

La Felicidad y la lógica de las Sociedades de Conocimiento

Queralt Prat-i-Pubill¹

Abstract

La búsqueda de la felicidad está de moda, se ha convertido en una necesidad individual y en un problema político en muchos países, paralelamente, la lógica interna de la sociedad de conocimiento exige la promoción de la calidad de vida. El objetivo de este texto es triple, primero reviso brevemente las bases y evolución del tema de la felicidad, segundo explícito la inadecuación de los actuales planteos sobre la felicidad para poder replantear teórica y prácticamente nuestro enfoques actuales, y finalmente y desarrollo la lógica interna de la sociedad de conocimiento que demanda la promoción de la calidad de vida.

Introducción: El problema de la felicidad en las sociedades occidentales

Aunque se pueda pensar que el problema de la felicidad ha sido una constante humana, esto no es así, de hecho ni se puede afirmar que sea una constante de las sociedades occidentales. La problematización y el enfoque en la felicidad es un problema reciente aproximadamente de los últimos 30 años, es en los últimos 15 años cuando ha sufrido un crecimiento exponencial (Frawley, 2015; Veenhoven, 2014). Es decir, ha empezado a formar parte de los discursos y actividades políticas, y aparece regularmente en prensa y revistas. Es por ello necesario separar la actual problematización de la felicidad por los políticos del estudio de la felicidad como un problema filosófico y de las diversas aproximaciones científicas,

¹ Licenciada en Dirección y Administración de Empresas y MBA por ESADE Business School de la Universidad Ramon Llull (España) y Master CEMS.

principalmente de la psicología y la economía, interesadas en cuantificar la felicidad. Aunque la separación entre estas disciplinas no es tal, ya que se influyen mutuamente.

Los filósofos griegos fueron los primeros en interesarse por la felicidad, preocupados en entender como se vivía una buena vida ‘eudaimonia’, y cuáles eran las virtudes asociadas a esta buena vida. Este interés en el arte de vivir era preocupación de una élite (Zevnik, 2014). Es sólo a partir del renacimiento (siglo XV), y más tarde la reforma (siglo XVI) que la influencia del enfoque de la salvación proveniente del cristianismo, y del desprecio por la vida mundana, que hasta entonces había dominado, empieza a debilitarse. Finalmente, la afirmación de una buena vida en este mundo y no en el otro, culmina con la ilustración en el siglo XVIII y así se extiende la preocupación por la felicidad a los colectivos humanos (Zevnik, 2014). Es también la primera vez en la historia de la humanidad que la felicidad pasa de ser un problema filosófico a ser un problema político, además, también por primera vez se entiende que la felicidad no puede ser proveída por una providencia preexistente, sino que tiene que ser conseguida a partir del esfuerzo humano, un esfuerzo humano que conecta el desarrollo y el crecimiento a la consecución de la felicidad como máxima expresión de humanidad (Zevnik, 2014).

Como vemos, si bien la felicidad como tema de interés filosófico tiene más de 2000 años de historia, la conceptualización de la felicidad como necesidad de la sociedad humana nace únicamente hace 200 años con la ilustración. Tres ejemplos, la declaración de independencia de los Estados Unidos de 1776, donde se establece como derecho inalienable la búsqueda de la felicidad, más tarde en la Constitución de los Estados Unidos de América de 1787, en su párrafo inicial, se defiende la promoción del bienestar general como eje de su proyecto político y finalmente la declaración por la Asamblea francesa de los derechos del hombre y del ciudadano de 1789 que busca beneficiar la felicidad de todos. Sin embargo, sólo recientemente estos postulados teóricos, han incidido de alguna manera explícita en acciones políticas a partir del desarrollo de indicadores estadísticos que sirven de marcadores para las políticas.

En el año 1972, Bután fue el primer país que se interesó en medir la felicidad y orientar sus políticas en la mejora de este indicador.

En el Reino Unido, el primer ministro David Cameron defendió la felicidad como objetivo político (Stratton, 2010; Cederström y Spicer, 2015), en Francia el candidato a Presidente Alain Juppé, enarbola la bandera de la felicidad como su apuesta para la Francia del futuro (Chrisafis, 2016), en Venezuela se ha creado recientemente el viceministerio para la suprema felicidad social del pueblo, en Ecuador se ha creado el puesto de secretario de estado del 'buen vivir' y en los Emiratos Árabes Unidos el ministerio de la felicidad. Además, muchos gobiernos desarrollan diversos tipos de indicadores sociales que les permiten medir la calidad de vida, felicidad o bienestar. La principal argumentación para enfocarse en la consecución de un aumento de la felicidad social consiste en explicar la denominada paradoja de Easterlin (1974, 1995) que sugiere que incrementos de la renta en un país no provoca aumentos en el nivel de felicidad, y por tanto se concluye que focalizarse en el aumento de la renta de un país no es determinante para aumentar el nivel de bienestar. Así, estos gobiernos desarrollan otros indicadores, como veremos más adelante, para poder así incidir en el nivel de bienestar de la población.

Se podría pensar que el tránsito de la teoría a la acción política es posible porque existe una buena teoría de la felicidad, sin embargo, esto no es así. El término 'felicidad' engloba muchas concepciones, por ejemplo, entre otros, bienestar físico, bienestar psicológico, satisfacción de vida y calidad de vida (Veenhoven, 1984). Una manera inicial de sistematizar esta infinidad de definiciones es saber si siguen un criterio formal o sustantivo en la noción de felicidad (Tiberius, 2004). Así, si la definición formal articula el criterio por el cual algo se puede incluir en la definición o causa del bienestar. La segunda aproximación, la substantiva, definiría cuáles son las fuentes, causas o componentes del bienestar. Ejemplos de definiciones formales: para Griffin (1986) el bienestar se consigue a partir de la consecución de los objetivos de la vida, estos objetivos pueden ser muy diversos en las diferentes culturas; para Sumner (1996:156), ser feliz consiste en tener una respuesta cognitiva y afectiva a una parte o todas las circunstancias de la vida. Las definiciones sustantivas son las que más predominan. Así, por

ejemplo para Lyubormirsky (2008) la felicidad depende de como uno se comporta, como uno piensa y qué objetivos se propone para su vida, para BenShahar (2007) se trata de buscar el placer y el significado de nuestra vida, en un estudio posterior, desarrolla 101 elementos en su receta para la felicidad (BenShahar, 2014). Para Seligman (2004) la felicidad depende de tres factores, el primero es quién eres, el segundo las circunstancias que uno vive, y finalmente cuáles de estas circunstancias se pueden cambiar y cuáles no. Para Fisher (2010) depende de las tendencias de la persona, de las circunstancias, de la sincronía entre la persona y las circunstancias y la capacidad de algunos actos de voluntad que promueven la felicidad. Para otros, el ingrediente básico es pensar en la muerte a menudo (Weiner, 2015) o mostrar gratitud (Buote, 2014). Los libros dedicados al desarrollo personal ofrecen muchas recetas para ser feliz, y todas diferentes, algunas presentan la meditación, el mindfulness o la espiritualidad como herramientas para buscar la felicidad (BenShahar, 2014; Tan, 2012). Otros, son traslaciones de la sabiduría de las tradiciones, mayoritariamente budista, a la sociedad actual, (ver, Ricard 2007, Dalai Lama, 1998, 2009). Sin embargo, es común que la meditación y la espiritualidad formen parte de un conjunto variado y extenso de factores para conseguir el objetivo de la felicidad.

