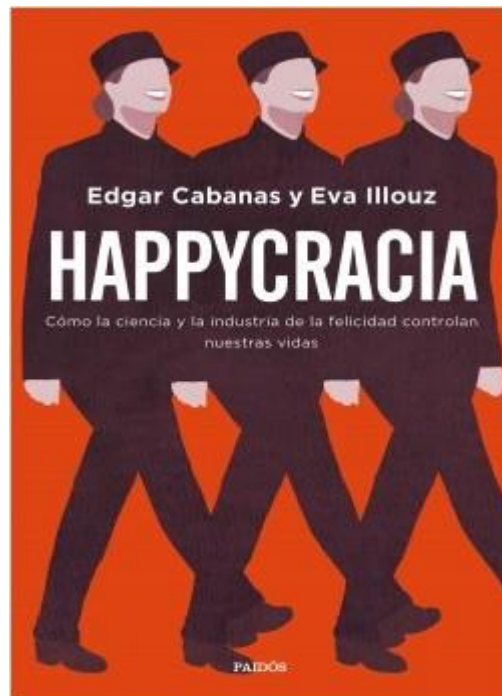


# La felicidad como ideología y dispositivo de dominación (neo)(neuro)liberal

Olver B. Quijano Valencia  
oquijano@unicauca.edu.co / Universidad del Cauca, Colombia



**HAPPYCRACIA**  
**Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas**  
Edgar Cabanas Díaz y Eva Illouz, Paidós, Barcelona, 2019, 219 pp.

Hace ya dos décadas realicé una reseña crítica a un libro de autoayuda convertido no solo en *best seller* sino también en un panfleto trivial de gran posicionamiento en el mundo empresarial, educativo y político, el cual y según raros testimonios de numerosos hombres y mujeres de negocios y de teólogos de la gerencia, había servido para *salvar* carreras, matrimonios, empresas, empleos e incluso vidas, lo que dejaba entrever su intencionalidad como *discurso* tranquilizador y despolitizador, propio del paisaje de relajación, distracción y disipación de mentalidades neoconservadoras soportadas en terapias místicas, esoterismos y literaturas de autoayuda, desde donde se trivializa la lucidez y se legitima la tontería y el relax en tiempos del imperio neo y neoliberal. Desde entonces, una de mis

preocupaciones ha tenido que ver con la extraña ausencia de propuestas, perspectivas y discursos capaces de develar el trasfondo perverso no solo de este tipo de libros sino de sus apuestas ideológicas, mercadológicas y ontológicas. No ha sido fácil identificar trabajos, debates y horizontes de alta significación, calidad y circulación contrapuestos al emprendimiento, la exacerbación del individualismo, la resiliencia emocional, y en general, la ciencia y la industria de la felicidad. Resultan entonces, absolutamente reconfortables y esperanzadores los análisis y planteamientos del psicólogo Edgar Cabanas Díaz y de la socióloga Eva Illouz, esta vez compendiados de manera sistemática y sugerente en el libro *Happycracia, Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*, esfuerzo consagrado a mostrar genealógicamente la omnipresencia de la felicidad en nuestras vidas, esta vez como mercancía de altos alcances rentísticos e “instrumento ideológico enormemente eficaz para justificar aspectos crueles de la economía de mercado, de excusar sus excesos y maquillar sus locuras” (pp. 94), tal como lo afirman sus autores apoyados en Bárbara Ehrenreich.

Una suerte de parafernalia y hasta de esquizofrenia empresarial, institucional, gubernamental y lamentablemente educativa, se impone y se expande teniendo como centro la idea y práctica de la felicidad, esta vez desde una visión reduccionista y simplificadora y a partir de la sobrevaloración del yo, perspectiva que impone la idea de que “la riqueza y la pobreza, el éxito y el fracaso, la felicidad y la infelicidad son, en realidad, opciones que uno toma” (pp.14) y de que “el sufrimiento y la satisfacción son, al fin y al cabo, opciones personales (pp. 21), independientemente de las circunstancias socio/económicas, político/culturales e históricas.

