

LA GERENCIA DE LA FELICIDAD, MAS QUE UN NEGOCIO

Hugo Urdaneta Fonseca

No hay duda que desde hace un tiempo existe un boom sobre el tema de la búsqueda de la felicidad a nivel individual. Si las últimas décadas del siglo XX la presión fue por el éxito profesional, lograr un título universitario, una carrera ascendente y estable en una empresa, en fin, el éxito estaba marcado por la mayor cantidad de bienes que podían adquirirse.

El siglo XXI nos ha traído un nuevo modelo, en donde el objetivo es alcanzar la felicidad, más que el pleno desarrollo profesional como fin, el desarrollo emocional es en todo caso lo que permite alcanzar el desarrollo profesional, y no lo inverso. Hoy día es común que los hijos estudien carreras que los padres en el siglo pasado no hubiesen aceptado. El hijo de un padre abogado de mucho prestigio y una madre médico, de reconocida trayectoria, decide ser chef de cocina, porque eso lo apasiona, dejando a sus padres desconcertado porque no siguió la tradición profesional familiar, hoy los jóvenes se unen en pareja y conviven sin casarse, deciden tener o no tener hijos, toda una revolución en contra de los cánones sociales del pasado. Y no dejemos a un lado la revolución en la aceptación de la homosexualidad, con todo lo que eso implica en términos de derechos y cambios sociales. Ahora bien, como siempre lo aclaro, no es mi objetivo emitir juicio alguno sobre cuál modelo es mejor, el hecho inne-

gable es que son muy diferentes. Una diferencia entre ambas realidades es que el primer modelo implicaba que había que ceñirse a la institucionalidad, a las reglas y normas de la sociedad, la cultura, lo colectivo por encima de lo individual. Esto también aplicaba a la vida organizacional, las culturas organizacionales rígidas, con normas claras e inflexibles, los objetivos organizacionales lo único importante, las personas para mantenerse y crecer debían dejar a un lado sus intereses y asumir los de la organización.

En el presente las personas en términos generales no están dispuestas a dejar a un lado sus objetivos de vida personales y sacrificarlos por los de la organización. Ahora bien, ¿el tema de la búsqueda de la felicidad personal en el trabajo es responsabilidad de las propias personas o de la organización, o de ambas?

CONTRA LA DICTADURA DEL BIENESTAR

En un artículo escrito por Mercedes Cebrían en el periódico español El País, titulado “Contra la Dictadura del Bienestar” se analizan una serie de textos que plantean la tendencia a la búsqueda de la felicidad y bienestar como una industria creada y aprovechada política y comercialmente.



Según el libro “La industria de la felicidad”, del autor británico William Davies, “el sistema neoliberal está culpando al individuo por no ser feliz, al mismo tiempo que se elude analizar el contexto en el que esta infelicidad sucede. De esta culpabilización surgen, las exhortaciones mediáticas que nos instan a salir de nuestra zona de confort, a arriesgarnos y a hacer realidad nuestros sueños, como si todo ello fuese única responsabilidad del individuo”.

Terry Eagleton, en el libro “Esperanza sin optimismo”, critica el pensamiento positivo como una banalidad y el modo en que éste ha contribuido a eludir las preguntas esenciales acerca del progreso moral y social que podemos esperar sin hacernos falsas ilusiones.

Barbara Ehrenreich en “Sonríe o muere: trampa del pensamiento positivo” critica al pensamiento positivo, omnipresente en sector laboral y en el de la salud, como “forma de control social del empleado en el centro de trabajo, un aguijonazo para que sus resultados alcancen niveles cada vez más altos”.

Esto va desde mensajes que invitan a considerar un despido laboral o un cáncer como una “oportunidad para crecer”, hasta la comercialización de productos con mensajes que invitan a los afectados a mostrarse optimistas.

