

Cabanas, E. e Illouz, E. (2019). *Happycracia: cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Paidós Iberica: Madrid.

La felicidad es, a día de hoy, un tema con gran presencia tanto mediática como académica. Las recetas para gozar de esta panacea contemporánea abundan en forma de talleres, libros, charlas o seminarios dirigidos a fomentar un ejercicio introspectivo destinado a mejorar el autoconocimiento y, por lo tanto, a descubrir de qué manera cada individuo puede (auto)dirigirse hacia la felicidad. Sin embargo, a pesar de ese enfoque individualista y aparentemente personalizado en lo que respecta a la consecución de una vida feliz, los *aprioris* que circulan en torno al ideal normativo de sujeto feliz, junto con los significados sobre la felicidad puestos en circulación de la mano del discurso autorizado, propician la asunción de ideas y perspectivas sobre las implicaciones de la felicidad. En este contexto de afloramiento masivo tanto de recetas para ser feliz como del conocimiento experto –abundantemente financiado– que antecede y legitima esas recetas, así como de la creación de instancias y organizaciones destinadas a promover la felicidad, se hace necesario llevar a cabo un ejercicio de revisión y recopilación como el que hacen Edgar Cabanas y Eva Illouz en *Happycracia: cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. A lo largo de los diferentes capítulos que conforman esta publicación, Cabanas e Illouz desarrollan un recorrido centrado en la emergencia de la psicología positiva y de la producción de un arquetipo de sujeto feliz, así como de la integración de muchos de sus *aprioris* teóricos al sentido común por medio de libros de autoayuda, coaching, mindfulness, etc. y que también se manifestarían en contextos como el de la educación o el mundo empresarial.

A lo largo del primer capítulo, los/as autores/as desarrollan una breve genealogía de la psicología positiva y de su relación con la economía de la felicidad, al tiempo que hacen un repaso de las amplias redes de financiación que facilitan la emergencia de abundantes espacios, tales como centros, másteres o grados, donde producir y compartir conocimiento sobre unas determinadas interpretaciones acerca de la felicidad y destinado a desentrañar las bases constitutivas del *buen vivir*. Cabanas e Illouz describen cómo, junto a todo el entramado de producción de conocimiento sobre la felicidad en centros afines a esta rama de la psicología, tales como el *Positive Psychology Center* de la Universidad de Pensilvania, han ido apareciendo volúmenes donde se comenzaron a asentar las bases epistemológicas de esta nueva rama. Tal es el caso con *Character Strengths and Virtues: A Handbook of Classification* (2004), escrito por Peterson y Seligman, siendo este último el impulsor de la psicología de la felicidad dentro de la Asociación Estadounidense de Psicología (APA). Cabanas e Illouz continúan el desarrollo de su primer capítulo vinculando la producción de ese conocimiento experto, enormemente apoyado a nivel financiero desde instituciones privadas, con la integración transversal de un nuevo sentido común sobre el bienestar emocional y la felicidad. Los/as autores/as sugieren que este sentido común podría implicar la alusión a las capas de significación vinculadas a acepciones positivas de conceptos como “op-

timismo”, “esperanza”, “pensamiento positivo” o “autorrealización” tradicionalmente utilizados en el marco de la autoayuda o el coaching, así como su legitimación desde un discurso experto y autorizado. Esa comercialización de la felicidad, así como su instrumentalización como dispositivo de intervención subjetiva, también se manifestaría, tal y como explican en el capítulo cuarto, por medio del surgimiento de apps como Happify. Esta alianza entre psicología positiva y profesionales del coaching y de la autoayuda, tal y como la describen Cabanas e Illouz, facilitaría a la psicología positiva la posibilidad de ser integrada y extendida como parte de los procesos de producción subjetiva y, a disciplinas como el coaching, dotarse de un halo de legitimidad y validación científica de la que anteriormente carecía.

