; Martin et al., 2003; Richard & Kruger, 2017).

Ahora bien, ante la falta de claridad de una definición, pero en la búsqueda de conocimiento sobre

este constructo, Martin et al. (2003) mencionan dos perspectivas principales desde las cuales el SH se ha abordado y operacionalizado, es decir, se le ha visto como una:

1. Estrategia de afrontamiento, que refleja la manera en que las personas usan el SH para lidiar con situaciones negativas, como fracasos, dificultades y contratiempos (Macías et al., 2013). Y se caracteriza por un enfoque esperanzador y optimista hacia la vida (Losada & Lacasta, 2019), que permite transformar lo grave en algo más leve por medio de la reevaluación cognoscitiva (Yovetich et al., 1990). Desde esta perspectiva, se desarrolla la *Coping Humor Scale* (CHS; Martin & Lefcourt, 1983) y otras escalas incluyen factores que resultan congruentes. Por ejemplo, la *Multidimensional Sense of Humor Scale* (MSHS; Thorson & Powell, 1993), el *Humor Style Questionnaire* (HSQ; Martin et al., 2003) y el Cuestionario de Autoevaluación del Sentido del Humor (CASH; García-Larrauri et al., 2005). Otras como la *Escala de Humor ante la Vida* -validada en México- (EHV; Calleja et al., 2022) cuentan solo con algunos reactivos que aluden a esta perspectiva.
2. Habilidad, que alude al conjunto de destrezas para crear, entender, reproducir o recordar información considerada como divertida (Losada & Lacasta, 2019). En este caso hay medidas, cuyos factores reflejan esta perspectiva como, por ejemplo, el *Sense of Humor Questionnaire* (SHQ-Z; Ziv, 1984), la MSHS (Multidimensional Sense of Humor Scale; Thorson & Poweel, 1993), el CASH (Cuestionario de Autoevaluación del Sentido del Humor; García et al., 2004) y la Escala de Sentido del Humor en las Relaciones Románticas (Cruz-Vargas & Sánchez-Aragón, 2018).

Aquí vale la pena señalar que, aunque el significado atribuido a cualquier término puede ser considerado la consecuencia del pensamiento, que se traduce en acción (Bally, 1977; García-Núñez & Huerta-Hurtado, 2020); ésta depende de la acepción que cada individuo hace del término en concreto (Braithwaite, 1974).

Otro aspecto influenciado por la cultura –además de lo que ya se ha mencionado– es lo relativo a la construcción de lo que es ser un hombre o una mujer (Etchezahar, 2014), lo que deben de creer, valorar, hacer, sentir, pensar, los papeles por jugar y otros constructos sociales (González Gavaldón, 1999) que los definen (F. Alford & R. Alford, 1981). Acorde con ello, algunos autores mencionan diferencias entre hombres y mujeres (Hay, 2000; Holmes, 2006), sobre todo en cuanto a las habilidades humorísticas y esferas en las que es propio desarrollar el SH, siendo el espacio privado y familiar el que corresponde a las mujeres, mientras los hombres lo desempeñan en espacios públicos (Galindo-Merino, 2017).

Finalmente, es necesario mencionar que si bien la investigación en torno al SH ha sido de gran contribución a su entendimiento, este destaca por centrar su atención en la creación de escalas que miden estilos particulares de humor (Martin et al., 2003), dominios humorísticos (Mendinburo Seguel & Heintz, 2022), la tendencia a responder hilarantemente (Martin & Lefcourt, 1984), producir y apreciar el humor (Thorson & Powell, 1993; Ziv, 1984) etc., dejando a un lado la exploración y operacionalización del significado del SH. Aunado a ello, la mayor parte de las medidas e investigación se han desarrollado en contextos culturales distintos al mexicano. Por ello, el presente trabajo tuvo por objetivos: 1) explorar el significado atribuido al SH por hombres y mujeres, 2) desarrollar un instrumento válido y confiable para adultos mexicanos, 3) examinar la invarianza de la medición de dicho instrumento en función del sexo de los participantes e 4) identificar posibles diferencias entre hombres y mujeres al respecto de los factores de la medida validada.

Método

Participantes

Para cumplir con los objetivos planteados fue necesaria la participación de tres muestras no probabilísticas propositivas por cuota (Hernández-Sampieri et al., 2010). La primera para realizar el estudio explora-

torio (objetivo 1) constó de 150 participantes (75 hombres y 75 mujeres) en un rango de los 18 a los 84 años, divididos en tres grupos etarios (18-30, 40-50, 60-84 años) con 25 participantes cada uno y escolaridad mínima de preparatoria. La segunda para realizar el Análisis Factorial Exploratorio (AFE) (objetivo 2), a razón de 5 participantes por reactivo diseñado (Cattell, 1978) conformada por 185 adultos heterosexuales (99 mujeres y 86 hombres), con edades entre los 18 y 62 años ($M=26.42$ años, $DE=11.47$) y escolaridades de licenciatura (56.4%), preparatoria (28.7%) y posgrado (14.9%). Y la tercera para llevar a cabo el Análisis Factorial Confirmatorio (AFC), la prueba de invarianza de medición y las diferencias entre sexos (objetivos 2, 3 y 4), que constó de 302 participantes (182 mujeres y 120 hombres), con un rango de edad entre los 18 y 47 años ($M=21.27$ años, $DE=4.01$) y con escolaridades de licenciatura (82.1%), preparatoria (16.9%) y posgrado (1%).

Instrumento

Para el primer objetivo se utilizó un cuestionario abierto que incluía un apartado con datos sociodemográficos como: sexo, edad y escolaridad, aunado a la pregunta: ¿Qué es el sentido del humor para usted? A partir de los resultados del estudio exploratorio se diseñó la Escala de Significados del Sentido del Humor (ESSH) (para cumplir con el segundo objetivo). Así, se tomaron las respuestas de los participantes para redactar 37 reactivos con formato de respuesta tipo Likert de cinco opciones indicando grados de acuerdo (1= “Totalmente en desacuerdo” a 5= “Totalmente de acuerdo”). Estos ítems hacen referencia a los conceptos, ideas o contenidos que se atribuyen, representan o evocan (De Saussure, 1993) al SH desde la perspectiva de los participantes.