Según los autores, este “giro a la felicidad” tiene relación con un extraño proceso cultural y antropológico de profunda individualización y psicologización, congruente con un tipo de subjetividad y ciudadanía neoliberal maleable, despolitizada y ensimismada. Se trata de la economía y la industria de la felicidad como de una suerte de mentalidad, imaginario y visión que se impone con un innegable *raitink* mediático e institucional, a pesar de sus debilidades epistemológicas, sociológicas, fenomenológicas y morales. Realidad posible gracias a la existencia y multiplicación de profesionales *coaching* o *coachers*, terapias, oradores motivacionales, literatura de autoayuda, profesionales del desarrollo personal, profesionales de la felicidad y el desarrollo humano, objetos motivadores, consejerías,

aplicaciones felicistas, psicoterapias, psicología positiva, “profesionales psi” “mediadores culturales”, “mercaderes de las necesidades”, etc., quienes paulatinamente imponen una especie de ‘filosofía’ en la cual “la felicidad se ha convertido ella misma en el producto fetiche de una industria mundial y multimillonaria que gira en torno a la oferta y la demanda de un amplio catálogo de mercancías emocionales (pp. 122).

Un sinnúmero de repertorios y técnicas psicológicas de tipo emocional, cognitiva y motivacional, dan cuenta de lo que los autores acertadamente denominan como “pornografía emocional”, la cual siempre se acompaña de una narrativa inscrita en la superación personal con un trasfondo anclando en la autoculpabilización, el crecimiento personal, la autorrealización, la autorresponsabilidad, claro está, al margen de las circunstancias políticas, históricas y sociales.

Sé tú mismo, confía en ti, sé tu propio jefe (o tu jefe), busca la fuerza que hay en tu interior, todo depende de ti, sé feliz, gestiona tu vida interior, mejora siempre algo, focalízate, sonríe, sé positivo, autocontrólate, siempre puedes estar mejor, y un largo etcétera, integran esta narrativa que tiene como premisa el hecho de que “no hay problemas sociales estructurales sino deficiencias psicológicas individuales” (pp. 19). Esta especie de secta del uno mismo también preconiza la resiliencia y el emprendimiento como nuevos operadores de dominación, formas de interiorización y asunción del discurso neoliberal y falsa autonomización, siempre en favor de la teoría del sujeto como *empresario de sí mismo*.

Ciertamente, este *ethos* terapéutico que “coloca la salud emocional y la necesidad de realización personal en el centro del progreso social y de las intervenciones institucionales” (pp. 62) moviliza el exitoso y consolidado negocio de la felicidad y el mercado de la ayuda, esta vez de la mano con la expansión de psicología positiva y sus apuestas por garantizar individuos no críticos pero adaptados, óptimos, realizados y felices, accionando igualmente en favor de la productividad empresarial y del ahondamiento neoliberal. El prometedor mercado terapéutico se dirige no solo a personas con problemas, deficiencias, desadaptaciones, carencias y debilidades, sino también a sujetos sin angustias, sanos y triunfadores, pues en esta carrera loca por la felicidad, se trata de estar siempre lo mejor posible y de sacar el máximo de cada uno, sin importar si al final se concreta una suerte de autoexplotación (in)consciente, pues, “la gente no solo

necesitaba ser feliz cuando estaba mal; necesitaba ser incluso más feliz cuando todo iba bien". Esto ha sido posible gracias a una mezcla extraña, incoherente y hasta vergonzosa de disciplinas, y prácticas como la psicología, el conductismo, el psicoanálisis, la psiquiatría, las neurociencias, la espiritualidad, el ocultismo, las terapias orientales, la gerencia, la metafísica, el *coaching*, las ventas, el cristianismo, *el marketing*, las comunidades de fe, etc., mezcla al servicio del mercado y del actual sistema económico, político y cultural neoliberal.

La psicología positiva de gran aceptación social y de poca legitimidad epistemológica y científica, ha impactado muchos ámbitos sociales, políticos, institucionales y de la vida cotidiana, instaurando un robusto mercado donde circula un heterogéneo capital terapéutico y un amplio capital psicológico positivo, siempre en congruencia con una 'filosofía' individualista y poco relacional, según la cual, se trata de soluciones fáciles y básicas (trucos, recetas, guías, consejos) a problemas complejos y estructurales, pues, "no es la sociedad la que necesita un cambio, sino que son las personas quienes tienen que aprender a adaptarse, sobrevivir y mejorar" (pp. 77). De ahí que, lo más pertinente no son los análisis y actuaciones contextuales y estructurales, sino un permanente retiro al mundo interior, una profunda automercantilización. No estaremos, se preguntan los autores, "¿acaso ante una nueva argucia destinada a convencernos, una vez más, de que la riqueza y la pobreza, el éxito y el fracaso, la salud y la enfermedad son únicamente responsabilidad nuestra?"

