



Edgar Cabanas y Eva Illouz

HAPPYCRACIA

Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan
nuestras vidas

PAIDÓS

Edgar Cabanas y Eva Illouz

HAPPYCRACIA

Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan
nuestras vidas

PAIDÓS

Título original: *Happycratie*, de Edgar Cabanas y Eva Illouz
Publicado originalmente en francés por Premier Parallèle

1.^a edición, marzo de 2019

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal). Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

© Premier Parallèle, 2018
© de la traducción, Núria Petit, 2019
© de todas las ediciones en castellano,
Editorial Planeta, S. A., 2019
Avda. Diagonal, 662-664
08034 Barcelona, España
Paidós es un sello editorial de Editorial Planeta, S. A.
www.paidos.com
www.planetadelibros.com

ISBN 978-84-493-3556-3
Fotocomposición: Lozano Faisano, S. L.
Depósito legal: B. 3.567-2019
Impresión y encuadernación: Liberdúplex, S. L.

El papel utilizado para la impresión de este libro es cien por cien libre de cloro y está calificado como papel ecológico.

Impreso en España – *Printed in Spain*

Sumario

Introducción	11
1. Expertos en tu bienestar	25
2. Reavivar el individualismo	61
3. Positividad en el trabajo	91
4. Se vende ego feliz	119
5. Ser feliz, la nueva normalidad	151
Conclusión	179
Agradecimientos	187
Notas	189

CAPÍTULO 1

Expertos en tu bienestar

Vivimos en una época dominada por el culto a la psique. En una sociedad afligida por la división racial y las disparidades sociales y de género, estamos unidos por el evangelio de la felicidad psicológica. Ricos y pobres, negros y blancos, hombres y mujeres, heterosexuales y homosexuales, todos creemos que los sentimientos son sagrados y que la salvación está en la autoestima, que la felicidad es el fin supremo y que el trabajo psicológico sobre uno mismo es el único medio de alcanzarla.

EVA S. MOSKOWITZ, *In Therapy We Trust*

LOS AÑOS QUE SELIGMAN VIVIÓ POSITIVAMENTE

«Tengo una misión»,¹ declaró Martin Seligman un año antes de presentarse a las elecciones para presidente de la *Asociación Estadounidense de Psicología* (APA, por sus siglas en inglés) —la asociación científica y profesional de psicólogos más importante de Estados Unidos, con más de 115.700 afiliados—. ² Seligman no sabía exactamente cuál era esa misión, pero creía que la encontraría una vez fuera elegido. ³ No obstante, tenía ya algunas ideas en mente: doblar los fondos para la investigación en salud mental, expandir los objetivos de la psicología aplicada al campo de la prevención o alejarse de la aproximación «tradicional» y «negativa» de la psicología clínica, como él la llamaba. «Pero, en el fondo —escribiría más tarde—, no era realmente eso lo que me proponía.»⁴ Seligman tenía un objetivo más ambicioso: encontrar un nuevo

enfoque psicológico sobre la naturaleza humana que pudiera rejuvenecer la psicología y extender su alcance social y científico.

La «iluminación» de Seligman, según confiesa él mismo, se produjo unos meses después de su «sorprendente» elección como presidente de la APA, en 1998. La experimentó mientras quitaba las malas hierbas del jardín con su hija Nikki, de cinco años. Cuando su padre la reprendió porque tiraba las hierbas en cualquier lado, Nikki se le acercó y le dijo: «Papá, ¿te acuerdas de cuando aún no tenía cinco años? De los tres a los cinco, me quejaba todos los días. Cuando cumplí cinco años, decidí no quejarme más. Es lo más difícil que he hecho en mi vida. Si yo he podido dejar de quejarme, tú también puedes dejar de gruñir». Según Seligman, «Nikki había dado en el clavo». Comprendió que educar a Nikki no consistía en corregir sus «lloriqueos» sino en ayudarla a desplegar su «magnífica fortaleza».⁵ La psicología se equivocaba, como muchos padres con sus hijos, al hacer hincapié en corregir lo negativo en vez de promover lo positivo para ayudar a niños y adultos a desarrollar su máximo potencial. «Para mí fue sencillamente una epifanía»,⁶ declaró Seligman en el «Manifiesto introductorio a una psicología positiva», publicado en *American Psychologist* en el año 2000. Seligman afirmaba que no hallaba una «manera menos mística» de explicar el origen de la psicología positiva. Con el mismo relato de epifanía que los líderes carismáticos ofrecen a sus seguidores, Seligman afirmaba: «Yo no elegí la psicología positiva. Fue ella la que me llamó a mí [...]. La psicología positiva me llamó a mí igual que la zarza ardiendo llamó a Moisés».⁷ Como caída del cielo, Seligman había encontrado finalmente su misión: crear una nueva ciencia de la felicidad para estudiar en qué consiste «la buena vida» y descubrir las claves psicológicas del crecimiento personal.

Pero, como ocurre a menudo con las revelaciones, la propuesta de la psicología positiva presentada en aquel manifiesto inaugural era algo difusa. Tomando afirmaciones y conceptos evolucionistas, psicológicos, neurocientíficos y filosóficos de aquí y de allá, la psicología positiva resultaba más bien una propuesta ecléctica e imprecisa que un proyecto científico sólido y propio. «Como todas las selecciones, esta

es en cierta medida arbitraria e incompleta», declaraban los autores del manifiesto, apresurándose a añadir que lo que pretendían era únicamente «estimular el apetito del lector» respecto a «las perspectivas que ofrecía este campo de investigación». ⁸ Pero ¿qué ofrecía realmente el campo? Para muchos, nada nuevo: consignas tan antiguas como poco coherentes sobre la realización personal y la felicidad del individuo pero en consonancia con la creencia típicamente americana en la capacidad del individuo para autodeterminarse y que, más que nueva, venía de mucho tiempo atrás: desde la psicología humanista de las décadas de 1950 y 1960 pasando por las psicologías de la adaptación y los movimientos por la autoestima en las décadas de 1980 y 1990, sin olvidar toda una cultura de la autoayuda ya fuertemente consolidada y que había tenido un influencia cada vez mayor y más extendida a lo largo del siglo xx. ⁹

En realidad, la nueva psicología positiva parecía haber nacido ya bastante vieja, como aquel protagonista del cuento de Scott Fitzgerald, «El curioso caso de Benjamin Button». Pero no para sus padres. En palabras de Seligman y Csikszentmihalyi (otro de los padres fundadores de la psicología positiva), la recién llegada disciplina ofrecía «una oportunidad histórica [...] de crear un verdadero monumento científico, una ciencia que tiene como principal tarea entender qué es lo que hace que la vida sea digna de ser vivida». ¹⁰ Esto incluía las emociones positivas, el sentido que uno da a su existencia y, naturalmente, la felicidad. Con gran optimismo, la psicología positiva se presentó en las más altas esferas de la psicología académica, enfatizando que se trataba de «una nueva empresa científica» capaz de expandir sus resultados «a otros lugares y tal vez incluso a todas las épocas y a todo el mundo». ¹¹ Nada más y nada menos.

