



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

TEMA:

**Discurso del imperativo de felicidad en TikTok y su influencia en
centennials universitarios**

AUTOR:

Silva Arias, Pedro Sebastián

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

TUTOR

Chiriboga Albán Héctor Aurelio, Mgs.

**Guayaquil, Ecuador
10 de septiembre de 2024**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Silva Arias, Pedro Sebastián**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Comunicación**.

TUTOR

f. _____

Chiriboga Albán Héctor Aurelio, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Cortez Galecio, Gustavo Alberto, Mtr.

Guayaquil, a los 10 días del mes de septiembre del año 2024



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Silva Arias, Pedro Sebastián

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Discurso del imperativo de felicidad en TikTok y su influencia en *centennials* universitarios**, previo a la obtención del título de **Licenciado en comunicación** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría. En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 10 días del mes de septiembre del año 2024

Silva Arias, Pedro Sebastián
EL AUTOR



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN

AUTORIZACIÓN

Yo, **Silva Arias, Pedro Sebastián**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Discurso del imperativo de felicidad en TikTok y su influencia en *centennials* universitarios**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 10 días del mes de septiembre del año 2024

Silva Arias, Pedro Sebastián
EL AUTOR



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN
REPORTE COMPILATIO

TEMA: Discurso del imperativo de felicidad en TikTok y su influencia
en *centennials* universitarios

AUTOR: Silva Arias Pedro Sebastián

CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

SEBASTIAN.SILVA

3%
Textos sospechosos

2% Similitudes
< 1% similitudes entre comillas
< 1% entre las fuentes mencionadas
1% Idiomas no reconocidos
0% Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: SEBASTIAN.SILVA.docx
ID del documento: 13753bbae06e7bb1707c862148db80ed69bfc1
Tamaño del documento original: 8,12 MB
Autores: []

Depositante: Elsa María Cortés Rada
Fecha de depósito: 27/8/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 27/8/2024

Número de palabras: 42.873
Número de caracteres: 259.386

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.scielo.edu.uy PSICOLOGÍA POSITIVA: ANÁLISIS DESDE SU SURGIMIENTO http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=1688-42212010000100005 5 Fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (182 palabras)
2	perio.unlp.edu.ar https://perio.unlp.edu.ar/qs/index.php/question/article/download/5803/5074 5 Fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (168 palabras)
3	www.papelesdelpsicologo.es https://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/2136.pdf 1 Fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (150 palabras)
4	www.cudeoriente.edu.mx https://www.cudeoriente.edu.mx/pedagogiaonline/Selecciondelamuestra.pdf#:~:text=En los estudio... 1 Fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (118 palabras)
5	www.resonanciaalbrepensar.com La Felicidad según Seneca – Resonancia Libre ... https://www.resonanciaalbrepensar.com/la-felicidad-segun-seneca/ 3 Fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (140 palabras)

Chiriboga Albán Héctor Aurelio, Mgs.
TUTOR

AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a mamá por sostener nuestro hogar, ella sola. Por apoyarme para emprender esta segunda carrera por la que, finalmente, pude hallar mi lugar en el mundo.

A papá por sus enseñanzas sobre lo que entraña ser un hombre bueno consigo mismo y los demás. Las tengo al alcance de un recuerdo. Que en paz descanse.

A Adri por su amistad, cariño y apoyo inmensurables.

A Marcia, Nico y Luis por ser los hermanos que la carrera me deja.

A Sofi por ser la primera amiga que tuve en la universidad.

A Pau, Jorge, Lau, Mirelly, Sofi, Nellita, Jhana, Majito, Julio, Diego, Samia, Geanpierre por haber conformado esta gran promoción de Comunicación.

A los profesores que hicieron del aprendizaje una relación respetuosa, cercana, estimulante y horizontal como muertito de carnaval.

A Alina, Elsa, Gustavo, Gabo por creer en mí.

A Héctor por su guianza en la tesis y a lo largo de sus clases. Su brillantez ha sido faro.

A todos los escritores, poetas, guionistas, músicos, directores, pintores, sociólogos, periodistas, filósofos cuyas obras son el caleidoscopio al que me asomo para ver, pensar y sentir la realidad.

DEDICATORIAS

A mamá y mi abuelita, los amores más grandes que en mí yacerán inmarcesibles hasta mis días últimos.

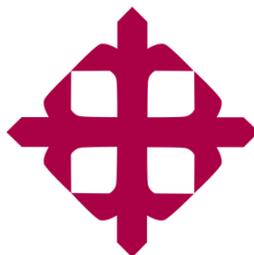
A papá, cuya vida fue clarísimo testimonio de lo que los hombres brillantes, valiosos y admirables hacen: verter toda la inteligencia y sensibilidad en entender y ayudar al otro.

A mi prima María Humbelina, quien en plena pandemia realizó el acto de abnegación más elevado y admirable: sacrificarse en el parto para que su hijito, Chuchito, viviera. Que en paz descanse.

A mi hermana, mis tías Mary y Sary y mis primos Lolo y Polly. Los amo.

A Adri, mi gran amiga y apoyo. Te quiero.

A Elsitá, amiga y maestra en partes iguales; fuente de aprendizaje y sentido crítico.



**FACULTAD DE PSICOLOGÍA, EDUCACIÓN
Y COMUNICACIÓN**

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

CHIRIBOGA ALBÁN HÉCTOR AURELIO

f. _____

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

CORTÉS RADA ELSA MARÍA

ÍNDICE

RESUMEN.....	XII
ABSTRACT	XIII
CAPÍTULO I.....	2
Introducción	2
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Objetivos de la investigación.....	3
1.2.1 Objetivo general.....	3
1.2.2 Objetivos específicos	3
1.3 Justificación.....	4
1.4 Viabilidad	5
1.5 Resultados esperados.....	5
1.6 Breve descripción de los siguientes apartados	5
CAPÍTULO II	6
Marco teórico	6
2.1 Revisión de estado del arte	6
2.2 Fundamentos teóricos.....	9
2.2.1 La búsqueda de felicidad concebida por el pensamiento filosófico occidental a lo largo de la historia.	9
2.2.2 Capitalismo, industria cultural y felicidad.....	14
2.2.3 Psicología Positiva.....	18
2.2.4. Crítica a la Psicología Positiva	20
2.2.5. Discurso e ideología.....	23
2.2.6. Redes sociales y centennials	23
CAPITULO III.....	25
Metodología	25
3.1 Enfoque.....	25
3.2 Objetivos.....	25
3.2.1 Objetivo general.....	25
3.2.2 Objetivos específicos	25
3.3 Formulación de las preguntas de investigación.....	26
3.4 Alcance	26
3.5 Diseño de investigación.....	26
3.5.1 Técnicas de investigación	26
3.5.2 Instrumentos de investigación	32
3.5.2 Tratamiento de la información.....	34
CAPÍTULO IV.....	36
Informe de investigación.....	36
4.1 Resultados y discusión	36
4.1.1. Resultados del análisis temático	36
4.1.2 Resultados de las entrevistas.....	63
4.1.3 Resultados del grupo focal.....	65
4.1.4 Triangulación de datos.....	67
4.2 Fundamentación de las preguntas de investigación.....	68
4.3 Limitaciones del estudio.....	69
CAPÍTULO V	70
Conclusiones y recomendaciones	70
5.1 Conclusiones.....	70

5.2 Recomendaciones	71
REFERENCIAS	72
ANEXOS.....	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ficha de análisis de vídeo de TikTok #1.....	38
Tabla 2 Ficha de análisis de vídeo de TikTok #2.....	41
Tabla 3 Ficha de análisis de vídeo de TikTok #3.....	44
Tabla 4 Ficha de análisis de vídeo de TikTok #4.....	46
Tabla 5 Ficha de análisis de vídeo de TikTok #5.....	49
Tabla 6 Ficha de análisis de vídeo de TikTok #6.....	51
Tabla 7 Ficha de análisis de vídeo de TikTok #7.....	53
Tabla 8 Ficha de análisis de vídeo de TikTok #8.....	56
Tabla 9 Ficha de análisis de vídeo de TikTok #9.....	59
Tabla 10 Ficha de análisis de vídeo de TikTok #10.....	61

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo establecer la presencia del discurso del imperativo de felicidad de la Psicología Positiva en los vídeos más vistos de TikTok sobre felicidad, mediante la aplicación del análisis temático. El trabajo se justifica en la importancia de advertir la existencia, circulación y los efectos en la subjetividad que un discurso como ese, propio de la ideología neoliberal capitalista, puede ejercer en las audiencias jóvenes. Para ello se emplea una metodología cualitativa, dentro de la que se aplica análisis temático a los discursos de diez vídeos para caracterizar la felicidad en TikTok. Luego se desarrolla un grupo focal con estudiantes universitarios *centennials* para indagar en su concepción personal de felicidad y sus percepciones en cuanto a lo que las redes sociales dicen sobre ella. Las entrevistas con expertos permiten vincular los hallazgos con la teoría, proveyendo perspectivas adicionales. Se concluye que el discurso del imperativo de felicidad está presente en los vídeos mencionados; los *centennials* discrepan con dicho discurso. La psicóloga clínica entrevistada valida la nocividad de lo propuesto por la Psicología Positiva. Mientras que el comunicador enfatiza en la capacidad que las redes sociales tienen para masificar discursos y propiciar su efectividad en las audiencias.

Palabras Clave: Discurso, Imperativo de felicidad, Psicología Positiva, *centennials*, TikTok, redes sociales

ABSTRACT

This research aims to establish the presence of the discourse of the happiness imperative of Positive Psychology in the most viewed TikTok videos about happiness, through the application of thematic analysis. The work is justified by the importance of noticing the existence, circulation and effects on subjectivity that a discourse like this, typical of neoliberal capitalist ideology, can exert on young audiences. To do this, a qualitative methodology is used, in which thematic analysis is applied to the speeches of ten videos to characterize happiness on TikTok. Then, a focus group is developed with centennial university students to investigate their personal conception of happiness and their perceptions of what social networks say about it. Interviews with experts allow findings to be linked to theory, providing additional perspectives. It is concluded that the discourse of the imperative of happiness is present in the aforementioned videos; Centennials disagree with this discourse. The clinical psychologist interviewed validates the harmfulness of what is proposed by Positive Psychology. While the communicator emphasizes the capacity that social networks have to massify speeches and promote their effectiveness in audiences.

Keywords: Speech, Happiness imperative, Positive psychology, centennials, TikTok, social media

CAPÍTULO I

Introducción

1.1 Planteamiento del problema

En nuestras sociedades consumidoras de productos audiovisuales, resulta necesario afilar la mirada para tomar consciencia de los mensajes que subyacen en los contenidos ofrecidos como simple información o entretenimiento en redes sociales. Ideologías nocivas aguardan en la profundidad de los discursos. Una de ellas es la Psicología Positiva y el imperativo de felicidad que conlleva.

Con la proliferación de los preceptos que promueve la Psicología Positiva, que será definida más adelante, las sociedades contemporáneas se han configurado en torno a un mismo horizonte: la consecución de la felicidad. Ahmed (2010) denomina tal hecho como el “giro hacia la felicidad”, que consiste en la omnipresencia y el protagonismo de la felicidad dentro de los discursos tejidos por los ámbitos político, económico, mediático, cultural, etc., los cuales la establecen como meta última para los seres humanos (p. 23).

En las últimas décadas se evidencia que la felicidad se ha convertido en un imperativo. Al respecto, Moya (2023) afirma que fue gracias a los consejos de la Psicología Positiva que en la actualidad la felicidad y sus manifestaciones son lo aceptable y deseable, y aquello que contrarie a dichas manifestaciones representa un malestar que incomoda a los otros. Por ejemplo, aquel miembro del grupo que no sonría para la foto despertará en los demás la discusión acerca de su bienestar; en algunos casos, incluso, llegaría a recibir recomendaciones sobre acudir a terapia psicológica.

Pero ¿realmente hay un problema en estar embarcados en ese giro y querer ser felices? Pues la Ciencia de la felicidad, nombre con el que también se conoce a la Psicología Positiva, entraña en su aparente altruismo una naturaleza que aboga secretamente por el mero consumismo capitalista, tal como indican Cabanas e Illouz (2019):

la ciencia detrás de las promesas de autorrealización, crecimiento personal y mejora social... parecía comportarse más como el brazo académico de la ideología neoliberal y del capitalismo de consumo que como la ciencia neutral

y objetiva sobre el bienestar humano. (p. 18)

Partiendo de esa consideración, cabe replantear la pregunta que dio inicio al párrafo anterior: ¿realmente hay un problema en estar embarcados en ese giro y querer ser felices? Pues sí, lo hay.

Al ser la búsqueda de la felicidad un discurso aceptado y popularizado por la lógica consumista de artículos y servicios que prometen su alcance (libros de autoayuda, *coaching*, podcasts, TED Talks, etc.), la dinámica social se ha moldeado de tal forma que los individuos sienten la imperativa necesidad de experimentar felicidad, lo cual, en caso de no lograrlo, genera infelicidad. Pérez-Álvarez (2012) profundiza en tal contradicción, advirtiendo que quienes tropiezan en la búsqueda de la felicidad no solo se sienten mal por las adversidades que obstaculizan el camino hacia ella, sino que, además, la imposibilidad de presentar una buena actitud ante los contratiempos atiza la sensación de malestar por partida doble (p. 192).

Por otra parte, el discurso del imperativo de felicidad de la Psicología Positiva goza de una posición privilegiada dentro de las prioridades del ser humano debido a la fuerza y profundidad con que los productos audiovisuales incrustan ideologías en el imaginario colectivo, influyendo en la realización de actos sociales. En ese sentido, el cine figura como un importante vehículo para discursos sociales, pues “a través de sus relatos, el cine se presenta como una de las instituciones responsables de hacer circular e instaurar representaciones con las que habitamos y comprendemos el mundo” (Callegaro et al., 2017, p. 19). En ese sentido, lo mismo puede decirse de los audiovisuales de redes sociales.

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Establecer la presencia del imperativo de felicidad contemporáneo en los vídeos de TikTok ubicados por hashtags relacionados con la felicidad, y contrastarlo con la percepción que el consumidor *centennial* de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, de entre 18 y 27 años, tiene al respecto.

1.2.2 Objetivos específicos

Caracterizar el imperativo de felicidad de la época a través de revisión bibliográfica.

Determinar los discursos del imperativo de felicidad en vídeos de TikTok a partir del análisis temático de dichos vídeos, ubicados por hashtags que expresen conceptos de felicidad.

Contrastar el discurso del imperativo de felicidad encontrado en TikTok con la percepción personal que el *centennial* de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, de entre 18 y 27 años, tiene acerca de la felicidad, mediante un grupo focal.

Precisar y validar los resultados obtenidos de la investigación a partir de la consulta a expertos de psicología clínica y comunicación.

1.3 Justificación

Esta investigación busca exponer la nocividad del discurso del imperativo de felicidad que prolifera a través de redes sociales, desde la perspectiva de los temas, subtemas de los discursos que por ahí circulan. En un sentido más amplio, se trata de la necesidad de observar la interrelación entre el sistema capitalista de consumo, ideologías de felicidad, soportes comunicativos y sus efectos en la subjetividad.

La finalidad no es solo denunciar esa faceta, sino, y principalmente, generar debate social con respecto a que la producción y reproducción de relatos centrados en tal discurso es capaz de impactar negativamente en la subjetividad de los *centennials*, pudiendo generar ciudadanos deprimidos e insatisfechos que consumen indiscriminadamente los productos culturales que, según como los vende el sistema capitalista, deberían acercarlos al ideal de la felicidad, y, sin embargo, los llevan al extremo opuesto.

Su relevancia también radica en que, al no ser compartimentos aislados, las disciplinas científicas sociales se interrelacionan. El hecho de que los medios de comunicación tengan la capacidad de influenciar en las percepciones que los ciudadanos tienen sobre el mundo pone de manifiesto los vínculos existentes entre la comunicación y la psicología, por ejemplo.

Por último, los comunicadores profesionales que lean estas páginas hallarán aquí una base para la reflexión sobre su papel en la divulgación masiva de este tipo de discursos por redes sociales y cualesquiera soportes tecnológicos, tanto tradicionales como recientes, por los que ejerzan su trabajo.

1.4 Viabilidad

Esta investigación no presenta ningún grado de dificultad que pueda impedir su realización. Al tratarse de un abordaje teórico-crítico de la problemática expuesta, los recursos están al alcance de unos pocos clics, pues los autores necesarios para la elaboración de la base teórica se encuentran en internet con facilidad. La ejecución de la metodología es asequible: los vídeos de TikTok tomados como muestra son de acceso público y el procedimiento planteado para el análisis temático es ordenado, sencillo y efectivo; la conformación del grupo focal consiste en alumnos de la misma Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y los expertos que se consultan tiene gran interés y disponibilidad temporal.

1.5 Resultados esperados

Se espera la presencia de las temáticas del discurso del imperativo de felicidad en los vídeos que los usuarios de TikTok publican cuando abordan el tema de la felicidad. La descripción de las formas en que los *centennials* de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil conciben la felicidad y cómo las comparan con los contenidos digitales mencionados. Además, de las entrevistas a expertos se anticipa una postura crítica acerca de la psicología positiva y del discurso examinado, así como observaciones al rol que las redes sociales cumplen en la amplificación de mensajes e ideologías.

1.6 Breve descripción de los siguientes apartados

El lector de este trabajo encontrará en el capítulo II el estado del arte y la fundamentación teórica basada en 5 ejes: perspectiva histórica de la felicidad; capitalismo, industria cultural y felicidad; qué es la Psicología Positiva; crítica a la Psicología Positiva; discurso e ideología; redes sociales y su relación con los *centennials*. El capítulo III expone la metodología cualitativa empleada, que consistió en las técnicas de investigación bibliográfica, análisis temático, grupo focal, entrevistas a expertos y triangulación de resultados. Los capítulos IV y V presentan los resultados obtenidos, su triangulación y las conclusiones y recomendaciones relacionadas con lo buscado y hallado en esta línea de estudio.

CAPÍTULO II

Marco teórico

2.1 Revisión de estado del arte

La narrativa del imperativo de felicidad es universal y actual. Esta condición es propiciada, en parte, por el accionar de los medios de comunicación tradicionales y digitales, así como las redes sociales. Sin embargo, las perspectivas desde las cuales es estudiada son principalmente ubicables en los ámbitos de la psicología, política, publicidad, marketing, y no el campo de la comunicación.

Partiendo de ese estado, independientemente de su rama del conocimiento, todos los trabajos que son referidos se fundamentan en un enfoque teórico de la Psicología: la Psicología Positiva. Tal es el caso de, por ejemplo, los estudios “Felicidad versus happycracia” e “Historia, investigación y discurso de la Psicología Positiva: Un abordaje crítico”, que proporcionan sustento teórico, histórico y una lectura crítica acerca de los efectos de la Psicología Positiva en la humanidad.

El primero fue realizado para la Universidad Marcelino Champagnat, de Lima, en 2019. Su autor, el Dr. Marino Latorre, tiene como objetivo abordar la ideología y los intereses del sistema capitalista y su imperiosa búsqueda de felicidad. Uno de los hallazgos más significativos es que dicha pesquisa nunca acaba, respondiendo a una suerte de consumismo perpetuo de todo aquello que, en teoría, llevaría a conseguirla. Respecto de la felicidad como producto de consumo, Latorre (2019) señala que:

la industria de la felicidad es muy lucrativa, está muy extendida y viene revestida por el argumento científico de la Psicología Positiva...La felicidad es un producto que se compra a través de terapias, servicios, guías, consejos, *coaching*, *mindfulness*, etc. (p. 33).