La psicología positiva y la obsesión por la felicidad al ampliar su epicentro al mundo organizacional y de los negocios, contribuyen a la definición de un perfil de subjetividad maleable a las transformaciones del mundo del trabajo y de las emergentes dinámicas empresariales y productivas, claro está, siempre del lado de una creciente precarización de los trabajadores como del desvanecimiento de sus seguridades ontológicas. En el capitalismo flexible y en el nuevo espíritu del capitalismo, se trata de establecer una nueva perspectiva contractual, en la cual se cuenta con el trabajador, pero no se responde por él.

De esta forma, como lo afirman Cabanas e Illouz, "la solución pasaba por otorgar mayor autonomía y responsabilidad al trabajador, es decir por concebir a cada uno de los trabajadores como empresas en sí mismas que, como tales, debían sobrevivir y prosperar por sí mismas en un mundo cada vez más competitivo y cambiante. [...] los trabajadores

pasaron de concebirse como fuerza laboral, es decir, como un activo en el que la empresa invertía, a ser definidos como capital humano, es decir, como un recurso o valor económico adquirido por las empresas, pero en el cual es el propio trabajador el encargado de invertir a través de sus propios medios” (pp. 98)

Esta suerte de promoción de una identidad asociada a la “nueva ética del capitalismo” y a un “*ethos* emprendedor de la cultura neoliberal” esta vez mediada por la promesa de la felicidad y de la realización y el crecimiento personal, se inscriben en tendencias del *management* contemporáneo que ‘empodera’, transfiere responsabilidades, autoculpabiliza e induce a la autoexplotación en medio de una “autonomía como falsa retórica de empoderamiento que oculta el verdadero propósito de culpabilizar a los trabajadores de lo que son, en realidad, déficits y paradojas de sus propias condiciones y exigencias laborales, para que hagan suyos no solo sus propios fracasos, sino también los de la propia empresa” (pp. 116).

La paradoja de la autonomía se relaciona con la insistente, hostigante y hasta cansona figura del emprendimiento y del emprendedor en tanto modo de interiorizar la lógica neoliberal y las nuevas direcciones del Estado. Tal fenómeno se corresponde con programas neoliberales que asumen el mercado de lo social a través de la teoría e institucionalización del capital humano según la cual el sujeto, independientemente de su posición, no está por fuera del capital sino que es un actor constitutivo, es decir un inversionista que pone en los circuitos económicos el conjunto de sus experiencias, competencias, actitudes, habilidades, destrezas e idoneidad, variables todas concebidas como ‘capital semilla’ que podrá desarrollar y sobrecapitalizar, dependiendo de cómo se comporte en el juego económico globallocal (Quijano, 2011).

Emprendedores sí, pero igualmente productivos, eficientes, competitivos y felices. Al final de estos procesos en los que se desvanece la solidaridad y la relacionalidad, si el sujeto fracasa, sólo será por su incapacidad de autocapitalizarse y de construir su capital idoneidad o por “una psique defectuosa o mal gerenciada, y hasta como síntomas de una biografía frustrada o una vida desperdiciada” (pp. 80). “[...] El fracaso es la consecuencia de una deficiente constitución psíquica” (pp. 166).

