

Davies, William (2016). *La industria de la felicidad*.
Barcelona: Editorial Malpaso,
[321 pp.]

Óscar Gallo*

El 21 de agosto del 2016 la revista *Semana* publicó una nota en la que resumía un estudio del Departamento Nacional de Planeación sobre la felicidad de los colombianos. En la nota se informaba que la gente más feliz pertenecía al estrato 3 y la más infeliz al estrato 4, los jóvenes de los estratos 1, 2 y 3 eran muy felices, pero dejaban de serlo al llegar a ser adultos, mientras que los jóvenes de los estratos 4, 5 y 6 no eran muy felices, pero después de los 20 pasaban a serlo; los paisas eran más felices, los viudos y viudas son tan felices como los casados y 9,7% de los colombianos estaban deprimidos. Meses después se publicaron algunas claves para la felicidad, mencionadas por los expertos invitados al “Foro Cultura de Felicidad, bienestar para los funcionarios públicos”, liderado por la Gobernación de Cundinamarca; gobierno que además venía promoviendo la cátedra de la felicidad como asignatura en las instituciones educativas.

En la actualidad se puede decir que los debates sobre la felicidad tienen un protagonismo similar a los de los debates sobre las generaciones Y (*millennials*) o Z. Así, la moda de la felicidad, en mi opinión emparentada con la del *coaching*, se promociona con las epifanías de los directores ejecutivos y los reportajes sobre *startups* que ofrecen sus servicios para alcanzar la felicidad en el trabajo. Pero es en la Cumbre Mundial de la Felicidad donde se evidencia con mayor claridad el protagonismo de esta industria: veinticinco expertos en bienestar y felicidad; dos mil quinientos expositores y representantes de la psicología positiva y el *mindfulness*, en una amalgama de saberes occidentales y orientales que buscan sentar las bases de la felicidad, desbloquear las emociones, identificar nuestros poderes, desarrollar los liderazgos y entender las relaciones.

La búsqueda de las palabras *felicidad* y *happiness* en Google Trends y Ngram Viewer sugiere que en los últimos años ha crecido el interés en el tema; sin embargo, dicho interés parece ser menor si se compara con el que se tenía en el siglo XIX. El libro de William Davies, *La industria de la felicidad*, parece tener la explicación de esas tendencias.

Davies recuerda que, en el 2014, en el Foro Económico Mundial (FEM), al lado de multimillonarios, estrellas de pop y presidentes nacionales se encontraba un invitado muy especial: Matthieu Ricard, un monje budista, intérprete del Dalái Lama, conferencista de Tecnología,

* Doctor en Historia Cultural de Universidade Federal de Santa Catarina (Brasil). Profesor de la Universidad Eafit (Colombia). ✉ oscargallovez@hotmail.com

Entretenimiento, Diseño (TED)¹ y el “hombre más feliz del mundo” (p. 8). El FEM pasaba así a centrarse en cuestiones relativas al *wellness*, después de transitar por la ralentización del crecimiento de la productividad europea en los años setenta, la desregularización del mercado en los años ochenta, la innovación de Internet en los noventa y las cuestiones sociales en el año 2000. En el foro, dice Davies, no se hacía más que hablar sobre *mindfulness*. Además del monje, otro aspecto llamó la atención: a todos los asistentes se les entregó un dispositivo que permitía valorar las formas de vida y los niveles de bienestar. En resumen, la felicidad pasaba de ser una aspiración “*new age* reservada a quienes tienen suficiente tiempo libre como para hornear su propio pan” (pp. 9-10) a ser un infiltrado de la gestión económica global. Los representantes de la edulcorada psicología positiva no podían estar más felices.

Por un lado, la tendencia del siglo XXI que muestra Google Trends se explica tanto por el impulso que generó el FEM como por la moda de la psicología positiva y el auge de prácticas como el yoga o la meditación. Por otro lado, la tendencia de Ngram Viewer insinúa la larga historia de la “ciencia de la felicidad”. Con esa mirada histórica y sociológica, Davies no se propone criticar el valor ético de la felicidad, sino cuestionar los elementos históricos que configuran la versión actual, enfocada en cuantificar y poner precio a la tristeza y la alienación.

En efecto, el interés por manipular la conducta humana en función de la productividad y el consumo se remonta a finales del siglo XIX; lo que cambia en el siglo XXI es que los nuevos dispositivos tecnológicos y las redes sociales aportan más datos para conocer y manipular los sentimientos de las personas. Y en todo caso, en el XX y el XXI se siguen abordando los problemas político-económicos mediante la psicología, que es muchas veces, según Davies, “el medio que las sociedades utilizan para no tener que mirarse en el espejo” (p. 17).

Las publicaciones del siglo XIX expresan el apetito, el interés y la obligación de los hombres y los Estados de alcanzar la felicidad. El utilitarismo de Jeremy Bentham o la psicofísica de Gustav Fechner tenían en común el esfuerzo especulativo y científico de traducir la inconmensurabilidad de lo psicológico en manifestaciones fisiológicas medibles. Y la idea es que los especialistas y las autoridades logren aprehender, por medio de herramientas y unidades de medida, lo que es bueno para nosotros, sin que nuestras voces sean escuchadas. Ese conocimiento podía conducir a dos acciones: por un lado, a transformar la realidad o las instituciones que producen dolor o infelicidad; por otro lado, a optar por cambiar la forma en que el contexto es experimentado.

Esta segunda opción es la elegida por los psiquiatras, los terapeutas, los psicoanalistas y los consultores modernos de la psicología positiva, con su mezcla de ciencia cuantitativa y espiritualidad.