El otro texto se trata de un artículo de 2018 para la revista *Terapia Psicológica*, en el que sus autores, Fernández-Ríos y Vilariño Vázquez, psicólogos del Departamento de Psicología Clínica y Psicobiología de la Universidad de Santiago de Compostela, se plantean reflexionar de manera crítica sobre el devenir y la actualidad de la Psicología Positiva. Su conclusión más importante, que también sirve como una suerte de recomendación para los profesionales de la salud mental en general, es que se debe manejar un discurso mucho más realista, responsable y menos pernicioso que el de la Psicología Positiva ante individuos preocupados de manera especial por su

gestión de la felicidad.

Sobre el impacto de la Psicología Positiva, el artículo de 2020 “El imperativo de la felicidad en la literatura de autoayuda. La cosificación del sujeto moderno”, pone de manifiesto su rol como la base sobre la que se construye la literatura de autoayuda, que es un producto capitalista fabricado cual manual de instrucciones para la consecución de la felicidad. Los autores, docentes de la Universidad Técnica de Ambato, concluyen que dichos libros trascienden intencionalmente el plano de las ideas y tiene como fin ulterior modelar los hábitos individuales para crear sujetos dóciles, aprovechables por el sistema neoliberal hegemónico.

Pero esta rama de la psicología no solo opera en los consumos culturales. En nuestras sociedades capitalistas, el discurso de la ciencia de la felicidad protagoniza la publicidad a nivel mundial. La doctora en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid, Celia Sancho Belinchón, en su tesis doctoral de 2018 “La utilización de los valores sociales en la comunicación de las marcas: evolución de la publicidad de Coca-Cola (1971-2015)”, identifica ello en el grueso de los spots de Coca-Cola. La marca de bebidas multinacional construye su discurso comercial colocando a la felicidad como el horizonte que siempre espera por nosotros del otro lado de la ventana. Pero nunca somos capaces de acercarnos a él.

En verdad, el impacto del fenómeno estudiado es tal que trasciende a los planos y prácticas de la pedagogía y la política, esta última incluso en su instancia nacional. “Las formas cotidianas de la felicidad y sus mandatos: Pedagogías del pensamiento positivo, trabajo docente y subjetividad en el neoliberalismo contemporáneo”, es un artículo científico elaborado en 2020 por Celia Sancho Belinchón, magíster en Ciencias Sociales con orientación en Educación por la FLACSO, que aborda la incidencia de la pedagogía contemporánea que, construida con base en productos como el *coaching* educativo, repercute en la construcción del individuo contemporáneo anhelante de felicidad.

“La felicidad como problema y solución políticos” y “Promesas de felicidad: individualismos y crisis de las democracias occidentales” son, respectivamente, una tesis doctoral y un artículo que tratan sobre la dimensión política del problema desde el establecimiento de la felicidad como algo socialmente deseable por medio de las promesas y medidas de bienestar de gobiernos expuestas en la propaganda.

El primero pertenece a Cristina Sánchez Sánchez, doctora en Comunicación

por la Universidad Pompeu Fabra. En 2019, la académica realizó un análisis de contenido de propaganda política española. Concluye que los textos fundamentados en la Psicología Positiva son el centro de los spots electorales españoles y se han arraigado como algo socialmente deseable y exigible a la política nacional.

Por su parte, el artículo de 2020 del Dr. Marino Latorre, quien fue mencionado al comienzo de este apartado, consiste en una reflexión mediante la cual pretendió probar que el imperativo de la felicidad no genera sino efectos depresivos en los individuos y configura para mal las políticas establecidas por el poder. Su pensamiento desembocó en que el orden social propuesto por la política que ostenta el poder perpetúa el discurso de la Psicología Positiva, generando expectativas sociales utópicas y de incertidumbre que afectan negativamente a los ciudadanos.

Para contextualizar a la sociedad capitalista generada por el discurso de la Psicología Positiva, y a partir de los enfoques filosófico, sociológico y psicológico, los libros “La sociedad paliativa” y “Happycracia: Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas” arrojan luz sobre el entramado ideológico que mueve a las sociedades contemporáneas hacia ese fin ulterior: la consecución de la felicidad. Además, permiten ahondar en la consideración personal que se tiene de la felicidad:

Ahora la felicidad se considera como un conjunto de estados psicológicos que pueden gestionarse mediante la voluntad; como el resultado de controlar nuestra fuerza interior y nuestro auténtico yo; como el único objetivo que hace que la vida sea digna de ser vivida [...] la magnitud de nuestros desarrollos psíquico y emocional. Más importante aún, la felicidad ha llegado a establecerse como elemento central en la definición de lo que es y debe ser un buen ciudadano (Cabanas e Illouz, 2019, p.13).

Como se observa, los enfoques dados al tratamiento del problema orbitan poco o nada alrededor de la Comunicación, con excepción de los análisis de los spots publicitarios. Teniendo en cuenta que la ideología del discurso del imperativo de felicidad normalmente se implanta en la sociedad por medio de los productos comunicacionales, la falta de abordaje desde el área de la Comunicación resulta crítica. De ahí que la realización de esta investigación cobre suma importancia para dicho campo de estudio.

Por último, al vivir en tiempos en que los audiovisuales predominan como

fuente de entretenimiento, resulta idóneo abordar precisamente ese formato de contenidos tan popular para dar cuenta de la narrativa de la felicidad existente en ellos y cómo esta se propaga.

2.2 Fundamentos teóricos

2.2.1 La búsqueda de felicidad concebida por el pensamiento filosófico occidental a lo largo de la historia.

2.2.1.1 Ser virtuosos para ser felices: el ideal grecolatino.

A lo largo de la historia, la felicidad ha figurado como uno de los fines principales de la vida. Para Aristóteles (384 - 322 a. C.), pensador griego cuyas ideas han conformado los cimientos del pensamiento occidental, la felicidad era incluso lo más valioso a lo que el ser humano podía aspirar, lo más noble y placentero (Marinoff, 2014).

El filósofo concibió a la felicidad (eudaimonía) como alcanzable mediante la realización plena de las virtudes. No era un estado emocional transitorio, sino una condición duradera lograda a través de la práctica constante de la virtud y la razón. Vivir de acuerdo con la virtud significaba actuar en conformidad con la excelencia en todas las áreas de la vida, desde lo moral hasta lo intelectual. Además, argumentaba que la felicidad también dependía de factores externos como la salud, la riqueza y las relaciones personales, aunque estos eran considerados secundarios en comparación con la virtud.

Para los inicios de la Era Cristiana, el político romano Séneca (4 a.C - 65 d.C), quien llegó a ser tutor y consejero del emperador Nerón (37-68 d.C), heredó las enseñanzas de Aristóteles en torno de la felicidad. De hecho, es notable que, al igual que su referente griego, Séneca dio a la felicidad un lugar capital en la vida del hombre y, a la vez, reconoce la dificultad implícita para alcanzarla:

Todos los hombres, hermano Galión, quieren vivir felices; pero al ir a descubrir lo que hace feliz la vida, van a tientas; y no es fácil conseguir la felicidad en la vida, ya que se aleja uno tanto más de ella cuanto más afanosamente la busque, si ha errado el camino; si este lleva en sentido contrario, la misma velocidad aumenta la distancia. Hay que determinar, pues, primero lo que apetecemos; luego se ha de considerar por dónde podemos avanzar hacia ello más rápidamente, y veremos por el camino, siempre que sea el bueno, cuánto se adelanta cada día y cuánto nos acercamos a aquello a que nos impulsa un deseo

natural (Séneca, 2013).

La felicidad verdadera dependía del acercamiento entre el individuo y la naturaleza de todas las cosas, esta última fungiendo como guía para la vida. Ello se lograba aceptando la fugacidad del cuerpo y el intelecto, así como colocando al placer como una consecuencia, y no un objetivo, de la vida virtuosa, sin dejar que lo mundano domine la voluntad: “Que el hombre no se deje corromper ni dominar por las cosas exteriores y solo se admire a sí mismo, que confíe en su ánimo y esté preparado a cualquier fortuna, que sea artífice de su vida”, sentenció Séneca (2013).

Al respecto de que el hombre sea artífice de su propio vivir, Julián Marías, doctor en filosofía por la Universidad de Madrid y traductor del texto *Sobre la felicidad*, de Séneca recién citado, precisó en sus notas al pie que el pensador romano se refirió exactamente a la autarquía o independencia del hombre, aquella noción de libertad con que los seres son capaces de hacer por sí mismos sus vidas.

Así, tanto Aristóteles como Séneca establecen que, en última instancia, es el ser humano quien tiene el poder de trazar su propio camino hacia la consecución de la felicidad, que no es una sensación sino un modo de ser, lograble mediante la autarquía que permite cultivar la virtud necesaria.

2.2.1.2 La felicidad del Cristianismo.

Con el surgimiento del Cristianismo, el camino autárquico fue puesto en entredicho. La libertad del ser humano implicó la imposibilidad de alcanzar la virtud, puesto que ser libre sería consecuencia de la desobediencia durante el pecado original, es decir, sería consecuencia del mal. Así, y en contraposición a los ideales grecolatinos, el hombre no puede ser virtuoso a través de su libertad y, por tanto, la felicidad está fuera de su alcance: “En la moral cristiana, la búsqueda de la felicidad persiste, pero la felicidad ya no pertenece a este mundo” (Margot, 2007, p.63).

McMahon (2009) identificó que en la tradición cristiana existen tres momentos en los que la felicidad ocurre apartada del mundo terrenal. El primero tiene que ver con el Paraíso Perdido, instancia primigenia en que Adán y Eva fueron felices antes de cometer el pecado original. Luego, la segunda venida de Jesucristo fue lo que pondría al Reino de Dios, y con ello la posibilidad de ser feliz, al alcance de los fieles. Por último, la muerte y el ascenso al Cielo garantizarían al hombre la obtención de la dicha eterna.

Sobre aquella disociación, San Agustín de Hipona (354 - 430 d.C), filósofo

cristiano de la Edad Media, sostuvo que como las cosas mundanas tienen la capacidad de ser poseídas a la vez que perdidas, la felicidad no se encuentra en este mundo, es decir, lo temporal es impropio de la dicha (López, 2015). De ahí que aquella insuficiencia origine la necesidad de algo infinito para el hombre, superior a todo lo mortal y que permita ser feliz:

De las características que debería poseer aquel bien capaz de saciar al hombre (infinitud, perfección del bien y posesión ininterrumpida en el tiempo) surge la intuición de Dios como fin último del hombre, y por ello afirma San Agustín: «nos hiciste Señor para Ti y nuestro corazón estará inquieto hasta que repose en Ti» (p.204).

A propósito de la cita de San Agustín, es inferible que aquella inquietud no fue otra cosa que la infelicidad del individuo, la cual habría de aplacarse únicamente con el vínculo divino de carácter salvador. Esto difirió de la perspectiva aristotélica y senequiana en la medida de que la felicidad se tornaba alcanzable solamente a través de la fe y no con el ejercicio de la virtud y las prácticas que la nutren. Entonces la autarquía puede ser considerada como inútil dentro de esta corriente de pensamiento agustina.

2.2.1.3 La felicidad de la Modernidad.

En el siglo XVII, René Descartes (1596-1650) retomó el pensamiento clásico grecolatino expuesto arriba, pero con un enfoque propio. Para el francés, la felicidad siguió siendo el fin primordial del hombre, pero ella no estaría al final del camino que, sino que se manifiesta en el conjunto de medios y esfuerzos que se llevan a cabo para conseguirla a lo largo de la vida. Advierte que el ser humano solo tiene control de lo que puede hacer con su libre albedrío y no de los resultados que fuese a obtener (López, 2015).

Al respecto, Estrada López (2020) precisa que, en el pensamiento cartesiano, la felicidad es un estado de la mente, que causa placer y alegría “por la conciencia de haber hecho uso de nuestro mayor bien, la virtud, junto a la satisfacción de haber realizado nuestro mejor esfuerzo y la tranquilidad de saber que no dejamos de hacer nada que estuviera en nuestro poder” (p.40).

Por su parte, el filósofo de la ilustración Immanuel Kant (1724 - 1804) presenta una perspectiva distinta en torno del tema. La concepción racional que tuvo de las cosas lo llevó a desarrollar una filosofía moral dentro de la cual existen imperativos

categoricos, o leyes, e hipotéticos, o máximas. Los primeros se configuran como mandatos objetivos de la razón y son un fin en sí mismos. Mientras que los segundos son subjetivos y sirven para cumplir las órdenes dadas por el raciocinio. Para Kant, la ley moral es el imperativo categórico capital. Actuar de acuerdo con ella, basándose en los principios propios y la noción del deber, es a lo que toda persona debería aspirar en la vida (Suárez-Íñiguez, 2010).

En cuanto a la felicidad, Suárez-Íñiguez observa que la doctrina kantiana la concibe como una máxima o imperativo hipotético, esto es, el medio por el cual alcanzar la moralidad siendo consecuencia de esta:

La moralidad es el “bien supremo” o el elemento primero, y la felicidad es sólo el segundo elemento o la consecuencia de aquella. La felicidad, entonces, está subordinada a la moral. Nótese también que la felicidad a la que podemos aspirar debe ser proporcional al grado de desarrollo de nuestra vida moral. Estas ideas indican con claridad que lo importante para Kant no es ser felices sino ser dignos de esa felicidad. Por eso es deber humano, nos dice, luchar por el más alto bien (virtud y felicidad) y hacer de ello el objeto de toda nuestra conducta. (p. 79)

El pensador británico John Stuart Mill (1806 - 1873) sostuvo que la felicidad consistía en la plena satisfacción de los placeres del ser humano, pero no con un propósito individualista o egoísta. Como señala Narvárez Romero (2013), Stuart Mill se refería tanto a los goces personales como a los de carácter universal: el individuo consideraría también a los demás al momento de llevar a cabo las acciones que garanticen su felicidad, cuestión que implicaría a la noción del bien común.

Sin embargo, vale aclarar que aquello a lo que Mill llamó “placeres humanos” tiene que ver con las expresiones de humanidad más altivas y virtuosas, basadas en la moral, que el hombre puede realizar. Narvárez Romero hace esa especificación cuando establece un distanciamiento entre la postura del pensador utilitarista y la concepción que las sociedades modernas tienen del placer. De modo que la felicidad, y en esto Mill coincidió con Kant, está relacionada con las prácticas morales y el desarrollo de sus potencialidades, a la vez que se aleja sobremanera de aquello que las contradiga o las rebaje al punto de igualar a personas con bestias salvajes:

El modo moderno de entender el hedonismo -como la búsqueda de todo tipo de placer inmediato, carnal e individual- es una degeneración del tal concepto

que desde Epicuro está dentro de la historia de la ética como una de las doctrinas que da sentido a un estilo de vida. No hay nada más ajeno a la propuesta utilitarista de corte millleano que un hedonismo autocomplaciente tal y como el mundo moderno lo ha interpretado. Aunque no es tanto una interpretación como una manera en que el individualismo moderno encontró para alejar todo tipo de responsabilidad ante las realizaciones humanas más elevadas, por ejemplo, la de promover la felicidad general. (p.33)

2.2.1.4 Psicoanálisis y la imposibilidad de ser felices.

“El plan de la ‘Creación’ no incluye el propósito de que el hombre sea ‘feliz’”, aquella es la sentencia con que Sigmund Freud (1856 - 1939), en su texto *El malestar en la cultura*, manifestó la imposibilidad de los individuos para ser felices como proyecto de vida. En realidad, el padre del Psicoanálisis contradujo esas pretensiones aludiendo a que lo más próximo y certero de experimentar es el sufrimiento:

El sufrimiento nos amenaza por tres lados: por el cuerpo propio, que, condenado a la decadencia y la disolución, ni siquiera puede prescindir del dolor y la angustia como señales de alarma; por el mundo exterior, que puede desencadenarse contra nosotros con hiperpotentes, inexorables fuerzas destructoras, y finalmente desde las relaciones con otros seres humanos. (Freud, 2017)

Sobre la tercera fuente, Freud mencionó que el ser humano cree en esas relaciones, en la cultura, como el conjunto de normas de autorregulación y buena convivencia que lo deberían llevar hacia la felicidad y que, no obstante, le han fallado en ello: “gran parte de la culpa de nuestra miseria recae sobre nuestra llamada cultura: seríamos mucho más felices si renunciásemos a ella y volviésemos a una situación primitiva” (p. 20). Ubicó las razones de esto en dos hechos históricos: la predominancia de la religión cristiana sobre las paganas y las empresas europeas de conquista. “La devaluación de la vida terrenal consumada por la doctrina cristiana estuvo sin duda estrechamente ligada” (p. 20), comentó sobre lo primero. Al respecto del colonialismo, señaló el desencanto que se llevaron los conquistadores al observar que los pueblos primitivos parecían más felices que ellos al estar libres de las exigencias culturales bajo las que vivía el hombre blanco culto.

Y tal desencanto se dilató a lo largo del progreso de la civilización. Pues pese a los avances técnicos y científicos por los que la esperanza de vida se prolongó y las

distancias se estrechaban con rapidez, las personas experimentaban disgusto: “¿Y de qué nos vale en definitiva una larga vida si es fatigosa, pobre en alegrías y tan dolorosa que no podemos saludar a la muerte sino como redentora?” (p. 22).

2.2.2 Capitalismo, industria cultural y felicidad.

2.2.2.1 La felicidad en el capitalismo del siglo XX.

Tras el emerger del capitalismo, definido por Giddens (2011) como el “sistema de producción de mercancías centrado en la relación entre la propiedad privada de capital y una mano de obra asalariada desposeída de propiedad” (p.60), las condiciones de vida del hombre y por consiguiente su relación con la felicidad experimentaron un importante giro a manos de aquel sistema económico que se consolidó, según el autor citado anteriormente, como la fuerza configuradora del orden social moderno.

Ello lo observó el filósofo alemán Karl Marx, quien, como describe Erich Fromm en el texto *Marx y su concepto del hombre*, argumentó que ocurría una deshumanización del individuo ejercida por el sistema capitalista a través del trabajo. Este último ya no expresaba las facultades del individuo, sino que se reducía a la mera producción de un bien mercantil que le era totalmente ajeno al trabajador. De ello resulta la enajenación, por la cual el hombre “no se realiza en su trabajo sino que se niega, experimenta una sensación de malestar más que de bienestar, no desarrolla libremente sus energías mentales y físicas, sino que se encuentra físicamente exhausto y mentalmente abatido...” (Fromm, 1962, p.33).

De modo que para el siglo XIX, la felicidad enfrentaría un gran obstáculo: el malestar desprendido de la producción de objetos materiales en un contexto esclavizante y falto de humanidad.

El capitalismo vio la oportunidad de beneficiarse de ese alejamiento que provocó entre el ser humano y la felicidad. Según Fabiana Parra, doctora en filosofía por la Universidad Nacional de La Plata, aquello fue posible a causa de la ideología y discursividad con que ha logrado establecer su versión de la felicidad como “lo deseable” para toda la sociedad. Es más, su éxito ha sido tal que “desde los primeros años de vida se busca inculcar a los sujetos la idea de que la felicidad es uno de los máximos objetivos a seguir, que desear ser felices es el horizonte que debe direccionar toda existencia”, afirma Parra (2022).

Para alcanzar ese horizonte, la autora argentina señaló también la suerte de procedimiento planteado para la consecución de ese ansiado fin: “casarse, formar una

familia, tener una buena profesión, lograr una determinada posición social, mantenerse joven y deseable porque deseo, felicidad y prosperidad forman una especie de tríada inseparable” (p. 7).