La primera disciplina científica que estudia seriamente el tema de la felicidad es la economía, con la influencia directa del filósofo utilitarista Jeremy Bentham, que definió la utilidad de un objeto como el placer, la ventaja, lo bueno y lo que produce la felicidad. En 1781 Jeremy Bentham (2000) argumentó por primera vez la calidad moral de una acción debería ser juzgada por sus consecuencias en la felicidad humana y que el objetivo de la sociedad debería ser conseguir la máxima felicidad para un gran número. Los economistas Edgeworth (1881) y Jevons (1888) fueron los primeros en estudiar el comportamiento humano a partir del desarrollo de funciones de utilidad que describen el comportamiento maximizador humano. Todavía hoy, los economistas mayoritariamente juzgan el nivel individual de bienestar a través de las elecciones preferentes humanas, es una teoría implícita de lo que es bueno, así el bienestar de una persona consistiría en la satisfacción de sus preferencias (Broome, 2009). Sin embargo, puede ser posible y es altamente probable que las preferencias estén basadas en mala información de lo que le conviene a uno, en creencias etc.

Por esta razón, a esta teoría de lo bueno para el bienestar individual se le incorporan unas hipótesis ideales iniciales: las personas actúan racionalmente y están bien informadas.

A pesar de todo, no se resuelve el problema sustancial de esta conceptualización, porque una utilidad alta no se traduce en un alto bienestar y una utilidad baja en un bajo bienestar. Por ejemplo, hacer ejercicio puede tener una baja utilidad y sin embargo ser muy bueno para el bienestar de la persona. Otro ejemplo, consumir drogas puede tener una alta utilidad y sin embargo ser pernicioso para el bienestar de la persona. Aunque la economía fue la primera ciencia social interesada en el tema de la felicidad, (ver, entre otros, Graham, 2009; Frey & Stutzer 2002; Frey & Stutzer 2005; Frey, 2008 Bartolini, 2007; Thaler & Sunstein, 2008), es principalmente la psicología la que ha popularizado 'la ciencia de la felicidad' que está de moda actualmente.

En los últimos quince años algunos políticos, empresas¹ y multitud de libros de autoayuda nos comunican que 'la ciencia de la felicidad' nos ofrece una posibilidad científica para ser felices, y que la decisión de ser feliz está en nuestras manos.

Para algunos, este planteo científico de la felicidad se ha convertido en una doctrina (Cederström y Spicer, 2015; Power, 2014; Zevnik, 2014), incluso llegando a convertir la infelicidad en una falta moral, ya no sólo es responsabilidad de uno buscar y conseguir esta felicidad, sino que si no se consigue se considera que existe un fallo a nivel biomoral que impide su consecución (Zupancic, 2008). Esta nueva 'ciencia de la felicidad', tiene infinidad de aproximaciones, pero sin duda, el cuantificador más utilizado es el de SWB (Subjective WellBeing), en inglés, estado de vida subjetivo del disfrute de la vida de uno en conjunto. Este cuantificador incorpora tres elementos: la evaluación cognitiva de la vida de uno, las emociones positivas (alegría, orgullo, etc) y las emociones negativas (dolor, preocupación, etc). Este nivel de vida subjetivo (SWB) se mide de infinidad de maneras, tal

1 <https://www.thebalance.com/topwaystobehappyatwork1919219>
<http://www.plasticitylabs.com/>

como se muestra en la base de datos de la felicidad² de Veenhoven. El 'SWB' se utiliza de manera única o se combina con otras medidas para formar indicadores sociales (por ejemplo combinado con la renta per cápita, la esperanza de vida, la generosidad, etc). Estas cuantificaciones del SWB se presentan como completas, y objetivas, y por tanto válidas, aunque están sometidas a múltiples sesgos de validez (ver Veenhoven, 1984: 41).

Uno de los más graves es asumir que lo que la gente piensa que siente es realmente como se siente, se podría argumentar que las emociones no representan nuestra realidad de sujetos, porque no las conocemos verdaderamente, muchas veces incluso nos engañan, aunque también se puede argumentar que sólo el sujeto sabe si lo que siente es realmente cómo se siente.

Para medir el desarrollo de una población, a pesar del auge del tema de la felicidad, la mayoría de los economistas todavía se focalizan en medidas más fáciles de obtener como la renta o la producción, asumiendo que más renta o más producción es mejor en términos de utilidad o felicidad (Dutt y Radcliff, 2009).

Sin embargo, durante estos últimos 30 años se han creado innumerables tipos de indicadores sociales que permiten controlar el desarrollo de la calidad de vida y de la felicidad.

Un indicador social es una estadística que se presume significativa para valorar la calidad de vida. Estos indicadores pueden ser subjetivos cuando se refieren a la satisfacción personal como la salud, la educación, la situación del medio ambiente etc; y otros, los indicadores objetivos son observables y medibles, por ejemplo, la estatura de las personas, su nivel educativo, % de muertos antes de los cinco años, etc.

Normalmente se evalúan multitud de indicadores sociales para crear un report que se resume en un número o índice que sirve de comparación para diversos grupos y sociedades y que se afirma mide el nivel de felicidad.

2 http://worlddatabaseofhappiness.eur.nl/hap_quer/hqi_fp.htm

Aunque el indicador imperante para medir el nivel de desarrollo de un país es el Producto Nacional Bruto (PNB), existen, por ejemplo, diversos indicadores de la felicidad alternativos, agrupados según pretenden arreglar el indicador del Producto Nacional Bruto, lo complementen o lo pretendan sustituir (Delhey & Kroll, 2013), tal como se muestra en esta figura:

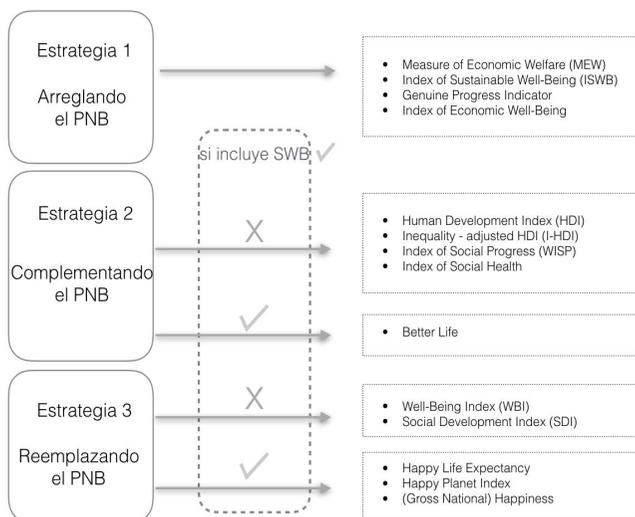


Figura 1 Indicadores de desarrollo de una sociedad.

