

# El mito de la felicidad neoliberal

Ocho relatos que enmascaran las violencias del capitalismo:  
El caso de Mr. Wonderful



*Jan Matejko, "Stańczyk", 1862*

Alumno: Salvador Achondo  
Tutora: Cristina Garde Cano

Trabajo final de Máster  
Filosofía para los retos contemporáneos.  
UOC  
2024

## Índice

<b>1. Introducción</b>	<b>3</b>
<b>2. Preguntas de Investigación y Marco Teórico</b>	<b>4</b>
2.1 Hipótesis	4
2.2 Marco Teórico	5
<b>3. La Felicidad como Constructo Social: Discusión</b>	<b>6</b>
3.1 Cuestión de Estado	9
3.2 La Felicidad de la Acumulación en el Neoliberalismo	10
3.3 De la individualidad al individualismo	12
3.4 La Psicología Positiva	13
<b>4. Ocho Relatos del Mito de la Felicidad Neoliberal: Propuesta Conceptual</b>	<b>15</b>
4.1 El Futuro como Tierra Maravillosa	16
4.2 La Libertad como Eje de la Felicidad	17
4.3 Trabaja Gratis	18
4.4 Trabaja Feliz	18
4.5 La Felicidad de Goteo	20
4.6 Ser Feliz es Ganar	21
4.7 Alegría, Felicidad, Euforia	22
4.8 La Individualidad Solitaria del “Ocúpate de Ser Feliz”	24
<b>5. El Caso de Mr. Wonderful: Propuesta Práctica</b>	<b>26</b>
5.1 Análisis de Eslóganes, una Metodología Semiótica	26
5.2. Las Violencias Neoliberales Desenmascaradas: Resultados	36
<b>6. Violencias Desnudas, el Espejo Neoliberal: Conclusiones</b>	<b>40</b>
<b>7. Bibliografía</b>	<b>43</b>
<b>Anexo 1 - 55 Eslóganes de Mr. Wonderful</b>	<b>48</b>
<b>Anexo 2 - Tabla de Relación entre Relatos y Eslóganes</b>	<b>49</b>

## 1. Introducción

La felicidad es una de las emociones más apreciadas por el ser humano. Podríamos decir que la búsqueda de la felicidad, de hecho, es una guía de la existencia. Sus innumerables definiciones dependen de las éticas personales pero también de instancias superiores y gubernamentales. Esta búsqueda de la felicidad se puede expresar nítida o veladamente, pero, al fin y al cabo, en la sociedad capitalista que es objeto de nuestro ensayo el comportamiento individualista es el que triunfa, y su único propósito gira entorno a unos ejes principales: el bienestar egotista, la comodidad, la homeostasis y la felicidad neoliberal.

Aunque nos educan diferentes cosmovisiones, cuyos poderes fijan las conductas sociales e individuales, esas convenciones no siempre concuerdan con las muchas maneras en las que sentimos y alcanzamos el bienestar íntimo. En el neoliberalismo, que difunde una cosmovisión muy concreta acerca del mundo en común (Garcés, 2013), el trabajo convierte la (búsqueda de la) felicidad en la fuerza que nos organiza colectivamente, aunque en este ensayo consideremos la felicidad más bien una emoción.

Esta manera de transfigurar la felicidad en el neoliberalismo a través del trabajo nos induce a una interacción cruel (Berardi, 2003), sobre todo con aquellos que se encuentran en una situación de vulnerabilidad. Así se teje el mito de la felicidad neoliberal. A los exitosos ganadores el *sistema* les refuerza su carácter, mientras que el resto sueña con la posibilidad de gestionar beneficios. *El Mercado*, si lo definimos como una guerra hobbesiana (Hobbes, Trad. 1989), es la arena donde los individuos luchan entre ellos por ser algo que no son; es la arena en la que se reflejan sus deseos profundos, que enmascaran las técnicas violentas de continuidad del neoliberalismo, que sigue avanzando hacia el abismo social.

En este trabajo, primeramente, haremos una breve revisión de la evolución de la felicidad a lo largo de la historia occidental, que nos permitirá exponer cómo la felicidad depende del régimen de organización social compartido. Más adelante, en el apartado de propuesta conceptual, hemos identificado, nombrado y descrito ocho relatos que funden la felicidad con el trabajo, y que enmascaran las violencias sobre las que el neoliberalismo se perpetúa y cuyo horizonte final, pensamos, es el triunfo económico y político de unos sobre otros. Una vez identificados y explicados dichos relatos, en el apartado de aportación práctica, hemos evidenciado cómo operan discursivamente en *El Mercado*. Lo hemos probado a través de un análisis de caso, el de la empresa Mr. Wonderful, cuyos eslóganes estampados en todo tipo de *merchandising* promueven el positivismo y, quizá sin saberlo, los

postulados neoliberales. A partir de este análisis, hemos podido identificar hasta una veintena de violencias que el neoliberalismo enmascara.

Al fin y al cabo, este trabajo surge al tomar conciencia de la distorsión en la que muchos vivimos, puesto que no acabamos de comprender el motivo último de la existencia. El trabajo es una tentativa de responder aquello para lo que no tenemos respuesta: cómo a través de algo tan dulce como la felicidad el sistema neoliberal nos proyecta hacia un horizonte que no hemos pedido. Vivir en Chile, un país que adoptó el modelo que lo ha **quebrado** por dentro, y que ese modelo triunfe en el Occidente global puede resultar incomprensible. Se trata, pues, en este trabajo de comprender las sutilezas plagadas de violencias que el poder del capital intocable establece para mantener su hegemonía, a pesar de que en ello nos vaya la vida.

## **2. Preguntas de Investigación y Marco Teórico**

### **2.1 Hipótesis**

#### **Hipótesis Principal**

Que la ideología política y económica neoliberal utiliza la felicidad como uno de los ejes vertebradores de su sistema de captura de la existencia. Con esta seductora emoción como excusa, logra enmascarar las violencias sistémicas de su modelo político económico y las patologías sociales e individuales que genera en los individuos que viven bajo su régimen.

#### **Pregunta derivada**

¿Qué trazas del discurso neoliberal se pueden observar en los mensajes que promueven empresas como Mr. Wonderful?

Mr. Wonderful propone mensajes desde una perspectiva de la psicología positiva para la generación de un estado de ánimo optimista. Buscamos conocer de qué manera estos mensajes forman parte del discurso neoliberal y su capacidad para enmascarar violencias estructurales.

#### **Preguntas secundarias**

1. ¿Qué sucede con los individuos que no pueden ser parte de los mensajes propuestos por Mr. Wonderful?

2. ¿En qué medida Mr. Wonderful contribuye a la normalización de la subjetividad de la felicidad neoliberal?

3. ¿Cuáles son las violencias enmascaradas del neoliberalismo alineados con Mr. Wonderful sobre la felicidad?

## **2.2 Marco Teórico**

Para poder describir el Mito de la Felicidad Neoliberal ha sido imprescindible revisar con perspectiva crítica conceptos como neoliberalismo, felicidad y psicología positiva. Por ello, hemos tenido que repasar aquellos autores que han cimentado la teoría económica del capitalismo del último siglo y medio. Así es como recuperamos autores como Edward Bernays, pionero de las Relaciones Públicas y la Publicidad, Ayn Rand, psicóloga conductista que propuso la visión extremadamente individualista que gobierna el Occidente global, y otros grandes teóricos de la economía de mercado, como Friedrich Hayek y Milton Friedman. También hemos recuperado desde una tradición crítica aquellas posturas que han cuestionado el neoliberalismo y su construcción de la felicidad, desarrolladas por autores como Sam Binkley o Ruut Veenhoven. Junto a ellos, también han sido referencia para este trabajo Eva Illouz y Edgar Cabanas, Naomi Klein, Barbara Ehrenreich, Sara Ahmed o los documentalistas Michael Winterbottom, Mat Whitecross o Adam Curtis, entre otros.

De igual manera que se ha abordado el neoliberalismo como movimiento económico-político hegemónico, así hemos tenido que abordar la disciplina de la psicología positiva. Por ello, ha sido necesario revisar sus raíces fundacionales, a través de autores tan reconocidos como Martin Seligman, Mihály Csikszentmihalyi o Beatriz Vera Poseck. Así mismo, se han revisado artículos académicos de autores críticos con dicha perspectiva como Rodrigo de la Fabián, Iván Pincheira, Antar Martínez y Omar Medina. Para comprender la manera como se estructuran las relaciones en las sociedades humanas, hemos recuperado el interaccionismo simbólico gracias a autores tan relevantes como Paul Watzlawick, Herbert Blumer, Peter Berger y Thomas Luckmann. Para poder comprender la ideología subyacente de los eslóganes de Mr. Wonderful hemos desarrollado una aproximación a la semiótica, a través de Roland Barthes (1984/1994) y del análisis acerca del mito y el relato en autores como Hans Georg Gadamer, Enrique Lynch, Paul Ricoeur y Lluís Duch, a los que hemos llegado a través de la lectura de la tesis de mi tutora.

Finalmente, para dibujar las configuraciones de las patologías en el nuevo contexto, hemos revisado las aportaciones de Michel Foucault, Remedios Zafra, Franco “Bifo” Berardi,

Paolo Virno o Eudald Espluga, en especial su reflexión acerca de la explotación laboral mediante el entusiasmo y el trabajo *cognitariat*; y de Jaron Lanier, Marta Peirano y Anna Wiener, que describen los mecanismos de psicología conductista que han desarrollado las plataformas digitales, entre otros muchos autores que describen los sistemas de opresión y dominación a través del trabajo y cómo este sistema de producción capitalista aprovecha la felicidad convertida en euforia, en juego competitivo y en un horizonte material al que se llega siempre en solitario.

### **3. La Felicidad como Constructo Social: Discusión**

Los individuos interactuamos (Blumer, 1969/1982) según acuerdos de convivencia que están regidos por pautas (Bateson, 1979/2002), parámetros sobre lo adecuado y lo no adecuado en un contexto concreto (Watzlawick, 1976/1986), o como afirman Berger y Luckmann, “todo acto que se repite con frecuencia crea una pauta que luego puede reproducirse con economía de esfuerzos y que *ipso facto* es aprehendida como pauta por el que la ejecuta” (1966/2003, p. 74). Este establecimiento de lo deseable viene determinado por las culturas (Williams, 1958/2001), entendidas como el marco normativo de convivencia que difunden los poderes políticos, económicos y fácticos<sup>1</sup>. Las instituciones que regulan dicha convivencia invitan a actuar por decisión propia, sin considerar cómo esa moral ha capturado ya a los individuos (Marcuse, 1954/1993). Este fenómeno de apropiación invisible de la voluntad cultural actúa como sujeción del régimen imperante, en nuestro caso, el neoliberalismo (De la Fabián, 2013).

Mediante conceptos que provenían del psicoanálisis, Edward Bernays (1912-1995), sobrino de Freud y padre de las Relaciones Públicas y la Publicidad, fue uno de los intelectuales que más influyó en la consolidación de la manipulación social como estrategia para imponer las pautas de sujeción del régimen imperante que sostuvieron Estados Unidos durante el siglo XX. Su apoyo al presidente Hoover y sus tácticas de propaganda aplicadas al mercado determinaron que el motor de la economía estadounidense —y de todo el Occidente global— sería el consumismo desenfrenado al servicio del enriquecimiento (Boltanski y Esquerre, 2021), que está en el origen del neoliberalismo actual (Curtis, 2002).

---

<sup>1</sup> Tal y como lo escribirá Eagleton (2017), discípulo de Williams, las culturas son, sobre todo, una especie de espíritu conformador de las comunidades. Por lo tanto, cabe considerar que también existen culturas alternativas y populares que luchan por imaginarse construyendo contrapoderes viables (García Canclini, 1989).

Al mismo tiempo que han mutado y se han consolidado estas pautas de sujeción del régimen imperante basadas en el consumismo y el enriquecimiento, así también ha cambiado nuestra idea sobre conceptos abstractos como la felicidad, la belleza, la familia, la salud, la educación, el derecho, la religión o la tecnología. De esta manera, en el Occidente global la salud ya no solo hace esfuerzos en evitar las enfermedades para la supervivencia, sino que los avances científicos y los nuevos tratamientos han conseguido aumentar la esperanza de vida. En la actualidad, la salud se sigue ocupando de las enfermedades, pero se le agrega también el alargamiento de la vida, vivir en plenitud, cuidar el ejercicio físico y lo estético (Goberna 2004). De una manera similar, la tecnología ha pasado de preocuparse solo por crear herramientas de defensa de los depredadores y mejorar la producción de alimentos a ser sinónimo de complejos aparatos computarizados de cajanegrización donde nos conformamos con la entrega de resultados satisfactorios, y sobre los que obviamos las consecuencias sobre el planeta y la vida de las personas, subvirtiendo la idea que la tecnología debería ayudarnos y no solo generar dinero para sus creadores (Pacey 1974; Aibar, 2023).

Estos conceptos han ido cambiando según las necesidades sociales y comunitarias, aunque la mayoría de las veces no somos conscientes de que existe una institución reguladora de orden superior que las rige. Solemos creer que estas necesidades responden a intereses o deseos espontáneos, cuando en realidad se infieren en culturas que han creado técnicas represivas y de control (Foucault, 2008) que actúan mucho más tácitamente.

Así también la felicidad ha ido mutando con el tiempo. En la prehistoria los seres humanos necesitaban mantenerse con vida y reproducirse como elemento básico de la continuidad. El desarrollo evolutivo y tecnológico perseguía, por lo tanto, mantener viva a la especie. En el mundo clásico, tal y como recuerda Konstan (2023), Aristóteles planteaba la *eudaimonia* como la *protopalabra* que dará origen al concepto de felicidad:

El término es una combinación del prefijo eu, que significa “buen” o “bene”, y daimôn, es decir, no precisamente “demonio” sino que un semidiós, como explica Platón en el Simposio. La palabra entera, entonces, «denota el destino favorable atribuido por una divinidad al hombre..., la cualidad de tener un daimôn bueno, favorable, como en el verso de Hesíodo, eudaimôn te kaiolbios, “próspero y bendecido por los dioses”. (Konstan, 2023, p. 17)

La *eudaimonia* consiste, pues, en tener un conjunto de cosas *buenas* para ser elegido y amado por los dioses. Este concepto se asocia también a un bienestar comunitario, en el que existe un orden institucional que proporciona una cierta seguridad y, por lo tanto, cobijo. De esa forma, el pueblo goza del favor de los dioses, y se da una concordancia entre la percepción del bienestar interna, es decir, lo necesario para “la vida evitando la pobreza, la esclavitud, el

hambre y las heridas” (Konstan, 2023, p. 18), y la externa, la que Aristóteles defiende como el lugar material y político en el que la persona se desarrolla.