2.2.2.2 Industria cultural

A mediados del siglo XX, los filósofos alemanes Theodor Adorno (1903 - 1969) y Marx Horkheimer (1895 - 1973), ambos de pensamiento marxista y miembros de la Escuela de Frankfurt, gestaron el concepto de industria cultural para referirse al conjunto de bienes de carácter simbólico-culturales (libros, películas, música, revistas, cómics, etc.) fabricados bajo la lógica de la producción capitalista, esto es, convirtiendo a la cultura en mercancía, a través de técnicas de reproducción masiva para satisfacer necesidades de entretenimiento. El objetivo fue llegar a millones de consumidores usando los medios de comunicación, sometiéndolos psicológicamente y reemplazando cualquier manifestación de consciencia y autonomía por el conformismo con el statu quo capitalista, volviéndolos manipulables. En la dinámica entre industria cultural y consumidores, estos son introducidos en una relación de dependencia de mercancías que, se supuso, servirían para saciar los deseos, las necesidades que ellas mismas generan en las poblaciones. Pero eso no ocurre jamás, ya que las satisfacciones que otorgan son efímeras y provocarían el efecto contrario: el displacer de la gente con sus vidas. Es este consumo perpetuo y estéril lo que aseguraría al mercado acrecentar sus arcas de manera holgada (Amador, 2017).

En un contexto más actual, con el desarrollo de las tecnologías de la información, la industria cultural se ve nutrida por un nuevo medio de comunicación: internet. A parte de contar con la capacidad de aunar todos los formatos de los medios tradicionales: escrito, visual, sonoro y audiovisual, internet ha originado un nuevo tipo de consumidor, el prosumidor. A través de las páginas web y sobre todo en las redes sociales, el usuario de internet se configura como prosumidor, “el consumidor de información y de entretenimiento que ya no solo consume ese contenido, sino que a su vez, también lo produce, no para sí mismo, sino para que otros muchos usuarios lo consuman y puedan interactuar con él” (Mas Ares, 2019).

Así, sostiene Mas Ares, el papel pasivo de los individuos que Adorno y Horkheimer observaron pasó a ser activo. Pero nada cambió en la medida en que la dependencia entre industria cultural y consumidores se mantiene, solo que estos, ahora prosumidores, creadores de contenido, engrosan por sí mismos el caudal de mercancías

culturales que circulan por internet y todavía en los medios de comunicación tradicionales.

2.2.2.3 Capitalismo de las emociones

El término “capitalismo emocional” apareció por primera vez en *Inquietudes Congeladas*, texto de la socióloga franco-israelí Eva Illouz publicado en 2007. En aquel trabajo la autora planteó las formas con que el capitalismo incide en la formación de la subjetividad contemporánea, partiendo de las observaciones marxistas y culturales de Adorno y Horkheimer. De ahí que lo defina como:

una cultura en la que las prácticas y los discursos emocionales y económicos se configuran mutuamente y producen lo que considero un amplio movimiento en el que el afecto se convierte en un aspecto esencial del comportamiento económico y en el que la vida emocional -sobre todo la de la clase media- sigue la lógica del intercambio y las relaciones económicas. (Illouz, 2007, p. 19)

Es decir, la vida emocional goza de importancia expresa y clave dentro de las dinámicas de consumo en el marco del sistema capitalista. Illouz estableció el origen de esto en la penetración que Freud tuvo con su psicoanálisis en la cultura de la sociedad estadounidense de principios del XX, en el marco de una serie de conferencias que fue a dar al país norteamericano y con las que renovó la visión que los sujetos tenían sobre sus relaciones individuales y sociales:

El extraordinario logro cultural de Freud consistió tanto en ampliar el campo de lo normal al incorporar en él aquello que hasta entonces había sido definido como patológico (por ejemplo, su idea de que el desarrollo sexual empieza con la homosexualidad), como en problematizar la normalidad, haciéndola así un objetivo arduo, para lograr el cual ahora hacía falta la movilización de una larga serie de recursos culturales (la heterosexualidad, por ejemplo, ya no era algo dado sino que pasaba a ser un objetivo a lograr). De esa manera... Freud postuló un nuevo tipo de normalidad con toda una nueva serie de personajes patológicos, un proyecto abierto para el yo, un objetivo indefinido pero poderoso para el yo. (pp. 27-28)

Otro hecho importante que Illouz destacó es el *boom* que la literatura de autoayuda o consejos tuvo en la década de los años 20 en tierras americanas. Con ella se dio la difusión de ideas psicológicas y normativas emocionales que configurarían un lenguaje terapéutico que permeó a la vida cotidiana. Ello debido a que los relatos

de los libros, y luego las revistas femeninas que también daban consejos, estaban revestidos por un carácter científico que transmitía confianza, ya que las fuentes que citaban provinieron de la psicología y el psicoanálisis. De modo que los lectores adoptaron y confiaron en una serie de recomendaciones generales, aunque también eran particularizables, que fuesen entendibles por todos y capaces de abarcar un amplio espectro de problemas. Tal dinámica, observó la autora, se mantiene aún hoy:

Buena parte del material cultural contemporáneo que recibimos adopta la forma de consejo, admonición y receta, y dado que en muchos lugares sociales el yo moderno se autoconstituye -extrayendo elementos de distintos repertorios culturales para decidir un rumbo-, es probable que la literatura de consejos haya desempeñado un papel importante en la conformación de los vocabularios a través de los cuales el yo se comprende a sí mismo. (p. 31)

Sin embargo, detrás de esta democratización del conocimiento psicológico operaba el interés empresarial. La maquinaria y la venta de los productos no eran lo único que preocupaba al capitalismo. En el contexto de las empresas, en las que la cooperación de todas sus partes era vital para su funcionamiento, el estado de las emociones de los empleados importaba en la medida en que estos mantuvieran la mínima sensación de bienestar para funcionar laboralmente.

Eso no sucedió en una economía americana duramente golpeada por la Gran Depresión de 1929 y la incertidumbre de la sociedad a causa de los despidos masivos e intempestivos. Entonces la ciencia acudió al rescate. Los psicólogos desarrollaron teorías y métodos para la mejoría de las relaciones humanas, lo que por consecuencia benefició sobremanera a los empresarios. Para estos últimos, la psicología trajo modos de asegurar mayores ganancias, reducir conflictos en el ámbito laboral, evitar confrontaciones entre superiores y subordinados y erradicar cualquier posible lucha de clases. Además, concluye Illouz, “resultaba atractivo a los trabajadores porque era más democrático, dado que ahora la buena dirección dependía de la personalidad y la capacidad de entender a los otros más que del privilegio innato y de la posición social” (pp. 46).

En la íntima relación entre emociones y economía, teniendo al capitalismo como intermediario, la cultura terapéutica y su narrativa se han mantenido a causa de su efectividad para cumplir con sus propósitos económicos. Prueba de esto fue la aparición y la actual consolidación de la Psicología Positiva y su discurso del

imperativo de la felicidad.

2.2.3 Psicología Positiva

2.2.3.1 Concepto, historia y características

La Psicología Positiva es definida como “el estudio científico de las experiencias positivas, los rasgos individuales positivos, las instituciones que facilitan su desarrollo y los programas que ayudan a mejorar la calidad de vida de los individuos, mientras previene o reduce la incidencia de la psicopatología” (Seligman 2005; Seligman y Csikszentmihalyi, 2000, como se citó en Contreras y Esguerra, 2006).

El término “positiva” refiere a un cambio de paradigma y orientación del tratamiento de la mente humana. Según Lupano y Castro (2010), antes de la Segunda Guerra Mundial la psicología se propuso tres fines: “curar la enfermedad mental, ayudar a las personas a tener una vida más productiva y satisfecha, e identificar y promover el talento” (p.43). Luego de la SGM y sus efectos en la psique de los individuos occidentales de posguerra, se enfocaba exclusivamente en el tratamiento de los trastornos mentales y la paliación del sufrimiento humano, es decir, lo “negativo”.

Pero para principios del siglo XXI, nombrada e impulsada -aunque ya venía desarrollándose desde los años 20 del siglo pasado- por Martin Seligman en su discurso inaugural de 1998 como presidente de la American Psychological Association (APA), la corriente de la Psicología Positiva llegaría para recuperar ese espíritu olvidado de la preguerra y proponer el estudio de “las cualidades positivas que todos los seres humanos poseen y cómo potenciarlas por medio de intervenciones basadas en evidencia empírica” (Seligman et al., 2005, como se citó en Mariñelarena-Dondena, 2012).

Mariñelarena-Dondena (2012), basándose en los entonces más recientes estudios de Seligman, señala que él y su equipo cambiaron el objeto de la corriente, que era el análisis de las cualidades positivas del individuo, para colocar a la búsqueda de felicidad como el propósito general, indicando además que hay tres maneras de alcanzarlo: “a) las emociones positivas y el placer (vida placentera); b) el compromiso (vida comprometida); y c) el significado (vida con significado)” (p.14).

En su trabajo *Psicología Positiva: Análisis desde su surgimiento*, Lupano y Castro (2010) describieron esas tres rutas para llegar a la felicidad. La primera consiste en aumentar la cantidad de emociones positivas: optimismo, alegría, placer, orgullo,

tranquilidad, confianza, entre otras. A mayor número de estas, mayor es la felicidad que el individuo sentirá. Para lograrlo existen dos técnicas denominadas *savoring* y *mindfulness*. La primera, de carácter hedonista, sugiere “saborear” el presente a través del deleite de los sentidos y la consciencia del ahora. Por su parte, la segunda consiste en focalizarse en los pensamientos y meditarlos. A través de esas dos prácticas, se pone, es posible alcanzar la felicidad.

La siguiente ruta, explican los autores, tiene que ver con el desarrollo de una vida “comprometida”, denominada también *engagement life*:

El placer se deriva del compromiso con la tarea efectiva y con la capacidad de experimentar *flow*. Se alcanza el estado de *flow* cuando una actividad absorbe al sujeto y tiene la sensación de que el tiempo se detuvo. Tal vez pueda alcanzarse el estado de *flow* mediante algún desafío en el trabajo, la lectura de un libro o al tocar un instrumento. Para alcanzar el *flow* es necesario que la tarea no sea ni muy aburrida (porque el estado de *flow* no se alcanza) ni tampoco muy estresante, porque el *flow* se pierde. Es una ecuación entre las habilidades personales y las características de la tarea. Si se es consciente de las fortalezas personales al aplicarlas en una tarea concreta se alcanza esa conexión tan particular denominada compromiso (*engagement*). El *flow* no se da de primera mano como en las emociones positivas, sino que exige esfuerzo y trabajo. (p. 48)

La última vía implica la búsqueda de sentido, la cual se inscribe en un contexto más amplio y colectivo. Se trata de aplicar las potencialidades para desarrollar la de los demás en una suerte de acto de generosidad. A través de instituciones como familia, trabajo, escuela y comunidad, el individuo da significado a su vida ayudando a los demás a ser felices.

Ante lo planteado hasta ahora, es apreciable que la Psicología Positiva pone al ser humano como artífice y responsable (autarquía) de su propia felicidad, cuya consecución es el fin de esta corriente, coincidiendo en parte con la visión de autores grecolatinos clásicos como Aristóteles y Séneca. Sin embargo, se aleja de lo planteado por los pensadores del mundo antiguo en la medida en que la virtud desaparece; y por San Agustín y su felicidad de acceso exclusivamente divino. También difiere con Kant pues este concibió a la felicidad como consecuencia de una vida regida por la moral inquebrantable y el desarrollo de las potencialidades, las cuales, trayendo a Mill, deben

beneficiar siempre al individuo como a sus semejantes. A la vez, la Psicología Positiva niega la imposibilidad de felicidad que Freud manifiesto, proponiendo un proyecto de vida volcado a solo sentir emociones positivas para ser feliz.

2.2.4. Crítica a la Psicología Positiva

2.2.4.1 Individualismo feliz

Para los críticos de la Psicología Positiva, concretamente Edgar Cabanas y José Carlos Sánchez, doctores en psicología, se trata más bien de una forma de individualismo “positivo” que se funda en un discurso terapéutico de carácter cientificista, es decir, está revestido por la creencia de que la ciencia es la única forma válida de conocimiento y que puede resolver, de manera general, todos nuestros problemas o al menos los más significativos (Radnitzky, 1973).

Los académicos españoles identificaron cinco rasgos característicos del discurso de dicho individualismo, los cuales son condensados en las líneas siguientes. Según Cabanas y Sánchez (2012, p.173), el individuo influido por los preceptos de la Psicología Positiva:

- 1) Tiene a la búsqueda de felicidad como objetivo universal y cuya consecución o fracaso corren a cuenta de él de forma exclusiva, independiente de factores externos como los otros y las circunstancias.
- 2) Se concibe como un proyecto abierto e ilimitado. Siempre podrá crecer y mejorar a través de prácticas centradas en sí mismo.
- 3) Es capaz de trazar su propio destino de acuerdo con los deseos e intereses que, una vez alcanzados, le otorgarían felicidad.
- 4) No ejecuta acciones para la transformación de su realidad, sino que configura su interpretación de esta para sentirse bien con ella.
- 5) Busca entenderse a sí mismo de forma que llegue a dar con los modos de pensar y sentir que lo hacen infeliz, para ignorarlos y adoptar los que hagan lo opuesto: llevarlo a la felicidad

En su trabajo *Las raíces de la Psicología Positiva*, Cabanas y Sánchez expusieron las múltiples críticas que esta corriente académica ha recibido por parte de varios autores desde su concepción. Advierten que las instituciones estatales, sociales y culturales (gobierno, instituciones sanitarias, academia, industria del entretenimiento, etc.) promueven en los consumidores, en sus subjetividades, las nociones de búsqueda de felicidad, ello con fines favorables para la lógica del mercado.

Observaron su poca rigurosidad y vasta insuficiencia metodológica, pues implica atribuciones de causalidad erróneas, carencias en cuanto a la medición de las emociones y escasez de estudios longitudinales. Por último, con base en Lazarus, (2003), como se citó en Cabanas y Sánchez, (2012), criticaron la diferenciación reduccionista y categórica que los psicólogos positivos hacen de las emociones positivas y negativas sin considerar el complejo proceso psicológico que las genera y modifica a lo largo de las experiencias humanas (pp. 174-175).

Por otra parte, y en consonancia con Illouz y su estudio del capitalismo emocional, señalaron que tras el *boom* de la literatura de consejos, al ciudadano occidental, en particular al estadounidense, le había quedado claro que todo lo que ocurría en su vida dependía exclusivamente de sí mismo y de cómo concibe su realidad, alejando la responsabilidad de los demás y de las condiciones político-económicas, lo que rima con la perspectiva de la Psicología Positiva:

El creciente número de predicadores, pseudopsicólogos, *coaches* y empresarios seguidores de estas ideas pregonaron sin tapujos que la riqueza, tanto como la pobreza, eran, en realidad, “condiciones voluntarias”: no eran las condiciones sociales y políticas las que, estructuralmente, hacían ricos o pobres a las personas, sino la buena o la mala gestión que cada cual hacía de “uno mismo”, de sus pensamientos, conductas y actitudes. Quien no era feliz y próspero era, bien porque no seguía al pie de la letra los consejos que estos poseedores de la llave de la felicidad y el éxito les ofrecían, bien porque no quería (p.178)

2.2.4.2 Happycracia: neoliberalismo y felicidad

Cabanas, emparejado esta vez con Eva Illouz, extendió su crítica a la Psicología Positiva en su texto Happycracia: Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestra vida. Profundizó un poco más en la caracterización de las condiciones actuales en que la felicidad se presenta como una mercancía, a partir de su descripción del neoliberalismo, que implica entre otras cosas:

La extensión implacable del campo de la economía a todas las esferas de la sociedad; la creciente imposición de criterios tecnocientíficos en las esferas política y social; el refuerzo de los principios utilitaristas de la eficacia y de la maximización de los beneficios privados; el aumento exponencial de la incertidumbre laboral, la competencia en el mercado, la toma de riesgos, y la

flexibilización y descentralización organizacional; la mercantilización creciente de las dimensiones simbólicas e inmateriales, incluidas las identidades, los sentimientos y los estilos de vida; y la consolidación de un ethos terapéutico que coloca la salud emocional y la necesidad de realización personal en el centro del progreso social y de las intervenciones institucionales (Cabanas e Illouz, 2019).

Añaden también que al neoliberalismo debe entenderse como una filosofía de naturaleza individualista que promueve al yo como el centro de la vida; y que “todos somos actores independientes y autónomos que, unidos por el libre mercado, construimos nuestro propio destino haciendo sociedad por el camino” Aschoff (2015), como se citó en Cabanas e Illouz, (2019).

No es de extrañar, por tanto, que la felicidad y su búsqueda gocen de un lugar privilegiado en las sociedades neoliberales individualistas contemporáneas. Y esa felicidad no es otra que la propuesta por la Psicología Positiva, que, recordando, plantea al individuo como un proyecto abierto para autorrealizarse y conseguir la felicidad aislado de las condiciones sociales y los demás.

La felicidad se concibió como un activo primordial para la vida, y su consecución es un objetivo que podría alcanzarse mediante el consumo de mercancías emocionales, esto es “servicios, terapias y productos manufacturados y consumidos como técnicas científicas para la gestión de los afectos con el fin de efectuar un cierto tipo de transformación psicológica y personal” (Cabanas e Illouz, 2019, p.122).

Con respecto a dichas técnicas, sus contenidos no son otra cosa que recetas fáciles, llenas de promesas de bienestar que ayudan a

racionalizar los fracasos de una forma más positiva y productiva, a recobrar la motivación y confianza en uno mismo, a persistir en la orientación a metas incluso en momentos de flaqueza o a cultivar expectativas más optimistas sobre uno mismo... (p.125)

Los psicólogos positivos, como señalaron los autores de *Happycracia*, se han encargado de propagar pensamientos de culpa para los individuos no felices: estresados, solitarios, depresivos, etc., pues suponen que, al ser la felicidad algo que está al alcance de cualquiera a través del consumo, quienes no son felices se mantienen así porque “no se han esforzado lo suficiente o porque desconocen que hay una ciencia que ha encontrado las claves de la felicidad y que las ha puesto al alcance de

cualquiera” (p. 175).

El discurso de la felicidad neoliberal ha normalizado la obsesión del bienestar personal al punto de que ha generado “hipocondríacos emocionales” que viven sumamente preocupados por la idea de que “la forma más provechosa, funcional y saludable de vivir es estar continuamente preocupándose por corregir supuestas deficiencias psicológicas y por buscar nuevas y mejores formas que reporten a uno mayor felicidad” (p 145).

2.2.5. Discurso e ideología

El discurso es definible como una forma de uso del lenguaje y, al mismo tiempo, una práctica, una acción de tipo social y cultural con la intención específica de producir otros actos o situaciones de carácter social (Van Dijk, 1997).

Son estos discursos, conformados por mensajes también llamados textos, los que permiten también el asentamiento de ideologías en el tejido social -vale precisar que los textos surgen de las ideologías-, entendidas estas como los sistemas de creencias acerca de aspectos fundamentales como los modos de pensar, actuar y convivir de determinados grupos humanos y, en un nivel más elemental, cada individuo que los conforma, todo ello inserto en realidad más compleja (Van Dijk, 2005).

Y son los medios de comunicación, señaló Van Dijk, los que generan, reproducen e insertan en la opinión pública los textos y, por consiguiente, las ideologías constitutivas de la vida social (Van Dijk, 2001).

2.2.6. Redes sociales y centennials

Las redes sociales son entornos virtuales paralelos a la realidad, en los que se origina un “acto experiencial, donde el sujeto habita, se autodefine, se relaciona, llega a ser una o más identidades que habitan la red” (Del Prete y Rendon, 2020).

Respecto a los textos, Pablo Tesoriere, académico de la Facultad de Diseño y Comunicación, de la Universidad de Palermo, indicó que son los de tipo audiovisual los que predominan en estas plataformas digitales, pues “una imagen se percibe más rápido que cualquier otro tipo de contenido... Para la creciente presión de información de la era digital, la función principal es llamar la atención de los clientes lo más rápido posible y lograr que ésta sea permanente” (Tesoriere, 2021).