La argentina Vanina Papalini en su libro “Garantías de felicidad: estudio sobre los libros de autoayuda”, sostiene que el cuerpo genera síntomas relativos a la sociedad a la que pertenece, y que en el momento actual, el contraste con los frecuentes discursos sociales que versan sobre el placer y las difíciles condiciones de vida de muchos individuos crea una brecha que a su vez sirve de nicho de mercado para estos libros, que ejercen una verdadera labor terapéutica para generar algo de “felicismo” en el individuo

En resumen, estos textos tratan de demostrar que el tema de la felicidad se haya convertido en un negocio”, y su misión es la “desenmascarar charlatanes que le sacan partido económico a nuestras debilidades, incluidos los creadores de objetos cotidianos como tazas, libretas o trapos de cocina con lemas positivos que se tornan casi en órdenes”. No son libros que propicien la infelicidad, el malestar, el malhumor y la queja destructiva, sino una reflexión, sobre dos cosas: el sistema y las instituciones no pueden lavarse las manos sobre su responsabilidad en la generación del problema, y segundo identificar a los que hacen de la situación un mero negocio.

PSICOLOGÍA POSITIVA MÁS QUE AUTOAYUDA

Como estudioso de un diplomado en psicología positiva, y luego de haber estudiado a autores como Martin Seligman, Barbara Frederickson, Mihaly Csikszentmihalyi, Tal Ben-Shahar, entre otros, tengo claro que una cosa es el estudio científico, riguroso y académico de la Psicología Positiva, como rama de la psicología, y otra la corriente de escritores y motivadores que manejan estos temas como pociones mágicas, que se han popularizado en los últimos años a través principalmente de libros de autoayuda.

La profesora María Elena Garassini, nos dice que “en el mundo académico iberoamericano existe un cierto recelo con el empleo del término «felicidad». Para algunos profesores se trata de una palabra relacionada con los libros de autoayuda y los best sellers de la onda New Age, es un temor que tiene algo de fundamento. De hecho, en las librerías suele encontrarse el libro de Seligman en los estantes de autoayuda, a pesar de que

se trata de un estudio de gran rigor académico, que incluye en su contenido una compilación de investigaciones históricas y un apartado de pruebas psicométricas, que forman la base de los estudios sobre el bienestar”.

La Psicología Positiva ha sido creada como complemento de la Psicología Tradicional que se encarga de la enfermedad, enfocándose en estudiar los rasgos y conductas que despliegan las personas que logran mayor bienestar personal, no se trata de desconocer las circunstancias sociales y personales,

así como nuestra carga genética, por el contrario las acepta, lo que hace es trabajar, producto de la investigación y el estudio con la parte de nuestras disposiciones y voluntades que solo dependen de nosotros mismos modificar y cambiar.

En mi caso me he dedicado a estudiar a través de los aportes de la Psicología Positiva los rasgos y fortalezas del venezolano, llevando estos estudios al

ámbito laboral, de manera de construir perfiles y estrategias de acción, que permitan el desarrollo de nuevos líderes en las organizaciones.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Solo me queda alertar como dice el refrán de la sabiduría popular “diferenciar el grano de la hierba”, y estar atentos de aquellos que ofrecen fórmulas mágicas de cambio para ser felices y lograr el bienestar, charlatanes con un gran don de palabra, figuras mediáticas, que, si bien tienen la capacidad de generar entusiasmo, el mismo es pasajero y no tiene bases sólidas, ni conllevan estrategias de acción perdurables en el tiempo.

La Gerencia de la Felicidad conlleva un cambio profundo a nivel personal y organizacional, se trata de cambio de creencias, romper paradigmas, capacitar para obtener nuevas competencias, desarrollar mucha inteligencia emocional, medir y evaluar los cambios, en fin, todo un trabajo de asesoría y consultoría en psicología positiva y cambio organizacional, que requiere conocimiento, perseverancia, foco y disciplina.

12 de enero de 2017.

HUGO URDANETA FONSECA

Consultor en Cambio Organizacional, Coach, Especialista en Recursos Humanos y Relaciones Laborales.
hugo@huconsulting.net www.huconsulting.net