No es del caso resumir los avatares de esa búsqueda de los mecanismos psicológicos de la felicidad; basta con señalar que a finales del siglo XIX los psicólogos norteamericanos daban por sentado que los incentivos externos eran la principal motivación de los hombres. Esta apropiación de los elementos del largo debate filosófico por parte de la psicología norteamericana era consecuente con la necesidad de conocimiento práctico sobre los consumidores. Así, la psicología pasó de ser una rama de la filosofía dedicada al conocimiento del alma humana, sus facultades y sus operaciones a ser una “ciencia” cuyo ideal era hacer que la actividad individual estuviera dirigida hacia objetivos escogidos por las élites de poder, pero “en ausencia tanto de una coerción desnuda como de la deliberación democrática” (p. 104). Ese será, en efecto, el ideal defendido por la psicología conductista al señalar que con apenas un “empujoncito” se puede hacer de cualquiera un hombre de negocios o un deportista de éxito. Como herramientas para la manipulación por parte de los especialistas, la psicología conductista o la psicología positiva de la actualidad no tienen interés en escuchar a las personas, pues lo que les interesa, dice Davies, es provocar sentimientos, deseos, exigencias.

Por otro lado, el desarrollo de las leyes de la termodinámica en el siglo XIX confirmó la incertidumbre frente a la creciente fatiga humana, en un contexto en el que la mano de obra era cada vez menos abundante. Las ciencias del trabajo se plantearon inicialmente la pregunta por las condiciones materiales de trabajo, el estado físico de los obreros y las formas de mejorar la productividad. La conclusión parecía ser simple: la desmotivación producida por la fatiga física podía enfrentarse mediante los incentivos salariales.

En los años treinta los psicólogos toman cartas en el asunto. La infelicidad y la improductividad comienzan a relacionarse y la psicología se interesa en el divorcio mental de los trabajadores con sus empleos y en los costes económicos que de este se derivan. Al mismo tiempo que se descubría dicha relación se investigaba el “síndrome general de adaptación”, posteriormente denominado *estrés*; lo bio-psico-social aparecía así en escena. En la actualidad la necesidad de transformar los cuerpos y la conducta de los empleados pasa por cursos de psicología de la motivación en los que se mezclan elementos provenientes de diferentes culturas, con argumentos “científicos” acerca de los determinantes del éxito, la felicidad y la actitud positiva. En estos cursos se espera que los activos emocionales de los individuos sirvan para facilitar ciertas estrategias y ciertos proyectos; al fin y al cabo, desde esa perspectiva la felicidad es sinónimo de estatus, poder, empleo y dinero.

1 TED es una organización dedicada a las “ideas dignas de difundir”. La plataforma difunde conferencias de líderes o protagonistas del momento como expresidentes, premios Nobel o directores de compañías.

Davies no se limita a estos polémicos aspectos; también son tratados otros asuntos, como la epidemia de la depresión y los fármacos para combatirla, el auge de los manuales de diagnóstico de los trastornos mentales, con la infortunada inclusión de la homosexualidad en los años setenta, las discusiones de la Escuela de Chicago que dieron origen al neoliberalismo y la idea del capital humano, las razones del auge de la economía compartida (por ejemplo, Uber), los debates sobre las relaciones sociales y las redes sociales, el *big data* y la determinación de todas las decisiones de los individuos.

Si de resumir se trata, *La industria de la felicidad* es un provocador libro sobre la ineficaz lucha contra la infelicidad. El monismo elegido por la psicología para enfrentar los problemas del bienestar únicamente ha evidenciado que las ciencias sociales continúan estando al servicio del poder, como lo decía Loren Baritz en los años sesenta.

Resta únicamente decir que *La industria de la felicidad* es un libro para un público general. Es posible que el historiador reclame por la falta de fuentes y de rigurosidad en algunos apartados, pero lo que importa de esta original propuesta es que suscita una reflexión tanto sobre el porcentaje de nuestras vidas que puede ser examinado como sobre el nivel de excelencia física y psicológica al que tendríamos que aspirar. Debate que adquiere aún más vigencia cuando observamos que el *Homo Economicus* se vuelve a posicionar en un contexto de auge del “paternalismo libertario”;

es decir, aquel que defiende la idea de que “las elecciones de los individuos se pueden (y deben) ‘manipular’ de forma más o menos sutil, de modo que estos vean aumentado su bienestar” (Victoria 2017, s/p). Investigaciones de economía del comportamiento como la de Richard Thaler, premio nobel de economía 2017, parecen ser muestra de ese horizonte de investigación.

Referencias

1. Anónimo. 2016. “Datos interesantes”. *Revista Semana*, 21 de agosto de 2016. <http://www.semana.com/confidenciales/articulo/datos-interesantes-para-colombia/489848>
2. Anónimo. 2016. “Felicidad: parte de la cultura y el bienestar”. *Revista Semana*, 27 de noviembre de 2016. <http://www.semana.com/foros-semana/articulo/plan-de-desarrollo-de-cundinamarca-apunta-a-la-felicidad/506831>
3. Baritz, Loren. 1961. *Los servidores del poder: historia del uso de la ciencia social en la industria norteamericana*. Madrid: Europa.
4. Victoria Lanzón, Carlos. 2017. “Richard Thaler, el economista que dio un pequeño empujón al homo economicus”. *Revista Letras Libres*, 16 de octubre. <http://www.letraslibres.com/espana-mexico/economia/richard-thaler-el-economista-que-dio-un-pequeno-empujon-al-homo-economicus>