La audiencia receptora de aquellos textos son en su mayoría los *centennials*. El neologismo “*centennial*” refiere a los individuos nacidos entre 1997-2012 (Dimock,

2019), quienes están sumamente familiarizados con el uso de redes sociales, pues “han crecido en un entorno digital y están altamente conectados a través de las redes sociales, plataformas en línea y dispositivos”, afirman Cabrera et al. (2023).

CAPITULO III

Metodología

3.1 Enfoque

La naturaleza de este trabajo fue de carácter exploratorio-descriptivo. Se desarrolló sobre los propósitos de indagar teóricamente el imperativo de la felicidad y describir el impacto de este en los *centennials* como un discurso que se hace presente de manera masiva en la red social TikTok.

Para ello se decidió emplear el enfoque cualitativo de investigación, pues lo que se buscó fue entender un fenómeno que tiene lugar en la sociedad contemporánea a través de internet, por medio de observación y recolección de datos significativos de individuos para su interpretación (Vega et al., 2014). Sobre esto, según Hernández et al. (2014), la metodología cualitativa fue idónea ya que permite “examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significado” (p. 358).

3.2 Objetivos

3.2.1 *Objetivo general*

Establecer la presencia del imperativo de felicidad contemporáneo en los vídeos de TikTok ubicados por hashtags relacionados con la felicidad, y contrastarlo con la percepción que el consumidor *centennial* de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil de entre 18 y 27 años tiene al respecto.

3.2.2 *Objetivos específicos*

Caracterizar el imperativo de felicidad de la época a través de revisión bibliográfica.

Determinar los discursos del imperativo de felicidad en vídeos de TikTok a partir del análisis temático de dichos vídeos, ubicados por hashtags que expresen conceptos de felicidad.

Contrastar el discurso del imperativo de felicidad encontrado en TikTok con la percepción personal que el *centennial* de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil de entre 18 y 27 años tiene acerca de la felicidad, mediante un grupo focal.

Precisar y validar los resultados obtenidos de la investigación a partir de la consulta a un experto de psicología clínica y uno de comunicación

3.3 Formulación de las preguntas de investigación

En estrecha relación con los objetivos planteados, las siguientes preguntas de investigación explorarán en profundidad y con orden la problemática abordada:

¿Cómo se manifiesta el imperativo de felicidad de la época en los vídeos más virales de TikTok propuestos?

¿Qué percepciones tienen los consumidores *centennials* de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil acerca de la felicidad y de los contenidos sobre el imperativo de felicidad propuestos en TikTok?

¿Qué opina el experto en psicología en torno del imperativo de felicidad y su incidencia?

¿Cuáles son las observaciones del experto en comunicación acerca del rol de las redes sociales como difusoras masivas de discursos?

3.4 Alcance

Este trabajo de investigación tuvo un alcance interpretativo que permite ahondar en las percepciones que estudiantes *centennials* de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, pertenecientes a las carreras de Cine, Comunicación, Psicología y Economía, tuvieron en torno al discurso del imperativo de felicidad que se divulga en TikTok. De ello resultó la observación de la forma en que el discurso de felicidad había incidido, o no, en sus subjetividades.

Con respecto al alcance geo-temporal, la investigación se llevó a cabo en Guayaquil, Ecuador. Analizó las experiencias compartidas en la sesión de grupo focal ejecutada en agosto de 2024, contrastadas con la versión del discurso del imperativo de felicidad observada a partir del análisis temático de los contenidos de TikTok. Al resultado de la contrastación, los expertos en psicología y comunicación brindaron sus perspectivas profesionales en el marco de la interdisciplinariedad que se manifestó en este trabajo.

3.5 Diseño de investigación

3.5.1 Técnicas de investigación

3.5.1.1 Investigación bibliográfica

La base de esta técnica es la recopilación, selección y utilización de fuentes de información: libros, artículos, documentales, periódicos, etc. Su propósito es articular y dirigir la investigación “relacionando datos ya existentes que proceden de distintas

fuentes y proporcionando una visión panorámica y sistemática de una determinada cuestión elaborada en múltiples fuentes dispersas" (Barraza, 2018, como fue citado en Reyes y Carmona, 2020).

Esta herramienta de investigación sirvió para caracterizar el discurso de la felicidad de forma histórica, desde los tiempos clásicos grecolatinos, pasando por la edad media y modernidad hasta el capitalismo emocional y neoliberalismo. A propósito de esta etapa, la consulta de referentes permitió abordar la aparición de la Psicología Positiva y la crítica que de esta se hace, teniendo como base sobre todo a los autores Edgar Cabanas y Eva Illouz. También se abordaron los temas de la industria cultural, esto desde lo propuesto por Adorno y Horkheimer, además de los conceptos de ideología, redes sociales y *centennials*. Las fuentes consultadas fueron de naturaleza filosófica, psicológica, psicoanalítica, marxista, sociológica y comunicacional, relacionadas con el objeto de estudio.

3.5.1.2 Análisis temático descriptivo

Parte del interés de la presente investigación fue establecer el discurso de felicidad contemporáneo a partir de la observación de lo dicho y mostrado en vídeos de TikTok. Se hizo a través del análisis temático, el cual consiste en la identificación de los temas presentes en distintos tipos de textos, sean estos escritos, sonoros, visuales y audiovisuales.

Piñuel (2002) en su categorización de los análisis temáticos, estableció que aquel de tipo descriptivo sirve para "identificar y catalogar el contenido del texto mediante la definición de categorías o clases de elementos", lo cual resultó oportuno para los objetivos de este trabajo.

Por último, para definir dichas categorías, o temas, este análisis temático descriptivo fue de carácter inductivo, es decir, "parte de las lecturas mismas de los artículos y trata de identificar los ejes o categorías temáticas principales frente a los cuales gira cada artículo" (Arbeláez y Onrubia, 2014); con «artículo», los autores refieren a los textos publicados en la revista que analizaron para su trabajo aquí citado. Estos textos serían para esta investigación los vídeos de TikTok.

A partir de los temas surgidos del análisis temático inductivo se elaboró una descripción de la noción que en TikTok se tiene sobre la felicidad, la cual fue comparada con los datos obtenidos mediante las otras técnicas utilizadas: grupo focal y entrevistas a expertos.

El procedimiento planteado para el desarrollo del análisis temático tuvo base en la propuesta metodológica que las doctoras en psicología Virginia Braun y Victoria Clarke desarrollan en su trabajo *Using thematic analysis in psychology*. Propusieron seis fases (Braun y Clarke, 2006):

- 1) Tras la recopilación de los datos, que normalmente consisten en palabras transcritas de entrevistas -en el caso de este trabajo, vídeos de TikTok-, el investigador deberá familiarizarse con ellos mediante la lectura y relectura.
- 2) Sigue la generación de códigos iniciales, aquellas frases que por sí solas se relacionan semánticamente con el objeto de estudio de la investigación
- 3) Se identifican patrones coherentes para unir y clasificar los códigos como temas potenciales
- 4) Los temas potenciales obtenidos se contrastan con el conjunto de temas definidos a partir de la teoría. Aquí los temas pueden o no coincidir, llevando al investigador a tomar decisiones como considerar que un tema potencial encaja rotundamente en el teórico o la generación de un nuevo tema que aúne a ambos
- 5) Los temas finales son aquellos que fueron revisados, reformulados, de ser necesario, y definidos
- 6) Se elabora un informe a modo de relato sobre los hallazgos temáticos en cada vídeo

Para efectos prácticos y debido a su semejanza con lo que se expone en el capítulo IV de esta investigación, la fase seis del proceso no fue incluida en la ficha de análisis y pasó a ser utilizada en la discusión de resultados.

Al tomar como base lo desarrollado en el marco teórico acerca de la Psicología Positiva y su crítica, se definieron cinco temas teóricos o categorías para contrastar los hallazgos obtenidos tras la aplicación del análisis temático, tal como se establece en la fase cuatro del procedimiento recién planteado. Estos fueron:

- 1) Elección: Ser feliz es algo que el individuo decide de manera consciente y expresa
- 2) Individualismo: El individuo es el único responsable de su felicidad, se aparta de los otros, incluidas las instituciones sociales y estatales, en su búsqueda de felicidad
- 3) Autosuficiencia: Cree que solo a través de sus capacidades y acciones

puede alcanzar su felicidad, sin ayuda de nadie. Su felicidad está dentro de sí

- 4) *Savoring*: El presente es más importante que el pasado y futuro, y lo “saborea”, disfruta
- 5) Realidad intacta: No tiene interés en cambiar las condiciones de la realidad en que vive, piensa que eso no es necesario para ser feliz, pues es él lo que debe cambiar

A diferencia del muestreo cuantitativo convencional, que se lleva a cabo a partir de numerosas fórmulas matemáticas y estadísticas aplicadas a cantidades relativamente importantes, el de tipo cualitativo presenta características diferentes. Una de ellas es que su foco no está en el tamaño de la muestra:

En los estudios cualitativos el tamaño de muestra no es importante desde una perspectiva probabilística, pues el interés del investigador no es generalizar los resultados de su estudio a una población más amplia. Lo que se busca en la indagación cualitativa es profundidad. Nos conciernen casos o unidades (participantes, organizaciones, manifestaciones humanas, eventos, animales, hechos, etc.) que nos ayuden a entender el fenómeno de estudio y a responder a las preguntas de investigación. (Hernández et al., 2014, p. 384)

De ahí que, según los mismos autores, las investigaciones cualitativas, como esta, puedan valerse de tres criterios para seleccionar el tamaño de la muestra:

- 1) Capacidad operativa de recolección y análisis (el número de casos que podemos manejar de manera realista y de acuerdo con los recursos que tenemos).
- 2) El entendimiento del fenómeno (el número de casos que nos permitan responder a las preguntas de investigación, que más adelante se denominará “saturación de categorías”).
- 3) La naturaleza del fenómeno en análisis (si los casos o unidades son frecuentes y accesibles o no, si recolectar la información correspondiente lleva poco o mucho tiempo) (p. 384).

La muestra fue constituida por 10 vídeos de TikTok seleccionados a partir de búsquedas realizadas con el hashtag #felicidad, teniendo en cuenta dos consideraciones:

- 1) Que los vídeos presenten una explicación o perspectiva desarrolladas en

torno a la felicidad: conceptos, características, formas de lograrla, la búsqueda de esta

- 2) Mayor número de visitas. El porqué de esto es el alcance de las piezas, el cual es determinable por medio del número de visitas que obtienen en la red social, así, a mayores cifras de visitas, mayor es su alcance y la probabilidad de impacto en la subjetividad.

Hubo observaciones adicionales en torno del tamaño de la muestra. Tan solo el hashtag “#felicidad” arrojó más de cuatro millones de resultados; mientras que la búsqueda por frases concretas como “qué es felicidad” o “concepto de felicidad” entregó decenas de vídeos pero con visualizaciones muy inferiores, lo que se traduce en menor alcance y por tanto probabilidad de impacto en la subjetividad de las audiencias.

También vale mencionar que el buscador de TikTok presentó fallas a la hora de arrojar resultados ofreciendo vídeos que no trataban la felicidad, pero que usaban el hashtag #felicidad para, probablemente, acaparar la mayor audiencia posible.

Por último, al momento de analizar los vídeos, el autor de esta investigación se percató de la presencia de saturación de categorías, la cual se da “cuando después de analizar múltiples casos ya no encontramos información novedosa” (p.419).

Todas esas circunstancias influyeron en la determinación del tamaño de muestra y la selección de los vídeos de forma manual.

3.5.1.3 Grupo focal

En la misma línea cualitativa, tomando la perspectiva de Medina et al. (2023), el grupo focal permite obtener de primera mano las experiencias que los individuos tienen con un determinado producto, idea o situación, esto a fin de contrastarlas y comprenderlas.

El desarrollado para esta investigación tuvo lugar en un ambiente controlado por un moderador, en este caso, el autor de la investigación. Los miembros fueron cinco, entre hombres y mujeres, de 18 a 27 años, pertenecientes a las carreras de Psicología, Economía, Comunicación y Cine de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

La sesión fue online, mediante la plataforma de videoconferencias Zoom, debido a limitaciones en cuanto a disponibilidad horaria y ubicación de los participantes, pues hubo propuestas de convocatoria presencial a las que la mayoría de

los miembros no pudieron asistir debido a sus responsabilidades académicas o laborales.

La elección de edades se fundamentó, retomando lo planteado en el marco teórico, en que son los *centennials* quienes están sumamente familiarizados con el uso de redes sociales y son la audiencia predominante de estas, por tanto, quienes más consumen contenido de redes sociales. Además, el informe Ecuador Estado digital Febrero 2024, elaborado por la consultora de marketing Mentinno, establece que el 69,17 % de los usuarios con mayor presencia en TikTok pertenece a dicho rango de edades (Del Alcázar, 2024).

El grupo focal inició con el moderador preguntando a cada uno por su propio concepto de felicidad. Luego se cambió la dinámica a una de “micrófono abierto” para dar libertad de intervención y dinamizar la actividad. Luego se les proyectó parte de la muestra usada para el análisis temático. Esto después de que ellos comentasen sus ideas sobre el tema, para evitar sugerencias en los miembros.

3.5.1.4 Entrevistas a expertos

En consonancia con el enfoque cualitativo, la entrevista es un recurso de investigación idóneo debido a su utilidad para la indagación de experiencias, opiniones y comportamientos (Medina et al., 2023).

Los entrevistados fueron Blanca Nájera, psicóloga clínica por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, y Ramón Murillo, licenciado en Comunicación Social por la misma institución. La pertinencia de estas elecciones radicó en que ambos trabajan de cerca con *centennials*, Por un lado, Blanca es consejera estudiantil de su universidad; mientras que Ramón codirige y desarrolla el Festival Intercolegial de Cine de Guayaquil, lo que le permite mantener cercanía con las nuevas generaciones y los fenómenos comunicacionales que experimentan en redes sociales.

Nájera proveyó su criterio profesional con observaciones sobre los resultados del análisis temático y el grupo focal, así como su percepción sobre la Psicología Positiva y recomendaciones para los consumidores del discurso del imperativo de felicidad. Murillo abonó a la investigación por medio de sus posturas en cuanto al papel que las redes sociales cumplen como difusoras de contenidos y discursos; y de consideraciones acerca de la libertad de expresión detrás de la creación de contenidos en línea.

3.5.1.5 Triangulación de datos

En el marco de las investigaciones cualitativas, al no trabajar con datos objetivos, sino más bien con datos de tipo subjetivo recolectados de, por ejemplo, entrevistas y observaciones, la técnica de triangulación de datos permite aunar técnicas de investigación a fin de obtener una interpretación global y válida de los resultados obtenidos con ellas por separado (Okuda y Gómez, 2005). Por tanto, los datos logrados de las técnicas de investigación bibliográfica, análisis temático descriptivo, grupo focal y entrevistas a expertos, se complementaron entre sí durante la elaboración de un análisis de resultados íntegro.

3.5.2 Instrumentos de investigación

3.5.2.1 Ficha para análisis temático

Usuario que subió el vídeo	En este espacio se colocó el nombre de la cuenta que posteo el vídeo, el cual no necesariamente fue quien produjo el discurso
Descripción de la cuenta	En este espacio se distinguió el tipo de cuenta: creador de contenido; coach; profesional de la salud mental, etc.
Captura del vídeo	ídem
Duración del vídeo	ídem
Enlace del vídeo	ídem
Descripción del vídeo	El texto que acompañó al vídeo, escrito por el autor de la publicación, que pudo contener hashtags y emojis
Identificación de autor de los mensajes	¿Quién es el autor del discurso?
Profesional de la salud mental	¿El autor de los mensajes es un profesional de la salud mental?
Elementos sonoros	Uso de música, narración
Elementos visuales	Uso de vídeos, fotografías, textos, dibujos

Número de Visualizaciones (V); “Me gusta” (MG); Comentarios (C); Guardados (G) Compartidos (Co)	Métricas de cada vídeo
Transcripción del vídeo Descripción del discurso verbal, palabra por palabra	
Códigos Palabras clave de la transcripción que guardan relación semántica con el objeto de estudio, el imperativo de felicidad contemporáneo que se difunde en TikTok. Ejemplo: 1. Quiérete - valorarse - amarse a uno mismo Los términos “Quererse”, “valorarse”, y “amarse” conforman un tema potencial, identificado con el numeral 1. Como todos refieren la apreciación que el sujeto hace de sí mismo, el tema potencial puede ser denominado como “Amor propio”. Luego se compara el tema potencial con los temas teóricos para ver si coinciden o difieren. Si el tema potencial es muy parecido o igual al teórico, se lo integra a este y se pasa a usar el nombre del tema teórico.	
Temas potenciales Surgidos a partir del análisis y agrupación de los códigos 1. Amor propio	Temas teóricos Propuestos a partir de la teoría consultada para el trabajo 1) Individualismo 2) Autovaloración positiva

Temas finales

Son los temas resultantes de la comparación entre los potenciales y los teóricos.

3.5.2.2 Temario para grupo focal

- Concepto propio de felicidad
- La felicidad como el objetivo de vida
- Contraste entre el concepto de felicidad de TikTok y el propio
- Importancia de los factores externos en la consecución de la felicidad
- ¿Hay métodos para la felicidad?
- Influencia de las redes sociales en el concepto propio de felicidad

3.5.2.2. Cuestionarios para entrevistas a expertos

Cuestionario – Blanca Nájera – Psicóloga clínica

- ¿Cómo se concibe la felicidad dentro de la Psicología?
- ¿Qué efectos en la subjetividad puede provocar el consumo del discurso del imperativo de felicidad?
- ¿Qué recomendaciones daría a los *centennials* expuestos a este discurso?

Cuestionario – Ramón Murillo – Comunicador

- ¿Cuál es el papel que las redes sociales juegan en la difusión de discursos?
- ¿Cómo es la relación de consumo de contenido digital que los *centennials* mantienen con las redes sociales?

3.5.2 Tratamiento de la información

El análisis temático de los 10 vídeos de TikTok permitió la identificación de los temas teóricos y potenciales presentes en cada uno y el número de veces que se repetían, de lo cual prosiguió el establecer la presencia del discurso del imperativo de felicidad TikTok y su descripción. Se distinguió, dentro de lo posible, la identidad de quienes publicaron las piezas audiovisuales, es decir, los creadores de contenido digital, y la de quienes eran los autores de los discursos emitidos, ya que los vídeos variaron entre mostrar personas hablando directamente a la cámara y extractos de entrevistas y sesiones de podcasts de terceros. Además, se observó si los creadores de contenido o los autores eran profesionales de la salud mental o no. En lo que respecta al formato, se tomó en consideración qué elementos de audio y video fueron usados.

Por último se recolectó las métricas de cada vídeo para la determinación del éxito en cuanto a alcance.

Con el grupo focal se indagó los criterios que los *centennials* de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil tienen sobre qué es la felicidad; si conseguir la felicidad es el objetivo primordial de la vida; la existencia de métodos o fórmulas para ser felices; la importancia de las condiciones de vida externas al ser humano en esa búsqueda; el contraste entre su propia visión sobre la felicidad y el discurso de TikTok; y, de haberla, la influencia que las redes sociales han tenido en su percepción sobre felicidad.

En las entrevistas a expertos, Blanca Nájera comentó los resultados del análisis temático y las percepciones de los *centennials* estudiados, otorgando apreciaciones y las posibles razones de ello. Por su parte, Ramón Murillo se encargó de reflexionar sobre la gran capacidad que las redes sociales tienen de difundir discursos, la relación entre RR.SS. y *centennials* y el sentido de responsabilidad que debería tenerse al momento de publicarlos, sobre todo si se es un comunicador profesional.