Más tarde, Sócrates abogará por una preocupación individual, o lo que es lo mismo “invita a sus compañeros y discípulos a perfeccionar su alma, cuidando de ella y depurándola de todo mal” (Nieto, 2023, p. 26). También Platón se sumará a esta idea del esfuerzo humano, necesario para conseguir la felicidad y, por lo tanto, ser justo santo y sabio como los dioses. Así mismo, Filón apuntará una serie de características para alcanzar la felicidad. La primera es la libertad, entendida como la expresión de posiciones políticas y que se consideraba “no sólo un derecho sino también un deber del hombre virtuoso, del hombre de bien” (Nieto, 2023, p. 30). Otra de estas características será la estabilidad, o la lucha por conseguir ser alguien que busca reflejarse en dios. Por último, será necesaria la comunidad, el medio en el que el individuo se desenvuelve y crece, y que deberá velar por una legalidad que otorgue bienestar colectivo. Este necesario encaje en la comunidad refuerza la asociación entre felicidad y la moral que la sociedad establece.

Unos siglos más tarde, en la Edad Media, la felicidad absoluta (*beatitudo perfecta*) (Sribman, 2023, p. 188) consiste, más allá de cultivar una felicidad imperfecta o natural, en prepararse para la muerte. El miedo a Dios se evidencia en el oscurantismo y el poder autocrático y opresor de la religión<sup>2</sup>. Vivir es solo un proceso para la verdadera felicidad, que se obtiene una vez muerto el cuerpo. La vida terrenal, por lo tanto, ha de estar llena de sacrificios y penurias. Será Santo Tomás quien hará de bisagra entre el pensamiento medieval y el renacentista. El individuo se vuelve a situar en el centro, puesto que como aseguró San Francisco de Asís, todos los seres han sido creados a imagen y semejanza de Dios. Este giro reenfoca la mirada y da pie al Renacimiento: “[...] refleja la lenta metamorfosis de la concepción de felicidad en el tránsito de un mundo teocéntrico a uno antropocéntrico”. (Sribman, 2023, p. 188).

Bajo la influencia de Descartes, la visión filosófica de la felicidad vuelve a ser reformulada. Según Kraye, citado por Scribman (2023):

La concepción cartesiana de la felicidad arraiga en la razón y procura poner coto a cualquier influencia de la pasión. Pero si bien esta propuesta parece remitir al pensamiento estoico, Descartes se aleja tanto de la filosofía antigua como del cristianismo: la felicidad se fundamenta en la razón científica. (p. 191)

---

<sup>2</sup> En 1184 el Papa Lucio III creó la Inquisición medieval en el sur de Francia para combatir la herejía de los cátaros y en 1478 donde los Reyes Católicos, Isabel de Castilla y Fernando de Aragón, fundaron la Inquisición española.



Así, durante la Ilustración, el desplazamiento del teocentrismo hacia el antropocentrismo se consolida. Es entonces cuando se asientan las bases de la racionalidad liberal (Veenhoven, 2011) y, “en el marco de las ideas ilustradas, la felicidad se desplaza semánticamente y queda asociada a un conjunto de valores novedoso: la virtud, la economía, la propiedad, el bienestar” (Sribman, 2023, p. 191). Esta idea de felicidad comienza a asemejarse a la de la actualidad. En el Siglo de las Luces, como hoy en día, son los economistas, sociólogos y politólogos los que definen la felicidad, que se aleja del amor, la justicia y la virtud, y se aproxima al bienestar económico y al acceso a recursos. La acumulación se presenta como la única posibilidad de conseguir la felicidad (Sribman, 2023).

### **3.1 Cuestión de Estado**

En el Occidente global, el Estado será la unidad política por antonomasia para alcanzar la felicidad, puesto que es en él donde descansa la comunidad y su bienestar. Ya hemos señalado cómo Aristoteles asocia estrechamente el buen gobierno con la virtud y la felicidad. Sin embargo, mientras el filósofo entendía que la felicidad es la causa del buen gobierno, en “la actualidad se sitúa a la política como antecedente y a la felicidad como consecuente” (Sribman, 2023, p. 204). Este principio aún será invertido una vez más por la psicología positiva, que señalará que lo primero es la felicidad (De la Fabián, 2013).

De esta manera y tomando a Foucault (2008), el Estado ejerce su control en el sistema primario de organización social que es la persona, esencialmente en el cuerpo, la máxima expresión del yo. El Estado tiene, por tanto, el poder sobre las conductas de los individuos de una comunidad y establece sus regímenes de verdad (Martínez, Medina, 2016), una suerte de moral que desde la atalaya guía la dominación en todos los ámbitos de gobierno y gestión.

La mayoría de gobiernos actuales, de hecho, buscan una estructura de orden que permita al mayor número de personas bajo su jurisdicción alcanzar el bienestar y la felicidad: el lema de la Declaración de Independencia “Life, Liberty and the pursuit of Happiness” de Estados Unidos; Francia en su declaración de Derechos del Hombre y el Ciudadano, aprobada por la Asamblea Nacional Francesa el 26 de agosto de 1789 (Pincheira 2013); o el artículo 13 de la Constitución de Cádiz de 1812 en España. En definitiva, se ha educado a los individuos en la búsqueda de la felicidad como derecho, por lo que podemos señalar que la felicidad es hoy todavía una promesa de modernidad. ¿Quién no quiere ser feliz?

Pero, ¿cómo mide el Estado el grado de felicidad de la ciudadanía? Sobre todo lo ha hecho mediante la dimensión económica (Marcuse, 1954/1993). Como réplica, en 1972, el

rey de Bután Jigme Singye Wangchuck propuso un índice diferente del tradicional PIB. Bután, de tradición budista, sugirió el índice de Felicidad Nacional Bruta (FNB), que mide la calidad de vida en términos holísticos y psicológicos. Recuperaba así la idea aristotélica de felicidad y gobierno: los pilares de FNB son el desarrollo económico sostenible e igualitario, la preservación y promoción de valores culturales, la conservación del medio ambiente y el establecimiento de un buen gobierno (Font, 2018). También existen instituciones supranacionales, como la ONU o la OCDE, que establecen indicadores de la felicidad distintos a los índices económicos, como la “World Happiness Foundation”<sup>3</sup> y el “World Happiness Report”<sup>4</sup>.

Sin embargo, resulta que esta transversalidad notoria de la felicidad como derecho encaja en los discursos políticos de todo el arco parlamentario y se convierte en una herramienta que muy a menudo roza el populismo, dependiendo del contexto en el que se exprese y del entorno social en el que se imponga. Las políticas de unos y otros solo se diferencian en las estrategias que defienden para cumplir la promesa de la felicidad. En consecuencia, el significado de felicidad queda vacío de contenido (De la Fabián, 2013), por lo que se va completando a medida que se asume el régimen de verdad individual y colectivo que institucionaliza el poder.

### **3.2 La Felicidad de la Acumulación en el Neoliberalismo**

Friedman (1912-2006) y Hayek (1899-1992) son dos de los principales exponentes de la doctrina de ordenamiento económico social que triunfó sobre la socialdemocracia y el liberalismo social en los Estados del llamado Occidente global. El neoliberalismo ha ido ganando terreno de forma implacable hasta nuestros días convirtiéndose en:

[...] un modo de entender la sociedad y la vida económica en la que se prescinde progresivamente del Estado y su intervención como institución capaz de garantizar al menos cierto grado de justicia social y una mínima igualdad de oportunidades económicas, sociales y culturales. (Díaz, 2012, p. 192)

El 11 de septiembre de 1973, Chile sufrió un golpe militar que aniquiló la democracia que defendía el socialista Salvador Allende. Este derrocamiento violento fue apoyado y financiado por Estados Unidos, y sirvió para establecer una alianza con la junta de gobierno de Pinochet y sus seguidores (Winterbottom y Whitecross, 2009).

---

<sup>3</sup> <https://es.worldhappiness.foundation/festival/>

<sup>4</sup> <https://worldhappiness.report/about/>

En 1975 la ideología económica defendida por Estados Unidos e Inglaterra se despacha desde la Universidad de Chicago hacia Chile, un país en manos de un dictador de derechas que fue el lugar perfecto para el experimento económico de la Escuela de Chicago, ya que se habían eliminado las reticencias políticas ante los cambios económicos por la vía de la represión física e ideológica. Klein (2007) sintetiza cómo este neoliberalismo se exportará en todo el mundo en base al *shock* para instaurar políticas de “[...] reducción del gasto público, privatización de servicios sociales, equilibrio presupuestario, reducción de salarios [...]” (Díaz, 2012, p. 202). Esta doctrina radical, sin embargo, costó más de implementar en Estados democráticos por las reticencias que rápidamente levantaban en la población.

El papel de Thatcher (1979-1990)<sup>5</sup> en Inglaterra y Reagan (1981-1989)<sup>6</sup> en Estados Unidos fue clave para desplazar las democracias basadas en el Estado del Bienestar a una organización económico-política que buscaba limitar el papel del Estado como ente redistributivo de la riqueza y potenciar la privatización de las empresas e instituciones estatales para disminuir el gasto público. Se trataba de enfocar la gestión de todo lo público hacia el control invisible del mercado, enclavado en el sistema de oferta y demanda, utilizando todos los recursos necesarios, incluyendo los naturales, sin atender a las consecuencias a medio y largo plazo (Klein, 2007). De este modo, las desigualdades se acrecentaron de manera espectacular hasta hoy (Winterbottom y Whitecross, 2009).

La competencia como base del liberalismo capitalista ve en el Estado una organización que restringe las libertades de las personas y las empresas, pues establece políticas colectivas de compensación económica. Lo colectivo, sindical o comunitario es visto como una fuerza que interfiere en la libertad del mercado; y las emociones que involucra, como la solidaridad o la dignidad, se analizan como un atentado contra la libertad individual. O, como lo resume el sociólogo Samuel Binkley (2011):

[...] any form of collective behavior or a predisposition to take responsibility for the welfare of others (for reasons other than the hedonistic rewards such responsibilities yield), is regarded as problematic, as an outgrowth of the overextension of some other regime of (welfarist, social) government. Through the lens of neoliberalism, these qualities signal a failure of personal freedom, an obstruction to the voluntaristic, self-interested, enterprising conduct that is the wellspring of (neoliberal) happiness itself.

[...] The current discourse on happiness serves as one framework through which individuals undertake to problematize those agencies, both internal and external, that endeavor to govern too much. Indeed, such agencies appear as the *bêtes noires* of the discourse on happiness – forces that choke off happiness itself by deadening the

---

<sup>5</sup> Las fechas indican el período de mandato de ambos líderes políticos, tanto Thatcher como Reagan.

impulsive freedom that drives the entrepreneurial subject toward the maximization of his own emotional life, viewed as human capital. (p. 383)

### 3.3 De la individualidad al individualismo

En el neoliberalismo sucede que lo comunitario pierde importancia en pos de lo privado, del mercado, y se defiende que el Estado tenga una implicación mínima en la vida de las personas. La libertad es un concepto desregulatorio para que los individuos sean los dueños de su vida, sin considerar a los que han nacido en lugares desfavorecidos y se encuentran en un estado de vulnerabilidad. Se pasa, así, de una individualidad moderna a un individualismo sin precedentes.

Mientras que la individualidad permitía a las personas participar en el debate público, el individualismo disminuye las influencias colectivas sobre la persona para que ésta complete su desarrollo: “Para que el narcisismo sea movilizado en una sociedad, para que las gentes se concentren en tonos intangibles de sentimiento y razones, debe ser suspendido un sentido del interés grupal yoico” (p. 325), afirma Sennett (1978). De este modo se plasma en el famoso discurso de Thatcher, símbolo del neoliberalismo radical, en el que exponía que el Estado no debe solucionar los problemas de las personas, negando de esta manera su existencia. La política solo veía hombres y mujeres, familias, y afirmaba que el gobierno no puede ni debe hacer nada excepto trabajar a través de la gente. Los individuos deben mirar solo por si mismos:

“I have a problem, it is the Government’s job to cope with it!” or “I have a problem, I will go and get a grant to cope with it!”; “I am homeless, the Government must house me!” and so they are casting their problems on society and who is society? There is no such thing! There are individual men and women and there are families and no government can do anything except through people and people look to themselves first. (Margaret Thatcher Foundation, 1987).

Un planteamiento similar, aún más radical si cabe que este individualismo neoliberal *thatcheriano*, es el que propone Ayn Rand, que defendía el egoísmo radical como base verdadera del capitalismo avanzando<sup>6</sup>, y que airadamente escribe:

[...] que la “sociedad” está por encima de todo principio ético, dado que ella misma es la fuente, la norma y el criterio de la ética, y que lo “bueno” es todo lo que ella desea y todo lo que ella sostiene como su propio bienestar y placer. Es decir que la “sociedad” puede disponer en forma arbitraria, ya que el “bien” es todo aquello que elija hacer, simplemente porque ella escoge hacerlo. Y, dado que no existe una entidad

---

<sup>6</sup> No en vano, uno de los admiradores de Rand fue ni más ni menos que Alan Greenspan, miembro asesor de política económica durante el gobierno de Reagan, y que luego continuaría durante los gobiernos de Bush I, Clinton y Bush II hasta la gran crisis económica de 2007-2008.

tal como la “sociedad”, puesto que no es sino un número de hombres individuales, ello significó que algunos hombres (la mayoría o cualquier pandilla que declare ser su vocero) tienen el derecho de satisfacer cualquier capricho (o cualquier atrocidad) que deseen, mientras que los demás hombres están éticamente obligados a consumir sus vidas al servicio de los deseos de la pandilla que detenta el poder. (Rand, 1973, p. 21)

La propuesta de Rand asume un análisis en el que lo social es parte de la decisión de algunas personas y, como tales, son falibles. Sin embargo, olvida que sin una mirada social, la parte que detenta el poder determina la vida de las personas que no son capaces, por razones que se escapan a sus vidas —como la casta, o el desarrollo económico—, de perseguir el egoísmo individualista que Rand defiende.

Esta exacerbación individualista coincide con el planteamiento de la psicología positiva por la felicidad, como veremos a continuación; una lucha personal, propia, decidida desde la voluntad responsable que obliga a asumir que los problemas son de la persona, y no sistémicos (Vera Poseck, 2006). Sadin (2022) añadirá que en la tiranía de las pantallas “esta situación favorece posiciones individuales de nuevo cuño, constituidas por una mezcla de extravagancia y de seguridad extremas, y que resultan de la doble sensación de desposesión y de autoridad adquiridas por el uso de tecnologías personales” (p. 282).

### **3.4 La Psicología Positiva**

La psicología como disciplina ha sido clasificada como ciencia de la salud, como ayuda a la recuperación de una homeostasis emocional y psicológica (De la Fabián, 2013) que se nutre de una actividad descompensada en una psicopatología que necesita una actividad terapéutica para recuperar lo que se ha perdido o que nunca se tuvo (Vera Poseck, 2006). Es una manera de establecer un comportamiento *funcional* en la comunidad donde esa persona se desenvuelve (Vázquez et al., 2009).

Según la psicología positiva, se ha tenido demasiado en cuenta la patología o “negatividad”, como describen sus dos grandes exponentes, Seligman y Csikszentmihalyi (2000), lo que ha favorecido una percepción pesimista de la vida. En cambio, escribe Vera Poseck, todas las emociones que derivan del buen sentir y vivir, de lo positivo de la existencia, no se han estudiado lo suficiente, ni se han tenido en cuenta para el desarrollo sano de la persona. Desde esta perspectiva, la enfermedad y su tratamiento no exime de recibir ayuda para conseguir una vida *plena y feliz*. Como afirma Vera Poseck (2006): “Los trastornos depresivos parecen encontrarse deficientemente explicados, desde un modelo

basado exclusivamente en emociones negativas. La depresión no es solo presencia de emociones negativas, sino ausencia de emociones positivas” (p. 3).