Delhey, J., & Kroll, C. (2013)

Este gráfico sólo muestra un ejemplo de algunos de los indicadores utilizados actualmente, pero existen muchos más. Así, a modo de ejemplo vamos a explicitar brevemente uno de los indicadores que pretende sustituir al PNB: el 'Happy Planet Index'³, este indicador mide la (a) esperanza de vida, (b) la satisfacción de la vida (SWB) y (c) la huella ecológica, y por lo tanto demuestra el uso de recursos que un país necesita para proporcionar unos niveles de salud y SWB determinado. En 2015, la lista era liderada por Costa Rica, le seguía México y Colombia. Estos tres países presentan niveles altos de SWB, buena esperanza de vida y huellas ecológicas muy

3 <http://happyplanetindex.org/>

pequeñas comparados con las naciones industrializadas, así, según este indicador, estos tres países son los más felices del mundo. Vemos como cada indicador se compone de diversas medidas.

Cada uno de estos indicadores se presenta como el marcador de la felicidad, en el caso del Happy Planet Index, la huella ecológica tiene un gran impacto en la evaluación.

Así la conclusión es que necesitamos conocer como están estructurados los indicadores para poder entender qué decisiones existen detrás de su uso. Ninguno de estos indicadores mide la felicidad, sólo modelan la felicidad cada uno a su manera (para una explicación más detallada ver: Booyesen, 2002; Hagerty et al. 2001; Delhey y Kroll 2013).

Problemas del actual planteo de la felicidad

A pesar de todo este interés y desarrollo del tema de la felicidad, tenemos un problema de conceptualización de la felicidad. Si concebimos la felicidad como la belleza, el amor, o lo que tiene valor, vemos que es una apreciación cualitativa, axiológica, y concreta que no puede cuantificarse, porque el proceso de abstracción que permite que sea posible la cuantificación nunca puede plasmar esta calidad. Así, podemos explicitar dos procedimientos diferentes de conocimiento de la realidad, uno abstracto, que permite la cuantificación, porque excluye todo lo axiológico, y otro concreto, que es cualitativo y motivador, es decir, axiológico, que no se puede cuantificar. La pregunta por la felicidad es personal, y por tanto, cualitativa, subjetiva y basada en la comprensión que la persona posee de la felicidad, que a su vez viene determinada por la comunidad humana a la que pertenece el individuo. La respuesta no admite cuestionamiento por parte de nadie, ni del más experto, está por tanto, legitimada por el interlocutor, porque se refiere a su punto de vista personal y único. Aunque comúnmente se pueda pensar que la pregunta por la felicidad tiene sentido, es posible que en diversas sociedades humanas esta pregunta, que apela a una noción individual del ser humano, no signifique nada, como por ejemplo, los Matsigenka en el

amazonas peruano (Izquierdo, 2008) o la de los aborígenes en Australia (Heil, 2008). Por tanto, la pregunta ¿eres feliz? no sirve para un estudio científico del nivel de felicidad ni de los individuos, ni de las comunidades humanas.

A pesar de esta incapacidad cuantitativa, desde diversas disciplinas científicas interesadas en el estudio de la felicidad, se han creado concepciones que ofrecen una cuantificación. Esta cuantificación es inapropiada para responder a una valoración cualitativa, pero es lo único que tenemos y es a partir de estas cuantificaciones que se postulan políticas y actuaciones. Hay que recalcar que aunque se denomine y se hable de “la medida de la felicidad” o de “la ciencia de la felicidad” esta manera de hablar es totalmente inapropiada en términos científicos.

Todas estas cientos, quizás incluso miles de maneras de cuantificar “la felicidad”, presentan a la felicidad como un número final, científico que puede ser comparado y evaluado cometiendo de esta manera un error epistemológico grave. Este error se amplifica todavía más cuando con el propósito de resolver el problema de validez de las medidas se pretende dejar de lado la subjetividad del individuo, para que esta no influya. Por ejemplo, se han desarrollado aplicaciones móviles que recogen el estado de bienestar del individuo en diversos momentos del día, esto permite no basar la respuesta evaluativa en la memoria del sujeto. Se considera que estas cuantificaciones son mejores, más científicas, cuando más se alejen de definir la felicidad basado en un estado de la mente, y se centren más en un aspecto biológico y físico que puede ser conocido, independientemente de lo que la persona piense, así también se estudian los circuitos neurológicos (Davies, 2015), evitando de esta manera múltiples errores de subjetividad. Otra de las opciones para conseguir medidas del estado del bienestar, sin que sea subjetivo ni personal, es a partir de entrevistas con amigos o a partir del tono vocal y las expresiones faciales (Diener, 1994), aunque claro está que aquí la medida está expuesta a otro tipo de subjetividades, la de los amigos y de los investigadores. Esta pretendida objetivación científica todavía pretende cuantificar la felicidad.

Así vemos como, primero estas medidas son constantemente presentadas como científicas pero con una epistemología mítica, ofreciendo una medida de la felicidad transhistórica, transcultural, por tanto, perenne y única olvidando que, la felicidad es una apreciación cualitativa que no puede ser cuantificada, y que si se cuantifica, es sólo un modelo imperfecto que necesitamos para poder actuar socialmente, un modelo con un problema estructural, como ya hemos explicado, una cualidad no se puede cuantificar, y por tanto sería adecuado reconocer la imposibilidad de la 'ciencia de la felicidad'. Segundo, sorprendentemente, el enfoque actual en el SWB del individuo nos hace caer en la trampa de olvidar que la comprensión de lo que valora el individuo está constituida socialmente y por tanto todos los aspectos que se presentan como científicamente más objetivos, es decir, más fiables como los biológicos, neurológicos y físicos también se ven afectados por esta comprensión. Tercero, la hipótesis subyacente es la de un individuo autárquico, constituido a sí mismo, y que la sociedad moldea según un espaciotiempo, es decir sujeto a una socialización. Esta hipótesis contrasta con las recientes teorizaciones desde la antropología que conciben al animal humano como constituido por la cultura, es decir no es autárquico sino relacional, no está definido sino permanentemente en definición, por tanto el concepto de individuo que se socializa es también inadecuado. Y por tanto, dirigir la ciencia de la felicidad a resolver un problema de un individuo conceptualizado como autárquico ya presenta un problema de salida, y por tanto, invalida cualquier pretendida solución al problema de la felicidad individual.