Procedimiento

La aplicación del cuestionario abierto se llevó a cabo en sitios públicos (parques, escuelas, oficinas o casas) en los cuales era posible encontrar personas que

cumplieran con los criterios de inclusión (mayores de edad y con escolaridad mínima de preparatoria). Una vez identificados, se les solicitó su participación voluntaria, confidencial y anónima, aclarando que el instrumento era parte de una investigación realizada por una institución educativa pública de prestigio en el país. A quienes aceptaron participar en estas condiciones, se les proporcionó un cuestionario para que respondieran en ese mismo momento y lugar, abriendo la posibilidad de resolver dudas.

Posteriormente y debido a las medidas sanitarias de distanciamiento social originadas por la pandemia del virus Covid-19, la aplicación del cuestionario producto del objetivo 1, se realizó en línea a través de la plataforma SurveyMonkey difundiendo a través de redes sociales y correo electrónico. La recolección de datos sociodemográficos permitió verificar que los participantes cumplieran con los criterios de inclusión. Para garantizar la participación voluntaria, se presentó un párrafo breve en el cual se informaba el objetivo de la investigación, se brindaba la posibilidad de dejar de responder en cualquier momento y se garantizaba la confidencialidad de los datos.

Análisis de datos

Las respuestas proporcionadas a la pregunta abierta fueron tratadas a través de un análisis de contenido de tipo temático (Krippendorff, 1990). Para ello se exploró por separado, el contenido de las respuestas aportadas por hombres y mujeres. La codificación de estos datos en “bruto”, permitió agrupar las respuestas con significado similar en categorías, las cuales se establecieron de forma inductiva, es decir según surgieron durante la exploración (Guix-Oliver, 2008).

Para garantizar que éstas fueran excluyentes, significativas, claras y replicables, se garantizó el total acuerdo en el vaciado de respuestas entre el codificador –investigadora principal– y un revisor calificado –coautora– (Krippendorff, 1990). Finalmente se asentaron las frecuencias y porcentajes de mención y se realizó un análisis de chi-cuadrada para determinar si existían diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres al respecto.

Tales categorías guiaron la construcción de la escala. Tras la aplicación del instrumento se realizó una prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov, la cual determinó el tipo de procedimiento para tratar los datos. Posteriormente, se llevaron a cabo los procedimientos sugeridos por Reyes Lagunes y García Barragán (2008) (basado en Cronbach & Meehl, 1955) y Calleja (en prensa) mediante el programa SPSS que consistieron en:

1. Discriminación de reactivos por distribución de frecuencias, descartando aquellos con más del 50%-60% de las respuestas en una sola de las opciones posibles
2. Obtención de puntajes de asimetría y curtosis, eliminando reactivos con valores $> |1|$ (Fernando & Anguiano-Carrasco, 20202)
3. Discriminación de reactivos por diferencias entre grupos extremos
4. Cálculo de los índices de correlación de cada reactivo con el puntaje total, descartando aquellos con correlaciones $< .20$ (Schmeiser & Welch, 2006).
5. Elección del método de extracción y realización del AFE y
6. Cálculo de la confiabilidad total y por factores (Alpha de Cronbach y Omega de McDonald).

Para llevar a cabo el AFC, inicialmente se exploró la normalidad multivariada de los datos con la prueba de Mardia, cuyo coeficiente debe resultar menor a $p(p+2)$ (Bollen, 1989). Posteriormente, se determinó el ajuste de modelo analizando los siguientes índices a partir de la prueba de bondad de ajuste χ^2 propuesto por Hu y Bentler (1999):

1. Ratio, entre el valor de chi-cuadrado y los grados de libertad (χ^2/df), cuyo valor < 3 indica un ajuste adecuado (Kline, 2005)
2. Índices comparativos CFI (*Comparative Fit Index*), IFI (*Incremental Fit Index*) y NFI (*Normed Fit Index*), cuyos valores $> .90$ son considerados adecuados.
3. Proporción de varianza GFI (*Goodness of Fit Index*) y AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*), cuyos valores $> .90$ refieren un ajuste adecuado.

4. Error: SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*) y RMSEA (*Root Mean Square of Approximation*), que muestran un ajuste adecuado si su valor es $< .05$ en el primer caso, y $< .08$, para el segundo.
5. Índices de modificación (*Modification Indices, MI*) a fin de mejorar el ajuste del modelo.

A continuación, se realizó un AFC multigrupo para probar la invarianza entre sexos (Vandenberg & Lance, 2000) comparando un modelo que permitía estimar libremente los parámetros (modelo configuracional), con modelos que restringían las cargas factoriales (modelo de invarianza de medición débil), luego los interceptos (modelo de invarianza de medición fuerte) y finalmente varianzas de error únicas (modelo de invarianza de medición estricta). Para comprobar los modelos se utilizaron puntuaciones de diferencia de chi-cuadrada ($\Delta\chi^2$) y los cambios en CFI y RMSEA (Cheung & Rensvold, 2002). Por último, se calculó la confiabilidad de la escala final y se realizó una prueba t para identificar posibles diferencias entre hombres y mujeres.