La idea hizo que se levantaran algunas cejas y se generara cierto escepticismo, como poco. Pero Seligman estaba decidido a cumplir su misión. Si el antes conductista y por entonces psicólogo cognitivo había escrito en su libro de 1990, *Learned Optimism*, que el optimismo no siempre era recomendable, pues «a veces nos impide ver la realidad tal como es», ¹² aquella epifanía, sin embargo, lo había cambiado: «En ese

momento decidí cambiar». ¹³ Seligman no quiso etiquetar a su nueva propuesta como conductista o cognitivista, ni siquiera como humanista, sino inaugurar una nueva sensibilidad que reuniera el máximo número de adeptos posible, independiente de su formación psicológica pero comprometidos con el positivismo científico. Al fin y al cabo, el camino hacia el estudio científico de la felicidad en este sentido ya había sido pavimentado: aunque sin tanto éxito, los trabajos de Michael Argyle, Ed Diener, Ruut Veenthoven, Carol Ryff y Daniel Kahneman a comienzos de la década de 1990 también habían señalado la necesidad de una ciencia del bienestar humano que superara los fallidos intentos anteriores de estudiar científicamente el concepto, todos los cuales, argumentaban, carecían de coherencia teórica y de procedimientos de evaluación fiables, además de estar cargados de prejuicios y de valores culturales. Así, tal vez conscientes de que la nueva psicología positiva generaba suspicacias y cierta sensación de *déjà vu* —«podrías pensar que se trata de pura fantasía», admitían los padres fundadores—, Seligman y Csikszentmihalyi concluían el «Manifiesto introductorio a una psicología positiva» con una afirmación rotunda sobre las garantías del éxito y la larga vida de la disciplina: «Finalmente ha llegado la hora de la psicología positiva [...]. Predecimos que la psicología positiva finalmente permitirá a los psicólogos de este nuevo siglo comprender y construir los factores que permitan la realización plena de los individuos, las comunidades y las sociedades». ¹⁴

Según el propio Seligman cuenta, durante las semanas que siguieron a su elección como presidente de la APA, empezaron a «aparecer» cheques sobre su mesa. «Unos abogados de pelo cano con trajes grises» que representaban a «fundaciones anónimas» a las que solo les interesaban los «ganadores», lo invitaron a exponer en unas lujosas salas de conferencias de Nueva York «en qué consistía la psicología positiva». Le pidieron que lo resumiera «en diez minutos» y que presentara sus propuestas en «tres páginas». «Al cabo de un mes —afirma Seligman—, apareció un cheque de un millón y medio de dólares. Fue así, gracias a este tipo de financiación, como la psicología positiva empezó a propagarse y a prosperar.» ¹⁵ De hecho, el campo se expandió hasta unos nive-

les sin precedentes en apenas unos años. En 2002, la psicología positiva ya había conseguido 37 millones de dólares en financiación, por lo que se determinó que había llegado el momento de publicar el primer manual de psicología positiva (*Handbook of Positive Psychology*) que declararía la «independencia de este campo de investigación». El capítulo titulado «El futuro de la psicología positiva: una declaración de independencia» concluía diciendo que ya era hora de «romper» con la «psicología tradicional» basada en «la debilidad» y en un «modelo patológico» del comportamiento humano. Los editores declaraban que el manual «simplemente, era un clamor», y terminaban afirmando: «Creemos [...] que hemos dado el primer paso hacia un movimiento científico, *un movimiento que podemos caracterizar como una declaración de independencia respecto al modelo patológico*». ¹⁶ Así, y con la ayuda de los medios de comunicación de todo el mundo, la psicología positiva difundió con éxito entre académicos, profesionales y público no especializado la idea de que finalmente había nacido una nueva ciencia de la felicidad que había encontrado las claves psicológicas del bienestar, del sentido de la existencia y de la realización personal.

Un monumento caro

En cuestión de pocos años, los psicólogos positivos crearon una amplísima red institucional a escala global valiéndose de programas de doctorado y másteres; de premios, becas y cursos de especialización en psicología positiva aplicada; de congresos y conferencias internacionales; de manuales, libros de divulgación y monografías; y de blogs y páginas web a través de las cuales difundir los logros de la disciplina y recopilar datos sobre satisfacción con la vida, emociones positivas y felicidad mediante cuestionarios *online*. También se crearon numerosas revistas académicas exclusivamente dedicadas a publicar estudios sobre el tema, como el *Journal of Happiness Studies*, fundado en 2000; el *Journal of Positive Psychology*, fundado en 2006; o el *Journal of Applied Psychology, Health and Well-Being*, fundado en 2008. Tal como

había previsto Seligman, la psicología positiva se había erigido un monumento a sí misma. Pero las revistas científicas, las redes académicas globales y los medios no podían explicar por sí solos un éxito tan fulgurante. También había hecho falta muchísimo dinero.

Las donaciones y subvenciones no se detuvieron con el primer cheque que apareció en la mesa de Seligman. A lo largo de los meses y los años siguientes, fueron muchas las instituciones privadas y públicas interesadas en ese campo de investigación y que financiaron su desarrollo. Ya en 2001, la *John Templeton Foundation*, una institución religiosa y conservadora a la que Seligman alabó en su discurso presidencial, obsequió al padre de la psicología positiva con 2,2 millones de dólares para que creara el *Positive Psychology Center* en la Universidad de Pensilvania. Por lo visto, sir John Templeton se sintió fascinado por el proyecto —algo que no es sorprendente dado su conocido interés por la sanación mental, la literatura de autoayuda, el poder del pensamiento positivo, y por el estudio de cómo los individuos pueden controlar su mente, dominar sus circunstancias y adaptar el mundo a su voluntad—. De hecho, él mismo escribió el prefacio para el *Handbook of Positive Psychology* de 2002 en el que se declaraba la independencia de la disciplina: «Espero que los investigadores actuales y futuros compartan la visión de una psicología positiva y que las fundaciones y gobiernos creen programas para apoyar esta obra revolucionaria y verdaderamente beneficiosa. Mi deseo es que todos rememos en la misma dirección». La fundación financió posteriormente varios proyectos que estudiaban la relación entre las emociones positivas, el envejecimiento, la espiritualidad y la productividad. En 2009, la fundación le entregó a Seligman otro cheque, esta vez de 5,8 millones de dólares, para que llevara a cabo un estudio sobre la neurociencia positiva y el papel de la felicidad y la espiritualidad en una vida de éxito.