Estas tres críticas son suficientes para replantearse el problema de la felicidad desde otro ángulo. Resumimos: (1) el posar como medida científica sin tener en cuenta que es una cualidad, (2) apelar a la medición de aspectos biológicos o físicos para formular la felicidad como más científica, sin tener en cuenta que estas respuestas biológicas o físicas son el resultado de un ser humano constituido por una cultura, es decir, todavía subjetivo, aunque a otro nivel de subjetividad, y finalmente (3) crear respuestas a partir de la hipótesis que el individuo es un ser autárquico, es decir, todo lo que necesita para ser viable existe por el mero hecho de ser humano.

Esta hipótesis de salida invalida cualquier planteamiento de proyecto político conducente al desarrollo de la felicidad, y por tanto es inadecuado, si se tiene una concepción antropológica dinámica.

Esta antropología dinámica, entendida como la capacidad de un animal que no se determina únicamente a través de los genes, es una cualidad específica del animal humano que se produce a partir de las posibilidades lingüísticas de creación y transmisión de información que no es exclusivamente genética como los demás animales sino que es cultural (Fuentes, 2011 Ingold y Palsson, 2013). Además de estas tres críticas fundamentales, otras críticas (Sen, 2001) advierten que mecanismos psicológicos como la capacidad de adaptación y las aspiraciones continuamente cambiantes limita el uso de esta conceptualización para medir la felicidad, por ejemplo, muchas mujeres oprimidas desarrollan mecanismos de adaptación que les permiten alinear sus preferencias en contra de sus propios intereses. Sen (2001) propone que la libertad tendría que ser el objetivo último de la sociedad, argumenta que se tendría que proveer a las personas con la habilidad para poder realizar elecciones reales sobre las condiciones de su vida. Así, por ejemplo, la ausencia de educación, las condiciones opresoras del gobierno o el mal sistema sanitario serían elementos que incidirán en la habilidad de las personas para realizar elecciones libres, y por tanto, aunque tuvieran un alto nivel de satisfacción medido como la satisfacción de sus preferencias, o su estado de vida subjetivo (SWB) este no sería relevante para Sen.

Se ha argumentado que el enfoque actual en la felicidad proveniente de la psicología es dañino socialmente, porque al presentar el problema de la felicidad como una actitud del individuo distrae la atención de otros problemas políticos y sociales (Davies, 2015:9; Power, 2015: 166). Si el individuo no es feliz, es porque no conoce, no sigue o no aplica el esfuerzo necesario acorde a las orientaciones de la ciencia de la felicidad, por tanto, el principal responsable de su infelicidad es el individuo. Conseguir ser feliz es parte de un desarrollo personal, todos lo necesitamos y por tanto somos vulnerables al fracaso, así la necesidad de un experto se democratiza, y la terapia se extiende a todos, no sólo a los enfermos.

Esto permite perpetuar el status quo axiológico, porque no se critica el proyecto axiológico colectivo, el problema reside en el individuo. La narrativa de la felicidad imperante pretende mostrar como el equilibrio de nuestra sociedad se ha roto debido a que hay un déficit de felicidad individual y que los expertos, todos ellos científicos, pueden subsanar para devolvernos al estado inicial de equilibrio, no hace falta replantearnos nuestro proyecto axiológico colectivo.

Se argumenta que la doctrina del pensamiento positivo defiende que las condiciones de vida externas tienen poco impacto en como la gente evalúa si son felices, así la solución a los problemas reside no en las circunstancias de uno, sino en como uno vive esas circunstancias, es decir, se incita a los individuos a aplicarse la medicina de la aceptación y la responsabilidad (Cederström y Spicer 2015), y así los problemas colectivos, en vez de ser colectivos, se convierten en un problema individual de si se es feliz o no, aquí vemos que la hipótesis subyacente es la de individuo autárquico y por tanto una antropología estática. Aún más, el enfoque en la felicidad no solamente aparta la atención de las discusiones sociopolíticas concretas sino que es una nueva forma de control y gobierno social, porque al defender que la felicidad permite a los individuos cambiar su propia situación, también se defiende que no se necesitan tantas políticas sociales, aliviando el peso del estado en la vida de los individuos (Cederström y Spicer, 2015). Así implícitamente se defiende que el sistema de mercado neoliberal actual es la única sociedad posible y por tanto la narrativa de la felicidad como problema social se convierte en una crítica al cambio implícita (Frawley, 2015:3) y un mantenimiento del status quo axiológico.

Además, esta retórica terapéutica, que afecta a todos los individuos por igual permite a los gobiernos cautivar a la opinión pública con un lenguaje neutral, sin ideología, un lenguaje científico, tecnocrático, que no defiende opiniones sobre lo que es bueno sino que es lo que la evidencia científica muestra, y así la retórica de la felicidad se presenta como una manera despoltizada de proveer lo que vale la pena, implícitamente perpetuando la ideología imperante en la comunidad.

Esta narrativa presentada como neutral asegura la legitimidad de las políticas de los gobiernos y aprueba opciones ideológicas y morales bajo una justificación científica (Frawley, 2015).

En las organizaciones, muchas veces se fuerza a los individuos a tener este enfoque de vida positivo, una ideología del pensamiento positivo, motivándolos de diversas maneras a que sean amables, serviciales, incluso que acepten de buena manera los despidos (Ehrenreich, 2009) o que si no consiguen ser felices busquen otro trabajo. El manejo de las emociones y sentimientos de los empleados para que estos muestren una imagen positiva a los clientes es un factor en crecimiento, ya que en la economía postindustrial predominan los servicios y por tanto los empleados no tratan con máquinas sino con personas. Este tipo de esfuerzo personal se ha denominado ‘trabajo emocional’, en este caso el control del directivo no se limita a las acciones de las personas sino que también incluye las emociones y sentimientos que muestran (Hochschild, 2012).

El uso de la Felicidad en las organizaciones

Ya hemos visto que el problema de la felicidad está en boga en las sociedades actuales. Destaco tres niveles en los cuales se presenta actualmente el problema:

1. Se argumenta que el objetivo de los países no tiene que ser producir más, vender más, sino la felicidad (medido de diversas maneras y con diversas opciones de valor de como se conceptualiza, por ejemplo, en algunos casos se resalta la huella ecológica, como hemos visto)

2. Se argumenta que los individuos confien en los expertos psicólogos que desarrollan la ciencia de la felicidad, si se siguen sus consejos entonces seremos felices. La hipótesis subyacente es la de individuo autárquico, es decir, una antropología estática.

3. En las organizaciones, la promoción de la felicidad está ligada a una mejora de las relaciones personales y finalmente al éxito de la empresa.