Así, los autores de la psicología positiva defienden que ésta permite construir barreras a los pensamientos negativos. Cuando un paciente siente esperanza, optimismo y visión positiva, aleja de su vida pensamientos negativos. Desde este punto de vista, esto ayuda a la prevención, a entrar en la mente de los sujetos y permitirles ser su *mejor* versión:

La psicología positiva no se plantea como una posición filosófica, metafísica o relacionada con el alma. En un principio, reniega de la autoayuda y se busca una validación científica investigativa desechada por la psicología tradicional, para ayudar a las personas a resolver sus problemáticas y mejorar la calidad de vida y su bienestar. (Vera Poseck, 2006, p. 5)

Aún así, o quizás por esto, argumentan los defensores de la psicología positiva, dichas emociones no se han estudiado tanto como las emociones que expresan una amenaza. Según Vera Poseck, las emociones positivas, al ser bienvenidas, han desarrollado menos expresiones faciales y se engloban en una sensación única de comodidad y bienestar. La psicología positiva define las emociones positivas como una preparación para situaciones venideras, que nos arman de fuerza para afrontar el futuro con mayor entereza: el optimismo modula sobre situaciones estresantes como reductor de tensiones (Vera Poseck, 2006). Los traumas se definen, entonces, como una ayuda para fortalecer la personalidad, como un “crecimiento postraumático”, lo que algunos han llamado resiliencia (Seligman y Csikszentmihalyi, 2000). O como recogen Vázquez et al. (2009):

[...] el bienestar no solo está asociado a una mayor satisfacción psicológica sino que tiene importantes implicaciones para la salud física. Tanto si es evaluado desde una perspectiva hedónica como eudaimónica, el bienestar parece tener un papel en la prevención y en la recuperación de condiciones y enfermedades físicas, permitiendo incluso incrementar la esperanza de vida. (p. 23)

La psicología positiva es una rama de la psicología que trabaja de forma científica para entregar herramientas que nos ayudan a entrar en esos estados de optimismo, aunque tiene sus trampas (Ehrenreich, 2019), como el pensamiento mágico, el hedonismo acrítico o la trampa del éxito profesional y el reconocimiento social. Además, como señala Gopegui (2023), “la culpabilización produce un fruto que conviene no olvidar: la ilusión de control, la confianza, bien que momentánea, en que será más sencillo resolver aquello que solo depende de la propia disposición y no aquello para lo que es necesario coordinar y, a menudo, contrariar voluntades ajenas”.

## 4. Ocho Relatos del Mito de la Felicidad Neoliberal:

### Propuesta Conceptual

Una vez planteado el estado de la cuestión, vamos a tejer la propuesta conceptual, es decir, el universo teórico que nos permitirá abordar el análisis de la segunda parte del trabajo. Para ello, hemos identificado ocho relatos del *Mito de la Felicidad Neoliberal*. Sin embargo, antes de empezar, creemos pertinente precisar por qué hablamos de relatos y mitos.

Si entendemos, como lo hace Gadamer (1975/1999), que “la comprensión no es uno de los modos de comportamiento del sujeto, sino el modo de ser del propio estar ahí” (p. 12) y que esta naturaleza hermenéutica del sujeto se vehicula a través del lenguaje, entonces el medio expresivo inevitable será el de contar. De este modo, tal y como expone Lynch (1986/2006), “la cultura presupone el lenguaje, pero sería inconcebible sin la narración” (p. 19). Esto supone que antes que nada está el relato, entendido “com una estructura d’ordenació i presa de consciència del món” (Garde Cano, 2022, p. 79). Necesitamos el relato como una praxis de ordenación de la existencia, como escribe Duch (2000). Así, a través de narraciones los relatos explicarán retrospectivamente la experiencia vivida (Ricoeur, 1985/1996), para identificar tramas argumentales y comprender prácticas culturales y su cosmovisión.

Estos relatos articulados conforman un *metarrelato* (Gayà Morlà et al., 2021), que a su vez, cuando permite congregar imaginarios de manera alusiva, deviene *mito* (Duch, 1995). El mito, pues, como un orden superior común de tipo simbólico. Barthes (1984/1994) define el mito como una representación colectiva: “el mite consisteix a fer de la cultura natura o, si més no, a convertir en natural allò que és social, cultural, ideològic, històric...” (Garde Cano, 2022, p. 237). Barthes también considera que hoy en día no se enuncia mediante grandes narraciones, sino mediante discursos de todo tipo, de manera que el mito se oculta bajo formas discursivas más insidiosas o fragmentarias.

En este trabajo, identificamos en los discursos del *Mercado*, el Mito de la Felicidad Neoliberal. Para ello, hemos enumerado y descrito ocho relatos, que han surgido del análisis semiótico o discursivo del neoliberalismo a través de los eslóganes publicitarios que se inspiran en la psicología positiva, en concreto, de la empresa Mr. Wonderful. Todos estos relatos, como demostraremos en la propuesta práctica, pensamos que enmascaran violencias sistémicas que podemos observar en las interacciones sociales que causan dolor. Sabemos que no están todos los que son, pero nos interesaba referir específicamente los que relacionan la felicidad con el sistema de producción del capital —el trabajo—.

## 4.1 El Futuro como Tierra Maravillosa

La psicología positiva propone mirar el futuro como una fuente de situaciones positivas y beneficiosas, siempre que la persona sea capaz de sacudir su pasado. Como ejemplifica De la Fabián (2013), el reconocido pionero de la psicología positiva Martin Seligman aconseja que, si el pasado no nos permite ser felices en el presente para proyectarnos en el futuro, debemos dejarlo de lado y enfocarnos en construir un futuro donde se persiga la felicidad. La relación con el pasado siempre responde, por lo tanto, a patrones cognitivos interpretables, contruidos, y en consecuencia, modificables. Desde la psicología positiva, esta disociación entre pasado y presente pone a la persona en una situación casi mágica, ahistórica, en la que renace por una cuestión de voluntad en búsqueda del futuro como una tierra maravillosa.

Al fin y al cabo, esta psicología positiva sitúa el ser feliz como una responsabilidad personal (Gopegui, 2023). Entonces, el entorno político o económico —y las experiencias amables o traumáticas que acumulamos en él— no participa en la consecución de la felicidad: todo depende de que nosotros seamos valientes y decididos, de un activismo en pro de la felicidad. Así, lo que nos haya sucedido en el pasado no forma parte del presente y solo tiene importancia, sobre todo si es negativo, si conseguimos olvidarlo:

El mero hecho de conocer estos hechos sorprendentes, es decir, que en realidad los primeros sucesos del pasado ejercen poca o ninguna influencia en la vida adulta, resulta liberador. Por consiguiente, si usted se cuenta entre quienes consideran que su pasado lo conduce a un futuro infeliz, tiene motivos más que suficientes para desechar la idea. (Seligman, 2003, p. 101)

En el fondo, esta idea de futuro no deja de apoyarse en los aprendizajes de la psicología conductista desarrollada por B. F. Skinner (De la Fabián, 2013). A través de lo que se conoce como caja de Skinner, el individuo es sometido a una secuencia de estímulo y recompensa. El funcionamiento de las redes sociales y las plataformas digitales es un buen ejemplo de este experimento conductual, como afirma Peirano (2019). Este tipo de aprendizaje permite la acumulación de conocimiento de manera ordenada, siempre a la espera del beneficio posterior, de la promesa de un premio merecido. Aunque estamos dando la respuesta adecuada al estímulo, creemos que es un acto que promovemos por decisión propia (De la Fabián, 2013).

El planteamiento de Seligman coincide con la aceleración de la vida contemporánea, en la que la acumulación material y de conocimientos se alinea con los objetivos de consumo y enriquecimiento del neoliberalismo. Por eso, no disponemos de momentos de reflexión crítica que nos permitan evaluar lo que nos ha llevado a esa sensación íntima de infelicidad



—y por eso se busca la felicidad, porque no se tiene— o de si es válido gestionar el futuro solo para obtener un beneficio económico a corto plazo.

La filósofa Marina Garcés (2017) ha llamado a esta incapacidad para construir un tiempo propio como “tiempo póstumo”. Como escribe Jameson (1991), la vivencia del presente continuo se ha acelerado de tal manera que nos empuja a una vorágine en busca de la máxima productividad, y consolida así el consumo como actividad de distracción y ocio que mira hacia el futuro. Retorcido por el neoliberalismo, este presente continuo nos exprime con una cantidad nunca vista de objetos y experiencias para el consumo que nos deja perplejos, incapaces de analizar nuestra realidad vital. Por eso, Garcés (2017) aboga por recuperar este presente continuo, reapropiarnos de un tiempo que sí sea “vivable”.

## **4.2 La Libertad como Eje de la Felicidad**

Otro de los relatos que anudan el Mito de la Felicidad Neoliberal es el de la libertad, siempre vista desde el prisma moderno, objetivista. En su búsqueda, los individuos serán más productivos y fomentarán un consumo mayor al favorecer un estado de euforia. De esta manera, todo lo que se asocie al apoyo mutuo o a la vulnerabilidad se ve como un peligro para la libertad y, por ende, de la productividad (Rand, 1973). Así mismo, el cuidado, el pacto social y la fraternidad que un Estado pudiera desplegar en su lucha por rescatar la dignidad de la comunidad que congrega —y que no arrastra los mantras neoliberales del esfuerzo personal y la meritocracia— son vistos también como un atentado contra la verdadera libertad individual (Binkler, 2011).

Desde este punto de vista, la felicidad siempre se defiende como un estado de libertad en el que las personas son optimistas y confiadas con lo próximo, lo que favorece y alienta el consumo como expresión de seguridad en el presente y en el futuro. En definitiva, se tiene la certidumbre y la confianza en el poder de la dimensión económica (Marcuse, 1954/1993). Este entorno fomenta la envidia; como denuncia Berardi (2003), el sistema promete que la comparación constante debe llevarnos a la superación personal y a la conquista de nuevos horizontes de felicidad.

### 4.3 Trabaja Gratis

El *user content generator*<sup>7</sup> es la creación de contenidos para plataformas tecnológicas<sup>8</sup> de forma desinteresada por parte de usuarios sin retribución económica (Terranova, 2000), solo en búsqueda del refuerzo social —*likes*, gamificación, *emojis*, comentarios— que genera el placer de gustar, de sentirse aceptado o de tener cierta *popularidad*. Las plataformas se lucran del intercambio mutuo de estímulos entre los usuarios. Los algoritmos que rigen estas plataformas fomentan patrones que consiguen una mayor permanencia<sup>9</sup> (Peirano, 2019). Así, alimentan la publicidad mediante el análisis del comportamiento nacido del *big data* generado por la actividad de los mismos usuarios.

La acción ejecutada, es decir, la opinión o comentario escrito y la imagen subida a una red social, busca la retroalimentación estimulante. La persona que genera el primer estímulo sabe que existirá un refuerzo, y lo espera. Ha aprendido que su frecuencia de aparición, en un entorno asincrónico, no es inmediata, y pasa a ser víctima de la recompensa intermitente, una de las técnicas más potentes del conductismo. Esa espera irregular se transforma fácilmente en adicción, en tensión emocional (Lanier, 2018). La penetración de las plataformas en la vida de los individuos les convierte en piezas fundamentales de una existencia cada vez más digital. Ahí suceden las cosas que dan placer y hacen daño, en el paroxismo del individualismo: cada sujeto posee un aparato móvil que pasa a ser una extensión del yo, en el que la privacidad supuestamente es un derecho civil, pero imposible de defender.

El éxito empresarial de estas plataformas consiste justamente en la eliminación de lo personal o lo íntimo, que se ha privatizado y gestionado con criterio mercantil. En la infancia y la adolescencia, las consecuencias de este proceso, por el desarrollo cognitivo en que se encuentran, causan tensiones muy difíciles de manejar y produce daños en la autoestima. Esto puede terminar generando emociones devastadoras (Fisher, 2016): la euforia o el abatimiento y la desolación ante el rechazo pueden generar un daño definitivo. Sin embargo, la fidelidad hacia las redes es incombustible. Se trata de que trabajemos todos gratis.

### 4.4 Trabaja Feliz

En el entorno laboral los empleados tienen unos intereses y los empresarios tienen otros. Sin embargo, a todos les favorece que la empresa gane dinero. Esto justifica que el empresario

---

<sup>7</sup> Contenido generado por los usuarios.

<sup>8</sup> Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat y, en menor medida, Reddit, por nombrar las más grandes en el Occidente global.

<sup>9</sup> *Engagement*

persiga que los empleados cedan su tiempo y sus conocimientos personales y profesionales para una máxima productividad. El empleador busca lo que favorece a ese objetivo y, por lo tanto, facilita un ambiente estimulante y cómodo.

En el juego, como señala Huizinga (2007), es donde el “como si” se impone. Los límites de los juegos nos preparan para enfrentar situaciones. Y todas las situaciones tienen reglas de comportamiento e interacción. Así mismo, la situación de trabajo en una empresa plantea una serie de reglas —muchas tácitas— de comportamientos explícitos: reportes, horarios, descansos, bromas y un control sobre las actividades del empleado que le permitan demostrar su quehacer adecuado y, en consecuencia, recibir unos beneficios sociales y la compensación económica acordada. Cuando la empresa propone actividades donde se mezclan el ocio con el negocio, la ligazón de dominios de acción establece una actitud nueva hacia la actividad laboral (Berardi, 2003). Así es como el empresario dispone sofás y futbolines o mesas de ping-pong: piensa que los empleados divertidos son más dóciles, menos críticos, y que de ellos se puede capturar una mayor productividad, como narra Wiener (2021) en su peripecia laboral por *startups* de Silicon Valley.

La perversión del juego en los ambientes laborales es que todos los empleados saben que esas actividades se realizan para que la sensación de estrés y agobio sea menos dolorosa y más llevable, y lo agradecen (Wiener, 2021, p. 85). Se pretende que puedan soportar el estrés de buena manera y que la vida dentro sea la vida fuera. Nace así una disolución del espacio laboral con el personal, donde el 24/7 se consolida: no se tiene que salir del despacho para confraternizar con los compañeros. De la misma manera como se cena pizza todos los martes, se diluye el trabajo pero también el ocio, convirtiéndolo todo en trabajo apenas modulado por una pátina de relajación y alegría, para que la vida sea más llevable. No se hacen esfuerzos para que el trabajo sea menos estresante, sino que se ayuda a manejar el estrés que genera. En los despachos, el juego como una actividad del “como si” se resignifica en una actividad del “mientras tanto”. Todo acto es un acto productivo.