Resultados

Objetivo 1. El análisis de contenido permitió generar tres categorías denominadas: *estrategia de afrontamiento*, *habilidad para crear humor* y *herramienta social*. Aunque en ambos grupos se identificaron las mismas categorías, se observaron ligeras diferencias en las frecuencias de mención. Además, se observó que la primera categoría reúne la mayor cantidad de respuestas, seguida por *habilidad para crear humor* y posteriormente por la de *herramienta social*. Para determinar la similitud o no de los resultados obtenidos, se realizó la prueba chi-cuadrada, $X^2(1, n = 259) = 0.265, p < 0.05$, la cual mostró que tanto hombres como mujeres atribuyen los mismos significados al SH (ver Tabla 1).

Posteriormente y tomando en consideración las respuestas de los participantes se llevó a cabo el diseño de una escala conformada por 37 reactivos. Tras la aplicación del instrumento, los datos obtenidos fue-

Tabla 1
Categorías obtenidas a la pregunta ¿Qué es el sentido del humor para usted?

Categoría	Ejemplos de respuestas	Frecuencias*		%		Total**
		M	H	M	H	
Estrategia de afrontamiento	Encontrar lo gracioso en cualquier circunstancia de la vida La esencia de encontrar lo divertido a la vida Una actitud que permite enfrentar problemas	68	67	50.37	46.62	135
Habilidad para crear humor	Capacidad de manipular información para causar risa en los demás Capacidad de recepción que tiene alguien para responder a diversos estímulos Que la persona con la que estamos tenga esa facilidad de hacernos reír	44	40	52.38	47.61	84
Herramienta Social	Herramienta para desenvolverte en la sociedad Es una forma de manifestar mi sentir Una herramienta de comunicación e interpretación emocional	19	21	47.50	52.50	40

Nota: * $X^2(1, n = 259) = 0.265, p < 0.05, V$ de Cramer=0.0073; ** Cabe señalar que cada participante fue libre de emitir el número de respuestas que considerara pertinente, por ello el total de respuestas supera el de participantes.

ron sometidos a una prueba *Kolmogorov-Smirnov*, la cual mostró que estos no se distribuían de manera normal. Sin embargo, al calcular el índice de Máxima Diferencia Extrema Absoluta (D) que indica la magnitud del alejamiento entre la distribución empírica y la normal, se obtuvieron coeficientes menores a .30, considerados adecuados para llevar a cabo procedimientos paramétricos (Domínguez-Lara, 2018).

Objetivo 2. Durante la discriminación de reactivos por frecuencias se descartaron 10 reactivos (15, 18, 25, 26, 28, 29, 33, 34, 35, 37) que contaban con más del 50% de las respuestas en una sola de las opciones. Los valores de asimetría y curtosis no sobrepasaron el valor máximo, por lo que no resultó necesario eliminar ningún ítem. Posteriormente, se descartaron 10 reactivos más (6, 13, 17, 19, 24, 31, 32, 36, 40, 41) en el paso de la prueba *t de Student*, al no mostrar diferencias entre los grupos alto y bajo, correspondientes a los cuartiles 1 y 3 obtenidos a partir del puntaje total de la escala. Dado que ninguno de los reactivos, resultaron mayores a las correlaciones reactivo-puntaje total eliminando el reactivo, no se descartó ningún otro ítem. Los siguientes pasos -extracción y rotación de factores- se llevaron a cabo con 17 reactivos, utilizando el método de ejes principales que permiten obtener factores no correlacionados. Y una rotación ortogonal (tipo *varimax*) que asume la independencia entre los factores y minimiza el número de variables

con saturaciones altas en cada factor, simplificando la interpretación de ellos (Frías Navarro & Soler, 2012; Lloret Segura, et al., 2014).

A partir de ello, se obtuvieron tres factores con valores propios mayores a uno ($KMO = .897$, Prueba de Esfericidad de Bartlett $X^2 = 1727.538, gl = 136, p = .000$) que explicaron el 48.176% de la varianza, con un coeficiente de confiabilidad Alpha de Cronbach total de .896 y un Omega de McDonald total de .898 (ver Tabla 2).

Por su parte, la prueba de Mardia arrojó un coeficiente de curtosis multivariada de 14.855, inferior al límite calculado para 17 reactivos que corresponde a 323 [$17(17+2) = 323$] indicando normalidad multivariada (Bollen, 1989). Acto seguido, y para confirmar la estructura factorial obtenida durante el AFE, se realizó el AFC. Para lograr el ajuste del modelo se eliminaron ocho reactivos (10, 11, 12, 16, 30, 25, 23, 27) por contar con covarianzas residuales estandarizadas de 1 o mayores, así el modelo resultante aparece en la Figura 1, en la que se muestran los coeficientes factoriales estandarizados, la varianza explicada y los índices de ajuste.

Objetivo 3. Aquí, la prueba de invarianza métrica condujo a una prueba de diferencia de chi-cuadrada no significativa en las tres comparaciones. Aunque se obtuvo un $\Delta RMSEA$ mayor a 0.015 para el tercer modelo, en el resto de los casos los índices de ajuste

Tabla 2
AFE para la Escala de Significados entorno al SH (ESSH)

	Factores		
	1	2	3
	<i>Estrategia de afrontamiento</i>	<i>Habilidad para crear humor</i>	<i>Herramienta social</i>
Reactivos	7	7	3
Media	32.03	23.39	11.69
Desviación Estándar	4.804	4.158	2.143
Varianza Factorial	23.08	17.292	4.592
Alpha de Cronbach	0.851	0.852	0.726
Omega de McDonald	0.814	0.816	0.676
7. Te ayuda a ver la vida de forma diferente	0.706		
8. Significa reírse de los propios problemas	0.677		
9. Es encontrar el lado alegre de las situaciones	0.652		
10. Tiene que ver con apreciar los buenos momentos	0.611		
11. Es una forma positiva de ver las situaciones complicadas	0.600		
12. Hace posible ver la vida de forma amena	0.586		
16. Te ayuda a reaccionar de manera positiva a diversas situaciones	0.502		
22. Es el talento para hacer reír a la gente con cosas se dicen o hacen		0.792	
20. Es la facilidad para inventar bromas/historias divertidas		0.765	
21. Es la habilidad para recordar e imitar situaciones divertidas		0.730	
25. Es la destreza para aplicar analogías graciosas a situaciones que se van presentando		0.618	
23. Es mostrar ingenio cuando hay que responder a algo en el momento		0.540	
27. Tiene que ver con la capacidad para disfrutar de una situación graciosa		0.468	
30. Es la facilidad para divertirse		0.407	
42. Permite iniciar relaciones con otras personas			0.714
39. Ayuda a “romper el hielo”			0.630
38. Permite expresar la manera en la que pensamos			0.576