Así, en las organizaciones ‘la felicidad’ también ha llegado, quizás como una moda pasajera, puede ser preocupante que un elemento potencialmente positivo, se degrade y se desvirtúe su necesidad. En las organizaciones se presenta el desarrollo de la felicidad predominantemente con dos objetivos instrumentales: primero para mantener unas buenas relaciones laborales, y segundo como una manera de realizar un buen servicio y mantener a los clientes satisfechos. Aunque hay estudios que muestran que no existe una relación entre empleados felices, clientes satisfechos y beneficios más altos (Chun & Davies, 2009), normalmente se tiende a pensar que es mejor trabajar con personas felices que infelices (Fisher, 2010). También, existe una tendencia a creer que todo lo que se presenta desde la ‘ciencia de la felicidad’ en el entorno laboral es positivo, sin embargo, también puede tener efectos negativos como por ejemplo, entre otros, dañar la relación con los directivos, dañar la relación con amigos y familias, y hacer a uno más egoísta (Cederström y Spicer, 2015). Recientemente se han publicado una serie de artículos y libros críticos con el pensamiento positivo y la obsesión por la felicidad (Beard, 2015; Hutson, 2015; Cederström y Spicer, 2015; Oettingen, 2014; Kashdan y BiswasDiener, 2014).

Es altamente probable que en la empresa se instrumentalice la noción de felicidad para explotar más al trabajador, aunque por supuesto pueden haber directivos que genuinamente quieren promocionar esta posibilidad. Es fácil caer en el error de convertir el problema de la felicidad en las organizaciones en un problema de voluntad y de conocimiento del trabajador. Tal como hemos visto en el caso del trabajo emocional, donde se pide a los trabajadores que sean positivos, muestren su sonrisa, sean simpáticos, amables, etc. Para conseguir mostrar esta felicidad se realiza un entrenamiento emocional, y se apela a la responsabilidad del trabajador para conseguir este objetivo. Así, parece más un ‘aparentar’ ser feliz que en preocuparse como desarrollar la felicidad de los individuos. En aquellas organizaciones que genuinamente están interesadas en fomentar la felicidad, esta se desarrolla a partir del pensamiento positivo, es decir, a partir de la denominada ‘ciencia de la felicidad’ que parte de las hipótesis antropológicas del ser humano como

animal autárquico racional, y trabaja el desarrollo de la felicidad a partir de la voluntad. Es decir, se olvida que el animal humano está constituido por el colectivo, y por tanto, sus valoraciones son dinámicas y cualitativas y se conforman a partir el proyecto axiológico colectivo.

Es interesante comprobar que la preocupación por la felicidad en las organizaciones no se sustantiva en una necesidad ineludible que tienen todas las organizaciones: la necesidad de crear conocimiento. Aunque en la sociedad de conocimiento, el eje es la creación, no he encontrado ninguna mención de la promoción de la calidad de vida como génesis de la creación. Se podría defender que la felicidad y la calidad de vida no son necesarias para crear, ni para vivir, y en muchas situaciones no ha sido necesario. Sin embargo, todavía no hemos advertido que la lógica interna de la sociedad de conocimiento exige cambios radicales en nuestras concepciones.

¿Cómo se podría plantear la felicidad en las sociedades de conocimiento? De la felicidad como valoración subjetiva del individuo a: la promoción de la calidad de vida del colectivo a partir del desarrollo de un Proyecto Axiológico Colectivo (PAC)

Tal como hemos visto, la conceptualización de la felicidad es una herramienta política que sirve para mantener las valoraciones axiológicas existentes. A través de la construcción de proyectos axiológicos colectivos podemos cambiar estas motivaciones colectivas (Corbí, 2013, 2015a, 2015b). Entonces lo que nos queda por concretar y definir es una concepción de felicidad acorde con la sociedad de conocimiento. Esta concepción tiene que ser definida en el proyecto axiológico colectivo, por tanto es una noción de felicidad situada en el contexto específico del proyecto axiológico colectivo.

La postulación del enfoque en la promoción de la calidad de vida humana y por tanto en su enfoque en el cuidado del medio y el desarrollo de la felicidad humana, como fundamento de cualquier proyecto colectivo de la sociedad de conocimiento que pretenda permitir a los grupos sobrevivir, tiene como núcleo una comprensión de la antropología humana que se constituye a sí mismo por el habla y por tanto con una doble dimensión

de acceso a la realidad. El conocer y desarrollar específicamente esta doble dimensión, es decir, indagar esta posibilidad, es la llave que nos permite comprender que la felicidad tal como actualmente se entiende en nuestra sociedad se refiere sólo a la dimensión relativa de nuestra existencia, a un fenómeno centrado en las funciones del ego.

El actual planteo de la promoción de la felicidad individual tiene infinidad de problemas, como ya hemos explicitado. Es un paso importante en el mundo científico tener una disciplina interesada en estudiar 'la felicidad', un fenómeno cualitativo humano, sin embargo, la aproximación actual es infructuosa por una serie de razones:

1) se abstrae un fenómeno cualitativo y se reduce a unas medidas que no tienen relación alguna con el fenómeno en sí.

2) se defiende la cuantificación como científica, cuando ya de salida la cuantificación pretende sustituir la cualidad.

3) se pretende desarrollar nuevas medidas como más científicas porque no se basan en una valoración del sujeto sino en medidas biológicas, como si la respuesta del animal humano no dependiera de la constitución cultural.

4) se ontologiza una hipótesis caducada: el ser humano como individuo autárquico sujeto a socialización. Los cuatro primeros puntos demuestran las hipótesis de epistemología mítica y antropología estática.

5) se comunica al público una idea equivocada que tiene rebotes negativos en la vida de las personas.

- a) se aparenta una solución que no existe
- b) se fomenta la individualidad
- c) se fomenta el perfeccionamiento de las funciones del ego
- d) y por tanto se lleva a un camino sin salida

- 6) A partir de estos supuestos, se plantean políticas sociales que
- a) son dañinas para la colectividad
 - i) porque no pueden dar el resultado que prometen
 - ii) porque llevan a un camino sin salida.
 - b) consolidan el status quo axiológico
 - c) se presentan como científicas y por tanto no sujetas a debate político.

Aquí esbozo un primer planteo de lo que considero adecuado teorizar para promocionar la felicidad en las sociedades que viven de generar conocimiento.

Sería aconsejable replantearse la ambición teórica actual y reenfocar este esfuerzo teórico al desarrollo de teoría para la calidad de vida colectiva. La felicidad es un fenómeno subjetivo psicológico que tiene tantas posibilidades como mundos humanos, la generalización de la felicidad en forma de leyes científicas es imposible. Por ello, es más operativo centrarse en la promoción de la calidad de vida utilizando todo nuestro saber de las tradiciones de sabiduría, y estudiar la felicidad como un fenómeno axiológico, desarrollando una epistemología axiológica en vez de una epistemología científica.

Podríamos estructurar una primera aproximación a la promoción de la calidad de vida usando la tabla 1 de las cuatro calidades de la vida de Veenhoven (2009:47). Así, una vida de calidad dependerá de unas condiciones, unas oportunidades, que pueden ser externas en referencia a una calidades del entorno, por ejemplo, entre otras, aire limpio, agua para todos, naturaleza; y otra internas, como por ejemplo la habilidad para gestionar la vida, que no será independiente de las calidades externas porque también dependen de una buena educación, buena sanidad, buen gobierno para todos, etc.