De la misma manera que en el trabajo se vive en un *ambiente familiar*, en el que se perdonan y permiten situaciones que en un entorno laboral no se deberían permitir, la confraternidad, ya pervertida por la empresa, permite mantener salarios bajos, horarios abusivos y plena disponibilidad, como explica Espluga (2022):

Un cop que s’han desdibuixat les barreres entre la vida pública i la vida íntima, entre el que és treball i el que no, en el context d’una temporalitat digital i financera 24/7, les experiències de frustració, impotència y extranyesa apunten cap a una cosa més vasta, perquè afecten el procés mateix de subjektivació i no dependen només de la

relació desigual dins de l'empresa, ni es deriven de manera automàtica de la desposseïció de la força del treball. (p. 254)

Las empresas así organizadas atraen el talento por la promesa de libertad creativa y fomentan un cognitariado (Berardi, 2003) feliz y satisfecho con la esclavitud soterrada a la que se les somete. Así se consolida el buen hacer de las empresas y se publican incluso índices de los mejores lugares para trabajar<sup>10</sup>. Según Berardi (2003), la depresión psíquica del trabajador cognitivo no es una consecuencia de la crisis económica, sino su causa. El filósofo señala que el trabajador vive en un constante agotamiento de su sistema emocional, físico e intelectual por la hiperactividad provocada por la competencia y los psicofármacos. “Como consecuencia, las cosas han empezado a ir mal en el mercado”, afirma (p. 20). El salario emocional se nutre de actividades que intentan suplir el salario económico en busca de una fidelidad del empleado para cuando sea necesario pedirles algún esfuerzo extra (Espluga, 2022, p. 83). El perfeccionamiento infinito tiene su analogía en esa búsqueda de la felicidad y del dinero: nunca es suficiente, siempre se puede un poco más, siempre se ha de mejorar. El rendimiento es la lucha por la optimización.

#### **4.5 La Felicidad de Goteo**

Hemos señalado previamente que la felicidad es una emoción transversal por estar vacía de contenido fáctico y que ha de ser completada por la subjetividad de cada individuo y por el entorno en los que se desarrolla, institucional y de pares. La búsqueda de la felicidad se entiende, pues, como un esencial de la vida, de la existencia misma, una especie de necesidad biológica universal, y se homologa con las funciones básicas del ser humano, como respirar, comer, descansar y tener una vida social.

En búsqueda del bienestar vital de los trabajadores, el empresario del Occidente global, como tan bien narra la serie televisiva *Mad Men* (Weiner, 2007-2015), ha transitado desde el despacho privado hasta la separación en cubículos, acuñados por Coupland (1993) con ironía como “puntos de engorde”, donde se jugaba a tener una mínima privacidad, pasando por las mesas compartidas en las que las personas se sientan juntas —y cuando necesitan intimidad usan auriculares que las aíslan—. En ese tránsito portátil, en el último tramo antes del teletrabajo, el jefe puede sentarse en el lugar que considere (Padial, 2023), y de esta manera controlar el compromiso laboral de sus empleados.

La idea que subyace bajo estas estrategias es la *Trickle-down Economics* o la teoría de la economía de goteo o de derrame que triunfó precisamente durante el gobierno neoliberal

---

<sup>10</sup> <https://greatplacetowork.es/mejores-empresas-trabajar/>

de Reagan: básicamente, si la economía de la oferta y la demanda funciona, beneficia *per se* a todos los estamentos que participan de ella. Si aplicamos esta teoría a la felicidad, obtendremos, de hecho, una felicidad de goteo, en la que si al jefe le va bien y le sobra el dinero, a los trabajadores también les irá bien y serán felices.

Así, la lucha de clases marxista se arranca de raíz en el seno de la empresa. La aceptación del entorno laboral como ambiente amable, donde el jefe es uno más que busca lo mismo que todos, dificulta la exigencia de gestos económicos y mercantiles. Esta distorsión confunde al empleado hacia quien ejerce la autoridad formal y responsable, motivo por el cual no se detiene a analizar la explotación que sufre (Zafra, 2017). Esta flexibilidad laboral hacia los empleados persigue justificar menos derechos, evitar una injerencia de las leyes del Estado hacia los que se encuentran en situación de vulnerabilidad y permitir la explotación de los que se sienten sometidos.

#### **4.6 Ser Feliz es Ganar**

Ganar es la culminación de un proceso para reconocer a la persona vencedora de una competición deportiva, intelectual o de cualquier otro tipo. La competencia es la variable subterránea que da sentido a ganar y es la base del neoliberalismo. El triunfo del más fuerte sobre el más débil; el darwinismo social en su estado más puro. Como escribió Orwell en alguna ocasión, la historia la escriben los vencedores, porque la arenga épica triunfalista es más seductora que la vivencia de los derrotados. El reconocimiento de la persona en la figura del vencedor resulta más estimulante que la empatía hacia el perdedor.

Esa identificación con el vencedor es la extensión del ideal neoliberal (d'Eramo, 2022): los discursos neoliberales de la libertad y la desregulación, de la abolición de las leyes proteccionistas estatales en pos del beneficio económico, las privatizaciones, la carencia de mirada hacia el medio natural por un beneficio económico a corto plazo... Los que triunfan luego de esfuerzos intelectuales y de explotación de las redes de contactos viven su momento de gloria y felicidad. Las victorias empresariales traen recursos que se transforman en objetos materiales; trofeos que demuestran el éxito sobre la dura competencia (Boltanski y Esquerre, 2021).

Así nace la envidia que tan bien describe Schopenhauer (1851/2016). Los que saben que no podrán alcanzar los estándares del vencedor, por razones de casta u otras limitaciones, están perdidos. Al mismo tiempo, esta mirada sobre los triunfadores despierta el apetito por lo que han conseguido. Y esa es la misma lógica que mueve al neoliberalismo: la envidia es

la motivación para desplegar la ansiada meritocracia, una perversión de la lógica del éxito (Sandel, 2020), puesto que pocas veces se recuerda que los triunfadores suelen tener unas condiciones materiales que les permiten acceder a mejores cuidados, educación y contactos para hacer florecer sus talentos naturales. Se da entonces una suerte de aporofobia (Cortina, 2014) que desprecia al que pierde, al pobre, al migrante, al que vive en situación de vulnerabilidad. Esos perdedores, olvidados o caídos el sistema los clasifica socialmente en lugares secundarios o terciarios alejados del poder, trabajos precarios que quedan fuera del circuito del éxito, de la felicidad neoliberal.

¿Qué lugar les queda para ser felices? Consumir, comprar bienes y servicios, experiencias únicas y estimulantes. Al fin y al cabo, este consumismo es en realidad un juego del “como si”, tal como plantea Huizinga (2007), en el que los triunfadores ejercen de figuras morales y de poder, moldean los patrones de comportamiento y exponen las claves del éxito en libros de autoayuda con títulos tan atractivos como *Cómo hacerse rico (en diez pasos)*.

Y así, ¿cómo pueden ser realmente felices los olvidados? Ahmed (2010) señala que estos patrones, tan arraigados en la sociedad heteropatriarcal, abandonan a los que no han sido capaces de participar de la promesa de felicidad, lejos de sus rituales, fuera de la producción de los privilegios. La felicidad deviene entonces un arma de opresión, frente a la cual una gran parte de la población se percibe infeliz, a la vez que busca a la desesperada seguir cumpliendo la promesa de la felicidad sin encontrarla, con lo que construyen una realidad alternativa como referente de lucha y acto de rebeldía.

#### **4.7 Alegría, Felicidad, Euforia**

Schopenhauer (1851/2016), que como hemos comentado anteriormente tiene un tratado acerca de la felicidad, argumenta que la vida está plagada de sufrimientos y que evitarlos es, en sí, la misma búsqueda de la felicidad. La felicidad permanente es una meta cada vez más inalcanzable, una ilusión, y perseguirla conlleva dolor. Este planteamiento de la felicidad como “no sufrimiento” se diferencia de la felicidad con alegrías, y apunta sobre el hecho que que las alegrías, flechazos de júbilo, aunque son bienvenidas, no siempre logran generar un estado de felicidad (Odell, 2021), aunque mitiguen el dolor. Odell también apunta:

Epicuro definió una forma de felicidad que definió como “Ataraxia” (que podría traducirse libremente como ausencia de problemas) y descubrió que los problemas de una mente atormentada provenían de un equipaje mental innecesario en forma de deseos de huida ambiciones y miedo. (p. 70)

En el Occidente global, donde lo digital gobierna ya todas las acciones humanas, la depresión impera en una generación de nativos digitales que han sido capturados por las redes sociales (Berardi, 2003). Este esclavismo digital es el que describen Lanier (2018) y Peirano (2019): cómo el neoliberalismo salvaje ha ido acumulando recursos y despojando de riqueza a las clases medias y bajas. Pero para ocultar la precariedad material y emocional del cognitariado —algunos, como Standing (2011), han hablado de precariado—, como apuntan Berardi (2003) y Zafra (2021), a los hijos de la revolución digital se les inculca que su entusiasmo no exige solamente disfrutar las alegrías mundanas: han de sentir euforia, esa emoción discordante y desestabilizante que guía los preceptos culturales hiperestimulados. El tecnocapitalismo reclama que se repliquen emociones exaltadas cuando se utiliza el móvil, que actúa como una tragaperras de bolsillo (Peirano, 2019). Este funcionamiento emocional es reconocido por los propios gestores de las plataformas, como Sean Parker, primer presidente de Facebook, tal y como recoge Lanier (2018):

[...] tenemos que proporcionarles como un pequeño chute de dopamina cada cierto tiempo , porque alguien le ha dado a un me gusta, o comentó una foto o una publicación o lo que sea. Es un bucle de retroalimentación de validación social... Los inventores y creadores como yo, Mark Zuckerberg, Kevin Systrom de Instagram, toda esa gente, lo entendíamos de manera consciente. Y aún así, lo hicimos, Cambia literalmente la relación de la persona con la sociedad, con los demás. Probablemente interfiera con la proactividad en formas inesperadas. A saber lo que están haciendo en los cerebros de nuestros hijos. (p. 20)

Algo similar afirmaba Chamath Palihapitiya, exvicepresidente de crecimiento de usuarios en Facebook, que reconocía sentir “una tremenda culpabilidad” (Lanier, 2018, p. 21). El modelo neoliberal arrasa con el planeta y con las personas en pos de un negocio multimillonario (Boltanski y Esquerre, 2021), y pone en evidencia su necrocapitalismo (Bobby Banerjee, 2008). La modificación del comportamiento que conlleva el trabajo del cognitariado se impulsa mediante pequeñas dosis de dopamina, como explica Lanier (2018). Sin embargo, la atención frente a un estímulo continuado disminuye y la sensación de vacío se acumula luego de interactuar en redes sociales (Cabanas e Illouz, 2019).

Y, luego, ¿qué puede estimular a la persona? Excesos, autolesiones, politoxicomanía y deportes de riesgo; la existencia muta hacia un gerundio infinito, donde el miedo al FOMO —*Fear Of Missing Out*— arrecia con hartazgo y ansiedad, como argumenta Espluga (2022). Por eso, los afectados vuelven a las redes sociales como el ratón de laboratorio encasillado en un laberinto que no sabe hacer nada más que lo que le da placer instantáneo. Una generación

subsumida por lo que describe Huxley (1932/2010) como “SOMA”, la droga para ser feliz de manera inducida, temporal y falsa. O como explica Peirano (2019):

Lo que vivimos hoy ha sido creado de manera casi accidental por un pequeño grupo de empresas para hacernos comprar productos y pinchar en anuncios. Su poder no está basado en la violencia sino en algo mucho más insidioso: nuestra infinita capacidad para la distracción. Nuestra hambre infinita de satisfacción inmediata. En resumen, nuestro profeta no es George Orwell sino Aldous Huxley. No *1984* sino *Un mundo feliz*. (p. 255)

La euforia es la nueva manera de estar en el mundo; una búsqueda subyacente, subsumida por la misma euforia (Ehrenreich, 2019). El consumo de productos o estímulos que nos dan esa dosis necesaria de dopamina nace por los mismos motivos que el consumo: “... todos los caminos hacia la felicidad terminan en una tienda, restaurantes, salones de masaje y otros lugares donde se gasta dinero” (Bauman, 2009, p. 33). Esa descarga urgente se replica con el placer que se siente al adquirir algo nuevo (Lipovetsky, 2010). Pero la duración de esa sensación placentera se difumina enseguida y ya necesitamos otra cosa para evitar la ansiedad (Fisher, 2026). Ese vacío entre una descarga y la siguiente ha sido resuelto con la interacción vicaria que promueven las redes sociales (Wiener, 2021), que permiten la anestesia extendida y compartida por el “todos lo hacen”. Colores brillantes y de purpurina invaden el inconsciente sin barreras aparentes.

#### **4.8 La Individualidad Solitaria del “Ocúpate de Ser Feliz”**

Al individualizar la felicidad y fomentar la actitud positiva, todo recae en el sujeto. La frase “Ocúpate de ser feliz y todo lo demás vendrá por añadidura”, que mencionaba Claudio Ibañez, socio principal y director del Instituto Chileno de Psicología Positiva, Enhancing People S.A, plantea un imperativo categórico, una única manera de estar en el mundo. El psicólogo defiende que el objetivo último de la existencia es ocuparse por ser feliz y que, en algún momento de ese proceso —no definido pero planteado como un horizonte—, comenzarán a sucederse las situaciones deseadas. Para ello, sin embargo, deberemos escoger una correcta actitud, positiva y optimista. El sentido de la vida es ser feliz.

Desde esta perspectiva, la felicidad es un medio para conseguir lo que se quiere en la vida y, a la vez, es un fin en sí mismo que permite obtener todo lo que se busca que no es la felicidad; ergo, felicidad es lo que se ha de perseguir (De la Fabián, 2013). Para la psicología positiva, nada puede detener la actitud positiva; solo se ha de cultivar. Que la responsabilidad de ser feliz le corresponde al individuo refuerza lo señalado por Thatcher y Rand. Pero este giro solo es posible si antes se ha manifestado, como previene Foucault (2009), la lógica del



empresario de sí mismo, mediante la cual la persona ha de gestionarse a sí misma, convertirse en marca, en empresa, y cuya disposición mental y actitudinal es el requisito para comenzar a triunfar en la vida. De esta manera:

[...] el arquetipo de trabajador ideal se basa en tres principios fundamentales: La autenticidad, cada uno es el que es; el voluntarismo, cada uno, dentro de sus propios medios, puede conseguir lo que quiera; y la autonomía, cada uno puede determinar por sí mismo lo que desea. (Espluga, 2022, p. 67)

López Petit (2015) plantea una reflexión similar con el concepto de Yo marca: el individuo se ha convertido en marca —productora y consumidora de bienes y servicios—. Entonces tan solo priman el éxito personal y la visibilidad. La lucha por la atención y el reconocimiento, vida y obra, son la esencia del yo. Así es como el trabajador es su propio medio de producción, quien ha de inventar su trabajo, convertir su vida en emprendimiento continuo y su inestabilidad —o precariedad— en inspiración y desafío. Este individualismo asume la soledad de estar constantemente construyéndose, como una empresa aislada que, al final, se ha de validar en los demás. Ser uno mismo (Espluga, 2022) es la manera de diferenciarse de los demás en un entorno competitivo, y la soledad solo se mitiga con la construcción exacerbada de la propia imagen en el mundo compartido, que hoy pasa obligatoriamente por las redes sociales.