Todo lo comentado en este punto se tomó como materia prima para el proceso de triangulación de resultados entre análisis temático y los temas identificados, grupo focal y las percepciones de sus participantes y los criterios de los expertos consultados.

CAPÍTULO IV

Informe de investigación

4.1 Resultados y discusión

4.1.1. Resultados del análisis temático

4.1.1.1. Métricas

Un aspecto clave en cuanto al éxito de los discursos en TikTok es, como en otras redes sociales, el número de vistas que los vídeos obtienen. Si bien aún no se ha establecido un rango que indique cuántas visitas representan un alcance o impacto óptimo del audiovisual en la audiencia, los creadores de contenido y las páginas web de agencias de manejo de redes sociales, como High Social, mencionan que un vídeo con entre 100,000 y 1,000,000 de visualizaciones puede ser considerado como exitoso (Howell, 2024).

A partir de ello, en cuanto a datos numéricos sacados de la muestra analizada, se puede decir que el discurso del imperativo de felicidad en TikTok fue exitoso en la medida en que se tuvo un promedio de 3,82 millones de visitas por cada vídeo, siendo el más visto aquel con 7,3 millones (Vídeo de TikTok #1) mientras que el menos visto tuvo 1,2 millones de reproducciones (Vídeo de TikTok #10). La numeración usada para nombrar los vídeos de la muestra es de tipo descendente según el número de vistas.

Hubo 18,696 comentarios totales, los cuales, a partir de una revisión rápida, concordaron con los discursos emitidos en los vídeos; fueron muy pocos los que representaban una postura cuestionadora o contraria.

4.1.1.2. Formato, contenido audiovisual y duración

Los vídeos eran de orientación vertical. Mostraban videoblogs, animaciones 2D, imágenes estáticas, tomas exteriores de ciudades modernas, extractos de entrevistas, conferencias de *coaching* y sesiones de podcasts.

Todos contaron con texto en pantalla que iba siguiendo el relato de los audios directos y las narraciones superpuestas.

El aspecto sonoro se distribuyó mayormente en audio directo de los videoblogs y los extractos de entrevistas, sesiones de podcasts y conferencias; y en narraciones superpuestas, dentro de las cuales hubo extractos de audio que parecían no haber sido grabados para el vídeo, sino sacados de otros contenidos.

El promedio de duración de los vídeos fue de 59.9 segundos, con un tiempo mínimo de 10 segundos (vídeo de TikTok #5) y un máximo de 2 minutos y 5 segundos (vídeo de TikTok #4). El vídeo más visto duró 1 minuto y 11 segundos; mientras el de menores visualizaciones llegó a 34 segundos de metraje.

4.1.1.3. Autores y creadores de contenido

Apenas dos (#8 y #10) de los diez vídeos contaron con un profesional de la salud mental como autor del relato expuesto. En el primer caso se trató de Tal Ben – Shahaar, psicólogo positivo estadounidense cuyas ideas fueron referenciadas por el creador de contenido Doctor.Negrete, el cual hizo comentarios aprobadores de lo expuesto. En el #10 fue Pilar Sordo, psicóloga y conferencista chilena, quien compartió sus reflexiones en torno de la felicidad a la audiencia de lo que pareció ser una de sus conferencias.

El resto de perfiles, los seis que se pudieron identificar, consistió en individuos que no eran profesionales de la salud mental: dos conferencistas motivacionales (vídeos #2 y #3), un coach motivacional (#4), un músico (#1) y dos creadores de contenido (#6 y #9).

4.1.1.4. Caracterización de los discursos de TikTok

Sobre el discurso del imperativo de felicidad, este se manifestó en los 10 vídeos a través de sus temas teóricos. El individualismo y la autosuficiencia se encontraron en nueve vídeos. El décimo vídeo no presentó explícitamente los temas de individualismo y autosuficiencia, sin embargo, sí mostró otros que coinciden con los surgidos del análisis. Además del individualismo y la autosuficiencia como temas teóricos básicos y comunes en la muestra, los otros tres temas teóricos aparecieron en las siguientes cantidades: *savoring* (4 vídeos), elección (3), realidad intacta (1).

De los temas obtenidos a partir de la aplicación del análisis, se tienen a amor propio (3), búsqueda de paz/paz interior (3), vínculos interpersonales (3), relato autorreferencial (2) corazón guía (2), gratitud (2). El resto de temas solo se presentan una vez: Acciones en beneficio del otro; entrega total; desprendimiento de sentimientos negativos hacia el otro; éxito; relajamiento; vida en pareja; transformación; madurez; amor; ejercitarse; ser productivo; crecimiento personal; resiliencia; estado de felicidad perpetuo; y distinción de la felicidad.

Tabla 1
Ficha de análisis de vídeo de TikTok #1

Usuario que subió el vídeo	fuera.de.la.caja
Descripción de la cuenta	“Frases, entrevistas y pensamientos para impulsar tu crecimiento personal”
Captura del vídeo	
Enlace del vídeo	https://www.tiktok.com/@fuera.de.la.caja/video/7337870490821872901?q=que%20es%20la%20felicidad&t=1723604818235
Descripción del vídeo	La felicidad es... 😊 🤝 #amor #felicidad #valor #foryou
Duración del vídeo	1 minuto y 11 segundos
Identificación de autor de los mensajes	Espinoza Paz, músico mexicano
Profesional de la salud mental	No
Elementos sonoros	- Música - Voz directa
Elementos visuales	- Texto en pantalla - Vídeo de una sesión de podcast
Número de Visualizaciones (V); “Me gusta” (MG); Comentarios (C); Guardados (G) Compartidos (Co)	V: 7,3 millones MG: 336,200 C: 3454 G: 56,800 Co: 105,900

Transcripción del vídeo

Lo más parecido a la felicidad es que puedas unir tu vida con alguien y te la pases bien. Esa es la felicidad. Esa es la felicidad. La felicidad no es cuánto ames al que está enfrente de ti. La felicidad es cuánto se ame él y cuánto te ames tú. Esa es la felicidad. Porque cuando tú te amas no pides ni das. Porque cuando tú te ames encontrarás a alguien que se ame y no te va a pedir nada, por lo tanto nada tienes que dar. Tú no necesitas ni necesita. Es bien simple. Nunca he leído un libro en mi vida, eh. No me preguntes por libros; nunca he leído. Pero es simple lógica. No fui a la escuela tampoco. Pero es simple lógica. Sientes algo por ti, te amas, por lo tanto no necesitas nada, y vas a estar con alguien por elección, no por necesidad, nunca por necesidad. Yo soy la persona con la que más me gusta estar. Yo lo único que voy a hacer contigo es hacer que te la pases lo suficiente bien conmigo. Pero no soy responsable de que te la pases bien contigo. Y el problema de las personas es que no se la pasan bien con ellos mismos. Porque yo puedo hacer por ti hasta un límite de cosas, pero hay cosas que yo no puedo controlar: el que estés bien contigo; el que te guste estar contigo; el que cuando yo no esté lo aceptes, lo entiendas y tu vida siga siendo bonita. Aunque a mí... Oye, si me hablas y me dices “mi amor, me viene a La Roma con mi amiga fulano y nos la estamos pasando con madre”... Hay raza que se enoja. Y oye, yo me va a dar un montón de gusto. ¿Sí me explico? Yo voy a decir “Qué bueno”. Porque yo estoy en una entrevista en la caminera y me la estoy pasando también bien bonito. ¿Sí me explico? Y si me dices que no te la estás pasando bien, ahí es donde yo no puedo controlar eso. Entonces es importante llegar felices a donde vayamos, para no pedir, porque cuando se van se llevan lo que te dan y te quedas igual.

Códigos

- 1) ‘Lo más parecido a la felicidad es...unir tu vida con alguien’
- 2) ‘Yo puedo hacer por ti hasta un límite de cosas’ - ‘Hacer que te la pases bien conmigo’
- 3) ‘Felicidad es cuánto te ames tú’ - ‘Felicidad es cuánto se ame él’ - ‘Yo soy la persona con la que más me gusta estar’
- 4) ‘Alguien que se ame no te va a pedir nada’ - ‘Nada tienes que dar’ - ‘Cuando tú te amas no pides ni das’ - ‘Te amas, por tanto no necesitas nada’ - ‘Estar con alguien por elección y no por necesidad’ - ‘No pedir porque cuando se van se llevan lo que te dan y te quedas igual’
- 5) ‘No soy responsable de que te la pases bien contigo’ - ‘Si me dices que no te la estás pasando bien, ahí es donde yo no puedo controlar eso’ - ‘Hay cosas que yo no puedo controlar: el que estés bien contigo, el que te guste estar contigo’ - ‘El problema de las personas es que no se la pasan bien con ellos mismos’

Temas potenciales

- 1) Vida en pareja
- 2) Acciones en beneficio de otros

Temas teóricos

- Elección
- Individualismo

3) Amor propio 4) Independencia de factores externos 5) No ser responsable del otro	<ul style="list-style-type: none"> ● Autosuficiencia ● <i>Savoring</i> ● Realidad intacta
<p>Temas finales</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Individualismo (integra a No ser responsable de otro) ● Autosuficiencia (Integra a Independencia de factores externos) <ul style="list-style-type: none"> ● Amor propio ● Acciones en beneficio del otro ● Vida en pareja 	

El discurso arrancó admitiendo que para ser feliz se necesitaría de alguien más con quien “unir la vida”. Esta unión, sin embargo, entrañó un distanciamiento. Si bien el individuo se encuentra inserto en un vínculo amoroso, no necesitaría nada del otro ni este de él; ninguno respondería por la otra parte. En ningún momento se habló de un “nosotros”, hubo una clara diferencia entre el yo y el otro al haber usado expresiones como “Felicidad es cuánto te ames tú” y “Felicidad es cuánto se ame él”. En ese distanciamiento fueron observables el individualismo, pues también se expresó el no responsabilizarse del otro, y la autosuficiencia, ya que el individuo sería independiente de quienes lo rodean.

Sin embargo, y en contradicción con lo planteado al comienzo del vídeo, en el mismo relato la expresión “Yo puedo hacer por ti hasta un límite de cosas” evidenció la posibilidad de dependencia en algún grado, aunque esta tenga un límite.

El amor propio sería vital para la búsqueda de felicidad puesto que esta es definida por él: “Felicidad es cuánto te ames tú”.

Tabla 2
Ficha de análisis de vídeo de TikTok #2

Usuario que subió el vídeo	mindset.goated
Descripción de la cuenta	Inspiring You To Achieve Greatness 
Captura del vídeo	
Enlace del vídeo	https://www.tiktok.com/@mindset.goated/video/7243512062868016410
Descripción del vídeo	Los 3 pasos a la felicidad- #tdjakes #steveharvey #happiness #happinessquotes #happinesstips
Duración del vídeo	1 minuto y 10 segundos
Identificación de autor de los mensajes	Thomas Dexter Jakes, pastor cristiano y conferencista
Profesional de la salud mental	No
Elementos sonoros	Música Voz directa
Elementos visuales	Texto en pantalla Vídeo de entrevista a T. D. Jakes

Número de Visualizaciones (V); “Me gusta” (MG); Comentarios (C); Guardados (G) Compartidos (Co)	V: 6,6 millones MG: 439,300 C: 3768 G: 83,800 Co: 112,000
--	--

Transcripción del vídeo

Steve Harvey: ¿Qué debo hacer para ser feliz?

T.D. Jakes: Número uno: tienes que apropiarte de tu propia felicidad. Tus hijos no te harán feliz. Tu esposa no te hará feliz. Una gran casa no te hará feliz. Aprópiate de tu felicidad y sé responsable de hacer esas cosas que dan alegría al interior de tu corazón, independientemente de la vida, la gente y el dinero y todas esas cosas. Eso no necesariamente te dará felicidad. Debes tomar la responsabilidad de esas paz y alegría que viven dentro de tu corazón y no dentro de tus posesiones.

Lo segundo que la gente necesita hacer es desafiar su propia historia porque la gente se atormenta a sí misma por cómo ven sus vidas. Desafía tu propia historia. Cambia la forma cómo te hablas sobre quién eres, qué te pasó y qué harás en tu vida. Tú escribiste el guion, cambia la historia, cambia el diálogo.

Lo tercero pienso que es muy importante. Es disfrutar el viaje, no el destino. Muchos de nosotros retrasamos nuestra felicidad: “‘Cuando llegue a este nivel’, ‘cuando me gradúe’, ‘cuando tenga hijos’, ‘cuando me case’ entonces seré feliz”. Disfruta el camino, disfruta el proceso entero cada día que te levantas para esforzarte por lo que sea que buscas.

Yo soy un tipo orientado a los objetivos. Pero uno no celebra cuando llega a la línea de meta. Uno celebra todo el camino.

Códigos

- 1) ‘Tienes que apropiarte de tu propia felicidad’ - ‘Sé responsable de hacer esas cosas que dan alegría al interior de tu corazón’ - ‘Debes tomar la responsabilidad de esas paz y alegría que viven dentro de tu corazón y no dentro de tus posesiones’
- 2) ‘Tus hijos no te harán feliz’ - ‘Tu esposa no te hará feliz’ - ‘Una gran casa no te hará feliz’ - ‘Independientemente de la vida, la gente y el dinero, todas esas cosas. Eso no necesariamente te dará felicidad’.
- 3) ‘La gente necesita desafiar su propia historia’ - ‘La gente se atormenta a sí misma por cómo ven sus vidas’ - ‘Cambia la forma cómo te hablas sobre quién eres, qué te pasó y qué harás en tu vida’ - ‘Tú escribiste el guion, cambia la historia, cambia el diálogo’

<p>4) ‘Disfrutar el viaje, no el destino’ - ‘Retrasamos nuestra felicidad. Cuando llegue a este nivel, cuando me gradúe, cuando tenga hijos, cuando me case entonces seré feliz’ - ‘Disfruta el proceso entero cada día que te levantas para esforzarte por lo que sea que buscas’</p> <p>5) Paz... que vive dentro de tu corazón</p>	
Temas potenciales	Temas teóricos
<ol style="list-style-type: none"> 1) Apoderarse de la felicidad 2) Independencia de factores externos 3) Relato autorreferencial 4) <i>Savoring</i> 5) Paz interior 	<ul style="list-style-type: none"> ● Elección ● Individualismo ● Autosuficiencia ● <i>Savoring</i> ● Realidad intacta
Temas finales	
<ul style="list-style-type: none"> ● Individualismo (integra a Apoderarse de la felicidad) ● Autosuficiencia (integra a Independencia de factores externos) <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Savoring</i> ● Relato autorreferencial <ul style="list-style-type: none"> ● Paz interior 	

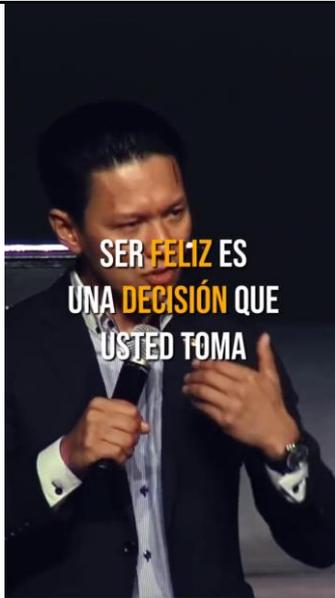
Se hizo hincapié en que la felicidad es algo de lo que uno debe hacerse cargo y nadie más, además de que los factores externos y materiales son prescindibles: “Independientemente de la vida, la gente y el dinero, todas esas cosas. Eso no necesariamente te dará felicidad”.

El disfrute del ahora estaría presente en el sentido de apreciación del proceso, el cual habría de saborearse día a día: “Disfrutar el viaje, no el destino”.

En su camino, el individuo tiene un relato sobre sí mismo, el cual, de cambiarlo o mejorarlo, podría optimizar su andar hacia la felicidad. Ese relato autorreferencial es otra manifestación de que el poder de ser feliz estaría a la mano de quien se propone.

La paz apareció como parte del proceso para ser feliz; sentirse en paz consigo mismo. No se habló de la paz con el otro.

Tabla 3
Ficha de análisis de vídeo de TikTok #3

Usuario que subió el vídeo	momentummotiv
Descripción de la cuenta	Escucha nuestro podcast “Momentum Sessions” 🐱🎧
Captura del vídeo	
Enlace del vídeo	https://www.tiktok.com/@momentummotiv/video/6919633427511774469
Descripción del vídeo	@yokoikenjidiaz#motivacion#inspiracion#momentummotiv#felicidad#autoayuda#reflexion#reflexiones#consejos#parati#yokoikenji#actitudoptimista#fyp
Duración del vídeo	38 segundos
Identificación de autor de los mensajes	Yokoi Kenji, conferencista y personalidad de internet
Profesional de la salud mental	No
Elementos sonoros	- Música - Voz directa
Elementos visuales	- Texto en pantalla - Vídeo de una conferencia motivacional de Yokoi Kenji
Número de Visualizaciones (V); “Me gusta” (MG); Comentarios (C);	V: 5,1 millones MG: 188,400 C: 488 G: 18,900

Guardados (G) Compartidos (Co)	Co: 67,600
<p style="text-align: center;">Transcripción del vídeo</p> <p>Ser feliz es una decisión que usted toma de ser feliz y punto. Primero sea feliz. Después cambiamos nuestra sociedad. No, es que la gente no es feliz. No, primero hay que ser feliz. No se le puede dar tanto poder a un gobierno como para tocar hasta nuestra felicidad. No, la felicidad es mía. Mire, no se case para ser feliz, se va a pegar una amargada dolorosa. Primero sea feliz, después se casa. Porque eso es una decisión. Una mujer no lo va a hacer feliz; un hombre no la va a hacer feliz. Toma la decisión de ser feliz.</p>	
<p style="text-align: center;">Códigos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ‘Ser feliz es una decisión que usted toma y punto’ - ‘Toma la decisión de ser feliz’ - 2) ‘La felicidad es mía’ 3) ‘No se le puede dar tanto poder a un gobierno como para tocar hasta nuestra felicidad’ - ‘Primero sea feliz, después cambiamos nuestra sociedad’ 4) ‘No se case para ser feliz, se va a pegar una amargada dolorosa’ - ‘Primero sea feliz, después se casa’ - ‘Una mujer no lo va a hacer feliz; un hombre no la va a hacer feliz’ 	
<p style="text-align: center;">Temas potenciales</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Elección 2) Individualismo 3) Realidad intacta 4) Independencia de factores externos 	<p style="text-align: center;">Temas teóricos</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Elección ● Individualismo ● Autosuficiencia ● <i>Savoring</i> ● Realidad intacta
<p style="text-align: center;">Temas finales</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Individualismo ● Autosuficiencia (íntegra Independencia de factores externos) ● Realidad intacta ● Elección 	

Esta vez, el discurso fue explícito en cuanto a que la felicidad sería una decisión consciente y arbitraria, como indica la crítica a la Psicología Positiva: “Ser feliz es una decisión que usted toma y punto”.

El aspecto de autosuficiencia vino acompañado de la idea de que la vida en pareja, contradiciendo lo que presentó el vídeo más visto, no sería capaz de hacer feliz a alguien por sí misma, lo que a su vez puso de manifiesto al individualismo. La felicidad no estaría con el otro: “No se case para ser feliz, se va a pegar una amargada dolorosa”, “Primero sea feliz, después se casa” y “Una mujer no lo va a hacer feliz; un hombre no la va a hacer feliz”.

No existió voluntad del individuo en cuanto a cambiar las circunstancias, como las sociales y gubernamentales, en que vive, expresando una supuesta independencia de ellas.