Así, el problema de la felicidad no es sólo un problema práctico, o filosófico, sino que es un problema político porque depende de las valoraciones y motivaciones de los colectivos. ¿Qué calidades del entorno valoramos?, ¿qué habilidades para gestionar la vida son primordiales? Estas oportunidades de la vida externas son las que miden en su mayoría los indicadores sociales. Las calidades de la vida, tendrán dos tipos de resultados, un resultado social, cuando la vida de las personas sea beneficiosa para la sociedad en su conjunto, y un resultado personal en forma de satisfacción.

Tabla 1 Las 4 calidades de la vida

4 Calidades de la vida	<i>calidades externas</i>	<i>calidades internas</i>
<i>oportunidades de la vida</i>	calidad del entorno	habilidad para gestionar la vida
<i>resultados de la vida</i>	Vida útil para la sociedad	satisfacción* (lo que se evalúa como felicidad)

Veenhoven 2009:47

Se puede argumentar que las oportunidades de la vida se pueden estructurar objetivamente, se pueden medir y evaluar, y además se pueden definir atendiendo a un proyecto axiológico colectivo. Los resultados de la vida, suponen un segundo nivel subjetivo que puede ser teorizados por el PAC.

Es necesario destacar, que este enfoque en el cuidado del entorno y de los seres humanos no es una opción ideológica ni buenista, sino que es resultado del conocimiento de la lógica interna de la sociedad de conocimiento. Desde un punto de vista de la dimensión relativa de nuestra vida, es un enfoque en la calidad de vida individual y de los grupos humanos, no porque sea interesante o moralmente lo único que tiene sentido en sí mismo (Sumner, 1996:184) tal como proponen los filósofos utilitaristas (Veenhoven, 1989),

sino porque el ser humano sólo puede ser capaz de crear sosteniblemente, y por tanto, generar el conocimiento que se le exige en una sociedad que progresa a base de crear conocimiento, si este objetivo de la calidad de vida le permite estructurar un proyecto axiológico colectivo que fomente un acceso tematizado y experiencial al estudio de esta doble dimensión de conocimiento humano, y aprovecha el legado de las tradiciones de sabiduría que desarrollan el cultivo de esta capacidad humana, porque este cultivo le permite ser creativo. Por otra parte, desde el punto de vista de la dimensión absoluta, la posibilidad de conocer lo que hay, escapando de las limitaciones impuestas por el ego vale la pena de por sí.

El desarrollo creativo es un proceso complejo que depende de muchos factores, el inicial en la Sociedad de Conocimiento es que uno debe ser consciente que la creatividad es el primer enfoque del que penden los demás: cambiar el mundo, hacer dinero, ganar mercado, ganar clientes, etc. Sin esta comprensión, la creatividad es un factor más entre otros a desarrollar y no se le otorga la importancia que necesita para que sea el epicentro de la organización y de la sociedad. La creatividad, con su dependencia en el desarrollo de las habilidades creativas, el conocimiento y la motivación es un fenómeno que sólo puede desarrollarse si está incentivado, nutrido, y valorado por el entorno (Amabile, 1983). Hay toda una serie de factores psicológicos y de funcionamiento de nuestras organizaciones que van en contra del desarrollo creativo (ver Campanario, 2009; Staw, 1995), y por tanto, la creatividad sólo puede nutrirse si existe un proyecto axiológico colectivo (PAC) que sostenga, valore e incentive el desarrollo creativo.

Pero, este enfoque creativo, eje de nuestra supervivencia necesita responder a la pregunta: ¿para qué?, ¿para qué realizar un proyecto axiológico colectivo que pretenda desarrollar la creatividad? La misma lógica de la necesidad colaborativa de los individuos, no porque es bueno colaborar con el prójimo sino, una vez más por la lógica interna de la sociedad del conocimiento, donde la continua creación de conocimiento científicotécnico significa que el conocimiento crece exponencialmente y a su vez que el conocimiento cada vez está más especializado, por tanto, para la resolución de cualquier problema práctico se requiere la colaboración de un grupo de especialistas. Una colaboración que va más allá, y no hace necesario que los individuos

del grupo sean amigos, ni que exista lo que coloquialmente se denomina 'buen rollo', sino un proyecto axiológico que motive al grupo. Por esta misma lógica, la creatividad del entorno o grupo que sostiene el desarrollo creativo individual debe enfocarse en el cuidado, protección y desarrollo de calidad del individuo, grupo y entorno.

Este enfoque en la calidad se argumenta por dos motivos: Primero, sin este enfoque centrado en esta calidad, más creatividad nos llevará indefectiblemente a la extinción del ser humano en la tierra. Esto es así, porque el desarrollo creativo para explotar el medio, las comunidades y las personas tiene un límite, no sólo referente a la extinción de las especies (ver la web: <http://www.mysterium.com/extinction.html>), sino también, entre otros, los desplazamientos humanos, la contaminación, y las guerras con efectos insospechados en las sociedades mundiales. Segundo, no es sostenible pretender el desarrollo creativo en una organización, comunidad o sociedad cuando se desarrollan y mantienen relaciones de explotación, porque en estas situaciones los individuos, como medida de protección, no compartirán todo su conocimiento. Esta colaboración sólo es posible si se crea una relación de confianza de tal manera que los individuos compartan su conocimiento y se impliquen en el objetivo del proyecto. Esta confianza no puede generarse si se explota o maltrata por muy sutil que sea esta explotación o maltrato, por ello, la promoción del bienestar y la calidad de vida son clave para que el individuo pueda progresar personal y profesionalmente. Porque la lógica de la creación genera más conocimiento, es sólo cuando el individuo se encuentra en relación con otros, en la forma de equipos, grupos o comunidades que un individuo puede progresar personal y profesionalmente, porque es la continua creación de conocimiento lo que permite a una persona desarrollarse. Así, no es posible que se explote a personas del grupo, ni que a medio o largo plazo se explote al medio y a los demás grupos. Esta promoción de la calidad de vida y el bienestar tendría que beneficiar a las personas y al medio, sin discriminación, porque la separación entre el ser humano y los demás integrantes de la tierra, aunque sea formal, no es real. Así, el proyecto axiológico colectivo, cada uno con su especificidad, deberá proteger y cuidar al medio, las comunidades e individuos, favoreciendo la felicidad del individuo y del grupo.