Efectivamente, el yo se consolida en la virtualidad, donde se mezcla con las retroalimentaciones de las personas que opinan sobre cada estímulo que ese yo difunde (fotografías, *reel*, comentarios, reacciones...). Sin embargo, esos *likes* aprueban el conjunto del estímulo, pero no especifican con exactitud qué parte es la que gusta. De ahí surge la inseguridad (Carbonell, 2024). La paupérrima riqueza comunicativa de los mensajes digitales hace el resto. Los humanos, que de forma natural nacen y crecen en entornos sociales, se enfrentan a esta comunicación mediada por pantallas que elimina las sutilezas del *cara a cara* (Berger y Luckmann, 1966/2003). En el digital, las personalidades se crean sin saberlo bajo criterios comerciales, de consumo (Illouz, 2007). Este ego digital no necesariamente se parece al yo de las personas que lo construyen, y ese vacío lo inunda todo (Carbonell, 2024). Para evadirse, como justifica Berardi (2003), proliferan las drogas, el exceso de trabajo, la huida hacia ninguna parte, la disponibilidad 24/7.

## 5. El Caso de Mr. Wonderful: Propuesta Práctica

La capacidad de conceptualizar valores de moda para convertirlos en negocio es un talento. Como ocurre con la sostenibilidad o el respeto a la diversidad de género, que se han convertido en valores que toda empresa quiere lucir, aunque no los comparta realmente —de ahí han surgido expresiones como el *greenwashing* o el *pinkwashing*—, la felicidad o la búsqueda del bienestar también se ve como una poderosa fuente de negocio. Para hacerla aterrizar en la empresa capitalista, sin embargo, se hace indispensable convocar el Mito de la Felicidad Neoliberal y los relatos que la conforman.

Mediante una combinación de psicología positiva, individualismo intimista y explotación laboral feliz se construyen negocios rentables que, quizás no del todo conscientemente, enmascaran las violencias del neoliberalismo. El caso de Mr. Wonderful es un ejemplo paradigmático. Mr. Wonderful es una empresa catalana que desde 2011 comercializa productos con mensajes motivacionales positivos estampados en cuadernos, agendas, tazas y artículos de regalos. Sus mensajes contagian felicidad y alegría. Como ellos mismos se definen, Mr. Wonderful es “una forma de ver la vida”, una marca que crea productos llenos de felicidad y optimismo neoliberal, de esos que nos hacen ver siempre la taza medio llena: “Mr. Wonderful es como tu *temazo* favorito: muchas cosas a la vez. Es la actitud de viernes, es la sonrisa del primer día de vacaciones o el momento justo antes de soplar las velas del pastel” (Mr. Wonderful, 2024). Sus eslóganes vienen acompañados de imágenes y dibujos en tonos pastel, con formas redondeadas y de aspecto naíf o infantil. Sus eslóganes tienen un componente entusiasta, de motivación y autoayuda resiliente.

### 5.1 Análisis de Eslóganes, una Metodología Semiótica

Para el análisis de estos eslóganes, hemos propuesto como metodología una **aproximación discursiva semiótica** como la que propone Barthes (1984/1994) en sus ensayos sobre **sociolingüística**. Este análisis se ha desplegado a partir de los conceptos que se han ido **desgranando en la descripción de los ocho relatos de la propuesta conceptual** (véase Anexo 2) y que conforman lo que hemos bautizado como el Mito de la Felicidad Neoliberal.

El universo completo de los eslóganes ha sido difícil de delimitar por su magnitud. La revisión realizada ronda los 300 eslóganes, sobre los que se ha hecho una primera selección de 55 (véase Anexo 1). De esta primera selección, se ha obtenido finalmente una muestra ejemplar de 15. Estos eslóganes se han definido teniendo en cuenta que nos interesaba

especialmente analizar la relación entre la felicidad neoliberal y el sistema de producción del capital —el trabajo— y cómo ésta enmascara las violencias del neoliberalismo.

Debido al objeto en el que se imprimen, los eslóganes tienen sutiles diferencias entre sí en lo que se refiere a tamaños, colores y texturas, pero el diseño formal no se ha tenido en cuenta en el análisis, tan solo el contenido discursivo. También cabe precisar que Mr. Wonderful suele actualizar sus eslóganes constantemente y algunos han sido descontinuados de producción, por lo que en algún caso se han agrupado eslóganes que expresan el mismo mensaje. En los eslóganes analizados hemos procurado identificar de qué manera están presentes los ocho relatos que conforman el Mito de la Felicidad Neoliberal.

### **Eslogan 1 — “La vida es un regalo, disfrútala” o “Sonríe, la vida te sonríe”**

Los entornos de interacción humana están llenos de imperfecciones y la mezcla de personalidades es siempre variada. Los ambientes laborales, escolares y familiares, la mayoría sometidos al panóptico (Foucault, 2008), no son el reflejo del “regalo de la existencia”, un lugar al que se va a disfrutar (Berardi, 2003). La familia, que aparentemente el Occidente global necesita mantener en su forma más tradicional y conservadora, puede ser una fuente de sufrimiento insoportable, tal como recuerdan Cabanas e Illouz (2019). Fuera de la familia, instituciones doctrinales (Foucault, 2008) como la escuela o la oficina, la vida se comporta con la máxima crudeza (López Petit, 2015). Por eso el golpe de realidad de las personas que confían en el eslogan “La vida es un regalo, disfrútala” puede ser traumático.

Así mismo, la potencial crueldad que este eslogan puede instalar en la infancia con subjetividades en formación puede provocar inseguridad e incertidumbre, porque el cuidado de las personas en situación de más vulnerabilidad resulta una labor comunitaria, aunque la persona que sufre piense que detrás de ese eslogan se esconde el imperativo individualista que se tiene que hacer cargo de vivir una vida que es “un regalo” y, además, “disfrutarla”.

Un entorno tóxico no resiste una afirmación como la que recoge el eslogan, porque deja caer toda la carga en la persona sufriente. Quizás algunos sí podrán vivir la vida como un regalo y disfrutarla plenamente, pero ese ideal de vida termina siendo una ilusión volátil que solo se hace real en las tensiones naturales de la existencia (Schopenhauer, 1851/2016). En cambio, en un entorno precario, con presión, estrés, disponibilidad horaria absoluta, derechos laborales irresueltos, enmascarados mediante juguetes tecnológicos diseñados para distraer, resulta inasumible y diametralmente opuesto al lema “La vida te sonríe” (Espluga, 2022).

Cuando la persona lee este tipo de eslóganes en una taza o en la agenda de su colega, la inquietud sobre lo que está sucediendo en su vida, situada en las antípodas de lo que el

eslógan sugiere, deviene en angustia, porque el sujeto no puede descartar entornos de convivencia que lo precariza y en los que está imbricado. Como reflexiona Zafra (2017), la lejanía de la vivencia íntima de la persona y su desajuste con lo que se le propone es inmensa. Al final, la responsabilidad recae en la persona (Gopegui, 2023), que siguiendo la lógica individualista es quién se ha de ocupar de que su vida sea diferente. Si descubre que es incapaz de revertirla, entonces solo puede sentir más malestar, al que se suma la vergüenza.

## **Eslogan 2 — “Rodéate de cosas positivas”**

Ya hemos señalado que Schopenhauer (1851/2016) plantea que las alegrías, aunque son siempre bienvenidas, son fugaces, y nos invita a no sufrir en la búsqueda de la felicidad. Pero la vida es tozuda y el eslógan de Mr. Wonderful conduce a vivencias que tienen consecuencias desastrosas en personas que no cuestionan sus eslóganes positivos.

Para la subjetividad de los ganadores, rodearse de cosas y experiencias que desprenden positividad no es nunca un problema, puesto que tiene todas las facilidades de acceso que le proporciona su posición. Tan solo existe el riesgo —pequeño— de que la saciedad desbarate la ilusión. Sin embargo, la gran mayoría de personas vive en situación de precariedad (Standing, 2011), desclasadas, en callejones sin salidas, por lo que el eslógan “Rodéate de cosas positivas” puede resultar casi un insulto. La vida, que en nuestra tradición occidental nos narramos mediante acontecimientos (Chillón, 1998) que suceden uno tras otro, se amontona muchas veces de manera intempestiva: la noticia de la enfermedad de un familiar, las desavenencias con la pareja, problemas con la administración, la precariedad económica...

Ahmed (2010) teoriza sobre los caídos y alerta acerca de la romantización de lo positivo: los objetos o las experiencias que clasifican a sus dueños como seres de éxito y que prometen la felicidad, aunque ésta sea a menudo ilusoria, puede conducir justamente a lo contrario, a la infelicidad, por los grandes esfuerzos económicos y personales que debemos hacer para obtenerlos. Bernays mismo llevó el anclaje emocional de los objetos a su versión más capitalista cuando utilizó los trucos que inventó para fundar la disciplina de las Relaciones Públicas, como relata Curtis (2002) en su documental: el pionero de la publicidad neoliberal asoció, por ejemplo, el reloj a la masculinidad o el tabaco al deseo femenino como símbolo de libertad.

### **Eslogan 3 — “La vida es bella”**

La vida es como es; ni bella ni no bella. Las emociones existen, todas ellas —positivas y negativas—, y no por dejarlas de lado desaparecerán. El dolor, la pena, el abatimiento, el placer, la alegría, el miedo y el sufrimiento existen, y sentir todos estos sentimientos es esencialmente humano. No es una decisión individual; la gestión de esas emociones resulta de la educación recibida, pero sentir las se incluye en el paquete vital.

El pionero de la psicología positiva, Seligman (2003), teoriza acerca del beneficio postraumático o resiliencia, es decir, que observar retrospectivamente el trauma nos endurece, y resuelve que la libertad de sentir emociones reviste a los humanos de *humanidad* y les permite relacionarse de manera más sana con los demás. Pero lo cierto es que reprimir las emociones disfóricas —contrarias a la euforia— solo acumula tensión en los cuerpos y negarlas puede ser causa de sufrimientos. Eso no quiere decir que sentir dolor o pena nos haga mejores.

Quizás la vida es bella para los ganadores, porque pueden vivirla en plenitud, desde su libertad neoliberal basada en los recursos que acumulan. Los triunfadores quizás sí pueden perseguir una euforia permanente, lo que les permite desde la atalaya, desde la superioridad moral, observar a los demás, a los que no han sido capaces de conseguir los premios que la sociedad neoliberal ofrece. Aunque después de la ráfaga de emociones exultantes, queda siempre el pozo de la angustia existencial (Berardi, 2003).

### **Eslogan 4 — “No te compares con los demás”**

El eslogan basa su eficacia en la imposibilidad de ejecutarse efectivamente, ya que es una invitación velada al “Sé tú mismo” (Espluga, 2022), el otro gran lema del neoliberalismo. El eslogan es contradictorio en esencia, porque subterfugiamente viene a afirmar que la envidia hacia los demás no es algo que deba detenernos de ser feliz.

De hecho, la comparación con los demás es hija de la competencia y legítima luchar por vencer en un acto de *darwinismo social*. Es en la comparación donde, en el seno del neoliberalismo —de recursos materiales limitados, aunque vende lo contrario—, nace la urgencia por la competencia, base del *Mercado*. Si no hay comparación, no hay ni superación ni la ansiada productividad. La competencia salvaje (Rand, 1973), el *Mercado* y negar el papel del Estado nación democrático —órgano al que se le supone más cooperación que competencia— es la tríada que da sentido a la sociedad neoliberal, el crecimiento económico y el triunfo del fuerte. Además, el eslogan radicaliza la autonomía imposible de vivir; impone el “Sé tú mismo” sin importar el entorno en el que se desarrolla y somete a la persona, que ve

cómo fracasa cada vez que se compara, pues resulta imposible no hacerlo. Un eslogan más inspirador podría haber sido “Intenta que la comparación no te haga daño”.

### **Eslogan 5 — “Sé la mejor versión de ti mismo” o “Corre tras tus sueños. Si no los alcanzas al menos haces deporte”**

Una vez más, el eslogan nos retrae al imperativo “Sé tú mismo” (Espluga, 2022), por el que se exige a la persona que sea diferencial, que sea su propia marca, que se autogestione eficiente y productivamente: solo los que se enfrentan al *Mercado* sacando su mejor versión, se convertirán en auténticos líderes, un Yo marca como el que denuncia López Petit (2015). ¿Puede la persona evitar a toda costa el cansancio del esfuerzo que conlleva?

En el corazón del eslogan encontramos la inseguridad de que esa mejor versión depende de uno mismo, que es responsabilidad de cada uno desplegar un potencial, de nadie más. Como escribe Espluga (2002), “inseguridad, aceleración, competencia y ansiedad” es la secuencia de emociones que se despliegan al enfrentar un eslogan como el que propone Mr. Wonderful. Para ser la mejor versión de uno mismo se han de tener y cumplir unas características y rutinas que deberán suplir los rasgos de carácter de cada cual: *yoga*, *pilates*, alimentación sana, ecológica y de proximidad, una vida social activa, intimidad, caminatas por el bosque para balancear los iones y un *coach*. Tenga o no un buen resultado, al final solo se obtendrá, como recuerda Peirano (2019) una privatización del estrés y la asunción de la precariedad propia. Y, sobre todo, que el contexto geopolítico no nos afecte: ser la mejor versión de sí mismo no contempla observar el mundo en común (Garcés, 2013).

### **Eslogan 6 — “Vive al máximo cada día” - “La vida es corta, vive al máximo”**

De la alegría pasamos a la felicidad y, luego, el eslogan nos invita a la euforia (Ehrenreich, 2019; Lipovetsky, 2010). El lema nos incita a sentir las emociones como nunca antes y distorsiona cualquier convivencia armoniosa: nos propone tener experiencias límite, llegar a lugares indómitos, allá donde nadie ha logrado llegar antes, vivir una vida intrépida que luego podamos compartir en las redes sociales, donde el yo digital se expone, y se contrapone al yo físico (Carbonell, 2024). Así comienza la distorsión esquizoide: el yo físico —el que se levanta con cara de sueño por la mañana— versus el yo digital, esa personalidad que es capaz de (obtener) todo, de luchar, de no dejarse vencer, el que no conoce fronteras.

Sin embargo, las personas que tienen ambiciones modestas, que no quieren ponerse en peligro, ni ser líderes radicales ni competir rabiosamente por alcanzar nuevas metas, quizás porque las perciben como inalcanzables, puesto que no disponen de las condiciones

económico-culturales *suficientes*, o luego de muchos fracasos, quedan fuera de esta lucha de máximos. En su interior, estas personas ven que las posiciones más reconocidas socialmente no les pertenecen y que han de permanecer en otras secundarias. La vida *al máximo* es para los ganadores, deben pensar, y ellas no forman parte de ese grupo privilegiado. Están condenados a encontrar formas alternativas de saltarse el eslogan de Mr. Wonderful, mientras transitan para resolver su propia felicidad (Ahmed, 2010).

### **Eslogan 7 — “Disfruta del momento presente”**

El pasado no existe; el presente es el futuro que se disfruta ahora (Jameson, 1991). Esta presunción tácita de que el pasado es un lastre busca eliminar la historia, el aprendizaje experiencial y las emociones que lo conforman. Como señala De la Fabián (2013) citando a Seligman: para la psicología positiva, poco importa si en el pasado el sujeto ha sufrido abusos o es víctima directa o vicaria de una guerra o se ha criado por años en un campamento infernal; lo importante es únicamente el presente. El eslogan recoge la idea del presentismo permanente, el que nos obliga a estar constantemente movilizados, por lo que el pasado nunca puede ser una fuente de conocimiento individual o colectiva. Este futuro sin pasado en el que neoliberalismo nos recluta es un fin sin fin que nos provoca incertidumbre, temor, malestar (Garcés, 2017).