resultaron inferiores a los criterios de corte. Tomando en consideración que las pruebas estrictas de invarianza de medición son excesivamente restrictivas (Bentler, 2004), es posible asegurar que en conjunto estos datos mostraron una estructura factorial invariable entre los grupos de sexo (ver Tabla 3).

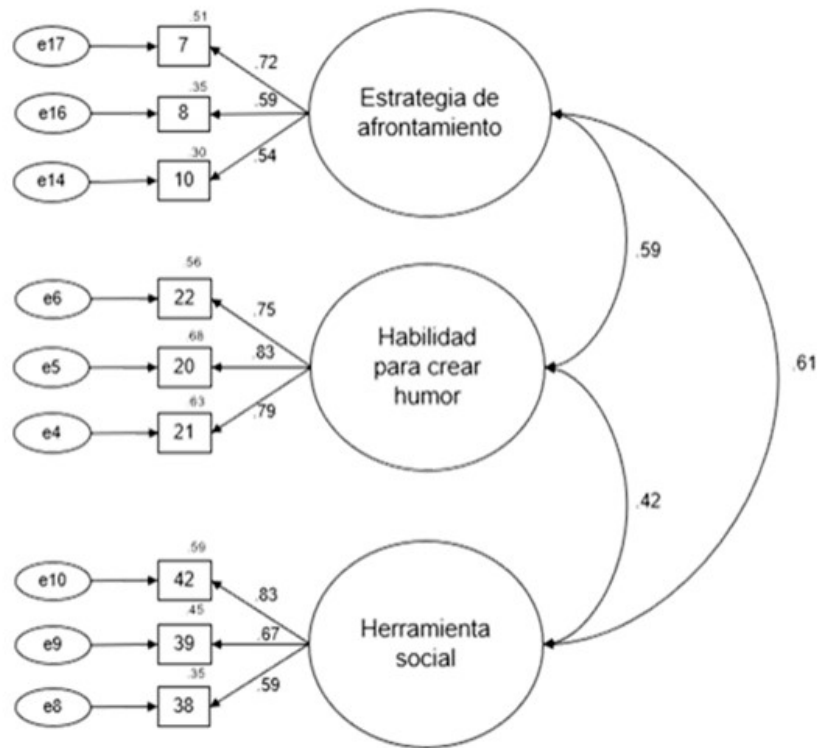
Tras confirmar la invarianza del instrumento, se procedió a calcular la confiabilidad de la escala final, obteniendo un coeficiente Alpha total de .807.

Objetivo 4. Finalmente, se llevó a cabo una prueba *t de Student* para muestras independientes y los resultados no mostraron diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres (ver Tabla 4).

Discusión

Esta investigación tuvo por objetivos 1) explorar el significado atribuido al SH por hombres y mujeres, 2) desarrollar un instrumento válido y confiable para adultos mexicanos, 3) examinar la invarianza de la medición de dicho instrumento en función del sexo de los participantes e 4) identificar posibles diferencias entre hombres y mujeres al respecto de los factores de la medida validada.

Para cumplir con el primer objetivo, se realizó un estudio exploratorio que consistió en indagar la manera en la que hombres y mujeres conceptuali-



$\chi^2(gf)$	CMIN/DF	GFI	AGFI	NFI	TLI	CFI	RMSEA	SRMR
20.926	.872	.968	.965	.970	1.007	1.000	.000 (.043, .977)	.005

↔ Correlación entre factores ← Cargas factoriales estandarizadas
 *Nivel de probabilidad .643

Figura 1. AFC de la ESSH e índices de ajuste

Tabla 3
Índices de ajuste para modelos de medición de invarianza por sexo de la ESSH

Modelo	$\chi^2(gf)$	CFI	RMSEA (IC90%)	$\Delta\chi^2(df)$	ΔCFI	$\Delta RMSEA$
M1. Invarianza de la configuración (Línea base)	40.275(48)	.839	1.000 .000 (.000-.034)			
M2. Invarianza métrica o débil (λ restringidas)	44.452(54)	.823	1.000 .000 (.000-.030)	M2 vs M1 4.177 (6), p=.653	0	0
M3. Invarianza escalar o fuerte (λ y τ restringidos)	60.744(63)	.964	1.000 .000 (.000-.042)	M3 vs M2 16.292 (9), p=.061	0	0
M4. Invarianza estricta (λ , τ , and θ restringidos)	101.332(78)	1.299	1.000 .040 (.010-.061)	M4 vs M3 6.069 (6), p=.415	0	-.040
Criterio de corte				p > .05	≤ 0.015	≤ 0.01

Nota: λ : Cargas factoriales; τ : intersecciones; θ : Varianzas de error; CFI: índice de ajuste comparativo; RMSEA: Raíz Cuadrada Media de Aproximación.

Tabla 4
Prueba t de Student por sexo en los factores de la ESSH

	H	M	F, p
Estrategia de afrontamiento	9.30	9.33	F(2/300); -.146, p=.884
Habilidad para crear humor	8.79	9.20	F(2/300); -1.403, p=.162
Herramienta social	9.12	9.51	F(2/300); -1.641, p=.102

zan el SH. Tras analizar las respuestas, se llegó a la conformación de tres categorías (*estrategia de afrontamiento*, *habilidad para crear humor* y *herramienta social*) cuyo contenido resultó similar para hombres y mujeres.