Es únicamente en la sociedad del conocimiento que el favorecer la felicidad es base de la supervivencia, sin este enfoque en una vida satisfactoria, el individuo difícilmente creará con la rapidez que le exige el medio. *Esto es la primera vez que sucede en la historia de la humanidad.*

Así, existen dos niveles de actuación en el proyecto axiológico colectivo que son clave para promover la calidad de vida acorde con lo que demanda la sociedad de conocimiento, primero el asegurar el cuidado del mundo y de los seres humanos y segundo, el asegurar también de proveer los medios para que las personas conozcan sus posibilidades cognitivas de relación con la vida y el entorno, no sólo centrados en la dimensión relativa que permite el desarrollo creativo, sino que conozcan y vivan la posibilidad de la dimensión absoluta. Estos dos niveles de actuación tienen que ser concretados en cada proyecto axiológico, y pueden ser concretados de muy distinta manera.

Conclusiones

La felicidad es un término ambiguo, con diversas acepciones, normalmente se entiende cómo cuánto le gusta a uno la vida que uno vive, es una valoración cognitiva y afectiva sobre el grado en que un individuo juzga su propia vida como favorable (Veenhoven, 1984: 22), así puede existir mucha variedad de valoraciones de lo que es apropiado como 'buena vida' en una comunidad determinada.

El estudio de las aproximaciones científicas a la felicidad nos permite afirmar que la búsqueda de un concepto dependiente de una valoración cualitativa es por definición imposible, aunque parezca negativo permite entender la felicidad como contingente a un espacio tiempo, sin que pueda ser definida trans históricamente, eternamente y englobando a todos los humanos. Por tanto, ningún concepto de la felicidad nos puede servir como orientación.

Así, centrarnos en el colectivo humano es más adecuado atendiendo a las conceptualizaciones actuales antropológicas en la que el ser humano se constituye por el grupo, por tanto, es necesario constituir a través de la creación de PACs condiciones de vida que promuevan la creación y el desarrollo personal y profesional. La felicidad, desde una aproximación de las tradiciones de sabiduría consiste en entender el ego como una función de una pretendida identidad humana y por tanto, los actuales planteos provenientes de la psicología están dirigidos a mejorar esa función del ego, no a descubrir el mundo sin la función del ego organizándolo todo. Este proyecto axiológico colectivo además de permitir el cuidado del mundo y de los seres humano también tiene que asegurar desarrollar el estudio de las dos dimensiones humanas y para ello saber heredar las tradiciones de sabiduría.

En resumen:

Sería importante explicitar la epistemología del proyecto del estudio de la felicidad con una aproximación científica como no mítica, es decir, defender que es una modelación que no puede dar cuenta del fenómeno, es por tanto imperfecta y sujeta a cambios. Se evitaría de esta manera, la comunicación mítica de la 'ciencia de la felicidad', se comprendería que se trata de un término inapropiado.

Sería importante explicitar el problema de la felicidad a partir de una aproximación colectiva. Actualmente, es un problema individual que deviene colectivo a partir de la agrupación de individuos, como ya hemos explicado debido a las hipótesis base de conceptualización de la persona como sujeto autárquico, con hipótesis caducadas de antropología estática. La aproximación sería muy diferente si pensara desde el inicio como un problema colectivo, de esta manera se comprendería la importancia de la creación de proyectos axiológicos colectivos adecuados a la promoción y desarrollo de la felicidad, que se tendría que pensar como base para la supervivencia, porque permite, siguiendo la lógica de las sociedades de conocimiento fomentar sosteniblemente el desarrollo creativo.

Sería importante tener en cuenta las tradiciones de sabiduría, el enfoque actual psicológico de la felicidad centra la atención en el perfeccionamiento del ego. El bien máspreciado para el psicólogo, el que muestra el éxito de una persona es la felicidad. El problema reside en que la aproximación psicológica es de partida contraproducente ya que la hipótesis de base de individuo autárquico le hace centrarse en los mecanismos del ego y por tanto, según las tradiciones de sabiduría, le imposibilita ser feliz.

Repensar el problema de la felicidad con unas hipótesis antropológicas y epistemológicas actualizadas permitirá la creación de PAC acorde con las necesidades de las sociedades de conocimiento.

Referencias

Amabile, T. M. (1983). *The social psychology of creativity*. New York: Springer.

Bartolini, S. (2007). Why are people so unhappy? Why do they strive so hard for money? Competing explanations of the broken promises of economic growth. In L. Bruni & P. L. Porta (Eds.), *Handbook on the economics of happiness*. Cheltenham: Edward Elgar.

Beard, A. (2015). The happiness backlash. *Harvard Business Review*, 93(7-8), 130131.

BenShahar, T. (2007). *Happier: Learn the secrets to daily joy and lasting fulfillment*. McGrawHill Companies.

BenShahar, T. (2014). *Choose the life you want: The mindful way to happiness*. Workman Publishing.

Bentham, J. (2000). *An introduction to the principles of morals and legislation*. Batoche Books. Kitchener. (Original work published 1781).

Booyesen, F. (2002). An overview and evaluation of composite indices of development. *Social Indicators Research*, 59(2), 115151.

Broome, J. (2009). Why economics needs ethical theory. In K. Basu & R. Kanbur (Eds.), *Better world. Essays in honor of amartya sen* (Vol. Volume I: Ethics, welfare and measurement). Oxford: Oxford University Press.

Buote, V. (2005). *Gratitude at work. It's impact on job satisfaction & sense of community*.

Campanario, J. M. (2009). Rejecting and resisting nobel class discoveries: Accounts by nobel laureates. *Scientometrics*, 81(2), 549565.

Cederström, C., & Spicer, A. (2015). *The wellness syndrome*. John Wiley & Sons.

Chrisafis, A. (2016, September 14). Alain juppé, france's 'prophet of happiness', promises hope. *The Guardian*.

Chun, R., & Davies, G. (2009). *Employee happiness isn't enough to satisfy customers*. Harvard Business Review, 87(4), 1919.

Corbí, M. (2013). *La construcción de los proyectos axiológicos colectivos. Principios de epistemología axiológica*. Barcelona: Bubok Publishing S.L.

Corbí, M. (2015a). *Protocolos para la construcción de organizaciones creativas y de innovación*. Principios de epistemología axiológica 3. Bubok.

Corbí, M. (2015b). *El cultivo colectivo de la cualidad humana profunda en las sociedades de conocimiento globalizadas*. Principios de epistemología axiológica 4. Bubok.

Davies, W. (2015). *The happiness industry*. London: Verso.

Delhey, J., & Kroll, C. (2013). *A "happiness test" for the new measures of national wellbeing: How much better than GDP are they?* In H. Brockmann & J. Delhey (Eds.), *Human happiness and the pursuit of maximization: Is more always better?* Springer Science & Business Media.

Diener, E. (1994). *Assessing subjective wellbeing: Progress and opportunities*. Social Indicators Research, 31(2), 103157.

Dutt, A. K., & Radcliff, B. (2009). *Happiness, economics and politics: Towards a multidisciplinary approach*. Edward Elgar Publishing.