Es como si la vida comenzara cada día. Sin embargo, para hacerse presente, el pasado reclama un ejercicio de ida y vuelta entre memoria e imaginación para hacerse presente. Que el pasado no condicione el presente es un ejercicio psicológico que puede hacerse con buenas intenciones, pero es estéril y, en las personas que son presas de sus traumas, puede resultar incluso incómodo. El pasado existe, sí; sus efectos son palpables. Apropiarse con claridad y honestidad de lo que nos rodea es quizás una invitación más realizable que “Disfrutar del momento presente”.

### **Eslogan 8 — “Cree en ti mismo, eres capaz de conseguirlo” o “No te rindas, nunca es tarde para empezar”**

Los eslóganes motivadores encubren siempre una lucha perenne, infatigable, que nos instiga a esforzarnos —sí, el esfuerzo— como único remedio —sobrenatural, muchas veces— para triunfar sin considerar que las capacidades y las condiciones materiales de clase determinan en gran medida el resultado exitoso de ese esfuerzo.

Simplificar las luchas a vida y muerte por la vida (López Petit, 2015), infantilizarlas, convertirlas en eslóganes naïf, fáciles de consumir, sin examinar lo que significa vivir en el

neoliberalismo del conflicto permanente, anula la reflexión e impide que encaremos los problemas esencialmente humanos, como la búsqueda de la felicidad, con la profundidad necesaria para iluminar alternativas. Vivimos en la sociedad del riesgo (Beck, 1986/1998), pero solamente se nos invita a gestionarlo; nunca a cuestionarlo. “Es más fácil imaginar el fin del mundo que el fin del capitalismo”, citaba Fisher (2016) acordándose de la célebre frase de Jameson (1991)<sup>11</sup>.

El eslógan “Cree en ti mismo” es una revisión del “Sé tú mismo” que tan bien disecciona Espluga (2022) y encierra una petición subterfuga: ser uno mismo, pero siempre dentro de las normas del neoliberalismo; convertirse en un Yo marca de *actitud positiva* (López Petit, 2015). También encierra la idea de que todos debemos convertirnos en empresarios de nosotros mismos: “Sé tu propio jefe y dueño” es ser tú solo el único responsable de tu felicidad.

### **Eslogan 9 — “Sueña a lo grande”**

Crecer es un imperativo del neoliberalismo. Aunque la biología demuestra que el crecimiento descontrolado es sinónimo de muerte (Odell, 2021), ese es el mantra del capitalismo. Hacer que una comunidad o un sujeto sueñe con algo superior, con perseguir algo que nunca se va a completar y solo vislumbra, es una forma de obnubilar que solo persigue que aumentemos nuestra productividad.

El hambre insaciable de felicidad se concreta siempre a través de bienes materiales: hacer crecer una comunidad de usuarios, una agenda de clientes, el tamaño de una casa, la potencia del coche, el número de experiencias-viajes, la cuenta bancaria. Soñar a lo grande es obtener un pasaporte para formar parte de los ganadores.

Uno no puede conformarse con ser tendero que abastece a su comunidad de aquello que verdaderamente necesita y que circula y riega a todos por partes iguales. En el neoliberalismo, el tendero debe forjar alianzas con las tiendas de los pueblos vecinos, montar una distribución en cadena, incorporar tecnología puntera, agrandar el nicho de mercado, repensar la estrategia de marketing y sacar nuevos productos, aumentar la facturación. “Soñar a lo grande” es no conformarse ni con la alegrías mundanas (Schopenhauer, 1851/2016) ni con la felicidad cotidiana. “Soñar a lo grande” es perseguir la euforia.

---

<sup>11</sup> Existe mucha controversia sobre la autoría de la frase: se cita a menudo a Jameson, aunque también se ha atribuido a Žižek y se ha hipotetizado que fue la izquierda política norteamericana la primera que la planteó.



### **Eslogan 10 — “El único fracaso es no intentarlo” o “No pienses que es imposible y lo harás”**

El eslogan nos incita a salir de la zona de confort para intentar algo *nuevo* que se supone *mejor*. ¿Vale la pena el riesgo de fracasar? ¿Cuánto podemos arriesgar? ¿De qué manera gestionaremos el riesgo de no intentarlo? En la sociedad del riesgo, en la que los conflictos se gestionan para beneficiar siempre al sistema (Beck, 1986/1998), a las personas se las obliga a salir de su zona de confort porque siempre deben estar disponibles. Pero, ¿qué sucede luego del fracaso?

La arenga “El único fracaso es no intentarlo” solo beneficia a un pequeño grupo de ganadores, que disfrutarán del éxito seguro. La mayoría de personas se arriesgan obligadas, y otras tantas lo hacen porque el temor a no cambiar sus vidas es mayor que el temor a cambiarlas. Aún hay otras que son adictas a la euforia que se despierta al comenzar de cero. Todos piensan que su valentía será recompensada por el neoliberalismo. Si el experimento sale bien, fue una decisión acertada, como todo lo que sale bien. Pero asumir riesgos no es más que eso: tomar riesgos no implica ni una recompensa ni ser feliz. La romantización del riesgo que explota el eslogan de Mr. Wonderful, si no se obtiene el resultado esperado, puede ser devastadora. Arriesgar también es eso. Por eso arriesgarse, si lo es de verdad, nunca puede ser forzoso.

### **Eslogan 11 — “Si amas lo que haces, todos los días serán viernes para ti” o “Ama tu trabajo y dejarán de existir los lunes” o “Hagas lo que hagas hazlo con pasión”**

“Ama lo que haces” es un sinónimo casi perfecto de “Trabaja feliz”. Lo denuncia Zafra (2017), cuando describe cómo el entusiasmo por el trabajo, en especial si es creativo, artístico o intelectual, abona un terreno fértil para la explotación laboral. Pero, ¿qué pasa cuando no existe el placer de la actividad creativa porque se trabaja en una cadena de montaje? ¿Es suficiente el trance mental que significa crear para aguantar cualquier dominación? El fantasma de que el *pago afectivo* es mejor que el *pago dinerario* consolida la precariedad: el “Al menos hace un trabajo que le gusta” cae a peso.

La objetivación racional del trabajo realizado —en lo posible, numérica, para poder ingresarla a una planilla de cálculos y cuantificarla— parece ser la única forma aceptable de valorar el tiempo invertido. De la misma manera, los largos horarios laborales —también, incluso más, cuando son flexibles— confirman la fusión entre trabajo, descanso y ocio (Wiener, 2021). La ludificación de las oficinas diluye el cansancio y el estrés. De esa forma,

lunes y viernes son solo nombres de días, y se anula así la significación emocional del comienzo de una semana o de la víspera de unos días de descanso.

### **Eslogan 12 — “Si lo que no te mata te hace más fuerte yo estoy a dos problemas de ser Thor”**

La fortaleza física y psíquica caracteriza a algunas personas. No todas. Resistir a la presión, a los horarios imposibles, a la precariedad laboral es la razón que se esconde tras este eslogan. Mr. Wonderful parece querer decirnos que nos haremos más fuertes gracias al trabajo, que sobrellevar la presión es un acto purificador y noble que el trabajo productivo implica.

Este tipo de mensajes no cuestionan nunca el estrés del trabajo, ni las patologías que provoca. Solo proponen trucos lingüísticos para enmascarar la tensión, el cansancio crónico y la inestabilidad laboral que no disminuye. Por ello, todo este peso sigue cayendo sobre las personas, no cesa. Así se consolida el sistema de organización económico-político.

Además, el sesgo de género del eslogan, que destaca la fortaleza física de Thor —héroe de la mitología nórdica, especialmente fuerte, valiente, pero no dotado intelectualmente y sensible— masculiniza enfrentar los conflictos. Para soportar la carga del trabajo se ha de tener la fortaleza de un héroe mitológico, y no una persona que afronta con sensibilidad los problemas cotidianos.

### **Eslogan 13 — “Deja de darle vueltas a todo y sonríe”**

La vida no necesariamente sonríe en comunidades en las que la carencia es estructural. Cuestionar la vida, mirar críticamente la existencia, no provoca sonrisas. El eslogan parece exigir, por lo tanto, que hay que dejar de darle vueltas.

Pero, si analizamos rigurosamente la realidad económico-política, se despiertan muchas emociones antes que la sonrisa fácil que propone el eslogan. Aún así, todas son descartadas, negadas, porque plantean una reflexión profunda acerca del neoliberalismo. Simplificar anula la crítica porque la crítica no tiene un saldo positivo y, además, pone en duda el sistema, que se mantiene, precisamente, por la carencias materiales y de derechos de la ciudadanía.

La solución que propone el neoliberalismo a la vida precaria, a la ansiedad laboral, a la imposibilidad de la emancipación de los jóvenes, al cambio climático, a la discriminación, al horizonte del fascismo es, sin duda, la sonrisa. Es en la sonrisa como mueca (López Petit, 2015) donde se encuentran todas las personas, donde no hay clases ni diferencias. Esa sonrisa como mueca es un pacto implícito de no agresión. Esa sonrisa como mueca prima el

optimismo sobre cualquier otra emoción. Preferir la felicidad ante los problemas implica no enfrentar los problemas para ser feliz. La felicidad, como planteaba Seligman (2003), es lo único que se ha de perseguir, quizás para que *todo lo otro*, la vida *cognitaria*, sea más llevable.

#### **Eslogan 14 — “Nunca te rindas, eres capaz de superar cualquier obstáculo”**

Cada acción que el individuo descarta muchas otras. Si tienes treinta años, ya no podrás cantar en un coro de niños. Tampoco serás gimnasta de élite, tenista o basquetbolista profesional. Si has nacido en un barrio pobre, será difícil que puedas ser juez. Rendirse ante lo que no es posible es simplemente comprender la inevitabilidad de la vida. Pensar que uno debe cambiar la vida para no fracasar es aceptar que no se pertenece a la casta de ganadores; es aceptar el Mito de la Felicidad Neoliberal. En cambio, el sujeto debe reconocer sus límites, porque una evaluación honesta puede ayudar a prevenir por el bien de uno o de la comunidad. Rendirse no es perder, es evaluar; es prevenir; es observar con sabiduría.

No rendirse nunca es, muchas veces, insistir en un proyecto frustrado que solo conseguirá hundirnos aún más. Negar el lugar que cada uno ocupa, sus propósitos y sus condiciones, no ayuda nunca a “superar cualquier obstáculo”. Hay obstáculos que son insalvables, que son duda, y seguirán siéndolo (Berardi, 2003).

#### **Eslogan 15 — “Haz lo que te de la real gana, pero que te haga feliz”**

Hacer lo que la persona quiere, no la hará necesariamente feliz. El eslogan conlleva que ser feliz es lo primero, y que luego todo vendrá dado. El “Sé tú mismo” que critica Espluga (2022) es el requisito indispensable para ser feliz, pero deja de lado todo anclaje comunitario, cultural y político. Si es la persona la que debe hacer lo que la hace feliz, entonces toda la responsabilidad recae sobre ella. Así, toda felicidad deviene un acto de fe y el mundo en común desaparece. Solo queda una individualidad categórica. La posición egoísta que desvela este eslogan es una oda a la inmadurez, a no asumir que la vida no es un camino hermoso y lleno de experiencias siempre estupendas. La felicidad se encuentra en la vida anclada en el mundo.

## 5.2. Las Violencias Neoliberales Desenmascaradas: Resultados

Entre los relatos descritos y analizados bajo los eslóganes del universo Mr Wonderful emergen una serie de violencias enmascaradas que son muestra de las pautas de relación que los individuos establecemos bajo los parámetros morales del neoliberalismo. La mayoría de estas violencias no se ejercen sobre todas las personas, sino principalmente sobre las que se encuentran en situación de más vulnerabilidad. Aunque son enumeradas y descritas una a una con tal de recogerlas teóricamente, todas ellas actúan entrecruzadas en diferentes momentos, en la coordinación de orden superior que rige la vida en el capitalismo.

Violencia	Definición
1. El entorno tóxico	Se refiere a las percepciones subjetivas de la persona que sufre un entorno hostil y se encuentra bajo presiones externas (que se transforman en presiones internas), como el acoso y las descalificaciones. La toxicidad viene dada, entre otras cosas, por la dificultad que tiene la persona de salir de la situación incómoda en la que se encuentra, ya sea por relaciones familiares estables, lugares de desempeño laboral o de ocio. En esa dificultad o imposibilidad de salir reside el sufrimiento, que a su vez deviene toxicidad.
2. La precariedad	La precariedad nace del abuso del poder por mantener a los sometidos bajo presión o estrés mediante la libre disposición del tiempo para el mercado. El cognitariado subsumido por la urgencia de sobrevivir acepta lo que se le proponga porque ni siquiera con un sueldo completo es capaz de vivir con dignidad. Los desequilibrios debido a estas presiones son compensados a menudo con medicamentos y drogas. A la vez, la explotación de la precariedad en el mercado laboral aparece como violencia de segundo orden, al reunir una serie de violencias que permiten la misma explotación. Entre otras, la competencia, el individualismo y el miedo a perder lo poco que se tiene. El temor que subyace permite que todas estas violencias devoren la existencia, y se apoya en frases como “Es lo que hay”. La construcción de la persona prescindible tiene su culminación en la explotación de la precariedad.
3. La lógica individualista	Esta lógica, central en la ideología neoliberal, conduce a comprender que la responsabilidad última y final de toda acción siempre recae en la persona que la ejecuta o la evita: si no puede revertir su malestar, si es pobre, es culpa suya. El individualismo descarta el contexto cultural en el que interacciona el sujeto, por lo que su comportamiento y percepción de la realidad siempre es consecuencia de su voluntad. Además, la versión del individuo, convertido en un Yo marca, se construye bajo una subjetividad social basada en su imagen pública, que se proyecta hacia todos los contextos donde la persona participa, por lo que ha de luchar por la atención y el reconocimiento.
4. La subjetividad de los ganadores	El ganador deviene una figura a la que es posible adorar, y asociada a ella, los discursos que glorifican el triunfo y desprecian a los que no lo consiguen. Los ganadores tienen éxito y dinero, y acceden a la felicidad