Se notó que las categorías identificadas constituyen tres recursos que puede poseer un individuo (Venciūtė, 2018), por un lado, la *habilidad* hace referencia a una propiedad individual, relacionada con la destreza física y/o mental para realizar cualquier actividad (Clarke & Winch, 2006), en este caso para identificar o producir comicidad, con la intención de experimentar o generar en alguien más, una emoción placentera relacionada con la alegría –hilaridad– (Siurana Aparisi, 2013). Mientras que la noción de *herramienta* tiene que ver con el ingenio o material que permiten llevar a cabo alguna acción o tarea, en este caso, para abordar recursos comunicativos y sociales, que permiten “romper el hielo”, así como mantener y reforzar vínculos. Por último, el concepto de *estrategia* que alude a las acciones encaminadas a un fin determinado (Contreras Sierra, 2013), siendo en este contexto, una forma o táctica que permite afrontar problemas y situaciones amenazantes mediante la broma o la risa (Yovetich et al., 1990).

Dado que se observaron ligeras diferencias en las frecuencias de mención entre hombres y mujeres se exploraron las diferencias mediante la prueba chi-cuadrada la cual mostró que ambos conceptualizan de la misma manera el SH, $X^2(1, n = 259) = 0.265, p < 0.05$. Dicho consenso puede sugerir, que más allá de las diferencias interindividuales, la construcción social y el valor cultural del SH es igual en ambos sexos (Reyes Lagunes, 1993).

Partiendo de las respuestas obtenidas, se diseñó un instrumento de medición psicológica compuesto inicialmente por 37 ítems. Sin embargo, en el procedimiento de validación inicial se perdieron 20 reactivos, quedando 17 para realizar los AFE y AFC correspondientes. El AFE arrojó tres factores congruentes con los obtenidos en el análisis de contenido y con una consistencia interna total alta. El primero de estos factores fue denominado *Estrategia de afrontamiento* ($M=4.00, DE=.66$) y tiene que ver con la representación del SH como un mecanismo que permite ver la vida de forma diferente, reírse de los problemas y encontrar el lado alegre de las situaciones. Este factor se ve apoyado por Martin et al. (2003) quien considera que una de las tres perspectivas desde las cuales puede abordarse el SH es como una estrategia de afrontamiento. Asimismo, Quezada-Zevallos y Gianino-Gadea (2015) mencionan que el SH permite hacer frente a situaciones difíciles sin experimentar una sobrecarga de emociones, transformando lo grave en algo intrascendente (Losada & Lacasta, 2019). De manera similar, Jiang et al. (2019) hablan del papel facilitador del SH del afrontamiento, ya que es un recurso que tiene el individuo para mantener una perspectiva humorística de cara a la adversidad. Para ello, la persona realiza cambios en la valoración de la situación, favoreciendo el pensamiento positivo e incrementando la sensación de ser capaz de superar la situación, disminuyendo su impacto y suprimiendo el efecto negativo (Cann & Etzel, 2008; Erickson & Feldstein, 2007; Kuiper et al., 2004); lo que a su vez trae consigo efectos positivos sobre su salud física y psicológica (Carbelo-Baquero, 2006; Carbelo-Baquero & Jáuregui, 2006; Martin et al., 2003; Richard & Kruger, 2017).

En comparación con otras escalas, se observa que este factor posee un coeficiente de confiabilidad Alpha de Cronbach de .85, superior al de factores como *afrontamiento* de la MSHS ($\alpha=.84$) (Thorson & Powell, 1993), el *humor de auto-mejora* del HSQ ($\alpha=.81$) (Martin et al., 2003), así como de la CHS ($\alpha=.61$) (Martin & Lefcourt, 1983) cuyos contenidos tienen que ver con usar el humor para dominar situaciones difíciles, al sentirse molesto o infeliz y para reducir problemas encontrando algo gracioso en ellos.

El segundo factor llamado *Habilidad para crear humor* ($M=3.90$, $DE=.82$), alude al talento para hacer reír a la gente con cosas que se dicen o hacen, la facilidad para inventar bromas/historias divertidas, así como a la habilidad para recordar e imitar situaciones chistosas. Todos estos elementos forman parte de la destreza mental que permiten crear, entender, reproducir o recordar información considerada como divertida según Losada y Lacasta (2019). De igual forma, García Laurrari et al. (2004) permiten que el individuo perciba las relaciones de forma insólita y logre comunicarlas de modo que provoquen sonrisas, risas o carcajadas en los demás o en sí mismo.

En cuanto a la confiabilidad, se observó que el de este factor ($\alpha=.85$) es mayor en comparación con factores como *apreciación y producción* del SHQ-Z ($\alpha=.84$) (Ziv, 1984), *creatividad humorística y apreciación del humor* del MSHS ($\alpha=.71$) (Thorson & Powell, 1993), *creación de humor* del CASH ($\alpha=.75$) (García et al., 2004) y *creatividad-ingenio* de la ESHRR ($\alpha=.79$) (Cruz Vargas & Sánchez Aragón, 2018). En el caso del contenido de dichos factores es equivalente al obtenido en esta investigación ya tiene que ver con disfrutar de chistes, tener la capacidad de hacer reír a los demás, ser considerado como alguien ingenioso, aplicar analogías graciosas e inventar historias divertidas.

Finalmente, el factor *Herramienta social* ($M=3.92$, $DE=.71$) conceptualiza el SH como un dispositivo comunicativo (S. Booth-Butterfield & M. Booth-Butterfield, 1991) que enriquece las habilidades sociales (Román et al., 2014) para establecer, mantener y reforzar vínculos con los demás (García-Larrauri et al., 2004; Sanford & Eder, 1984), ya que facilita la interacción social y contribuye –a través de burlas amistosas, apodos divertidos y chistes compartidos–, a generar sentido de pertenencia y cohesión social (Gary et al., 1977).