La *John Templeton Foundation* no era la única institución que financiaba la investigación en psicología positiva. Muchas entidades grandes y pequeñas, tanto públicas como privadas, entre las cuales figuraban *The Gallup Organization*, *Mayerson Foundation*, *Annenberg Foundation Trust* y *Atlantic Philantropies* financiaron generosamente

a los psicólogos positivos con numerosas donaciones, premios, cursos y becas. La *Robert Wood Johnson Foundation*, por ejemplo, financió a Seligman y su equipo en el año 2008 con 3,7 millones de dólares para que explorasen el concepto de salud positiva. Igualmente, instituciones como *National Institute of Aging* (NIA) y *National Center for Complementary and Alternative Medicine* (NCCAM) suministraron fondos a las investigaciones de la psicología positiva sobre los efectos del bienestar, la satisfacción vital y la felicidad en la salud y en la prevención de las enfermedades mentales. Multinacionales como Coca-Cola también invirtieron en psicología positiva con el fin de encontrar métodos más baratos y eficientes de incrementar la productividad, reducir el estrés en el trabajo y promover el compromiso de los empleados con la cultura de la empresa. Una de las iniciativas más recientes y sustanciosas, y tal vez la más espectacular, es el programa *Comprehensive Soldier Fitness* (CSF), financiado con 145 millones de dólares. Se trata de un programa de psicología positiva dirigido por el ejército norteamericano desde 2008 y supervisado por Seligman desde el *Positive Psychology Center*. El proyecto se presentó al público en 2011 a través de un número especial de la revista *American Psychologist*, en el cual Seligman explicaba que instruir a los soldados y al personal militar en emociones positivas, felicidad y espiritualidad ayudaría a «crear soldados tan resistentes psicológica como físicamente»¹⁷ o, como también decía, ayudaría a crear «un ejército indomable»¹⁸ (lo veremos con detalle en el capítulo 5). Las inversiones, sin embargo, no se limitaban a Estados Unidos. Desde la creación de la disciplina en el año 2000, un número creciente de entidades públicas y privadas de Europa y Asia han financiado investigación en psicología positiva, siendo China, los Emiratos Árabes Unidos y la India algunos de los países en sentirse atraídos por la disciplina en los últimos años.

En muy poco tiempo, Seligman había conseguido una enorme financiación pública y privada para el estudio científico de la felicidad, de la salud mental positiva y de la prevención de la enfermedad mental. La felicidad constituía un campo fértil y al parecer no lo suficientemente explorado que debía examinarse desde un punto de vista

científico: ¿Por qué son tan importantes las emociones positivas? ¿Cómo puede la gente llevar una vida feliz pese a las dificultades? ¿Puede la ciencia descubrir las claves de la realización personal? ¿Cómo se relaciona el optimismo con la salud y la productividad? Este tipo de preguntas empezaron a plantearse en miles de nuevas publicaciones científicas y de revistas especializadas que repetían los mismos argumentos, promesas, mitos fundacionales y referencias, dando así una sensación de sólido consenso y de coherencia teórica y conceptual que la disciplina, en realidad, no tenía.

En 2004, tal vez conscientes de ello y en un esfuerzo por crear dicha coherencia, Peterson y Seligman publicaron *Character Strengths and Virtues: A Handbook and Classification*. Este «manual de la salud», como ellos mismos lo denominaron, se concibió, por un lado, como una contraversión en positivo del *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales* (DSM, por sus siglas en inglés) y de la Clasificación Internacional de Enfermedades (CIE), que son las dos referencias más relevantes para los psicólogos, psiquiatras y terapeutas de todo el mundo. En vez de diagnosticar los trastornos mentales, el manual ofrecía una clasificación universal de las fortalezas y virtudes «para ayudar a la gente a evolucionar hacia su máximo potencial» e invitar a académicos, terapeutas y profesionales de la salud a centrarse en lo bueno, lo auténtico y lo virtuoso en los individuos: «Este manual se centra en lo que tienen de positivo las personas y específicamente en las fortalezas de carácter que hacen que una vida buena sea posible. Seguimos el ejemplo del DSM y la CIE. [...] La diferencia fundamental es que para nosotros lo importante no es la enfermedad psicológica sino la salud».¹⁹ Por otro lado, el manual también estaba destinado a facilitar a los psicólogos positivos un «vocabulario común» del que la disciplina carecía:

La psicología positiva en su conjunto se beneficiará de un vocabulario compartido para hablar de lo positivo. Igual que el DSM y la CIE estandarizaban un lenguaje sobre lo negativo para la psiquiatría, la psicología clínica y el trabajo social, este manual lo hace con rasgos

positivos. Creemos que la clasificación del carácter que presentamos aquí es un paso importante para lograr un vocabulario común sobre los rasgos positivos y sus formas de medición.²⁰

Los autores reconocían, sin embargo, que *Character Strengths and Virtues: A Handbook and Classification* era solo una clasificación y no una taxonomía exhaustiva de los rasgos humanos positivos, ya que esto superaba su «capacidad para ofrecer una teoría convincente» sobre la felicidad y el crecimiento humanos.²¹ Sin embargo, el manual supuso efectivamente un paso más en la consolidación de la disciplina, teniendo además un impacto más que considerable en la esfera política, empresarial, educativa y terapéutica.²²

Una alianza anunciada

En menos de una década, la cantidad, el alcance y el impacto de la investigación académica sobre la felicidad y los temas relacionados con ella, como el bienestar subjetivo, las fortalezas y virtudes del carácter, las emociones positivas, la autenticidad, el crecimiento personal, el optimismo o la resiliencia, se multiplicaron por diez, abarcando no solo la psicología sino también la política, la criminología, la ciencia del deporte, el bienestar animal, el diseño, las neurociencias, las humanidades, la gestión y los negocios.²³ El extraordinario éxito de la psicología positiva había vencido finalmente el escepticismo inicial con el que muchos acogieron el estudio científico de la felicidad. Conceptos como el optimismo, el pensamiento positivo, las emociones positivas, el florecimiento y la esperanza, que al principio despertaban suspicacias por considerarlos mera autoayuda y poco científicos, se habían vuelto creíbles y legítimos. La psicología positiva tildó el escepticismo hacia la positividad de retrógrada negatividad que impedía a los académicos entender la verdadera importancia del estudio científico de la buena vida y del potencial humano. Poco a poco fue aumentando el número de psicólogos y científicos sociales que, ya fuera por convic-

ción o por simple conveniencia, se subieron al carro de la nueva disciplina científica de la felicidad, especialmente cuando el interés económico, empresarial, terapéutico, educativo y político sobre el tema fue creciendo y sus defensores fueron ganando en autoridad académica, poder social e influencia popular.