Easterlin, R. (1974). *Does economic growth improve the human lot? Some empirical evidence*. In P. A. David & M. W. Reder (Eds.), *Nations and households in economic growth: Essays in honor of moses abramovitz*. Academic Press.

Easterlin, R. A. (1995). *Will raising the incomes of all increase the happiness of all?* *Journal of Economic Behavior & Organization*, 27(1), 3547. doi:10.1016/01672681(95)00003.

Edgeworth, F. Y. (1881). *Mathematical psychics. An essay on the application of mathematical to the moral sciences*. London: C. Kegan Paul & co.

Ehrenreich, B. (2009). *Bright-sided: How the relentless promotion of positive thinking has undermined america*. Macmillan.

Fisher, C. D. (2010). *Happiness at work*. *International Journal of Management Reviews*, 12(4), 384-412. doi:10.1111/j.14682370.2009.00270.

Frawley, A. (2015). *Semiotics of happiness: Rhetorical beginnings of a public problem*. Bloomsbury Publishing.

Frey, B. S., & Stutzer, A. (2002). *Happiness and economics*. Princeton: Princeton University Press.

Frey, B. S., & Stutzer, A. (2005). *Testing theories of happiness*. In L. Bruni & P. L. Porta (Eds.), *Economics and happiness. Framing the analysis*. Oxford: Oxford University Press.

Frey, B. S. (2008). *Munich lectures in economics: Happiness. A revolution in economics*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Fuentes, A. (2011). *Biological anthropology*. McGrawHill Humanities Social

Graham, C. (2009). *Happiness around the world. The paradox of happy peasants and miserable millionaires*. New York: Oxford University Press

Griffin, J. (1986). *Wellbeing: Its meaning, measurement, and moral importance*

Hagerty, M. R., Cummins, R. A., Ferriss, A. L., Land, K., Michalos, A. C., Peterson, M., . . . Vogel, J. (2001). *Quality of life indexes for national policy: Review and agenda for research*. *Social Indicators Research*, 55(1), 196.

Heil, D. (2008). *Embodied selves and social selves: Aboriginal wellbeing in rural new south wales, australia*. In G. Mathews & C. Izquierdo (Eds.), *Pursuits of happiness: Wellbeing in anthropological perspective*. New York: Berghahn Books.

Helliwell, J., Layard, R., & Sachs, J. (2016). *World happiness report 2016*. Volume I.

Hochschild, A. R. (2012). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. Univ of California Press. (Original work published 1983).

Hutson, M. (2015). *Beyond happiness: The upside of feeling down*.

Ingold, T., & Palsson, G. (2013). *Biosocial becomings. Integrating social and biological anthropology*. Cambridge: Cambridge University Press.

Izquierdo, C. (2008). *Wellbeing among the matsigenka of the peruvian amazon. Health, missions, oil and "progress"*. In G. Mathews & C. Izquierdo (Eds.), *Pursuits of happiness: Wellbeing in anthropological perspective*. New York: Berghahn Book.

Kashdan, T., & BiswasDiener, R. (2014). *The upside of your dark side: Why being your whole self not just your "good" self drives success and fulfillment*.

Lama, D., & Cutler, H. (1998). *The art of happiness. A handbook for living*. New York: Penguin.

Lama, D., & Cutler, H. C. (2009). *The art of happiness in a troubled world* (2009).

Lyubomirsky, S. (2008). *The how of happiness: A scientific approach to getting the life you want*. Penguin.

Oettingen, G. (2015). *Rethinking positive thinking: Inside the new science of motivation*.

Power, M. (2015). *Understanding happiness: A critical review of positive psychology*. Routledge.

Ricard, M. (2007). *Happiness. A guide to developing life's most important skill*. New York: Little, Brown and company.

Seligman, M. E. (2004). *Authentic happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment*. Simon and Schuster.

Sen, A. (2001). *Development as freedom*. Oxford Paperbacks.

Staw, B. M. (1995). *Why no one really wants creativity*. In C. Ford & D. Gioia (Eds.), *Creative action in organizations ivory tower visions and real voices* (pp. 161-166). London: Sage.

Stratton, A. (2010, November 14). *David cameron aims to make happiness the new GDP*. The Guardian, p. 14.

Sumner, L. W. (1996). *Welfare, happiness, and ethics*. Clarendon Press.

Tan, C. (2012). *Search inside yourself*. New York: Harper One.

Thaler, R., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge. Improving decisions about health, wealth and happiness*. New Haven & London: Yale University Press.

Tiberius, V. (2004). *Cultural differences and philosophical accounts of well-being*. Journal of Happiness Studies, 5(3), 293-314.

Veenhoven, R. (1984). *Conditions of happiness*. Springer Science & Business Media.

Veenhoven, R. (1989). *How harmful is happiness? Consequences of enjoying life or not*. The Netherlands: Universitaire Pers Rotterdam.

Veenhoven, R. (2009). *How do we assess how happy we are? Tenets, implications and tenability of three theories*. In A. K. Dutt & B. Radcliff (Eds.), *Happiness, economics and politics: Towards a multidisciplinary approach*. Edward Elgar Publishing.

Veenhoven, R. (2014). *Classic wisdom about ways to happiness: How does it apply today?* In V. Giorgino (Ed.), *The pursuit of happiness and the traditions of wisdom*. Springer.

Weiner, E. (2015, April 8). *Bhutan's dark secret to happiness*. BBC. Retrieved from <http://www.bbc.com/travel/story/20150408bhutansdarksecretto-happines>.

Zevnik, L. (2014). *Critical perspectives in happiness research: The birth of modern happiness*. Springer Science & Business Media.

Zupancic, A. (2008). *The odd one in*. On comedy. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Apéndice

Una encuesta de Bienestar ('Subjective Well Being' SWB) es la 'Satisfaction With Life Scale' ('SWLS') (Pavot & Diener, 1993), es una medida que permite a los individuos evaluar su vida utilizando su criterio personal. Esta escala muestra estabilidad temporal, tiene validez convergente con otras medidas de SWB y discriminante con medidas de satisfacción emocional.

Usando la escala del 1 al 7, indique su grado de acuerdo con cada uno de las cinco frases colocando el número apropiado precediendo la frase. Por favor sea abierto y honesto con su respuesta.

- 7 Muy de acuerdo
- 6 De acuerdo
- 5 Un poco de acuerdo
- 4 Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- 3 Un poco en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 1 Muy en desacuerdo

1. De muchas maneras mi vida está próximo a mi ideal
2. Las condiciones de mi vida son excelentes
3. Estoy satisfecho con mi vida
4. Hasta ahora he conseguido las cosas importantes que quiero en la vida
5. Si pudiera vivir mi vida otra vez, no cambiaría casi nada.

En esta base de datos se encuentran las preguntas y los resultados en cada país.

<http://worlddatabaseofhappiness.eur.nl/>
<http://www.actionforhappiness.org/>
<http://www.plasticitylabs.com/>