Al comparar este factor con otras escalas citadas inicialmente, se observó que en el caso de la HOS (Booth-Butterfield et al., 1991) su confiabilidad es mayor (.93), mientras que el factor de *uso del humor en las relaciones interpersonales* del CASH (García et al., 2004) tiene un coeficiente igual al obtenido en esta investigación ($\alpha=.72$). En cuanto al contenido,

estos instrumentos evalúan el SH a partir del uso que se hace de éste para comunicarse en una variedad de situaciones, conectar con los demás, relacionarse y mejorar el clima social.

Posteriormente y con el objetivo de confirmar la estructura factorial obtenida en el AFE, se realizó un AFC para lo que fue necesario probar primero la normalidad multivariada de los datos mediante el coeficiente Mardia, que resultó inferior (14.855) al límite indicado por Bollen (1989) para 17 reactivos (323) lo que resultó adecuado para dar continuidad a los análisis. En cuanto al AFC, se confirmó la configuración de tres factores (coincidentes con lo observado en el análisis de contenido) hallada previamente, pero en una versión de nueve reactivos. Los índices de ajuste obtenido fueron excelentes (Gaskin & Lim, 2016): $X^2(23) = 20.926$; $CMIN/DF = .872$; $GFI = .966$; $AGFI = .965$; $NFI = .970$; $RMSEA = .000 (.043 - .977)$; $SRMR = .005$, ratificando la validez de esta estructura factorial.

Por otra parte, el AFC multigrupo mostró diferencias de chi-cuadrada no significativas en las tres comparaciones, así como cambios en CFI inferiores a los criterios de corte. Y un $\Delta RMSEA$ mayor a 0.015 solo en el tercer modelo, siendo éste el de mayor restricción (Bentler, 2004). Tomando esto en consideración, es posible asegurar que, en conjunto, los datos mostraron una estructura factorial invariable entre hombres y mujeres. Ya con esto, se calculó la confiabilidad del instrumento final obteniendo un coeficiente Alpha de Cronbach total de .807 (aunque la eliminación de reactivos disminuyó el índice de consistencia interna, éste se considera adecuado de acuerdo con Campo-Arias & Oviedo, 2008, y Tavakol & Dennick, 2011).

Por último y en cuanto al cuarto objetivo, los resultados de la prueba *t de Student* confirmaron lo observado en la prueba de invarianza, es decir, que no hubo diferencias estadísticamente significativas por sexo. Esto de alguna manera contradice lo que González Gavaldón (1999) y F. Alford y R. Alford (1981) mencionan respecto al peso de la cultura en la forma de pensar, sin embargo, hay que señalar que el tema de las diferencias de sexo o género en cuanto a los significados del sentido del humor es(era) un

terreno inexplorado. Por ello, se puede decir, que en las muestras estudiadas en este estudio el significado atribuido al SH en hombres y mujeres es igual. Esto resulta congruente con Braithwaite (1974) quien, sugiere que los significados atribuidos a cualquier término dependen más de las acepciones personales, que de los patrones culturales.

A manera de conclusión, se destaca que la presente investigación cumplió con los objetivos de explorar el significado que se le da al SH, operacionalizarlo, validar la medida, comprobar el ajuste del modelo, examinar su invarianza y diferencias entre sexos. Todo esto a través de un instrumento que posee características psicométricas robustas comprobadas a través de una estructura factorial estable e invariable entre hombres y mujeres, la cual posee una base conceptual clara, con factores que aluden a los conceptos, ideas y contenidos que se atribuyen, representan o evocan al SH; pero, sobre todo que dan cuenta de la connotación positiva que se le da en sociedades occidentales como la mexicana (Apte, 1985; Jiang et al., 2019). Asimismo, se amplía la visión de Martin et al. (2003) al señalar dos perspectivas principales desde las cuales el SH se ha abordado y operacionalizado, pues esta investigación agrega a la estrategia de afrontamiento y la habilidad, el reconocimiento del SH como una herramienta social.

A pesar de estas fortalezas, la investigación presenta la limitación de haber realizado procedimientos centrados únicamente en explorar la validez de estructura, dejando a un lado otros tipos como la de contenido y constructo. No obstante, es un área de oportunidad para el futuro, así como seguir explorando las diferentes aristas de esta variable como sus usos y reglas al interior de las relaciones románticas o de otras, e incluso examinar si hay diferencias por tipo de relación.