Pero los académicos no fueron los únicos que se beneficiaron del éxito y la expansión de la nueva disciplina. Toda la esfera no académica de profesionales «psi» que se habían hecho un hueco importante en el mercado terapéutico durante las décadas anteriores, incluyendo autores de libros de autoayuda, especialistas del *coaching*, conferenciantes motivacionales y formadores y consultores de empresas, también sacaron partido de la situación. Dedicados a promover ciertos estilos de vida y hábitos emocionales y psicológicos, estos «mediadores culturales»²⁴ mostraron siempre especial interés por todo lo que estuviera relacionado con la autenticidad, la espiritualidad, el desarrollo personal, o el poder de la mente sobre el cuerpo y por cómo aplicarlo a los contextos de la salud, de la educación, o de los negocios. Carecían, sin embargo, de legitimidad científica, así como de un cuerpo de conocimiento común que los respaldara, mezclando de forma ecléctica y sin mucha coherencia fuentes heterogéneas de conocimiento tan dispares como el psicoanálisis, el conductismo, la psiquiatría, el ocultismo y la espiritualidad, las neurociencias, la sabiduría oriental convencional o la propia experiencia personal.

Por eso, y tal como señaló Barbara Ehrenreich,²⁵ la psicología positiva les debió de parecer a estos profesionales tan caída del cielo como en su día se lo había parecido al propio Seligman. La emergente ciencia de la felicidad les proporcionaba un léxico y unas técnicas comunes que parecían demostrar científicamente la existencia de una relación entre pensamientos positivos, emociones positivas, desarrollo personal, salud y éxito económico. Estas ideas, ya popularizadas por autores como Norman Vincent Peale con su libro *El poder del pensamiento positivo*, publicado en 1959, y Daniel Goleman (con sus estudios sobre la inteligencia emocional), pasaron entonces de las consultas privadas, la sección de autoayuda de las librerías, las pági-

nas de las revistas dedicadas a estilos de vida y los libros de divulgación científica a las clínicas de psicoterapia, las publicaciones científicas, los departamentos universitarios y los currículos académicos. De repente, científicos, *coaches*, y demás profesionales de la felicidad y el bienestar humanos comenzaron a hablar el mismo lenguaje. Los psicólogos positivos permitieron además que todos estos profesionales se sacudieran el estigma de frívolos dedicados a ayudar a personas sin problemas de disfuncionalidad y adaptación severos. Tal y como estos mismos profesionales del desarrollo personal habían estado defendiendo durante décadas, la ciencia de la felicidad también argumentaba que la terapia no solo debía ir dirigida a compensar deficiencias, tratar enfermedades o paliar el sufrimiento, sino principalmente a aumentar la felicidad de las personas sanas y adaptadas. Los esperanzados, los extrovertidos, los sanos y los triunfadores, se decía, tenían la misma necesidad de recibir atención y orientación psicológica que los desesperados, los solitarios, los deprimidos, los enfermos y los fracasados. Toda persona, sea cual fuera su situación, podía (y debía) recurrir a un experto para que le ayudase a sacar el máximo partido de sí misma.

Los beneficios fueron, pues, recíprocos. Desde su fundación, la psicología positiva había establecido poderosas y muy rentables sinergias con los que Eloise Swan llamó «profesionales del desarrollo personal», es decir, profesionales «psi» que ya tenían en su punto de mira a las personas sanas y empleaban «prácticas terapéuticas para ayudar al cliente a trabajar mejor, a ser “mejor” persona y a llevar una “vida mejor”». ²⁶ Por una parte, estos trabajadores ganaban legitimidad a medida que crecía el éxito, tanto académico como popular, de los psicólogos positivos; y, por otra, los psicólogos positivos se aprovechaban de la difusión que estos profesionales hacían de sus descubrimientos, quienes los aplicaban a casi todas las dimensiones de la vida cotidiana: la pareja, el sexo, la comida, el trabajo, la educación, las relaciones interpersonales, el sueño, las adicciones, etc. Así, aunque los psicólogos positivos siempre han recurrido a una acentuada retórica científica para trazar una clara línea divisoria entre científicos y charlatanes, expertos y no exper-

tos en materia de felicidad y bienestar humanos (por ejemplo, el propio Seligman ha repetido sin descanso que sus escritos son «creíbles gracias a la base científica en que se sustentan, en claro contraste con la psicología popular y la mayor parte de la literatura de autoayuda»),²⁷ esta distinción no solo se puso en duda desde la misma fundación de la disciplina, sino que las similitudes entre la psicología positiva y la popular tardaron bien poco en hacerse más que evidentes.

De hecho, desde muy pronto los psicólogos positivos habían comenzado a interesarse por movimientos tan extendidos y populares como el *coaching* —seguramente porque tampoco ignoraban que el negocio del *coaching* generaba por sí solo un beneficio de más de dos mil millones de dólares anuales en todo el mundo, según la International Coach Federation (IFC)—.²⁸ Ya en 2004 y 2005 empezaron a publicarse y difundirse libros de psicología positiva como *Towards a positive psychology of executive coaching* y *Positive psychology and coaching psychology: Perspectives on integration*. En 2007, el propio Seligman publicó un artículo titulado «Coaching and positive psychology», en el cual afirmaba que «el *coaching* es una práctica que busca una espina dorsal o, mejor dicho, dos espinas dorsales: una de tipo científico, basada en las pruebas, y otra de tipo teórico. Creo que la nueva disciplina de la psicología positiva le proporciona justamente estas dos espinas dorsales».²⁹ En 2011, Seligman volvería a insistir, ya con algo más de claridad, en que la psicología positiva debía ser la disciplina encargada de proporcionar a los profesionales del *coaching* las «credenciales adecuadas para ejercer la profesión».³⁰ De hecho, su libro *Florecer: la nueva psicología positiva y la búsqueda del bienestar*, quizás el más influyente de sus libros en materia de felicidad hasta la fecha, adoptaba un tono mucho más propio del *coaching* y de la literatura de autoayuda que de un libro científico, algo evidente desde su misma apertura:

Este libro os ayudará a realizaros. Ya está, ya lo he dicho [...]. Empleada por los profesores, los investigadores, los entrenadores, los psicoterapeutas, los padres o los sargentos instructores, la psicología posi-

tiva hace más feliz a la gente mediante ejercicios de psicología positiva en las clases de bachillerato, mediante la enseñanza de técnicas destinadas a las víctimas de estrés postraumático, mediante el intercambio con otros practicantes de los mismos métodos o simplemente con la lectura de libros sobre el tema. La gente que trabaja en psicología positiva es la gente con el nivel de bienestar más alto que he conocido.³¹

Make Psychology Great Again

El tiempo ha demostrado que, pese a todo, el manifiesto fundacional de la psicología positiva ofrecía una propuesta ganadora y muy atractiva para muchos psicólogos. En primer lugar, la investigación en felicidad oxigenaba una disciplina —la psicología— en perpetua búsqueda de su propio objeto de estudio y en constante necesidad de introducir y de apoderarse de nuevos conceptos que le faciliten justificar su relevancia social, atraer financiación y permanecer de moda. En segundo lugar, el nuevo campo de investigación permitía también difuminar aún más y sin demasiadas fricciones la línea de demarcación, siempre fina y porosa, que hasta entonces había servido para justificar la distinción entre la psicología «mainstream» y sus versiones más comerciales y populares. Los psicólogos positivos se servían de los conceptos y prácticas típicas de los *coaches*, escritores de autoayuda y demás «profesionales del desarrollo personal», tanto como estos lo harían de los propios psicólogos positivos. Ya no había por qué avergonzarse de la relación entre la psicología y el mercado de los servicios, productos y bienes que prometían el acceso a la felicidad y a la realización personal. Los científicos de la felicidad se harían cargo de que todo aquello que se vendiera bajo la etiqueta «felicidad» pasara el exigente y riguroso filtro de la ciencia. Por último, la entrada de la psicología positiva ofrecía a los psicólogos prometedoras expectativas laborales: másteres, seminarios y workshops, cursos de formación, trabajos de consultoría, libros de divulgación, etc., además de nuevas perspectivas de investigación y publicación en las nuevas revistas científicas, sobre todo para investigadores jóvenes e investigadores no consolidados, muchos

de los cuales se sumaron a la psicología positiva al ver nuevas posibilidades de sobrevivir y de prosperar en el mundo universitario, donde se ha impuesto la cultura del «publica o muere».

Una de las claves del éxito de la psicología positiva dentro del campo de la psicología académica fue contribuir a su expansión pero sin generar demasiadas fricciones teóricas entre las distintas escuelas de pensamiento ya existentes. De hecho, Seligman no proponía tanto un nuevo paradigma psicológico como una nueva actitud que expandiera el alcance de la investigación hacia el gigantesco mercado de las personas «sanas» y «normales». Al contrario de lo que había pretendido la psicología humanista algunas décadas antes —que acabó perdiendo la batalla interna que había librado contra el conductismo y la psicología cognitiva—, Seligman no aspiraba tanto a repetir la historia de la psicología desafiando a tal o cual escuela psicológica como a convertir al mayor número posible de psicólogos, fuera cual fuera su formación psicológica previa, a la nueva fe positiva. En este sentido, el manifiesto inaugural fue lo bastante vago y ecléctico como para no disuadir a nadie y para que cada cual encontrara su propia manera de contribuir. Así, el «zoo intelectual» de la psicología —por citar una expresión algo cruel de George Miller—³² podía seguir creciendo sin rivalidades internas.

Si bien los psicólogos positivos pronto reivindicaron la independencia de su campo, presentando su trabajo como un sustituto necesario de lo que consideraban una psicoterapia «tradicional», «rutinaria» o incluso «negativa», lo cierto es que no intentaron cortar todos los puentes con los psicólogos clínicos, ni poner en entredicho sus fundamentos teóricos y metodológicos. Según ellos, la psicología tradicional todavía era útil, tanto para investigar las patologías clínicas como para paliar las deficiencias psicológicas. Eso lo hacía muy bien. El problema era que la psicología tradicional, con su foco en lo patológico, no servía para entender y mejorar las personalidades y comportamientos «normales», «sanos» y «adaptados». La gente no solo necesitaba ser más feliz cuando estaba mal; necesita ser incluso más feliz cuando todo iba bien. La psicología tenía pues que asumir una nueva y más positiva

vocación: no solo paliar el sufrimiento sino desarrollar el potencial y maximizar la felicidad de las personas.

La estrategia funcionó a la perfección. La sensación de que había que adoptar una noción más positiva de las cosas se propagó no solo en el campo de la psicología, sino a muchos otros campos de conocimiento, también. No es de extrañar que el padre de la psicología positiva fuera elegido presidente de la APA con una diferencia de tres veces más votos que su adversario. El cambio que Seligman inició era conservador e innovador a la vez. Parafraseando la célebre fórmula de *El Gatopardo*, Seligman pensó que en la psicología debían cambiar algunas cosas para que todo siguiera exactamente igual. Al fin y al cabo, el optimismo —ese optimismo que Seligman había acabado adoptando para sí mismo— no es solo una actitud conservadora, como señala Henry James;³³ también es una característica de las personas de éxito, como dicen los propios psicólogos positivos. Hay que añadir, sin embargo, que ni Seligman ni otros muchos psicólogos que están en el origen de este éxito eran simples intelectuales o especialistas de esas materias; ya ocupaban puestos importantes y de mando tanto en la universidad como dentro de poderosas organizaciones e instituciones políticas y económicas. No es pues coincidencia que una vez Seligman se hizo con la presidencia de la APA, el nuevo campo de la psicología positiva se expandiera a niveles sin precedentes, independientemente de sus logros científicos.