Tabla 4
Ficha de análisis de vídeo de TikTok #4

Usuario que subió el vídeo	jhonnyromeroosorio10
Descripción de la cuenta	“Desarrollo personal, mentalidad y éxito.”
Captura del vídeo	
Enlace del vídeo	https://www.tiktok.com/@jhonnyromeroosorio10/video/7322238543764393221
Descripción del vídeo	5 reglas para ser feliz 🙏 #felicidad
Duración del vídeo	2 minutos y 5 segundos
Identificación de autor de los mensajes	Jhonny Romero, coach motivacional.
Profesional de la salud mental	No
Elementos sonoros	Música Voz directa

Elementos visuales	<p>Texto en pantalla</p> <p>Vídeo de una sesión de podcast</p>
<p>Número de Visualizaciones (V);</p> <p>“Me gusta” (MG);</p> <p>Comentarios (C);</p> <p>Guardados (G)</p> <p>Compartidos (Co)</p>	<p>V: 4,9 millones</p> <p>MG: 291,100</p> <p>C: 4551</p> <p>G: 48,300</p> <p>Co: 103,600</p>
<p>Transcripción del vídeo</p> <p>Las cinco leyes de la felicidad que puedes aplicar para ser feliz desde hoy. Te pregunto ¿crees que la felicidad es algo que se persigue o que se decide? Escuché a alguien ya mayor que decía “busqué toda mi vida el éxito para ser feliz, sin darme cuenta que tenía que ser feliz para alcanzar el éxito”. La felicidad no es un destino, es el camino. Aquí te dejo cinco reglas que puedes aplicar desde hoy para ser feliz.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No odies a nadie. No guardes rencores ni resentimientos. 2. Espera menos de la gente. Disminuye tus expectativas sobre los demás y crece las propias. 3. No te preocupes más de la cuenta. No te tomes tan en serio. Relájate. 4. Da más de lo que recibes. Acostúmbrate siempre a dar la milla extra en todo lo que hagas, en tus relaciones, en tu trabajo, en tus proyectos. 5. No le des importancia a lo que otros digan o piensen de ti. En últimas, la gente siempre va a hablar, hagas las cosas bien o mal. Preocúpate por la imagen que tienes tú de ti mismo. <p>Y aquí viene mi bonus:</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Haz siempre lo que amas. Te propongo un ejercicio. Abre las notas de tu teléfono o coge un lápiz y un papel y reflexiona sobre esas cosas que te mueven el corazón. Pueden ser hobbies, emprendimientos, deportes, planes y comprométete contigo a hacerlos con más frecuencia. <p>La felicidad es una decisión. No necesitas de nada para ser feliz. Tienes que encontrar la felicidad en tu interior. Encuéntrala cuando estás solo y cuando estás acompañado. Tu vida es un viaje en el que encuentras personas que te acompañan por tramos y quizá alguna para todo el camino. Pero es tu viaje y de nadie más.</p>	
<p>Códigos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ‘Busqué toda mi vida el éxito para ser feliz, pero tenía que ser feliz para alcanzar el éxito’. 2) ‘La felicidad no es un destino, es el camino’ 3) ‘No odies a nadie. No guardes rencores ni resentimiento’ 4) ‘No te preocupes más de la cuenta. No te tomes tan en serio. Relájate’ 5) ‘Da más de lo que recibes’ - ‘Siempre a dar la milla extra en todo lo que hagas, en tus relaciones, en tu trabajo, en tus proyectos’. 	

- 6) 'No le des importancia a lo que otros digan o piensen de ti'- 'Disminuye tus expectativas sobre los demás'
- 7) 'Preocúpate por la imagen que tienes tú de ti mismo'
- 8) 'Haz siempre lo que amas' - 'Reflexiona sobre esas cosas que te mueven el corazón; hobbies, emprendimientos, deportes, planes y comprométete contigo a hacerlos con más frecuencia'
- 9) 'La felicidad es una decisión'
- 10) 'No necesitas de nada para ser feliz' - 'Tienes que encontrar la felicidad en tu interior'
- 11) 'Encuétrala cuando estás acompañado' - 'Tu vida es un viaje en el que encuentras personas que te acompañan por tramos y quizá alguna para todo el camino'
- 12) ' Pero es tu viaje y de nadie más'

Temas potenciales	Temas teóricos
<ol style="list-style-type: none"> 1) Éxito 2) <i>Savoring</i> 3) Desprendimiento de sentimientos negativos hacia el otro 4) Relajamiento 5) Entrega total 6) Ignorar el relato que el otro hace de uno 7) Relato autorreferencial 8) Corazón guía 9) Elección 10) Independencia de factores externos 11) Vínculos interpersonales 12) Individualismo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Elección ● Individualismo ● Autosuficiencia ● <i>Savoring</i> ● Realidad intacta
<p style="text-align: center;">Temas finales</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Individualismo ● Autosuficiencia (Integra a Independencia de factores externos, Ignorar el relato que el otro hace de uno) <ul style="list-style-type: none"> ● Relato autorreferencial <ul style="list-style-type: none"> ● Corazón guía <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Savoring</i> ● Vínculos interpersonales <ul style="list-style-type: none"> ● Entrega total ● Relajamiento ● Desprendimiento de sentimientos negativos hacia el otro <ul style="list-style-type: none"> ● Éxito ● Elección 	

El individualismo y la autosuficiencia volvieron a manifestarse. Esta última se expresó en cuanto a negar la necesidad del otro y promover más bien un alejamiento. No importaría lo que este diga de uno, sino lo que uno piense de sí mismo, ese relato autorreferencial.

Propuso seguir al corazón como guía de las decisiones y acciones, la razón no tendría cabida en el liderazgo. El *savoring* se presentó como la noción de disfrutar el camino, proponiendo un estado de relajamiento.

Este relato aceptó la existencia de vínculos interpersonales que hagan compañía, ante los cuales se debería dar todo lo que se pueda y más que ellos, en una actitud de abnegación. También propuso la importancia de no tener emociones negativas hacia ellos.

La felicidad, concebida como una elección, esta vez no sería el objetivo primordial del individuo, sino, más bien, sería antesala para el verdadero: la consecución de éxito, aunque este no se definió en ningún momento.

Tabla 5
Ficha de análisis de vídeo de TikTok #5

Usuario que subió el vídeo	amor_propioh
Descripción de la cuenta	“❤️ amor propio ❤️ frases del día ❤️ inspiración 🌸 IG: amor_propioh”
Captura del vídeo	

Enlace del vídeo	https://www.tiktok.com/@amor_propioh/video/7296913862031379718
Descripción del vídeo	Sabes que significa la felicidad? 😊 #sabeisque significa la felicidad #amateatimisma #eres capaz de todo #eres capaz #quieretetumisma #frases motivadoras #inspirandomujeres #amor_propioh #paratii #paradedicar
Duración del vídeo	10 segundos
Identificación de autor de los mensajes	No se presenta.
Profesional de la salud mental	No es determinable
Elementos sonoros	- Música - Narración voice over
Elementos visuales	- Texto en pantalla - Imagen estática, de una mujer ante una playa y su atardecer
Número de Visualizaciones (V); “Me gusta” (MG); Comentarios (C); Guardados (G) Compartidos (Co)	V: 4,2 millones MG: 136,600 C: 196 G: 23,800 Co: 15,800
Transcripción del vídeo	
¿Sabéis qué significa la felicidad? Quererte a ti misma. Ver que eres capaz de cualquier cosa. Ser capaz de decir “esta es mi vida y soy única”.	
Códigos	
1) ‘Felicidad significa quererte a ti misma’ 2) ‘Felicidad significa ver que eres capaz de cualquier cosa’ 3) ‘Ser capaz de decir esta es mi vida y soy única’	
Temas potenciales	Temas teóricos
1) Amor propio 2) Omnipotencia 3) Individualismo	<ul style="list-style-type: none"> ● Elección ● Individualismo ● Autosuficiencia ● <i>Savoring</i> ● Realidad intacta
Temas finales	
<ul style="list-style-type: none"> ● Amor propio ● Individualismo ● Autosuficiencia (integra a Omnipotencia) 	

Este breve, aunque muy visto vídeo, fue directo al grano en lo que respecta al significado de la felicidad. El amor propio se repitió como factor esencial para ser feliz; no hay mención de vínculos interpersonales. Por otra parte, el individuo consideró que puede hacer lo que se propone, lo cual lo volvería autosuficiente. Por último, el individualismo se manifestó cuando el sujeto se concibió como dueño absoluto de su vida y se distinguió de los demás alegando ser único.

Tabla 6
Ficha de análisis de vídeo de TikTok #6

Usuario que subió el vídeo	abrahamjrz
Descripción de la cuenta	“🎬 Actor • VoiceOver🎙️ Podcast: Sobre Expuesto 🎧”
Captura del vídeo	
Enlace del vídeo	https://www.tiktok.com/@abrahamjrz/video/7361613091156577552?q=que%20es%20la%20felicidad&t=1723605588150
Descripción del vídeo	Parte 3 La felicidad #AlanWatts
Duración del vídeo	57 segundos
Identificación de autor de los mensajes	No hay identificación del autor del discurso. Sin embargo, el hashtag #AlanWatts, nombre de un conferencista y filósofo británico, da indicios de que quizás él sea el autor del discurso expuesto.

Profesional de la salud mental	No
Elementos sonoros	- Música - Narración voice over
Elementos visuales	- Texto en pantalla - Animación de individuos, animales y naturaleza coexistiendo
Número de Visualizaciones (V); “Me gusta” (MG); Comentarios (C); Guardados (G) Compartidos (Co)	V: 2,7 millones MG: 262,100 C: 1761 G: 70,100 Co: 42,800
Transcripción del vídeo	
<p>Un día te vas a terminar de dar cuenta que tu felicidad no dependía de tu trabajo, de una relación, de salir a comer. Tu felicidad nunca se trató de seguir los pasos de las personas que estuvieron antes que tú, ¿sabes? O sea, no se trata de querer ser como los demás. Y algún día lo vas a ver. La felicidad se trata más que nada de descubrir la esperanza. Escuchar a tu corazón y seguirlo adónde quiera que el corazón dice que debemos ir. La felicidad se trata más de ser más lindo contigo mismo. Se trata de abrazar a la persona en la que te estás convirtiendo. Un día vas a entender que la felicidad se trata más de aprender a vivir contigo mismo. Tu felicidad nunca estuvo en las manos de nadie más que las tuyas. La verdadera felicidad viene de estar en el momento y disfrutarlo. Y ningún factor externo lo puede definir. Siempre se trató de ti. Siempre se trató de ti.</p>	
Códigos	
<ol style="list-style-type: none"> 1) No dependía de tu trabajo - Ningún factor externo lo puedo definir - Siempre se trató de ti - Manos de nadie más que las tuyas 2) Escuchar a tu corazón, seguirlo 3) No ser como los demás - No seguir los pasos de los demás 4) Ser más lindo contigo mismo - Aprender a vivir contigo mismo 5) Abrazar a la persona en que te estás convirtiendo -Convertirse 6) Estar en el momento y disfrutarlo 	
Temas potenciales	Temas teóricos
<ol style="list-style-type: none"> 1) Independencia de factores externos 2) Corazón guía 3) Diferenciarse del otro 4) Transformación 5) Amor propio 6) <i>Savoring</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ● Elección ● Individualismo ● Autosuficiencia ● <i>Savoring</i> ● Realidad intacta
Temas finales	
<ul style="list-style-type: none"> ● Individualismo (integra a Diferenciarse del otro) 	

- Autosuficiencia (íntegra Independencia)
 - Transformación
 - Amor propio
 - *Savoring*
 - Corazón guía

Aquí el cómo se consigue la felicidad fue expandido. Ya no solo estaría en mirar hacia el interior propio, sino que también habría que cambiar para alcanzarla, transformarse.

El discurso hizo énfasis en una soledad absoluta que sería parte del camino que el individuo debería emprender para ser feliz, incluso repeliendo al otro, pues no necesitaría de su ayuda ni de lo que es. Seguir lo que dicen los demás sería igual al fracaso de la búsqueda de felicidad.

Habría que amarse a uno mismo y disfrutar el momento, el camino que, por otro lado y como ya se mencionó en un vídeo, tiene como guía a lo que el corazón dictamine.

Tabla 7
Ficha de análisis de vídeo de TikTok #7

Usuario que subió el vídeo	estolencia
Descripción de la cuenta	“⚠️NO USAMOS TELEGRAM! Apoya y Únete a nuestra comunidad ⬇️”
Captura del vídeo	

Enlace del vídeo	https://www.tiktok.com/@estolencia/video/7383017988565503278
Descripción del vídeo	Una persona feliz no hace daño! #lifelessons #lifelesson #reflexionesdelavida #selflove #autoestima#amorproprio
Duración del vídeo	1 minuto y 6 segundos
Identificación de autor de los mensajes	No se presenta.
Profesional de la salud mental	No determinable
Elementos sonoros	Música Narración voice over
Elementos visuales	Texto en pantalla Vídeo de fondo con escenas de personas y lugares urbanos
Número de Visualizaciones (V); “Me gusta” (MG); Comentarios (C); Guardados (G) Compartidos (Co)	V: 2,6 millones MG: 180,800 C: 1085 G: 37,400 Co: 38,400
Transcripción del vídeo	
<p>Una persona feliz no hace daño, no tiene tiempo para meterse en las miserias humanas. Una persona feliz que ha sabido ver la abundancia y agradecer lo que está a su lado. Entiende que lleva una vida en la cual, pase lo que pase, las circunstancias no van a determinar su elección de responder ante esas circunstancias desde la madurez. No necesita poner zancadillas. No necesita destruir la vida del otro. No necesita del chisme para ver si de una manera se levanta. Una persona con autoestima, con amor propio y que ha sabido transitar el camino de la felicidad no hace daño. Una persona feliz ha aprendido a valorar cada pequeño momento y a encontrar paz en su interior. Vive desde la plenitud sin necesidad de compararse con los demás. Sabe que la verdadera felicidad no se mide por lo que tiene sino por la gratitud que siente. Esta persona ha recorrido un camino de autoconocimiento, y ha comprendido que la verdadera riqueza reside en su capacidad de amar y ser amado.</p>	
Códigos	
1) ‘Pase lo que pase, las circunstancias no van a determinar su elección de responder ante esas circunstancias’	

<ol style="list-style-type: none"> 2) ‘No hace daño, no tiene tiempo para meterse en las miserias humanas’ - ‘No necesita destruir la vida del otro’ - ‘Una persona con autoestima, con amor propio y que ha sabido transitar el camino de la felicidad no hace daño’ 3) ‘Vive... sin necesidad de compararse con los demás’ 4) ‘Ha aprendido a valorar cada pequeño momento’ 5) ‘Ha sabido ver la abundancia y agradecer lo que está a su lado’ - ‘La felicidad no se mide por lo que tiene sino por la gratitud que siente’ 6) ‘Ha aprendido a encontrar paz en su interior’ - 7) ‘Ha recorrido un camino de autoconocimiento’ 8) ‘La verdadera riqueza reside en su capacidad de amar y ser amado’ 9) ‘Responder ante esas circunstancias desde la madurez’ 	
Temas potenciales	Temas teóricos
<ol style="list-style-type: none"> 1) Independencia de factores externos 2) Inocuidad frente al otro 3) Diferenciarse del otro 4) <i>Savoring</i> 5) Gratitud 6) Paz interior 7) Autoconocimiento 8) Amor 9) Madurez 	<ul style="list-style-type: none"> ● Elección ● Individualismo ● Autosuficiencia ● <i>Savoring</i> ● Realidad intacta
Temas finales	
<ul style="list-style-type: none"> ● Individualismo (integra a Inocuidad frente al otro y a Diferenciarse del otro) <ul style="list-style-type: none"> ● Autosuficiencia (se mezcla con Independencia de las circunstancias) <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Savoring</i> ● Gratitud ● Paz interior ● Autoconocimiento <ul style="list-style-type: none"> ● Amor ● Madurez 	

Otra vez se tuvo el distanciamiento del otro, ya sea para no compararse con él o para no hacerle daño. Los demás, como se ha venido observando con respecto al individualismo, carecerían de impacto en la búsqueda de la felicidad.

Las circunstancias no influirían en cómo las afrontaría el individuo, quien, en este sentido, solo dependería de su madurez, una nueva característica que sin embargo no fue desarrollada.

Se repitieron las nociones del *savoring* cuando se dijo que uno es feliz

“valorando cada pequeño momento”; y de paz, que estaría al interior del individuo.

El sujeto feliz sería grato con lo que tiene y con su estado. También debería aprender a conocerse.

Valoraría la capacidad que tiene para amar a los demás, así como el amor que le es devuelto, sugiriendo la necesidad de un vínculo afectivo para ser feliz, lo cual difiere de lo analizado hasta el momento.

Tabla 8
Ficha de análisis de vídeo de TikTok #8

Usuario que subió el vídeo	doctor.negrete
Descripción de la cuenta	“Instagram @doctor.negrete”
Captura del vídeo	
Enlace del vídeo	https://www.tiktok.com/@doctor.negrete/video/7219714073796119814
Descripción del vídeo	Estas de acuerdo? 🤔 #felicidad #harvard #medicina #doctornegrete
Duración del vídeo	1 minuto y 25 segundos
Identificación de autor de los mensajes	Doctor Negrete, médico y creador de contenido, presenta las ideas del psicólogo

	positivo estadounidense Tal Ben-Shahar.
Profesional de la salud mental	Sí
Elementos sonoros	Música Voz en on
Elementos visuales	Texto en pantalla Videoblog del creador de contenido Foto del psicólogo positivo Imágenes que ilustran la narración
Número de Visualizaciones (V); “Me gusta” (MG); Comentarios (C); Guardados (G) Compartidos (Co)	V: 2,0 millones MG: 97,700 C: 529 G: 22,100 Co: 52,800
Transcripción del vídeo	
<p>Ben-Shahar creó una guía con las 6 claves fundamentales para encontrar la felicidad y tener una vida plena. Y son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ser optimistas. Él dice que la felicidad no depende de las circunstancias en las que vivamos, sino la actitud que tengamos frente a la vida y frente a todo lo que nos está sucediendo. 2. La resiliencia. Él la describe como la capacidad de adaptarse a las adversidades y las circunstancias para poder crecer a nivel personal. 3. Evitar la procrastinación. Esta es difícil para muchos, pero hay que dejar de aplazar nuestras responsabilidades de manera recurrente. 4. Socializar y mantener una buena relación con nuestros seres queridos. Ya se ha demostrado que esto aumenta la autoestima, te ayuda a crecer como persona y genera vínculos importantes para tu vida. 5. Ser agradecidos. No solo te va a hacer sentir mejor, sino que va a mejorar tus relaciones interpersonales. 6. Hacer ejercicio, algo que sí recomendamos los médicos. Por lo menos 30 minutos al día porque se ha demostrado que disminuye el estrés, la ansiedad y aumenta tu productividad. 	
Códigos	
<ol style="list-style-type: none"> 1) ‘La felicidad depende de la actitud que tengamos frente a la vida y frente a todo lo que nos está sucediendo’ 	

<p>2) ‘...la felicidad no depende de las circunstancias’</p> <p>3) ‘La resiliencia.... la capacidad de adaptarse a las adversidades y las circunstancias’</p> <p>4) ‘Poder crecer a nivel personal’ - ‘Socializar te ayuda a crecer como persona’</p> <p>5) ‘Evitar la procrastinación... hay que dejar de aplazar nuestras responsabilidades de manera recurrente’</p> <p>6) ‘Socializar y mantener una buena relación con nuestros seres queridos... aumenta la autoestima - ‘...socializar...genera vínculos importantes para tu vida’</p> <p>7) ‘Ser agradecido no solo te va a hacer sentir mejor’</p> <p>8) ‘Hacer ejercicio... disminuye el estrés, la ansiedad y aumenta tu productividad.’</p>	
<p>Temas potenciales</p> <p>1) La actitud da felicidad</p> <p>2) Independencia de factores externos</p> <p>3) Resiliencia</p> <p>4) Crecimiento personal</p> <p>5) Ser productivo</p> <p>6) Vínculos interpersonales</p> <p>7) Gratitud</p> <p>8) Ejercitarse</p>	<p>Temas teóricos</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Elección ● Individualismo ● Autosuficiencia ● <i>Savoring</i> ● Realidad intacta
<p>Temas finales</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Individualismo (integra a La actitud da felicidad) ● Autosuficiencia (integra a Independencia de las circunstancias) <ul style="list-style-type: none"> ● Resiliencia ● Crecimiento personal ● Ser productivo ● Vínculos interpersonales <ul style="list-style-type: none"> ● Gratitud ● Ejercitarse 	

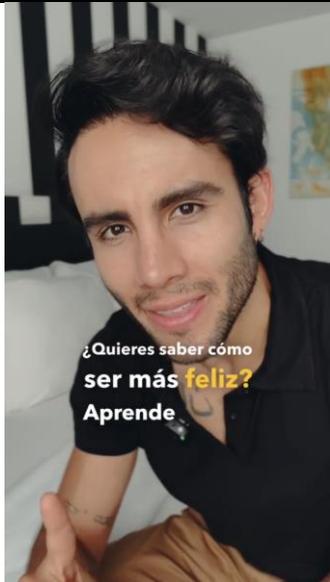
Pese a que el individuo dependería de sí mismo para ser feliz, de su actitud, al proceso de búsqueda de felicidad ahora se agregó la importancia de los vínculos

interpersonales y su fortalecimiento, no como en otros casos en que fueron prescindibles.