Referencias

- Alarcón R. (2009). *Psicología de la felicidad*. Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Alford, F. & Alford, R. (1981). A Holo-Cultural Study of Humor. *Ethos*, 9(2), 149-164. <https://www.jstor.org/stable/640079>
- Bally, C. (1977). *El lenguaje y la vida*. Losada.
- Booth Butterfield, S., & Booth Butterfield, M. (1991). Individual differences in the communications of humorous messages. *Southern Communication Journal*, 56(3), 205-218. <https://doi.org/10.1080/10417949109372831>
- Braithwaite, R. B. (1974). *La naturaleza del creer*. Fondo de Cultura Económica.
- Bressler, E. R., & Balshine, S. (2006). The influence of humor on desirability. *Evolution and Human Behavior*, 27(1), 29-39. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2005.06.002>
- Camacho, J. M. (2006). El humor y la dimensión creativa en la psicoterapia. *Psicodebate. Psicología, Cultura y Sociedad*, 6, 45-58. <https://doi.org/10.18682/pd.v6i0.440>
- Campo Arias, A., y Oviedo, H. C. (2008). Propiedades psicométricas de una escala: La consistencia interna. *Revista de Salud Pública*, 10, 831-839. <https://doi.org/10.1590/s0124-00642008000500015>
- Calleja, N. (en prensa). *Construcción y validación de escalas psicosociales y de la salud: Guía paso a paso*.
- Calleja, N., Arrollo Belmonte, M., & Valencia Camargo, M. F. (2022). Humor in Life Scale [EHV]: Development and Evidence of Validity and Reliability in Spanish Speakers. *Acta de Investigación Psicológica*, 12(2), 65-76. <https://doi.org/10.22201/fpsi.20074719e.2022.2.451>
- Carbelo Baquero, B. (2006). *Estudio del sentido del humor: validación de un instrumento para medir el sentido del humor, análisis del cuestionario y su relación con el estrés* (tesis doctoral). Universidad de Alcalá, Madrid, España. <https://ebuah.uah.es/dspace/handle/10017/438>
- Carbelo Baquero, B., y Jáuregui, E. (2006). Emociones positivas: humor positivo. *Papeles del Psicólogo*, 27(1), 18-30. <https://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/1281.pdf>
- Contreras Sierra, E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión*, 35, 152-181. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762013000200007
- Cheung, G. W., & Rensvold, R. B. (2002). Evaluating goodness-of-fit indexes for testing measurement invariance. *Structural Equation Modeling*, 9(2), 233-255. <http://doi.org/10.1097/NNR.0b013e3182544750>
- Clarke, L. & Winch, C. (2006). A European skill framework? But what are skills? Anglo-Saxon versus German concepts. *Journal of Education at Work*, 19(3), 255-269. <https://doi.org/10.1080/13639080600776870>
- Cruz Vargas, D. J., y Sánchez Aragón R. (2018). Sentido del humor en la pareja: diferencias por etapa y sexo. En R. Díaz Loving, L.I. Reyes Lagunes, F. López Rosales (Eds.), *La Psicología Social en México Volumen XVII*

- (pp. 245-264). México: Asociación Mexicana de Psicología Social. ISBN:978-607-96539-7-2
- Domínguez Lara, S. (2018). Magnitud del efecto para pruebas de normalidad en investigación en salud. *Investigación en Educación Médica*, 7(27), 92-93. <http://dx.doi.org/10.22201/facmed.20075057e.2018.27.17762007-5057>
- Dorsch, F. (2002). *Diccionario de Psicología*. Herder.
- Etchezahar, E. (2014). La construcción social del género desde la perspectiva de la Teoría de la Identidad Social. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, 25(49), 128-142. Recuperado a partir de <https://www.pcient.uner.edu.ar/index.php/cdyt/article/view/26>
- Erickson, S. J., & Feldstein, W. S. (2007). Adolescent Humor and its Relationship to Coping Defense Strategies, Psychological Distress and Well-Being. *Child Psychiatry Human Development*, 37(3), 255-271. <https://doi.org/10.1007/s10578-006-0034-5>
- Furr, R. M. (2018). *Psychometrics: An introduction*. (3rd ed). Sage.
- Frías Navarro, D., y Soler, M. P. (2012). Prácticas del análisis factorial exploratorio (AFE) en la investigación sobre conducta del consumidor y marketing. *Suma Psicológica*, 19(1), 47-58. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=134224283004>
- García Larrauri, B. Monjas, I. Román, J.M., Flores, V. y Cuetos, A. (2004b). Sentido del humor: delimitación conceptual, evaluación y propuestas de intervención. En M. I. Ruíz (Eds.), *Aportaciones psicológicas al desarrollo difícil*. (pp.387-430). Edita Psicoex.
- García Núñez, R., y Huerta Hurtado, M. J. (2020). Significado y sociedad. *Sincronía*, 77(1), 531-550. <https://www.redalyc.org/journal/5138/513862147026/html/>
- Gaskin, J. & Lim, J. (2016). *Model Fit Measures*, AMOS Plugin. StatWiki de Gaskination.
- González Gavaldón, B. (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Comunicar*, 12(1), 79-88. <https://www.revistacomunicar.com/ojs/index.php/comunicar/article/view/C12-1999-12>
- Greengross, G., & Miller, G. (2011). Humor ability reveals intelligence, predicts mating success, and is higher in males. *Intelligence*, 39(4), 188-192. <https://doi.org/10.1016/j.intell.2011.03.006>
- Greengross, G., Martin, R. A., & Miller, G. (2012). Personality traits, intelligence, humor styles, and humor production ability of professional stand-up comedians compared to college students. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 6(1), 74-82. <https://doi.org/10.1037/a0025774>
- Guix Oliver, J. (2008). El análisis de contenidos: ¿qué nos está diciendo? *Revista Calidad Asistencial*, 23(1), 26-30. [https://doi.org/10.1016/S1134-282X\(08\)70464-0](https://doi.org/10.1016/S1134-282X(08)70464-0)
- Howrigan, D. P., & MacDonald, K. B. (2008). Humor as a Mental Fitness Indicator. *Evolutionary Psychology*, 6(4), 652-666. <https://doi.org/10.1177%2F147470490800600411>
- Humke, C., & Schaefer, C. E. (1996). Sense of Humor and Creativity. *Perceptual and Motor Skills*, 82(2), 544-546. <https://doi.org/10.2466/pms.1996.82.2.544>
- Jiang, T., Li, H., & Hou, Y. (2019). Cultural differences in humor perception, usage, and implications. *Frontiers in Psychology*, 10(1), 1-8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00123>
- Jiménez Mata, N. (2016). La teoría General del Humor Verbal. *Verbum et Lingua*, 8, 29-43. <https://doi.org/10.32870/vel.v0i8.77>
- Kuiper, N. A., Grimshaw, M., Leite, C., & Kirsh, G. (2004). Humor is not always the best medicine: Specific components of sense of humor and psychological well-being. *Humor: International Journal of Humor Research*, 17(1), 135-168. <https://doi.org/10.1515/humr.2004.002>
- Lloret Segura, S., Ferreres Traver, A., Hernández Baeza, A., y Tomás Marco, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems: Una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología*, 30(3), 1151-1169. <https://doi.org/doi:10.6018/analesps.30.3.199361>
- Losada A. V., y Lacasta, M. (2019). Sentido del Humor y sus beneficios en salud. *Calidad de vida y Salud*, 12(1), 2-22. <https://www.academica.org/analia.veronica.losada/45.pdf>
- Macías, M. A., Madariaga Orozco, C., Valle Amarís, M., y Zambrano, J. (2013). Estrategias de afrontamiento individual y familiar frente a situaciones de estrés psicológico. *Psicología desde el Caribe*, 30(1), 123-145. <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/psicologia/article/view/2051>
- Martin, R. A., & Lefcourt, H. M. (1983). Sense of humor as a moderator of the relation between stressors and moods. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(6), 1313-1324. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.6.1313>
- Martin, R. A., Puhlik Doris, P., Larsen, G., Gray, J., & Weir, K. (2003). Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the Humor Styles Questionnaire. *Journal of Research in Personality*, 37(1), 48-75. [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(02\)00534-2](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(02)00534-2)
- Mendinburo Seguel, A., y Páez, D. (2011). Humor y cultura. Correlaciones entre estilos de humor y dimensiones culturales en 14 países. *Boletín de Psicología*, 102, 89-105. <https://www.uv.es/seoane/boletin/previos/N102-6.pdf>
- Mendinburo Seguel, A., & Heintz, S. (2022). Who shows which kind of humor? Exploring sociodemographic