Durante las dos últimas décadas, la psicología positiva ha sido objeto de numerosas críticas. Importantes analistas han puesto en duda sus postulados fundamentales, aspiraciones universalistas,³⁴ simplificaciones, tautologías y contradicciones conceptuales,³⁵ problemas metodológicos,³⁶ falta de replicabilidad de sus estudios,³⁷ sobre generalizaciones abusivas,³⁸ y hasta su eficacia terapéutica y su estatus científico.³⁹ Está claro que la psicología positiva no habría podido desarrollarse únicamente por sus méritos como «ciencia». Se caracteriza, en efecto, tanto por su gran popularidad como por sus carencias teóricas y la exageración de sus logros y resultados científicos. Tras casi veinte años de esfuerzos y más de sesenta y cuatro mil investigaciones

dedicadas al estudio «científico» de «lo que hace que la vida merezca ser vivida», la disciplina, de hecho, ha logrado poco más que resultados dispares, ambiguos, poco concluyentes y hasta contradictorios. No parece, pues, que a día de hoy la psicología positiva haya conseguido revelar los secretos de la felicidad humana, tal y como prometían.⁴⁰

Lo que estos estudios sí han revelado con mayor claridad, sin embargo, es el sesgo ideológico de esta ciencia, así como el de aquellos que la financian, la promueven y la ponen en práctica en las empresas, los colegios, los hospitales, el ejército, las familias y en los gobiernos y demás instituciones políticas. Muchos han afirmado que bajo su apariencia científica se esconde una psicología popular pensada por y para el mercado. Pero es ahí, precisamente, donde reside su espectacular éxito. La psicología positiva captura de forma inteligente y hábil ideas populares enraizadas en nuestra cultura sobre la psique, el bienestar y la salud humanas para devolverlas al imaginario colectivo presentadas en forma de gráficos, tablas, ecuaciones y hechos empíricos y objetivos. Esta estrategia ha permitido a la psicología positiva florecer de forma paralela al crecimiento de una enorme industria de la felicidad, a la creciente institucionalización de la felicidad en las esferas pública y privada, y a la introducción de los expertos del bienestar en los ámbitos de la política, de la educación, del trabajo, de la economía y, por descontado, de la psicoterapia en todas sus formas. En este libro examinaremos cada uno de estos ámbitos. Pero empezaremos tratando la estrecha relación que la psicología positiva ha establecido con otro movimiento también muy poderoso, muy influyente en la universidad y muy próximo a la política. Nos referimos a la economía de la felicidad.

CONFÍA EN LOS EXPERTOS

Desde su concepción, la psicología positiva no solo fue forjando y estrechando lazos con los profesionales del desarrollo personal y otros expertos en bienestar ajenos al ámbito universitario; también desarrolló poderosas sinergias con los economistas de la felicidad. Si bien ese sub-

campo de la economía no ha dejado de crecer desde la década de 1980, no sería hasta principios de nuestro siglo cuando sir Richard Layard daría al movimiento el alcance e impacto del que goza hoy en día. Layard había sido asesor de economía en el gobierno de Blair desde 1997 a 2001; Miembro de la Cámara de los Lores desde 2000; director del *Center for Economic Performance* de la *London School of Economics*; y desde 2003 supervisa, en este mismo centro, el *Wellbeing Programme*, de su propia creación. También conocido como el «zar de la felicidad», sir Richard Layard ha sido siempre un ardiente y afamado defensor de la psicología positiva. Ya en 2003, durante un ciclo de conferencias pronunciadas en la *London School of Economics*, Layard señaló que, para comprender plenamente la felicidad, es preciso que los economistas y los psicólogos trabajaran codo con codo. «Afortunadamente —decía entonces—, la psicología va en la buena dirección y está avanzando muy deprisa; espero que la economía no tarde en seguirla.»⁴¹

Al igual que el filósofo británico Jeremy Bentham, uno de los padres fundadores del utilitarismo, Layard estaba convencido de que la política tiene como principal y más legítimo objetivo maximizar los niveles de felicidad de sus ciudadanos. Como los utilitaristas antes que él, Layard también defendía que la felicidad puede medirse con exactitud y que esta, en esencia, consistía en aumentar los niveles de placer y disminuir los de dolor. Y al igual que Seligman, quien defendía la necesidad de superar el modelo de la psicología tradicional, Layard era de la opinión de que la economía tradicional también debía ser superada. Según él, la economía había perdido mucho tiempo en establecer una relación directa entre el dinero y la utilidad (es decir, la cantidad de satisfacción que el consumo de determinados bienes o servicios reporta a cada persona), olvidando que la felicidad es en realidad un criterio mucho mejor y más justo para medir la utilidad que el dinero. Abordar la felicidad con mayor profundidad permitiría iniciar la reforma necesaria de la economía, afirmaba Layard, subrayando además que los economistas podrían hacer un uso excelente de las «aportaciones decisivas de la nueva psicología de la felicidad».⁴²

No era esta, sin embargo, la primera vez que psicología y economía

se daban la mano para abordar esta cuestión. Un amplio grupo de psicólogos y economistas interesados en el estudio científico de la felicidad ya habían empezado a cooperar en la década de 1980. Hasta entonces, pocos investigadores habían mostrado auténtico interés, ya que la mayoría consideraba la felicidad como una noción relativa y difusa, de modo que los pocos estudios que se proponían medir la felicidad con objetividad y exactitud aún despertaban en esa época un gran escepticismo incluso entre los más positivistas. Los trabajos del economista Richard Easterlin son un buen ejemplo de este enfoque relativista. Ya en 1974, Easterlin y la paradoja a la que dio nombre habían dado lugar a numerosos debates entre los psicólogos y los economistas. Easterlin defendía la hipótesis relativa, mostrando que, si bien los estudios centrados en un solo país en un momento t confirmaban que existía efectivamente una relación directa entre los ingresos elevados y los niveles altos de felicidad, otros estudios comparativos entre varios países o comparando los resultados de un solo país en momentos diferentes sugerían, por el contrario, que la prosperidad de una nación (medida por el producto interior bruto) no estaba necesaria y directamente relacionada con el nivel de felicidad global de su población. Easterlin concluía, entre otras cosas, que los verdaderos determinantes de la felicidad eran relativos (en función de y en comparación con), en la medida en que el individuo, según él, se adapta siempre a sus circunstancias sociales y personales: «Al juzgar su felicidad, la gente tiende a comparar su situación real con una situación estándar que sirve de norma o referencia y que extrae de su experiencia social, anterior o actual».⁴³