A pesar de que la felicidad no dependería de las circunstancias, debería haber una adaptación a estas, propuso. En la línea de los cambios, se estableció que el individuo debería presentar un ‘crecimiento personal’ y sentirse agradecido con lo que tiene.

El mejoramiento del estado físico también sería necesario para ser feliz, pues permitiría no solo sentirse mejor, sino también ser más productivo, una consideración nueva en estos relatos y que es característica del sistema capitalista.

Tabla 9
Ficha de análisis de vídeo de TikTok #9

Usuario que subió el vídeo	_jeanpierrediaz
Descripción de la cuenta	“Storyteller que viaja, vive y crea. ✉ contacto@jeanpierrediaz.com”
Duración del vídeo	43 segundos
Captura del vídeo	
Enlace del vídeo	https://www.tiktok.com/@_jeanpierrediaz/video/7238745613003689222
Descripción del vídeo	¿Cómo ser más feliz? ❤️ 🍷 . . . #desarrollopersonal #crecimientopersonal

	#crecimientoespiritual #motivacional #motivacion #amorpropio #latinoamerica
Identificación de autor de los mensajes	Jean-Pierre Diaz, creador de contenido peruano
Profesional de la salud mental	No
Elementos sonoros	Música Voz directa
Elementos visuales	Texto en pantalla Videoblog del autor
Número de Visualizaciones (V); “Me gusta” (MG); Comentarios (C); Guardados (G) Compartidos (Co)	V: 1,6 millones MG: 162,600 C: 2444 G: 25,200 Co: 21,000
Transcripción del vídeo	
<p>¿Quiere saber cómo ser más feliz? Aprende a estar solo. Deja de pensar que vas a ser más feliz cuando llegue la persona indicada o cuando tu círculo de amigos sea más amplio. En esta vida no puedes depender de nadie para ser feliz. Si quieres ser feliz, vas a tener que aprender a estar contigo mismo. Ve al gimnasio solo. Tómate un café solo. Ve al cine solo. Disfruta de tu propia compañía y vas a ver cómo mejoras en muchos sentidos, incluso en la forma cómo te relaciones con los demás. Cuando hayas aprendido a estar solo te vas a dar cuenta de que no puedes estar con cualquiera. Porque vas a valorar y respetar tanto tu soledad que solo vas a querer a lado gente que te aporte.</p>	
Códigos	
<ol style="list-style-type: none"> 1) ‘Aprende a estar solo’ - ‘Ve al gimnasio solo, tómate un café solo, ve al cine solo’ - ‘Disfruta de tu propia compañía 2) ‘Deja de pensar que vas a ser feliz cuando llegue la persona indicada’ - ‘Deja de pensar que vas a ser feliz cuando tu círculo de amigos sea más amplio’ - ‘No puedes depender de nadie para ser feliz’ 3) ‘Mejorar la forma cómo te relaciones con los demás’ - ‘Solo vas a querer a lado gente que te aporte’ 	
Temas potenciales	Temas teóricos
<ol style="list-style-type: none"> 1) Soledad autoimpuesta 2) Independencia de factores externos 3) Vínculos interpersonales 	<ul style="list-style-type: none"> ● Individualismo ● Autosuficiencia ● <i>Savoring</i> ● Realidad intacta

Temas finales

- Individualismo (integra a Soledad autoimpuesta)
- Autosuficiencia (integra a Independencia de factores externos)
 - Vínculos interpersonales

Aquí el individualismo consistió en el alejamiento físico del otro buscando el disfrute de la soledad a modo de “apreciación de uno mismo”. Nuevamente, es el individuo y solo él quien debería transitar el camino de su felicidad.

Si bien se admitió la existencia de vínculos interpersonales y el mejoramiento de ellos, estos deberían ser ‘útiles’ y ‘aportar’ de alguna manera al individuo.

Tabla 10
Ficha de análisis de vídeo de TikTok #10

Usuario que subió el vídeo	caminoalexito__
Descripción de la cuenta	“La motivación e inspiración diaria trae crecimiento. Instagram:caminoalexito__”
Duración del vídeo	34 segundos
Captura del vídeo	
Enlace del vídeo	https://www.tiktok.com/@caminoalexito_/video/7265123570680925445
Descripción del vídeo	La felicidad ñ. __ #motivacion #inspiracion #exito #desarrollopersonal
Identificación de autor de los mensajes	Pilar Sordo, psicóloga y conferencista chilena

Profesional de la salud mental	Sí
Elementos sonoros	- Música - Voz directa
Elementos visuales	- Texto en pantalla - Vídeos de una disertación de quien habla
Número de Visualizaciones (V); “Me gusta” (MG); Comentarios (C); Guardados (G) Compartidos (Co)	V: 1.2 millones MG: 70,800 C: 420 G: 11,300 Co: 14,200
Transcripción del vídeo	
<p>Yo no puedo estar contenta todo el tiempo. Pero sí puedo ser feliz todo el tiempo. Yo puedo estar triste y ser feliz. Puedo estar viviendo un duelo y ser feliz. Porque la felicidad no tiene que ver con la alegría o con alguna emoción. Tiene que ver con la ausencia de ruido. La felicidad tiene mucho más que ver con el silencio que con el ruido. Tiene más que ver con la paz, con la serenidad, con el poder respirar profundo y sentir que está todo en armonía, mente, cuerpo y cabeza. Y eso se trabaja. Eso no es azar.</p>	
Códigos	
<ol style="list-style-type: none"> 1) ‘Yo no puedo estar contenta todo el tiempo, pero puedo ser feliz todo el tiempo’ 2) ‘La felicidad no tiene que ver con la alegría o con alguna emoción’ - ‘Puedo estar triste y ser feliz; puedo estar viviendo un duelo y ser feliz’ 3) ‘Tiene que ver con la ausencia de ruido’ - ‘Tiene que ver más con la paz, con la serenidad, con el poder respirar profundo y sentir que está todo en armonía: mente, cuerpo y cabeza’ 4) ‘Esa paz se trabaja. Eso no es azar’ 	
Temas potenciales	Temas teóricos
<ol style="list-style-type: none"> 1) Estado de felicidad perpetuo 2) Distinción de la felicidad 3) Paz interior 4) Elección 	<ul style="list-style-type: none"> ● Elección ● Individualismo ● Autosuficiencia ● <i>Savoring</i> ● Realidad intacta
Temas finales	
<ul style="list-style-type: none"> ● Estado de felicidad perpetuo ● Distinción de la felicidad <ul style="list-style-type: none"> ● Búsqueda de paz ● Elección 	

La autora del discurso diferenció a la felicidad de la alegría y demás emociones. Según ella, sería un estado que puede coexistir a la vez que otros estados considerados

opuestos a la felicidad, como lo son la tristeza y el dolor por la pérdida de un ser querido.

La felicidad sería, exactamente, un estado que el individuo puede sentir todo el tiempo y que se conseguiría través de la paz, algo que se “trabaja” y “no es azar”, lo que sugiere una elección previa, la decisión de ser feliz.

4.1.2 Resultados de las entrevistas

En este apartado, cada cita corta y larga provino de lo dicho durante las sesiones de entrevistas y se procedió a colocarlas tal como se dispuso en el manual de citación provisto por las autoridades del proceso de titulación. De haber una cita de otro autor, se la identificó como se fue haciendo durante la realización de este trabajo.

4.1.2.1 Entrevista a Blanca Nájera, psicóloga clínica

Respecto de los temas teóricos de individualismo y autosuficiencia y su presencia en los vídeos de TikTok, Blanca Nájera mencionó que responden a la lógica de una sociedad capitalista individualista, en la que se lleva a todos a concebirse como dueños absolutos de sí mismos como proyectos libres, abiertos, infinitos. En esa línea, trayendo al filósofo surcoreano Byung-Chul Han, agregó que el discurso del imperativo de felicidad facilita la autoexplotación del ser humano.

A propósito del *savoring* y la elección, Nájera planteó que el primero significa una negación de la historia del individuo y de su futuro, lo que facilita que las personas concentren sus pensamientos y esfuerzos solo en el proyecto libre e infinito que está en marcha, sin descanso. En relación con esto último, y a propósito del tema teórico de la realidad intacta, mencionó que es esperable que haya nulo interés en la realidad externa y lo que suceda en ella pues los individuos están enfocados en sí mismos, sus proyectos.

Por el lado de la elección, afirmó que aquello es un reduccionismo puesto que hay conductas y decisiones que tomamos y nos afectan sin pasar por la consciencia:

La psicología positiva plantea más bien que es cuestión de decisión, es cuestión de fomentar sentimientos y emociones positivas, es cuestión de hacer un compromiso, donde yo me comprometo en querer cambiar, pero no todo pasa por la decisión consciente... Hay cosas que de repente yo no sé por qué repito y me hacen daño. Yo no sé por qué me expongo a estos riesgos cuando yo sé que de fondo puede haber algo autodestructivo.

La experta observó que, en la práctica del amor propio, la independencia

amorosa del otro existe en aislamiento o soledad debida a una suerte de “idea de creer que el sujeto no tiene faltas, no tiene sufrimientos, decide ser feliz, es su propio proyecto, puede construir su propia felicidad sin los otros. O sea, es una idea de un sujeto solo”.

También advirtió la presencia de una interpretación equívoca que uno haría de sí mismo al concebirse como independiente de lo que los otros puedan pensar de él: “La realidad viene del lado de la interpretación que uno hace. Pero esa interpretación no es sin el otro. No puedo tener una lectura de mi realidad porque también yo estoy construido a partir de la mirada del otro”; todo ello a propósito del tipo de relato autorreferencial propuesto por el discurso de felicidad de TikTok.

En cuanto a la noción de fórmula general para la felicidad, Nájera, con base en Freud y su Psicología de las masas y análisis del yo, señaló que aquello es propio de los discursos masificantes:

Es decir, para Freud, en la psicología de las masas, se apela a la masa en tanto emoción. La masa es acrítica. No tiene posibilidad de someter a la crítica lo que se le presenta. Solo piensa con las emociones. Y podemos asociarlo con las publicidades. Las publicidades que, bueno, Coca-Cola tiene el ícono de la felicidad. Y las publicidades eran en la mesa, con la familia, compartiendo. Entonces. Ese ideal universalizante que borra lo singular justamente hace que cada persona no quiera saber de eso propio que de alguna manera convoca. Puede ser este efecto que tenemos ahora de que la gente no quiere saber de su sufrimiento. Quiere olvidarse. No quiere pensar en eso. Pero eso no es una forma ni de tramitarlo ni de resolverlo. Solamente es una cosa que luego sale por otras vías. Somatizaciones, enfermedades, ataques de pánico, angustia. Depresión, que es el síntoma de la época. Y en los vínculos que tenemos con los demás.

4.1.2.2 Entrevista a Ramón Murillo, comunicador

Al ser preguntado sobre la relación de consumo de contenido que hay entre *centennials* y redes sociales, el experto destacó la inmensidad de contenido personalizado que las redes ofrecen. Los jóvenes, dijo, buscan y seleccionan los mensajes que fortalezcan sus creencias y valores, en un ejercicio de autocomunicación de masas, concepto de Castells (2009), que refiere al:

tipo de comunicación que puede llegar a una audiencia global, como cuando se

cuelga un vídeo en YouTube, un blog con enlaces RSS a una serie de webs o un mensaje a una lista enorme de direcciones de correo electrónico. Al mismo tiempo, es autocomunicación porque uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos o los contenidos de la web y de las redes de comunicación electrónica que quiere recuperar. (p. 88)

Luego mencionó la importancia de que haya responsabilidad cuando se genere información en línea, pues de momento y como resultado de la democratización de comunicación masiva, que antes estaba bajo el poder de los medios tradicionales, no hay manera de establecer qué vale y qué no o qué se podría publicar o no:

Es complicado porque estamos ya hablando de temas de libertad de expresión y, por ejemplo, a mí tal vez me resulta la felicidad más grande del mundo tomarme una cerveza a la salida del trabajo, pero a otra persona eso no le da felicidad. Sin embargo, nadie puede decir que para mí no lo es y nadie me puede quitar el derecho de crear una publicación de esto y decir 'esto es vida, estoy feliz aquí'. Entonces yo creo que ahí pues entra el tema de libertad de expresión donde cada persona tiene el derecho a publicar lo que quiera.

Dentro de esa libertad de expresión, el entrevistado recalcó que sí debe haber mayor responsabilidad por parte de los profesionales de la comunicación. Esta, dijo, se lograría mediante el acercamiento que el productor de información debería tener con las teorías y la ciencia que sustenta aquello sobre lo cual hablaría o escribiría.

No obstante, el comunicador no pareció diferenciar entre aquellas publicaciones que se limitan a expresar una apreciación “esto es vida, estoy feliz aquí”, una suerte de comunicación de un yo hacia sí mismo, y otras que, como los vídeos analizados en este trabajo, presentan directrices perniciosas que los usuarios de redes sociales son capaces de adoptar sin resistencia alguna y tan solo calmar su necesidad de ayuda o para saciar su necesidad de confirmación de sus creencias y rehuir a los debates en torno a ellas.

4.1.3 Resultados del grupo focal

Los participantes #1, #2, #4 y #5 manifestaron que para ellos la felicidad es algo momentáneo que depende del día a día, generado por estímulos y experiencias compartidas con otros. El participante #3 concibió a la felicidad como un estado de autoconocimiento y consecución de paz, acercándose más a lo planteado por el discurso del imperativo de felicidad: “Pero, sí, yo pienso que la felicidad depende de

uno mismo, depende de ti, de conocerte a ti y de estar en paz”.

Sobre la autosuficiencia del discurso, los participantes #2 y #4 pensaron que la felicidad sí depende de uno mismo, de las elecciones que uno vaya haciendo a lo largo del tiempo, aunque no como es planteado en el discurso del imperativo, que es más radical y niega lo que rodea al ser humano:

Uno puede llegar a ser feliz a pesar de los factores externos, sin embargo se necesita tiempo. Porque muchas veces estos consejos de “Tú puedes ser feliz sin importar lo que pasa, solo propóntelo y ya está”, no. No es como que uno se levanta un día y va a decir “Voy a dejar toda la tristeza que he estado sintiendo por estos meses y simplemente voy a ser feliz. Chao”. No es así porque tú puedes pasar por eventos altamente trágicos y los puedes superar, y puedes volver a llegar a ser feliz, pero es con el tiempo, es un proceso paulatino, y sí, tú podrías llegar a superar cualquier situación que tengas, es verdad.

El resto expresó su desacuerdo, pues para ellos la felicidad no es el resultado exclusivo de las propias elecciones conscientes o algo que deba ser colocado como el fin principal de la existencia. El participante #1 consideró esto último como una utopía: “Mi concepto de felicidad no se basa en esta creencia de que la felicidad es como ‘debe ser plena, debe ser al 100 por ciento y uno tiene que alcanzarla’”. Creo que eso es más una utopía”. Por su parte, el #5 creyó que ser positivo ante un problema puede servir, pero eso no sería suficiente para ser feliz.

El participante #1 observó que los factores externos son importantes para ser feliz y que no es posible ignorarlos. El miembro #4 coincidió con el primero diciendo: “en tu vida vas a tener muchas situaciones fuera de control y que genuinamente están fuera de tu control y que no puedes decir simplemente ‘Sí, no pasa nada. Está fuera de mi control, no me preocupo’”. También precisó que, aunque los factores externos no pueden ser ignorados, los factores individuales, personales, tienen más peso a la hora conseguir la dicha.

Todos los participantes señalaron que su percepción sobre la felicidad ha sido influida por los contenidos que consumen en redes sociales. El participante #3 admitió que su concepto de felicidad está fuertemente sugestionado por ellas:

Desde mi punto de vista, sí, claro, claro que lo han hecho. Antes yo tenía el concepto básico de felicidad dado por mis padres y por gente de mi familia que

me rodea, tal vez uno que otro amigo. Pero luego ya entré en lo que es el mundo de YouTube, el mundo de las redes sociales en general, ya el mundo del internet. Y sí cambió mucho mi perspectiva sobre lo que para uno es ser feliz y la verdad le estoy muy agradecido.

De la misma manera, presentaron una postura unánime en relación a la no existencia de métodos, fórmulas o pasos para la consecución de la felicidad y todo está en cada uno, tal como el #1 refiere al decir que:

Depende de cada persona, depende de la actitud de cada quien, depende. Cada persona es muy diferente. Tal vez, no sé, Dios no quiera, mañana un familiar cercano muere, pues una persona lo va a tomar de una forma, pasarán meses y luego lo superará. Pero después está esta persona que pasa por lo mismo y después de años sigue con ese dolor porque tal vez el familiar significó otra cosa, su sensibilidad es distinta, creció en un ambiente diferente; incluso su corazoncito, su forma de sentir puede ser mucho más diferente. No te puedo dar una respuesta exacta porque todas las personas son diferentes. Va a depender de cada quién y su contexto. No creo que haya respuesta a eso.

4.1.4 Triangulación de datos

Tras el análisis temático de los 10 vídeos de TikTok, cada uno de ellos evidenció la presencia del discurso del imperativo de felicidad propuesto por la Psicología Positiva al contar, reiteradamente, con características propias de aquello, como lo son el individualismo, la noción de autosuficiencia en relación con el otro y las condiciones de su vida, la felicidad como una elección consciente y operativizada por la voluntad y el disfrute del momento.

Para los miembros del grupo focal, los métodos para ser felices no existen. Sus felicidades difirieron del discurso del imperativo y fueron diferentes entre sí mismas, lo que, tal como indicó Nájera, dio cuenta de que, en la realidad, y no en el ideal, las experiencias que los individuos tienen con las emociones son construcciones personales, singulares. Por su parte, Murillo observó en esas singularidades al fenómeno de mediación mediante el cual cada ser responde de forma distinta a los mensajes, a los discursos.

Los *centennials* dependen de los vínculos que tienen con los demás y reconocen que las circunstancias externas, como la falta de empleo o comodidades, pueden afectar su felicidad. Están de acuerdo en que, de todas formas, el mayor peso

recae en sus voluntades y su decisión, es decir, la base para ser feliz es elegir serlo, aunque no garantice la felicidad.