Nos encontramos frente a una nueva teoría del sujeto como empresario de sí mismo (Foucault, 2007), una forma generalizada de la lógica empresarial, de la invasión del imaginario y de la activación de individuos como empresarios de sí mismos. Una jugada maestra en tiempos de optimización, rendimiento, ánimo de lucro, productividad, eficiencia, ideología felicista y de una amplia perspectiva de empresarialización, donde las mayorías se activan como clientes, productores e incesantes consumidores. Como lo afirman Cabanas e Illouz, asistimos a una “falsa retórica del emprendimiento”, al “florecimiento de los trabajadores como activos económicos para las empresas”, a la “paradoja de la autonomía”, a la “automercantilización”, a la “marca personal”, en medio de la creciente precarización, de la adversidad y el fascismo social, de la producción y criminalización de la pobreza, y en general, de la desfuturización. Entonces, “todo el mundo, como potencial emprendedor, debería preocuparse de ello” (pp. 138), pues emprendimiento no está necesariamente asociado a crecimiento económico, tal como se aprecia en varios análisis, donde “el número de emprendedores tienden a dispararse en aquellos países y regiones donde los niveles de paro son más elevados y la economía es más frágil, es decir, donde las personas se ven efectivamente obligadas a buscarse la vida dentro de un escenario de escasa oferta laboral y de enorme precariedad. [...] Países como Uganda, Tailandia, Brasil, Camerún y Vietnam encabezan el *ranking* de los países más emprendedores del mundo” (pp. 114). ¿Te están engañando? ¿Te estás engañando?

Podríamos afirmar que se trata de cierta práctica y efecto psicopolítico como resultado del sistema de dominación que, en lugar de emplear el poder opresor, utiliza el poder seductor, inteligente (*smart*), logrando que los sujetos se entreguen por las buenas y voluntariamente al entramado de la dominación (Han, 2014). Con esto, se produce el “desmoronamiento general de la dimensión social en aras de la dimensión psicológica. La política con mayúsculas, se ve así desplazada por una política terapéutica, al tiempo que la felicidad toma el relevo de lo ideológico como forma de definir el modelo ideal de ciudadanía” (pp. 63).

En efecto, la felicidad como instrumento ideológico con todos sus corolarios, al preconizar que todo es psicológico y personal a la vez que no existen problemas estructurales, no solo apela a doctrinas conservadoras, místicas y despolitizadoras, sino que infantilizan a la sociedad y suscitan una suerte de sujeción y “entrega voluntaria”, pues como lo afirma

Becker y Marecek referenciado por Cabanas e Illouz, “hacer creer que unos ejercicios de autoayuda bastan para remediar la ausencia de transformación social no es solo una visión cortoplacista sino también repugnante desde el punto de vista moral” (pp. 70).

La industria y la economía de la felicidad al instaurar la individualización, la reinención personal y la autoconfección, circunscribe las posibilidades al mundo interior y psicologizan la sociedad, suscitando un retiro y un descuido con los asuntos sociopolíticos, pues en medio de la tiranía felicista y de la positividad, no tiene sentido luchar por cambiar las circunstancias, las estructuras y las relaciones.

Este gran develamiento logrado en el libro *Happycracia*, representa una enorme contribución para este momento histórico de excesiva mercantilización, empresarialización, ocupación ontológica, vanalización y configuración de “psiudadanos” que, obsesionados por la felicidad y las tiendas como epicentro de las soluciones, paulatinamente multiplican el conjunto de *happycondriacos*, hipocondriacos emocionales y *happyflowers*, todos al servicio de la axiología y cultura neoliberal y del nuevo disciplinamiento psíquico-social o neoliberal.

Entonces, sí todos se encierran en sí mismos, se activan como empresarios de sí mismos, y solo salen a competir y competir, ¿quién quedará para seguir compartiendo, colaborando, comunalizando, solidarizándose y ejerciendo generosidad? Sobre estos y otros valores, es necesario volver en tiempos de exacerbación economicista y de una enorme devastación ecológica, social y cultural. Felices sí, pero también sensibles, críticos e inconformes, siempre en favor de la vida y la dignidad humana. En tiempos de las nuevas y sofisticadas opresiones, darse cuenta, enredarse y juntarse es determinante frente a “la felicidad como obsesión y regalo envenenado” (pp. 180) y sobre todo como ideología y dispositivo neo/neoliberal de sujeción.

Cajibío, Cauca, Colombia, agosto de 2019

## Referencias

Cabanas, Edgar e Illouz, Eva. 2019. *Happycracia. Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Barcelona. Paidós.

Foucault, Michel. 2007. *Nacimiento de la biopolítica: curso en el College de France (1978-1979)*. México: Fondo de Cultura Económica.

Han, Byung-Chul. 2016. *Psicopolítica*. Barcelona: Herder editorial.

Quijano Valencia, Olver. 2011. *Eufemismos. Cinismo y sugestión en la actual ampliación del campo de batalla*. Popayán: Editorial Universidad del Cauca.