Ahí radicaba la causa de las dificultades, tanto para los economistas como para los psicólogos. Para los primeros, el problema era el siguiente: si la felicidad era relativa, entonces las mejoras y los incentivos económicos objetivos ya no podían producir beneficios reales para las poblaciones. Para los psicólogos, el problema era otro: si la felicidad era relativa, entonces cualquier posibilidad de establecer una ciencia objetiva de las emociones y los sentimientos quedaba en entredicho. Fue en ese momento que se decidió afrontar este problema desde una

nueva perspectiva. ¿Y si el verdadero problema fuese que las personas no son capaces de expresar con exactitud sus propios estados emocionales, después de todo? ¿Y si fueran tan poco precisas en evaluar un término tan complejo como la felicidad como lo eran a la hora de tomar decisiones racionales? Las respuestas parecían estar contenidas en las mismas preguntas. A finales de la década de 1980, los psicólogos Daniel Kahneman y Amos Tversky ya habían sostenido que la gente en general recurría a una especie de razonamiento psicológico intuitivo, basado en gran parte en su experiencia inmediata de la vida cotidiana y conformado por multitud de heurísticos, sesgos cognitivos y demás juicios imprecisos —estudios que tendrían repercusiones considerables en la ciencia económica y que le valdrían a Kahneman el Premio Nobel de Economía en 2002—.⁴⁴ En primer lugar, psicólogos y economistas coincidieron en reconocer la necesidad de aplicar metodologías más precisas, capaces de superar las dificultades planteadas por los sesgos de la introspección y con las que se pudieran medir los sentimientos de forma objetiva. En segundo lugar, reconocieron que para abordar un tema tan importante como el de la felicidad era necesario un nuevo tipo de experto que se encargara de determinar qué factores y cuáles no eran importantes para entender y comparar el bienestar de los individuos, los colectivos y las naciones.

Así, a lo largo de la década de 1990, los psicólogos y los economistas se pusieron de acuerdo para llevar a cabo estas tareas, y elaboraron cuestionarios, escalas y métodos que supuestamente medían la felicidad, el bienestar subjetivo y el equilibrio hedónico entre afectos positivos y negativos de forma más precisa y objetiva. Entre otros ejemplos famosos cabe citar el *Oxford Happiness Inventory* (OHI), la *Satisfaction With Life Scale* (SWLS), el *Positive Affect, Negative Affect Schedule* (PANAS), el *Experience Sampling Method* (ESM) y el *Day Reconstruction Method* (DRM). Gracias a estas metodologías, los expertos en felicidad afirmaban haber probado dos cosas fundamentales. Primero, que la dimensión hedónica de la felicidad no solo tenía referencias relativas, sino también referencias objetivas y cuantificables, por lo que la felicidad de los individuos podía medirse y compararse con bastante exacti-

tud y con una mínima pérdida de información. En segundo lugar, se estableció que la felicidad era más una cuestión de frecuencia que de intensidad,⁴⁵ es decir, que la felicidad dependía más del número de veces que uno experimentaba emociones positivas que de la intensidad con la que se experimentaban tales emociones. Sin embargo, la cuestión de la intensidad no quedaría del todo descartada: estimar científicamente su papel en la felicidad y relacionar objetivamente este papel con factores físicos —el ritmo cardíaco, la presión sanguínea, el consumo de glucosa, los niveles de serotonina, las expresiones faciales, etc.— sería el nuevo cometido de neurocientíficos y psicofisiólogos.

En 1999, el libro *Well-Being: The Foundations of Hedonic Psychology* haría el balance de los progresos realizados en este campo a lo largo de la década anterior y confirmaría la interdependencia entre economía y psicología en material de felicidad.⁴⁶ La obra, editada por Daniel Kahneman y Ed Diener, estaba dedicada a la relación entre las nociones de felicidad y utilidad, así como a su aplicación a cuestiones y problemas políticos. Instaba así a los poderes públicos a enfrentarse al tema del sufrimiento y el placer recurriendo a nuevos métodos que podrían complementar los indicadores sociales utilizados hasta entonces para evaluar las distintas políticas. Sería a la aplicación de la felicidad a cuestiones políticas a lo que Layard y otros economistas de la felicidad se dedicarían en los años siguientes.

Un bien evidente y medible

En 2014, Layard publicaba *Thrive: The Power of Psychological Therapy*, un título más propio de un psicólogo que de un economista, con testimonios y estudios de caso, y en donde se instaba a los poderes públicos a que aumentaran las partidas económicas destinadas a terapias positivas, defendidas como más baratas y efectivas que cualquier otra alternativa, para combatir la plaga de enfermedades mentales que asolaba a las sociedades modernas.⁴⁷ Daniel Kahneman aplaudió este libro, presentándolo como un «inspirador relato de éxito» que conte-

nía un «mensaje emocionante». Seligman tampoco escatimó los elogios: «Se trata sencillamente del mejor libro jamás escrito sobre las políticas públicas dirigidas a la enfermedad mental», dijo. La obra, sin embargo, no aportaba nada nuevo: en el momento de su publicación, la felicidad y la «salud mental positiva» ya figuraban en el orden del día de muchos países, entre ellos Estados Unidos, Chile, Reino Unido, España, Australia, Francia, Japón, Dinamarca, Finlandia, Israel, China, los Emiratos Árabes Unidos y la India.⁴⁸

Los economistas de la felicidad y los psicólogos positivos habían desempeñado un papel fundamental en ello desde comienzos de siglo, recomendando activamente introducir la felicidad como criterio político para la toma de decisiones y la evaluación de las políticas sociales y económicas. La crisis financiera de 2008, sin embargo, fue decisiva. Tras el desastre económico mundial, cada vez más países, aconsejados por estos científicos, determinaron que era necesario recurrir a la felicidad para comprobar si, pese al declive continuo de los índices objetivos de calidad de vida, igualdad social y progreso económico, a los ciudadanos les iba tan mal como parecía. Los científicos de la felicidad se encargarían de medir con exactitud el nivel de bienestar de las naciones. De repente pareció que los fríos índices de progreso económico y social no eran del todo adecuados para tomar la temperatura emocional de los ciudadanos y el bienestar de los países. Si la gente afirmaba ser feliz, no había razón para preocuparse. Al fin y al cabo, ¿no era la felicidad de la mayoría el objetivo verdadero y último de la política, la prioridad absoluta, incluso por encima de criterios objetivos de distribución de la riqueza, de justicia social y de igualdad?