Más adelante, también en el primer capítulo, Cabanas e Illouz argumentan que este nuevo enfoque centrado en la felicidad requeriría que se proporcionara, o al menos se tratara de acotar, una definición de lo que, en el marco de esta nueva rama dentro de la psicología, implicaría ser feliz. Esta aproximación a la definición de felicidad promocionada por la psicología positiva vendría de la mano de la reflexión sobre la economía de la felicidad y el Big Data, desde donde la felicidad se aborda como un valor cuantitativo, objetivo – hasta el punto de haberse desarrollado una fórmula para su medición – aparentemente neutro y desideologizado, donde las circunstancias económicas y el nivel de ingresos tendrían un papel testimonial, recayendo el rol determinante para su consecución en la actitud individual de cada sujeto hacia a sus circunstancias vitales y en su voluntad de ser feliz. Dicha reflexión acerca de la definición de felicidad se amplía en el segundo capítulo, insertando la emergencia de la psicología positiva y de la economía de la felicidad en un contexto atravesado por el neoliberalismo, conceptualizado por los/as autores/as como una filosofía, donde imperarían lógicas de autorresponsabilidad, autonomía, autorrealización, individualismo y autogobierno emocional de corte terapéutico. Estas lógicas se promocionarían como parte de las características de un sujeto feliz que, consecuentemente, se consideraría funcional, moralmente bueno, productivo y, en definitiva, como se expone en el capítulo cinco, autogobernado de manera eficaz y eficiente. De hecho, tal y como argumentan Cabanas e Illouz a lo largo del tercer capítulo, dentro de las empresas, la felicidad se habría configurado como capital emocional imprescindible previo a la contratación, erigiéndose como clave para el buen rendimiento y el éxito profesional, y vinculándose con la resiliencia, la flexibilidad o la autonomía, todos ellos *aprioris* fundamentales para la buena gestión neoliberal de sí. Otro ejemplo de la expansión del espacio de expresión de la promoción de la felicidad como principio constituyente en diferentes contextos es que en escuelas, institutos y universidades de diversos países se estarían recibiendo recomendaciones – aún sin contar con pruebas suficientes – para implantar programas de educación positiva, dado que, de acuerdo con sus defensores, permitiría aumentar la calidad de la enseñanza y, por lo tanto, el rendimiento y el aprendizaje del alumnado, así como las competencias de gestión emocional y promoción del espíritu emprendedor.

A pesar de todo el apoyo y el seguimiento tan amplio que ha experimentado, tal y como se recoge en *Happycracia*, la psicología positiva y la expansión de muchas de sus narrativas como parte de un nuevo sentido común no habrían estado exentas de críticas. Cabanas e Illouz enumeran gran número de desacuerdos vertidos por diferentes autores, tanto dentro como fuera de esta disciplina científica, frente a los argumentos y enunciados tautológicos que componen algunos de los pilares epistemológicos de la psicología positiva. Una crítica muy recurrente tendría que ver con

a la ausencia de relación entre el nivel de ingresos, junto con otras variables como la corrupción y la inseguridad laboral, y la felicidad. En esta línea, los/as autores/as de *Happycracia* reflexionan acerca de la posibilidad de que los *aprioris* y significados normativos sobre la felicidad puedan estar contribuyendo a la emergencia de malestares como la depresión o la ansiedad, así como a sentimientos de aislamiento social, autoculpabilización y soledad. Otras críticas también se han centrado en las lagunas metodológicas inherentes a una medición universalista de la felicidad, así como en la limitada capacidad de elección de respuestas en el diseño de las encuestas y cuestionarios

Sin embargo, si bien Cabanas e Illouz realizan un valioso e ilustrativo repaso de la producción de *episteme* y *doxa* vinculada a la felicidad, cabría mencionar una serie de aspectos que se han obviado o que no han sido posible abordar y que podrían ser interesante problematizar en futuras producciones. En primer lugar, a lo largo de todo el libro, los/as autores/as sitúan la felicidad (y su significación hegemónica actual) en el centro de las problemáticas inherentes al paradigma neoliberal (con una suerte de presencia tentacular en todos los ámbitos) y relegan a un segundo plano la utilidad que supone la apropiación de este significante como una herramienta de autogobierno emocional para la expansión del paradigma mercantilista y del ideal normativo de sujeto neoliberal a todos los ámbitos de la propia vida. Por otro lado, dentro de las teorizaciones y reflexiones que articulan esta producción, podría ser interesante, en el marco de futuras investigaciones, contemplar la posible emergencia de problematizaciones y distanciamientos respecto a los discursos morales y las identidades hegemónicas vinculadas a la felicidad. Los/as autores/as sitúan el objeto de sus reflexiones en torno a un posicionamiento teórico eminentemente centrado en el análisis de los discursos hegemónicos que, si bien es necesario e ilustrativo, sería recomendable complementar con reflexiones relativas al posible surgimiento de resistencias y microrresistencias, así como a la capacidad de agencia y de reflexión de los sujetos. Asimismo, se echarían en falta las problematizaciones respecto al subtexto de género subyacente al ideal normativo de sujeto hegemónico neoliberal feliz, estrechamente vinculado al mercado y a las lógicas mercantilistas, así como a las rearticulaciones que los dominios simbólicos de los géneros podrían estar experimentando con la puesta en escena y legitimación de nuevos *aprioris*, exigencias normativas, valores, imágenes, etc. vinculadas a la promoción de un ideal neoliberal de felicidad. Finalmente, también habrían sido olvidadas otras variables como la clase social o la raza a la hora de problematizar el ideal neoliberal de sujeto feliz promovido desde aquellos espacios de producción de verdad vinculados o influenciados por la psicología positiva.

No obstante, a pesar de las puntualizaciones arriba mencionadas, Cabanas e Illouz habrían desarrollado una necesaria y pertinente genealogía de la psicología positiva, así como de la expansión de algunas de sus hipótesis sobre la consecución de la felicidad y su integración en multitud de ámbitos y de contextos lo que la convierte en una lectura imprescindible para cualquiera que busque comenzar a problematizar la articulación, desde la psicología positiva, de la promoción neoliberal de la felicidad.