- differences in eight comic styles in a large Chilean sample. *Scandinavian Journal of Psychology*, 61(4), 565-573. <https://doi.org/10.1111/sjop.12629>
- Losada, A. V., y Lacasta, M. (2019). Sentido del Humor y sus beneficios en salud. *Calidad de vida y Salud*, 12(1), 2-22. <https://www.academica.org/analia.veronica.losada/45.pdf>
- Quezada Zevallos, J., y Gianino Gadea, L. (2015): El sentido del humor: más allá de la risa. *Consensus*, 20(1), 83-98. <https://doi.org/10.33539/consensus.2015.v20n1.401>
- Reyes Lagunes, I. (1993). Las Redes Semánticas Naturales, su conceptualización y utilización en la construcción de instrumentos. *Revista de Psicología Social y Personalidad*, IX (1), 81-99.
- Román, J. M., Valle Flores, L., Valdivieso León., L., y García Monteagudo, B. (2014). ¿Qué te hace reír? ¿qué grado de “sentido del humor” tienes? ¿crees que puede mejorarse? *Revista de Psicología y Educación*, 9(1), 173- 200. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4859826>
- Ruch, W. (2007). *The sense of humor: Explorations of a personality characteristic*. De Gruyter.
- Siurana Aparisi, J. C. (2013). Los rasgos de la ética del humor. Una propuesta a partir de autores contemporáneos. *Veritas*, 29, 9-31. <https://doi.org/10.4067/S0718-92732013000200001>.
- Svebak, S. (2010). The Sense of Humor Questionnaire: Conceptualization and Review of 40 Years of Findings in Empirical Research. *Europe's Journal of Psychology*, 6(3), 288-310. <https://doi.org/10.5964/ejop.v6i3.218>
- Tapia Villanueva, L., Poulsen, G., Sotomayor, P., y Isakson, P. (2009). *La evaluación del sentido del humor*. Universidad del Desarrollo.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 27(2), 53-55. <http://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd>
- Thorson, J. A., & Powell, F. C. (1993). Development and validation of the multidimensional sense of humor scale. *Journal of Clinical Psychology*, 49, 13-23. [https://doi.org/10.1002/1097-4679\(199301\)49:1<13::AID-JCLP2270490103>3.0.CO;2-S](https://doi.org/10.1002/1097-4679(199301)49:1<13::AID-JCLP2270490103>3.0.CO;2-S)
- Vandenberg, R., & Lance, C. (2000). A review and synthesis of the measurement invariance literature: Suggestions, practices, and recommendations for organizational research. *Organizational Research Methods*, 3(1), 4-70. <https://doi.org/10.1177%2F109442810031002>
- Venciūtė, D. (2018). Social media marketing—from tool to capability. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, 79, 131-145. <https://doi.org/10.1515/mosr-2018-0009>
- Wu, C. L., & Chen, H. C. (2019). The influence of creativity on Incongruity-Resolution and Nonsense Humor Comprehension. *Creativity Research Journal*, 31(1), 110-118. <https://doi.org/10.1080/10400419.2019.1577675>
- Wycoff, E. B., & Pryor, B. (2003). Cognitive Processing, Creativity, Apprehension and the Humorous Personality. *North American Journal of Psychology*, 5(1), 31-44.
- Yovetich, N. A., Dale, J. A., & Hudak, M. A. (1990): Benefits of humor in reduction of threat –induced anxiety. *Psychological Reports*, 66(1), 51-58. <https://doi.org/10.2466/pr0.1990.66.1.51>
- Yue, X. (2010). Exploration of Chinese Humor: Historical Review, Empirical Findings, and Critical Reflections. *Humor. International Journal of Humor Research* 23(3), 403–420. <https://doi.org/10.1515/humr.2010.018>
- Ziv, A. (1984). *Personality and Sense of Humor*. Springer.

© Universidad Nacional Autónoma de México, 2023.

Los derechos reservados de *Acta de Investigación Psicológica*, son propiedad de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el contenido de esta revista no puede ser copiado ni enviado por correo electrónico a diferentes sitios o publicados en listas de servidores sin permiso escrito de la UNAM. Sin embargo, los usuarios pueden imprimir, descargar o enviar por correo electrónico los artículos para uso personal.

Copyright of *Psychological Research Record* is the property of Universidad Nacional Autónoma de México (National Autonomous University of Mexico, UNAM) and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.