En el 2003, y exceptuando el famoso caso del reino de Buthan, Chile fue uno de los primeros países en adoptar esta iniciativa, quizás para comprobar si la «doctrina del *shock*»⁴⁹ —el conjunto de reformas económicas y políticas de carácter neoliberal impulsadas en la época de Augusto Pinochet siguiendo el consejo de Milton Friedman y otros economistas de Chicago— seguía dando buenos resultados. David Cameron en Reino Unido y Nicolas Sarkozy en Francia fueron los siguientes, quienes desde 2007 empezaron a pedir a sus administracio-

nes que recopilaran datos estadísticos sobre la felicidad de sus ciudadanos. La propuesta era introducir el concepto de felicidad nacional bruta (FNB) —y otros, tales como el «índice de bienestar económico», las «dimensiones económicas del bienestar», el «índice de bienestar sostenible» o el «índice de desarrollo humano»—, como indicador de progreso social y económico complementario al de producto interior bruto (PIB). Desde 2008, un creciente número de países, incluidos los arriba mencionados, se fue adhiriendo, en mayor o menor grado, a esta iniciativa, especialmente a medida que importantes foros e instituciones políticas y económicas comenzaron a recomendar la felicidad como indicador fiable del progreso social y político a escala nacional.

Por ejemplo, la Organización de Naciones Unidas (ONU), con la que Layard colabora formando parte del panel de redactores del *Informe Mundial de la Felicidad*, un análisis anual sobre el nivel de felicidad en cada nación, publicado también en colaboración con Gallup, Inc., fue una de las instituciones más destacadas a este respecto. En 2012, la ONU declaró el 20 de marzo Día Internacional de la Felicidad, proclamando que «la felicidad y el bienestar» eran «aspiraciones y objetivos universales en todo el mundo» y defendiendo «la importancia de su reconocimiento en materia de objetivos de las políticas públicas». La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) es otro buen ejemplo. Esta influyente institución, también de alcance mundial, que defiende políticas económicas y coordina estudios estadísticos referidos a más de treinta países entre los más ricos, dispone de sus propios instrumentos para medir la felicidad y de sus propias bases de datos. Entre los consejeros que trabajan para ella hay varios psicólogos positivos, economistas de la felicidad y otros científicos sociales especializados, tales como Ruut Veenhoven, Ed Diener y Bruno Frey. Desde 2009, la OCDE ha recomendado insistentemente a los institutos de estudios estadísticos nacionales que adopten índices de bienestar «para evaluar el rendimiento, guiar la toma de decisiones, y ayudar en materia de políticas sociales»,⁵⁰ tales como financiación pública, distribución de los recursos, confianza de los mercados, urbanismo, desempleo, fiscalidad, etc.

Multinacionales como Coca-Cola también han querido contribuir. Hasta 2017, este grupo había abierto ramas de su *Instituto Coca-Cola de la Felicidad* por todo el mundo, un instituto encargado de publicar cada año informes —los denominados «Barómetros de la felicidad»— sobre la felicidad de los países en estrecha colaboración con economistas de la felicidad, psicólogos positivos, y otras autoridades en el bienestar humano, además de empresarios e inversores financieros. Este instituto, que también genera sus propios cursos y seminarios sobre felicidad alrededor del mundo, llegó a tener filiales en más de cincuenta países, y es Pakistán uno de los últimos países donde se implantó.

A pesar de ser campos diferentes y de mantener ciertas discrepancias, la psicología positiva y economía de la felicidad comparten una misma convicción: que la felicidad no es ni un constructo mal definido —pese a la enorme falta de consenso sobre su definición—, ni un constructo especulativo con multitud de matices históricos y filosóficos —pese a ser uno de los conceptos de más larga tradición en la historia del pensamiento—; se trata, por el contrario, de un concepto objetivo, universal y susceptible de ser medido de forma imparcial y exacta. La cuestión de la medición de la felicidad es, en efecto, un tema determinante en la alianza entre ambas disciplinas. Y es que a falta de un consenso teórico sobre la misma, se suele optar por definir la felicidad desde un punto de vista brutalmente empírico. Así, durante las conferencias que pronunció en 2003, Layard afirmaba lo siguiente: «La felicidad es exactamente igual que el ruido [...]. Hay muchas graduaciones de ruido, desde el trombón hasta el maullido. Pero el decibelio permite compararlas a todas». ⁵¹ Dos años más tarde, en *Happiness: Lessons from a New Science* —su libro más importante e influyente, dedicado a la relación entre la felicidad y la política—, Layard afirmaría que la felicidad no solo es medible sino que, al contrario que cualquier otro objetivo en la vida, es, además, autoevidente, ya que no necesita de ninguna explicación adicional que la justifique. Al igual que Seligman y otros psicólogos positivos, Layard coincidía en que la felicidad es una aspiración natural, sencillamente obvia, que todos los seres humanos persiguen y tratan de realizar:

Aspiramos por naturaleza a esa meta última que nos permite juzgar otros objetivos en función de su contribución respectiva a esta meta suprema. Si la felicidad es ese objetivo último es sencillamente porque es buena y ese carácter bueno es autoevidente, al contrario que los demás objetivos. Cuando nos preguntan por qué es tan importante la felicidad, *no podemos explicarlo de otra forma*. Y es que nos importa en grado máximo, de una manera sencillamente evidente. Como afirma la Declaración de Independencia de Estados Unidos, es un objetivo «evidente por sí mismo». ⁵²

Observemos que se trata de una afirmación que tiene más de postulado que de demostración, una tautología evidente que exime de probar lo que se asume y que oculta el hecho de que en realidad no existe, tal y como dice el propio Layard, forma alguna de explicar por qué la felicidad es buena.

Pero a pesar de carecer de solidez teórica, la idea de que la felicidad puede medirse con imparcialidad y exactitud ha penetrado con fuerza en el alma individualista, tecnocrática y utilitarista de la política neoliberal. Como dicen los economistas de la felicidad, el sueño de Jeremy Bentham se ha hecho realidad: «hay investigaciones que han conseguido hacer lo que Bentham no había podido realizar, esto es, inventar un medio para medir la felicidad, así como la cantidad de placer o sufrimiento que se obtiene de los acontecimientos y situaciones de la vida cotidiana». ⁵³ Desde este punto de vista, el utilitarismo ha dejado de ser una utopía de la ingeniería social para convertirse en una realidad científica. La vida buena coincide hoy con las exigencias de la tecnocracia: las evaluaciones de los estados de ánimo y de los sentimientos, intenciones, tendencias y hasta de los recovecos más profundos de la psique son susceptibles de integrarse en cálculos a gran escala sobre el consumo de masas, la productividad y el progreso económico a escala nacional.