Violencia	Definición
	<p>que proclama el régimen neoliberal. Los perdedores son mundanos, poco esforzados y, como consecuencia, prescindibles. Esta violencia tiene elementos de segundo orden, porque en ella confluyen otras de las que se mencionan en este listado. El mundo neoliberal está construido para que los ganadores retengan el poder y se basa en el darwinismo social, por lo que muchas de las violencias no les afectan: ostentan las leyes que rigen el sistema y trabajan por mantener los privilegios. Son menos cantidad de personas, pero usufructúan un sistema hecho a su medida.</p>
<p>5. La romantización de las cosas positivas</p>	<p>Los objetos tienen una carga emocional ineludible, aunque también comunican mensajes racionales. Entrar en la rueda del consumo de objetos (y experiencias) es, de forma implícita o explícita, alcanzar la felicidad. Esta violencia es ejercida sobre los sujetos que aprenden a reconocer la felicidad en esos objetos, pero no pueden adquirirlos o, si los adquieren, es a costa de un esfuerzo que les perjudica. El objeto portador de felicidad escala a objeto adorado; se le dota de poder: la persona pasa a depender de él para sentir o mostrar felicidad. Por el lado contrario, entre las personas que sí pueden adquirirlos, la felicidad pierde el valor que también pierden los objetos que se adquieren como hábito.</p>
<p>6. El beneficio post traumático o resiliencia</p>	<p>De la resiliencia se desprende que de lo más difícil y doloroso de la vida se ha de aprender. Se obvia el duelo, el sufrimiento por un dolor y su reflexión, y se establece que la fortaleza derivada del trauma ayuda a construir un duro caparazón que evita la sensibilidad. Así, la explotación que ocasiona el trauma, en el ámbito laboral y personal, no ha de ponerse en duda ni evitar.</p>
<p>7. La negación de las emociones disfóricas</p>	<p>Negar las emociones disfóricas veta la posibilidad biológica de conocerlas y manejarlas. El desarrollo de una inteligencia emocional de una persona funcional queda disminuida, debilita su empatía y agrega un punto ciego en su desarrollo, con la propensión a negar su capacidad para empatizar con la persona vulnerable y sufriente, al no tener en su zurrón de emociones las que no son exultantes, positivas y optimistas.</p>
<p>8. La comparación como motor de la competencia</p>	<p>La comparación es el elemento troncal de la competencia: miramos al otro como potencial amenaza y con inquietud. Esta subjetividad tarde o temprano lleva a la envidia. A su vez, el envidiado se siente aún más amenazado por el envidioso, que es visto como de un estatus inferior. El miedo a perder lo material y a la rebelión de los perdedores justifica la represión del poder hacia los menos favorecidos. Se niega por completo la subjetividad comunitaria, de miradas colaborativas que acompañen y cooperen. Así florece la competencia como motor que regula el mercado. La competencia influye en la capacidad de la persona de superarse a sí misma y de aumentar su funcionalidad para el sistema. Los individuos son capturados en el régimen de competencia y productividad, que promueve valores como la superación, el esfuerzo y el entusiasmo.</p>
<p>9. La vida activa como redención</p>	<p>La vida activa permite paliar el esfuerzo de vivir en el neoliberalismo e invita a buscar un refugio liberador en el ocio que, limitado por el tiempo y el dinero disponible, pretende gestionar y controlar la precariedad. Lo hace mediante propuestas optimistas y positivas: aire libre, yoga, cuidado de la vida social y <i>coaching</i>. Ese planteamiento de las actividades como</p>

Violencia	Definición
	redentoras resulta violenta, porque perpetúa el sistema de opresión que genera esas tensiones.
10. El presentismo permanente	Bajo la idea occidental del tiempo, el presentismo permanente es el lugar en el que el pasado sólo es relevante si pertenece al futuro. El <i>scroll</i> infinito en el <i>timeline</i> de las redes sociales incide en la visión presentista, en la que las situaciones discordantes se analizan como soluciones a conflictos cuyo origen no se cuestiona. Entonces no es posible apropiarse de la memoria para imaginarse de una manera distinta: vivimos atrapados en el presente y negamos nuestra capacidad para reflexionar acerca de nuestra historia. El presentismo permanente también juega un rol de segundo orden al reunir otras violencias, como la disolución del tiempo ocio-trabajo como acicate de la productividad 24/7.
11. El horizonte material como única meta	La felicidad, convertida en un horizonte material como única meta, impregna las diferentes etapas vitales, y en cada fase promete mayores y mejores abundancias. Este ciclo de adquisición de bienes deviene un medio para demostrar el éxito individual sobre los demás. La relación con este horizonte es principalmente material y no contempla la imaginación para redefinir esos objetivos materiales. El aumento constante de bienes lleva a un consumo insaciable y descontrolado.
12. La infantilización de la ciudadanía	Este acto de corte populista permite mantener los problemas y las preguntas que concitan en la superficie. En el neoliberalismo se supone que todo problema, planteado siempre como conflicto, debe tener su solución. Sin embargo, las soluciones que propone el sistema nunca modifican la fuente de donde emana el problema profundo. La pregunta que subyace al problema no tiene oportunidad de ser evaluada ni mucho menos desarrollada. De esta manera se infantiliza a la ciudadanía, se la incapacita para afrontar los problemas de forma compleja y comunitaria.
13. La insaciabilidad	La voracidad ilimitada, la insaciabilidad, se reviste de violencia porque nunca puede ser satisfecha. El dinero, la felicidad, el éxito, el <i>scroll</i> infinito... solo se pueden aliviar temporalmente y, por eso, producen angustia. El hambre insaciable, el apetito descomunal, en su forma física-material, deriva en desórdenes alimentarios, violencias expresadas en la gestión de lo consumido, ingerido, en la imposibilidad de obtener todo lo que se desea, en abrazar toda la felicidad que se promete.
14. La novedad como disrupción	Confiamos que los cambios siempre acaban mejorando “alguna cosa”. De ahí nace la adicción por la novedad y la disrupción, que es, de hecho, adoración del presentismo permanente que mira hacia el futuro cuando consigue anclarse en el riesgo, en la idea de que “va a suceder algo”. Beck (1986/1998) afirma que las sociedades, a medida que se complejizan, se estructuran mediante la gestión de los riesgos que implica la novedad (o disrupción). Esta gestión es, al fin, una forma de reducir el estrés que sienten los individuos frente a los mismos riesgos.
15. El esfuerzo sublimador del trabajo	El esfuerzo justifica la idea neoliberal que el trabajo duro nos ha de hacer avanzar y mejorar: en el fondo, que el solucionismo que atiende las urgencias fortalece al sistema. La persona se ha de purificar a través del trabajo voluntarioso y así obtendrá felicidad neoliberal. Ese esfuerzo

Violencia	Definición
	suele engranar con el estereotipo heteropatriarcal y es la culminación del trabajo remunerado. No así quien cuida. El esfuerzo laboral serio justifica el abandono de la propia vida en favor del que nos da el sustento, y la fuerza del trabajo que genera un retorno económico. El que no se esfuerza puede caer en desgracia y estar, como el cognitariado, disponible a todas horas para el poder.
16. La sonrisa como mueca	La sonrisa como mueca es la explosión disruptiva de la alegría, la expresión física del gran momento presente. Es el complemento adecuado para una máscara que logra dejar de lado las razones del dolor, y se intercambia por la <i>selfie</i> de la felicidad eufórica del ahora, tan popularizada por las plataformas digitales. La materialización paroxística en el gesto de boca abierta, de grito que señala la imposibilidad de sentir más alegría y felicidad coronado por la dentadura perfecta, deriva en el auge de las carillas, que blanquean las sonrisas para ayudar a esconder —así como los dientes gastados, con la veteranía natural— la verdadera emoción, muchas veces desconocida por la misma persona.
17. Los obstáculos como conflicto	Los obstáculos como conflicto son el enfrentamiento de la realidad contra el deseo. Cuando el sujeto puede alcanzar el deseo, se busca una solución articulada por las posibilidades de solventarlo con las consecuencias analizadas y previstas. Sin embargo, hay obstáculos vitales que son insalvables y los eslóganes que niegan esa realidad devienen fuentes de dolor y sufrimiento para la persona, que descubre su debilidad; cuando no son fuente de ruina económica o de la propia salud.
18. El consumismo	En el neoliberalismo, el consumismo es la gasolina y desde que Bernays lo explota se impone como máxima resolutoria de toda existencia y felicidad. Todos los problemas, al final, terminan en una tienda. Esa descarga de dopamina del objeto nuevo es el mismo que las más pequeñas y dañinas experiencias en redes sociales. El consumismo camufla una transacción fría e instrumental. El consumo consolida el crecimiento constante y abusivo sobre el planeta, que empuja al crecimiento insaciable y cancerígeno del “Siempre más”; el placer resuelto al fagocitar el conflicto que plantea el deseo, en la tranquilidad que permite obtener la meta más añorada de la vida: tener más.

## 6. Violencias Desnudas, el Espejo Neoliberal: Conclusiones

En el Occidente global, el neoliberalismo utiliza una serie de mecanismos de captura de la existencia para mantenerse como única ideología capaz de organizar la vida. En la propuesta conceptual, hemos argumentado como al menos existen ocho relatos que guían el despliegue de su fortaleza. Desde el exitoso comienzo, con su implantación represiva en el Chile de Pinochet, el neoliberalismo se ha sofisticado, actualizándose mediante tecnologías que funcionan como infraestructura y que originan nuevas maneras de comunicar y de someter a la ciudadanía.

El triunfo de los mejores —los que saben cómo ganar dinero— aumenta las desigualdades de manera que los débiles difícilmente pueden ocuparse de algo más que de sobrevivir, y acaban conformando una masa de cognitariado cada vez más extenso y débil, que sucumbe a sueños inalcanzables y luchas paupérrimas. Seducidos por el esfuerzo y la competencia, las vidas de los perdedores poco a poco van siendo utilizadas como unidades de producción, deshumanizadas, intercambiables, prescindibles.

Sobre esos sueños cargados de fe, se construye el Mito de la Felicidad Neoliberal, que toma forma en el consumo, en la adquisición de cosas nuevas, para ser la única luz de la existencia. Diríamos que, en el neoliberalismo, la felicidad y la sonrisa es lo único que nos humaniza a todos por igual. De este modo, camufla la lucha de clases y uniformiza la ciudadanía con la esperanza de que, con esfuerzo, el futuro será mejor. En el camino, sin embargo, seguirán cayendo los que no alcancen la felicidad hegemónica; los que la logren, podrán al fin mirar con suficiencia. A sus ojos, los perdedores son sustituibles, porque no se han esforzado lo suficiente y, mal que mal, “Así es la vida”.

Estos ocho relatos identificados y descritos son tan solo la punta del iceberg, algunas setas encontradas en la humedad del bosque otoñal del Mito de la Felicidad Neoliberal. No son las únicas. Hemos dejado algunas por explorar, como el consumo, el turismo, la publicidad, el emprendimiento, las criptomonedas, la gentrificación, el mercado financiero, la política o la aporofobia. También hubiéramos querido indagar acerca de cómo la geoingeniería, ese solucionismo que confía en la creatividad tecnológica del emprendimiento para que el cambio climático no detenga el consumo de energía fósil, y que reúne el talento para desarrollar mecanismos legalmente válidos —muchas veces poco éticos— para capturar el máximo capital posible, en una carrera insaciable para exprimir el planeta y luego entregarse a viajes interestelares y mercados *metavérsicos*, está sofisticando los mecanismos neoliberales.



Mr. Wonderful es solo un proyecto empresarial astuto que, con la claridad del beneficio —y quizás con la inocencia que también tienen sus mensajes—, además de infantilizar a los individuos, promueve eslóganes en los que premia a los ganadores. A los demás, los convierte en soñadores aspiracionales. En los eslóganes se pretende dar solución a la situación circunstancial de la vida ordinaria: el mensaje profundo es que la tenacidad y el esfuerzo siempre pueden vencer a la suerte del lugar de nacimiento o a los accidentes lógicos de la existencia. El individualismo, que responsabiliza de todas las violencias y los traumas a la persona, cala.

A la vista de la decadencia en la que se encuentran las instituciones políticas —verdadera cuestión de Estado—, cohesionadoras de esa masa indefinida de personas que conformamos, movimientos reaccionarios toman el relevo con mensajes infantiles y fáciles como los eslóganes de Mr. Wonderful. Dichos eslóganes tienen la fuerza semiótica para convencer de lo que sea: enemigos inexistentes, miedos infundados, noticias falsas, todo sirve para uniformizar y dar la esperanza de que la solución a los problemas esencialmente humanos es sencilla. El futuro feliz será aquel en el que los vulnerables, mediante su esfuerzo y entusiasmo, se conviertan en individuos *normativos*. En el presentismo permanente, que desafía el pasado rico en experiencias, se fomentan las experiencias *mindfulness*, *coaching* emocional, euforia y vida activa. Todo ello disfraza el dolor de la existencia. Manda el dios del Consumo. Y la base del consumismo es la competencia. El neoliberalismo defiende que los ganadores se aprovechen de los perdedores. “Las cosas son como son”. “Desde que el mundo es mundo”. “¡Qué se le va a hacer!”. Conservar modelos de opresión, edulcorar estrategias acomodaticias y cimentar el Mito de la Felicidad Neoliberal con eufemismos, condena a los vulnerables, los que necesitan que las cosas *progresen* para que el sufrimiento económico, social y político no los lapide inevitablemente. Mediante la explotación de la precariedad, el poder les recuerda que han de cuidar lo poco que les queda: deben dejarse controlar y trabajar el máximo tiempo por la mínima retribución. No sea que...

La avaricia hobbesiana del neoliberalismo construye una hegemonía en la que perder es un insulto, una afrenta, que sume a los desfavorecidos en una desesperanza aprendida. El beneficio de los ganadores, que poseen las herramientas para definir este conveniente orden de convivencia, solo les permite sonreír con muecas forzadas que apenas ocultan la vida obrera, dura, mal llevada y alienada por empresas como Mr Wonderful, que promueven un bienestar solucionista y aparente para mantener el sistema que les asfixia.

La publicidad que define estereotipos hegemónicos de familia, ocio, trabajo y éxito, deja un reguero de dolor en los que no son capaces de acceder a esos valores sociales

capturados por los vencedores y que, por mucho que se esfuercen, no conseguirán. En la comunidad vicaria del neoliberalismo, a la presión social que ejerce el poder hegemónico se suma la angustia, que contiene en su seno el fracaso. Estas emociones disfóricas, que han sido apartadas del abanico de sentimientos posibles, limitan al individuo, le niega la posibilidad de reconocerse en la empatía. De ahí que nos cueste tanto tener gestos llenos de humanidad, es decir, opuestos, ambiguos, contradictorios.

El Mito de la Felicidad Neoliberal no tiene en cuenta las subjetividades de una sociedad rica y compleja. La subjetividad ingenua de los eslóganes motivadores y positivos excluye la riqueza emocional de los seres humanos, promueve la alienación y perpetúa el sistema neoliberal, que asfixia con firme suavidad, para mantener a las personas como unidades de producción en un tecno feudalismo que aumenta *sine die* la degradación de la existencia.

## 7. Bibliografía

- Aibar, E. (2023). *El Culto a la Innovación*. Ned ediciones.
- Ahmed, S. (2010). *The Promise of Happiness*. Duke University Press.
- Rand, A. (1973). *La Virtud del Egoísmo*. Grijalbo.
- Bandler, R. y Grinder, J. (2008). *La Estructura de la Magia*. Cuatro Vientos.
- Bateson, G. (2002). *Espiritu y Naturaleza*. Amorrortu editores. (Obra original publicada en 1979)
- Barthes, R. (1994). *El Susurro del Lenguaje. Más Allá de la Palabra y de la Escritura*. Paidós. (Obra original publicada en 1984)
- Bauman, Z. (2009). *El Arte de la Vida*. Paidós.
- Beck, U. (1998). *La Sociedad del Riesgo. Hacia una Nueva Modernidad*. Paidós. (Obra original publicada en 1986)
- Berardi, F. (2003). *La Fábrica de la Infelicidad. Nuevas formas de trabajo y movimiento global*. Traficantes de sueños.
- Blumer, H. (1982). *El Interaccionismo Simbólico: Perspectiva y Método*. Hora. (Obra original publicada en 1969)
- Berger, P. L. y Luckmann T. (2003). *La Construcción Social de la Realidad*. Amorrortu editores. (Obra original publicada en 1966)
- Binkley, S. (2011). Happiness, positive psychology and the program of neoliberal governmentality. Macmillan Publishers Ltd. 2011. *Subjectivity*, 4(4), 371–394. <https://doi.org/10.1057/sub.2011.16>
- Bobby Banerjee, S. (2008). Necrocapitalism. *Organization Studies*, 29(12), 1541-1563. <https://doi.org/10.1177/0170840607096386>
- Boltanski, L. y Esquerre, A. (2021). *Enriquecimiento*. Anagrama.
- Burke, P. (2017). *¿Qué es la Historia del Conocimiento? Siglo XXI*.
- Cabanas, E.; Illouz, E. (2019). *Happycracia*. Paidós.
- Carbonell, O. (2024). *Hacerse webserie* [Artículo en línea]. CCCB LAB. Recuperado el 14 mayo de 2024 de <https://lab.cccb.org/es/hacerse-webserie/>
- Cortina, A. (2014). *Aporofobia. El Rechazo al Pobre: un Desafío para la Sociedad Democrática*. Paidós.
- Coupland, D. (1993). *Generación X*. Ediciones B.
- Curtis, A. (2002). *The Century of Self* [Documental, en línea]. BBC. Recuperado el 9 de abril de 2024 de <https://youtu.be/DnPmg0R1M04?si=KtIFi6AEHBMKBEEf>

- Chillón, A. (1998). El “giro lingüístico” y su incidencia en el estudio de la comunicación periodística. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 22, 63–98.
- De la Fabián, R. (2013). Nuevas formaciones del superyó en el contexto de la racionalidad neoliberal a partir del caso de la “Psicología Positiva”: felicidad, potenciamiento y resiliencia. *Revista CliniCAPS*, 7(19).
- D’Eramo, M. (2022). *Dominio*. Anagrama.
- De Orbaneja, F. (2013). *Breve Historia de las Religiones*. Ediciones B.
- Díaz Torres, J. (2012). Neoliberalismo y educación. M. Friedman y la educación actual. *Revista Atlántida*, 4, 192.
- Duch, Ll. (1995). *Mite i Cultura*. Publicacions de l’Abadia de Montserrat.
- Duch, Ll. (2000). Mite i narració. *Anàlisi*, (25), 153-169. <https://ddd.uab.cat/record/799>
- Eagleton, T. (2017). *Cultura*. Taurus.
- Ehrenreich, B. (2019). *Sonríe o muere: La Trampa del Pensamiento Positivo*. Turner.
- Espluga, E. (2022). *No Siguis Tu Mateix*. Destino.
- Fisher, M. (2016). *Realismo Capitalista. ¿No Hay Alternativa?* Caja Negra Editora.
- Font, N. (2018). El Índice de la Felicidad Nacional Bruta como complemento ante las limitaciones de los modelos socio-económicos tradicionales: El caso del Reino de Bután. *Journal de Ciencias Sociales*, 2(10), 121-132.
- Foucault, M. (2016). *Historia de la Locura en la Época Clásica*. Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada en 1961)
- Foucault, M. (2009). *Nacimiento de la Biopolítica: Curso del Collège du France (1978-1979)*. Akal.
- Foucault, M. (2008). *Vigilar y Castigar*. Siglo XXI.
- Foucault, M. (1970). *La Arqueología del Saber*. Siglo XXI.
- Gadamer, H. G. (1999). *Verdad y Método I*. Ediciones Sígueme (Obra original publicada en 1975).
- Garcés, M. (2017). *Nueva Ilustración Radical*. Anagrama.
- Garcés, M. (2013). *Un Mundo Común*. Ediciones Bellaterra.
- Garde Cano, C. (2022). *Més enllà del Mirall Negre. Una defensa del Periodisme en l’Era de la Comunicació Blob i el Capitalisme de la Contenció* [Tesis doctoral, Departamento de Medios, Comunicación y Cultura, Universitat Autònoma de Barcelona, España]. Repositorio TDX. <http://hdl.handle.net/10803/687894>
- García Canclini, N. (1989). *Las Culturas Populares en el Capitalismo*. Nueva Imagen.

- Gayà Morlà, C., Rizo García, M. y Vidal Castell, D. (2022). Comunicación, cultura y relato. Una propuesta para repensar las bases teóricas de la comunicación participativa. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 55, 11-28.
- Goberna Tricas, J. (2004). La Enfermedad a lo largo de la historia: Un punto de mira entre la biología y la simbología. *Index de Enfermería*, 13(47), 49-53.
- Gopegui, B. (2023). *El Murmullo. La Autoayuda como Novela, un Caso de Confabulación*. Debate.
- Hobbes, T. (1989). *Leviatán* (Trad. Carlos Mellizo). Alianza. (Obra original publicada en 1651)
- Huizinga, J. (2007). *Homo Ludens*. Alianza.
- Huxley, A. (2010). *Un Món Felç*. labutxaca. (Obra original publicada en 1932)
- Illouz, E. (2007). *Intimidades Congeladas*. Katz Editores.
- Jameson, F. (1991). *El Posmodernismo o la Lógica Cultural del Capitalismo Avanzado*. Paidós.
- Klein, N. (2007). *La Doctrina del Shock*. Paidós.
- Kraye, J. (2001). In praise of reason. From humanism to Descartes. En: McCready, S. *The Discovery of Happiness*, 136-151. Sourcebooks.
- Konstan, D. (2023). La felicidad en la historia. En: Gonzalez Iglesias, J. A; April, G. (Eds.). *Representaciones literarias de la felicidad desde la antigüedad hasta el presente*, 15-22. Ediciones Universidad de Salamanca. <https://doi.org/10.14201/0AQ0338>
- Lanier, J. (2018). *Diez Razones para Borrar tus Redes Sociales de Inmediato*. Penguin Random House.
- Lipovetsky, G. (2010). *La Felicidad del Vacío*. Anagrama.
- Lynch, E. (2006). *La Lección de Sheherezade*. Anagrama. (Obra original publicada en 1986)
- López Petit, S. (2015). *Hijos de la Noche*. Tinta Limón.
- Marcuse, H. (1993). *El Hombre Unidimensional*. Planeta. (Obra original publicada en 1954)
- Margaret Thatcher Foundation (1987). Interview for Woman's Own ("No such thing [as society]"). Recuperado el 30 marzo 2024 de <https://www.margaretthatcher.org/document/106689>
- Martínez, A. y Medina, O. (2016). La felicidad como tecnología de gobierno en el contexto neoliberal. Una exploración de los discursos felicitarios en tres ámbitos. *Revista Somepso*, 1(2), 61-91.

- Nieto, P. (2023). Filón de Alejandría: felicidad, historia y virtud. En: Gonzalez Iglesias, J. A.; April, G. (Eds.). *Representaciones literarias de la felicidad desde la antigüedad hasta el presente*, 23-44, Ediciones Universidad de Salamanca.
- Odell, J. (2021). *Cómo no Hacer Nada*. Ariel.
- Pacey, A. (1994). *The Maze of Ingenuity*. The MIT Press. (Obra original publicada en 1974)
- Padial, C. (2023). *Contenido*. Blackie Books.
- Peirano, M. (2019). *El Enemigo Conoce el Sistema*. Debate.
- Pincheira Torres, I. (2013). La incorporación del concepto de felicidad en el diseño de las políticas públicas en el Chile neoliberal. *RB- SE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção*, 12(34), 89-120, ISSN 1676- 8965.
- Ricoeur, P. (1996). *Tiempo y Narración III. El Tiempo Narrado*. Siglo XXI. (Obra original publicada en 1985)
- Rogers, C. (1981). *El Proceso de Convertirse en Persona. Mi Técnica Terapéutica*. Paidós.
- Sadin, E. (2022). *La Era del Individuo Tirano*. Caja Negra Editora.
- Sandel, M. J. (2020). *La Tiranía del Mérito ¿Qué ha Sido del Bien Común?* Debate.
- Schopenhauer, A. (2016). *El Arte de Ser Feliz*. Herder. (Obra original publicada en 1851)
- Seligman, M.E.P. y Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55, 5-14.
- Seligman, M.E.P. (2003). *La Auténtica Felicidad*. Litografía S.I.A.G.S.A.
- Sennett, R. (1978). *El Declive del Hombre Público*. Ediciones Península.
- Sribman, A. (2023). La felicidad en el pensamiento político. En: Gonzalez Iglesias, J. A.; April, G. (Eds.). *Representaciones literarias de la felicidad desde la antigüedad hasta el presente*, 185-208, Ediciones Universidad de Salamanca.
- Standing, G. (2011). *The Precariat. The New Dangerous Class*. Bloomsbury Academic.
- Terranova, T. (2000). Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. *Social Text* 18, 2(63), 33-58.
- Vera Poseck, B. (2006). Psicología positiva, una nueva forma de entender la psicología. *Papeles del Psicólogo*, 27(1).
- Vázquez, C.; Hervás G.; Rahona, J. J. & Gómez, D. (2009). Bienestar psicológico y salud: Aportaciones desde la Psicología Positiva. *Anuario de Psicología Clínica y de la Salud*, 5, 15-28.
- Veenhoven, R. (2011). Greater happiness for a greater number. Is that Possible? If so, how? En: Sheldon, K. M., Kashdan, T. B. & Steger, M. F. (Eds.). *Designing Positive*

*Psychology: Taking Stock and Moving Forward*, 396-409, Oxford University Press.  
ISBN 978-0-19-537358-5.

Virno, P. (2003). *Gramática de la Multitud*. Traficantes de Sueños.

Watzlawick, P. (2014). *No es Posible no Comunicar*. Herder.

Watzlawick, P. (1986). *¿Es Real la Realidad?* Herder. (Obra original publicada en 1976)

Weiner, M. (Dir.) (2007-2015). *Mad Men* [Serie]. Lionsgate Television.

Wiener, A. (2021). *Valle Inquietante*. Libros del Asteroide.

Williams, R. (2001). *Cultura y Sociedad. 1780-1950. De Coleridge a Orwell*. Nueva Visión.  
(Obra original publicada en 1958)

Winterbottom M. y Whitecross, M. (2009). *La Doctrina del Shock* [Documental, en línea].

Renegade Pictures. Recuperado el 7 de abril de 2024 de

<https://www.youtube.com/watch?v=c38Rb4KnA38>.

Zafra, R. (2017). *El Entusiasmo*. Anagrama.

## Anexo 1 - 55 Eslóganes de Mr. Wonderful

1. No tengas miedo de los obstáculos, son oportunidades para crecer.
2. Levántate después de cada caída y sigue adelante.
3. El éxito se encuentra al final del camino, no al principio.
4. Nunca dejes de perseguir tus sueños.
5. Confía en ti mismo y en tus capacidades.
6. Nunca te rindas, eres capaz de superar cualquier obstáculo
7. Sueña a lo grande.
8. No te rindas, nunca es tarde para empezar.
9. Cree en ti mismo, eres capaz de conseguirlo.
10. La vida es corta, vive al máximo.
11. Cada día es una nueva oportunidad.
12. Sonríe, la vida te sonríe.
13. No tengas miedo de fallar, el fracaso es parte del éxito.
14. Levántate después de cada caída.
15. Tú eres el dueño de tu destino.
16. La actitud es todo.
17. La vida es bella.
18. Disfruta del momento presente.
19. Sé feliz, la felicidad es contagiosa.
20. Rodéate de cosas positivas.
21. Agradece lo que tienes.
22. No te compares con los demás.
23. Sé la mejor versión de ti mismo.
24. La vida es un regalo, disfrútala.
25. La felicidad está en las pequeñas cosas.
26. Vive al máximo cada día.
27. Agradece lo que tienes, la vida es un regalo.
28. Agradece lo bueno, lo malo te enseña.
29. La gratitud es la llave de la felicidad.
30. Cuenta tus bendiciones, no tus problemas.
31. No hay nada más importante que ser agradecido.
32. La gratitud es el antídoto contra la infelicidad.
33. Un corazón agradecido es un corazón feliz.
34. La gratitud te abre las puertas a la abundancia.
35. Agradece lo que tienes hoy, porque mañana podría no estar.
36. La gratitud es la actitud más poderosa que puedes tener.
37. Ser agradecido te hace ver la vida de otra manera.
38. No pienses que es imposible y lo harás.
39. Vencido el lunes, vencida toda la semana.
40. Los lunes son como el nuevo novio de tu amiga: al final le coges cariño
41. Si nunca lo intentas nunca lo conseguirás.
42. Si amas lo que haces, no habrá lunes tostados.
43. ¡Hey! Tienes en tus manos una caja llena de felicidad y buen rollete, ¡disfruta!
44. ¡Vamos a exprimir la vida!
45. Perder el norte no está mal, se descubren nuevas direcciones.
46. Haz lo que te de la real gana, pero que te haga feliz.
47. Es hacer lo que se desea y desear lo que se hace
48. No permitas que los problemas tapen las vistas.
49. Si quieres alcanzar algo nuevo, debes hacer algo nuevo para conseguirlo.
50. No importa lo que decidas hacer, pero piensa siempre en lo que te hace feliz.
51. Lo más valioso que tienes son tus ideas. Ámalas.
52. ¿Tomas algo para ser feliz? Sí, decisiones.
53. Cada vez que viajo, ¡doy botes de alegría!
54. Cualquier día puede ser el tuyo, así que sonríele.
55. Deja de darle vueltas a todo y sonríe.



## Anexo 2 - Tabla de Relación entre Relatos y Eslóganes

ESLOGANES		RELATOS											
		El futuro como tierra maravillosa	La libertad como eje de la felicidad	Trabajar gratis	Trabaja feliz	Transversalidad de la felicidad	Ser feliz es ganar	Alegría, felicidad y euforia	La individualidad solitaria				
1	La vida es un regalo, disfrútala - Sonríe, la vida te sonríe			●	●								●
2	Rodéate de cosas positivas					●						●	
3	La vida es bella		●									●	
4	No te compares con los demás		●									●	
5	Sé la mejor versión de ti mismo - Corre tras tus sueños, si no los alcanzas al menos haces deporte			●	●								●
6	Vive al máximo cada día - La vida es corta, vive al máximo	●										●	
7	Disfruta del momento presente	●										●	
8	Creer en ti mismo, eres capaz de conseguirlo - No te rindas, nunca es tarde para empezar		●									●	
9	Sueña a lo grande	●										●	
10	El único fracaso es no intentarlo - No pienses que es imposible y lo harás	●							●			●	
11	Si amas lo que haces, todos los días serán viernes para ti - Haz lo que quieras hazlo con pasión			●									●
12	Si lo que no te mata te hace más fuerte yo estoy a 2 problemas de ser Thor"			●									●
13	Deja de darle vueltas a todo y sonríe			●									●
14	Nunca te rindas, eres capaz de superar cualquier obstáculo				●								●
15	Haz lo que te de la real gana, pero que te haga feliz	●											●