Sobre ello, la psicóloga clínica identificó una postura del grupo focal que se aleja de la posición de los creadores de contenido de TikTok. Pues estos, por el contrario, al decidirse a ser feliz pese a todo niegan el sufrimiento, evitando su erradicación o su mejoramiento. Además, señaló que la perspectiva de una persona que se entiende dependiente de su entorno y que toma la decisión de ser feliz sin pensarse omnipotente, da a los individuos la capacidad de accionar sobre su realidad lo suficiente como para manejar las situaciones que lo alejan de la dicha, volviéndolas más soportables, tal como enunciaron los jóvenes.

Las redes sociales sí influyeron en cierta medida en la percepción que los *centennials* tienen sobre la felicidad. De ahí que sus relatos personales tengan características del discurso del imperativo de felicidad, sobre todo las relacionadas con la idea de que ser feliz es estar en paz consigo mismo; consiste en momentos e implica una toma de decisión, es decir, lo consciente.

4.2 Fundamentación de las preguntas de investigación

En el transcurso de la investigación se evidenció la presencia del discurso del imperativo de felicidad en los vídeos sobre felicidad ubicables mediante el hashtag #felicidad y que fueron más vistos en TikTok. Las caracterizaciones teórica y práctica, esta generada mediante el análisis temático, fueron muy semejantes entre sí; las diferenciaciones radicaron en que algunos temas potenciales no figuraban en la teoría. No obstante, mediante el criterio y validación de la experta psicóloga, pudieron ser vinculados a ella sin problema alguno, pues tenían base en varios de los temas teóricos.

Los *centennials* estudiados discreparon ante el discurso del imperativo de felicidad pues no creen en métodos para la felicidad; en la búsqueda de ella como un camino solitario; en la independencia absoluta del individuo frente a su entorno. Sin embargo, a la mayoría le parece bien las nociones de que la felicidad se basa en el *savoring* o disfrutar el momento, en un estado de paz personal y en elegir serlo.

Blanca Nájera, experta en psicología, ve a este discurso de felicidad como nocivo en la medida en que es parte de una banalización de la salud mental basada en promover que la felicidad es reducible a una decisión consciente, ignorando así todo aquello que no pasa por la consciencia y que tienen incidencia en el individuo.

También advierte sobre la negación del sufrimiento y de la historia de los individuos que, gracias al discurso, estarían centrados solamente en un ahora solitario que no es claro debido a que se trata de una malinterpretación de la realidad que es compartida inevitablemente con el otro. Recalcó también la necesidad de la vida en comunidad como resistencia a los discursos de la ideología capitalista: “Entonces, si hay uno que tiene el poder, ese uno lo ejerce de manera vertical a todos. Pero si hay un grupo, una comunidad, entonces ¿cómo se puede uno imponer sobre esa comunidad? Hay una dificultad”.

Sobre el papel de las redes sociales en la difusión masiva de contenidos, el aporte de Ramón Murillo permitió observar la función que cumplen como facilitadoras del fenómeno de la autocomunicación, pues proveen a todo el mundo la capacidad de generar mensajes personalizados así como elegirlos dentro de una dinámica de confirmación de creencias, lo cual es buscado por los individuos.

Aquello da cabida a que cualquiera pueda hablar de cualquier tema sin contar con conocimientos rigurosos. Y si bien en un principio esto no significaría ningún problema, ya que en primera instancia se trata del ejercicio del derecho a la libertad de expresión, existe un peligro cuando los usuarios de redes sociales buscan en ellas soluciones para, por ejemplo, problemas de salud mental como la depresión.

4.3 Limitaciones del estudio

El tiempo disponible para el desarrollo de la investigación fue una limitación que obligó a su autor a optar por el trabajo con estudiantes *centennials* pertenecientes a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

La ingente cantidad de vídeos de TikTok que tratan de felicidad, así como el ineficiente sistema de categorización de vídeos por temas, pues los hashtags son usados deliberadamente para ganar todas las visitas posibles pese a que no traten de los temas que dicen abordar, provocó la búsqueda de un muestreo mucho más específico y manual, que puede ser considerado como muy limitado.

CAPÍTULO V

Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

Con respecto al objetivo general de la investigación, el discurso del imperativo de felicidad sí se manifiesta significativamente en los vídeos de TikTok que abordan el tema de la felicidad, acumulando millones de visualizaciones que solo aumentan. Se constituye por disposiciones normativas y categóricas que apelan al individualismo para crear una masa, esto es, millones de individuos que van, por su propia cuenta, tras un mismo ideal: ser felices y nada más. Nada más.

A propósito de los *centennials* de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y sus percepciones del discurso, discrepan con él y son escépticos ante el método universal que la Psicología Positiva pone sobre la mesa para la consecución de la felicidad. Durante la sesión de grupo focal indicaron que lo ven utópico, demasiado bueno para ser verdad. Creen, más bien, que la felicidad no tiene fórmulas y se consigue a partir de las experiencias individuales y sociales singulares. Sin embargo, algunos miembros del grupo focal presentan coincidencias con el discurso del imperativo de felicidad en cuanto a que ser feliz consiste en elegir, saborear o disfrutar momentos; en estados de paz y autoconocimiento. Es decir, en cierta medida, el discurso ha permeado en ellos.

El discurso masificante de la Psicología Positiva, desde el punto de vista profesional, es pernicioso pues promueve la negación de la singularidad en las experiencias emocionales de los individuos y conlleva el riesgo de volverlos negacionistas de su propio sufrimiento en vez de resolutivos. La elección fundamental de ser feliz ignora por completo al inconsciente, aquello que escapa de la voluntad y pasa inadvertido no sin incidir en la subjetividad de cada uno.

En cuanto al criterio comunicacional, aunque las redes sociales sean un vehículo para la democracia en la comunicación, también poseen una capacidad de difusión de discursos susceptible de amplificar aquellos que pueden resultar perjudiciales. Existe una diferencia importante entre aquellos relatos que los usuarios hacen para sí mismos, a modo anecdótico como forma de compartir experiencias, y los que se exponen como imperativos buscando la masificación del pensamiento en la sociedad.

5.2 Recomendaciones

Se considera que este trabajo abre una línea de investigación con la perspectiva interdisciplinaria de comunicación, digitalidad, subjetividad, que involucra a las carreras de Comunicación y Psicología. En ese sentido, se recomienda promover la continuación de la línea mediante la elaboración de más trabajos de este tipo.

También se recomienda compartir los resultados de este trabajo en espacios de discusión con los estudiantes de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil con el propósito de construir propuestas de educación en medios digitales.

REFERENCIAS

- Ahmed, S. (2010). La promesa de la felicidad. Una crítica cultural al imperativo de la alegría (p.23). Editorial Caja Negra. <https://josefaruiztagle.cl/wp-content/uploads/2023/03/La-promesa-de-la-felicidad-una-critica-cultural-al-imperativo-de-la-alegria-Sara-Ahmed-Z-Library.pdf>
- Arbeláez, M. y Onrubia, J. (2014). Análisis bibliométrico y de contenido. Dos metodologías complementarias para el análisis de la revista colombiana Educación y Cultura. Revista de Investigaciones UCM. Vol.14(23), 14-31. <https://revistas.ucm.edu.co/index.php/revista/article/view/5/17>
- Braun, V. y Clarke, V. (2006) Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology. Vol.3(2), 77-101. Available from: <http://eprints.uwe.ac.uk/11735>
- Cabanas, E. e Illouz, E. (2019). Happygracia. Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas (p.13). Editorial Paidós.
- Cabanas, E. y Sánchez, J. K. (2012). Las raíces de la psicología positiva. Papeles del Psicólogo. Vol. 33(3), 172-182. <https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/9374/PapelesDelPsicologo.2012.33.3.172-82.pdf?sequence=1>
- Cabrera, J., Muñoz, S., Muñoz, N. y Cadena, D. (2023). Los Millennials y Centennials: cómo se informan y consumen [Sesión de congreso]. Journal of Science and Research, 8(CIID-EQ-2023), 146–158. Recuperado a partir de <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/2988>
- Callegaro, A., Di Leo Razuk, A., y Mizrahi, E. (2017). Cine y cambio social (p.19). San Justo: Clacso. https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20170630011806/Cine_y_cambio_social.pdf
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial. <https://www.felsemiotica.com/descargas/Castells-Manuel-Comunicacion-y-poder.pdf>
- Contreras, F. y Esguerra, G. (2006). Psicología positiva: una nueva perspectiva en psicología. Revista Diversitas – Perspectivas en Psicología. Vol.2(2), 311-319.
- Del Alcázar, J. (2024). *Parte 2. Estado Digital Ecuador Febrero 2024. Redes*

Sociales Febrero 2024. Mentinno Consultores.

<https://www.mentinno.com/acceso-estado-digital-ecuador-2024/>

- Del Prete, A. y Rendon, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*. Vol. 19(1). 10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Estrada López, M. S. (2020). La concepción moderna de felicidad en Descartes. *Revista Filosofía UIS*, 19(2), <https://doi.org/10.18273/revfil.v19n2-2020003>
- Freud, S. (2017). El malestar en la cultura. (Trad. Alfredo Brotons Muñoz). Editorial Akal. (Trabajo original publicado en 1930)
- Fromm, E. (1962). Marx y su concepto del hombre (p.33). Editorial Fondo de Cultura Económica. https://proletarios.org/books/Fromm-Marx_y_su_concepto_del_hombre.pdf
- Giddens, A. (1990). Consecuencias de la modernidad (p.60). Alianza Editorial. <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/wp-content/uploads/sites/210/2023/03/Anthony-Giddens-Consecuencias-de-la-Modernidad.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. Editorial McGraw Hill. https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/diver/v2n2/v2n2a11.pdf>
- Howell, C. (21 de mayo 2024). *How Many Views Is Viral on TikTok?: Going Viral Today*. HighSocial. <https://www.highsocial.com/resources/how-many-views-is-viral-on-tiktok-going-viral-today/>
- Illouz, E. (2007). Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo (p.19; 27-28; 31;46). Katz Editores. <https://circulosemiotico.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/08/illouz-eva-intimidades-congeladas-las-emociones-en-el-capitalismo1.pdf>
- Latorre, M. (2019). Felicidad versus happycracia. *Revista Educa UMCH*, Vol.13(1), 5-37. <https://doi.org/10.35756/educaumch.201913.97>

- López, J. I. (2015). Agustín de Hipona: bienes creados y felicidad. *Sapientia*, 71(237), 201–216. <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/5044/1/agustin-hipona-bienes-creados-felicidad.pdf>
- Lupano, M. y Castro, A. (2010). Psicología positiva: análisis desde su surgimiento. *Ciencias Psicológicas*. Vol.4(1), 43-56. http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-42212010000100005
- Margot, J.-P. (2007). La Felicidad. *Praxis Filosófica*, 25, 55-79. <https://www.redalyc.org/pdf/2090/209014642004.pdf>
- Marinoff, L. (2014). El ABC de la felicidad. *La proporción áurea de Aristóteles: Cómo realizarse y ser feliz en la insensatez*. Ediciones B, grupo zeta. https://www.academia.edu/121410835/El_ABC_de_la_felicidad
- Mariñelarena-Dondena, L. (2012). Surgimiento y desarrollo de la Psicología Positiva. Análisis desde una historiografía crítica. *Psicodebate*. 12, 9-22. <https://doi.org/10.18682/pd.v12i0.364>
- Mas Ares, E. (2019). La influencia social de las industrias culturales en la era digital [Tesis de grado, Universitat Politècnica de Valencia]. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/128647/Mas%20-%20La%20influencia%20social%20de%20las%20industrias%20culturales%20en%20la%20era%20digital.pdf?sequence=1>
- McMahon, D. M. (2009). Happiness, the hard way. *Greater Good Magazine*. https://greatergood.berkeley.edu/article/item/happiness_the_hard_way
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C. y Castillo, R. (2023). Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación. Editorial Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. <https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/view/90/133/157>
- Moya, J. (12-14 de mayo de 2023). El imperativo de la felicidad. Sus efectos en lo social y en la clínica [Ponencia presentada en XXII Jornadas Psicoanalíticas del EPBCN. Aperturas en psicoanálisis (XII)]. XXII Jornadas Psicoanalíticas del EPBCN, sede del EPBCN, Barcelona. <https://www.epbcn.com/pdf/josep-moya/2023-05-13-El-imperativo-de-la-felicidad.Sus-efectos-en-lo-social-y->

en-la-clinica.pdf

- Narváez Romero, M. (2013). La felicidad humana desde la ética utilitarista de John Stuart Mill [Tesis de grado, Universidad de Cartagena]. <https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/1594/ARTICULO%20DE%20MOISES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Navarrete, M. A. (2017). La industria cultural según Theodor W. Adorno. Consideraciones en torno a la cultura de masas y la autonomía del arte [Tesis de grado, Universitat de Barcelona]. https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/120919/1/TFG_Amador_Navarrete_Mar%C3%ADa.pdf
- Okuda, M. y Gómez, C. (2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, XXXIV(1), 118-124.
- Parra, F. (2022). Sacrificio y promesa de felicidad en el capitalismo colonial neoliberal: Interpelaciones y resistencias situadas (p.7). En S.M. García Gualda, L. Duimich y F. Lizárraga (Coords.), *Patagonia: tragedia y sacrificio*, 147-165. Neuquén: Fernando Alberto Lizárraga. <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.6269/pm.6269.pdf>
- Pérez-Álvarez, M. (2012). La Psicología Positiva: Magia Simpática. *Papeles del psicólogo*, Vol.33(3), 183-201. <https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/8639/1/PapelesDelPsic%3%b3logo.2012.33.3.183-201.pdf>
- Radnitzky, G. (1973). Hacia un teoría de la investigación que no es ni reconstrucción lógica ni psicología o sociología de la ciencia. *Teorema: Revista internacional de filosofía*. Vol. 3(2-3), 197-264. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2045465>
- Reyes, L. y Carmona, F. (2020). La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio. [Tesis de doctorado]. Repositorio universidad Simón Bolívar. Tomado de <https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/6630/La%20investigaci%3%b3n%20documental%20para%20la%20comprensi%3%b3n%20ontol%3%b3gica%20del%20objeto%20de%20estudio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Séneca, L. A. (2013). *Sobre la felicidad*. Alianza Editorial.

- Suárez-Íñiguez, E. (2010). La felicidad en la obra de Kant. *Revista Ciencia*, 74–79.
https://www.amc.edu.mx/revistaciencia/images/revista/61_1/PDF/09-Kant_61_1.pdf
- Tesoriere, P. (2021). Comunicación visual en redes. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*. (127), 196-208.
<https://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi127.4591>
- Van Dijk, T. (1997). El discurso como interacción social. Gedisa editorial.
<https://libroschorcha.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/12/el-discurso-como-interaccic3b3n-social-teun-van-dijk.pdf>
- Van Dijk, T. (2001). Los medios de comunicación hoy: ¿discursos de dominación y diversidad? *Signo y seña*, (12), 29-58.
<http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/sys/article/download/5603/5011/>
- Van Dijk, T. (2005). Ideología y análisis del discurso. *Utopía y Praxis Latinoamericana*. Vol.10(29), 9-36.
http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-52162005000200002&lng=es&tlng=es.
- Vega, G., Ávila, J., Vega, A., Camacho, N., Becerril, A., Leo, G. (2014). Paradigmas en la investigación. Enfoque cuantitativo y cualitativo. *European Scientific Journal*. Vol.10(15).
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/3477/3240&ved=2ahUKEwip78zpwZKIAxXtRzABHZu1B9IQFnoECBkQAQ&usg=AOvVaw1Ty4lj9xxnAFaaYt4MtxGK>

ANEXOS

Entrevista a Blanca Nájera

Blanca: Mi nombre es Blanca Nájera, soy psicóloga clínica y me desempeño como consejera estudiantil en la Universidad Católica.

Sebastián: Dentro de la psicología, ¿cómo es concebida la felicidad?

Blanca: Bueno, dentro de la psicología tenemos diferentes tipos de corrientes. Cada corriente tiene su propio cuerpo teórico, tiene sus propios conceptos y tiene también sus propios modelos de intervención. Si nosotros trabajamos un poco con el marco de la psicología psicodinámica, que es la que orienta un poco el psicoanálisis, no se habla de felicidad. Por ejemplo, Freud hablaba más bien de placer. Entonces, él decía que el placer es esa búsqueda de cosas que nos dan sensaciones satisfactorias. Es interesante que no se hable de felicidad, pero sí de sufrimiento. Porque justamente para esta orientación, Freud tiene un libro que se llama Malestar en la cultura. Y él ubica ahí que hay tres fuentes de sufrimiento humano, donde una de las que más peso tiene son las relaciones con los otros. Entonces, Freud ahí plantea que las relaciones con las otras personas representan para nosotros una fuente de sufrimiento humano. Porque no tenemos un modo de llevar esas relaciones de manera que sean adecuadas.

Tenemos dificultades porque no sabemos si decimos de más, si decimos de menos. Nos afecta, no sabemos cómo manejar las relaciones con los otros. Y es algo que se evidencia también en consejería en las atenciones a los estudiantes. Creo que esta orientación hacia el sufrimiento permite que en la psicología se pueda abordar desde lo singular. Porque lo que hace sufrir a cada persona representa algo muy subjetivo que tiene que ver con su historia de vida, que tiene que ver con esos primeros vínculos que desarrollamos con nuestros padres, con nuestra familia, con las personas que han estado en nuestra crianza. Y eso va, de alguna manera, construyendo lo que posteriormente, en la psicología más general, se conoce como personalidad. Entonces, en ese sentido, la psicología de orientación psicodinámica o psicoanálisis no va por la

felicidad, sino más bien por el sufrimiento de cada uno. Por una escucha respetuosa al sufrimiento que a una persona lo lleva a pedir consulta. A pedir un espacio de respeto. Y a mí me parece ético que al atender el sufrimiento desde lo singular, se toma distancia del ideal.

Porque la felicidad hoy en día representa un ideal que es para todos igual. Como si la felicidad para todos representara lo mismo. Como si la felicidad tuviera que ver con esa idea de autorrealización. Pero justamente cuando se ubica la felicidad desde un ideal para todos, como universal, lo que hace es borrar esa singularidad. Hoy en día, la sociedad de consumo nos vende la idea de la felicidad con alguien que es su propio jefe. Tiene su propia empresa, tiene el ingreso económico, entonces tiene todas estas ideas del ideal, están concebidas en la felicidad. Si en algún momento, la idea de la felicidad pasó a ser el sueño americano, la familia perfecta con la casa perfecta con el perrito sonriente. Algo de eso queda como residuo en relación a este sistema capitalista. Como que la felicidad siempre va del lado del ideal. Cuando muchas veces la felicidad no va del lado del ideal. No se trata de eso.

Sebastián: ¿Y qué efectos tendría ese borrar de la singularidad?

Blanca: Bueno. Por un lado, efectos masificantes. Es decir, para Freud, en la psicología de las masas, se apela a la masa en tanto emoción. La masa es acrítica. No tiene posibilidad de someter a la crítica lo que se le presenta. Solo piensa con las emociones. Y podemos asociarlo con las publicidades. Las publicidades que, bueno, Coca-Cola tiene el ícono de la felicidad. Y las publicidades eran en la mesa, con la familia, compartiendo. Entonces. Ese ideal universalizante que borra lo singular justamente hace que cada persona no quiera saber de eso propio que de alguna manera convoca. Puede ser este efecto que tenemos ahora de que la gente no quiere saber de su sufrimiento. Quiere olvidarse. No quiere pensar en eso. Pero eso no es una forma ni de tramitarlo ni de resolverlo. Solamente es una cosa que luego sale por otras vías. Somatizaciones, enfermedades, ataques de pánico, angustia. Depresión, que es el síntoma de la época. Y en los vínculos que tenemos con los demás,

Sebastián: ¿Cómo repercute ese ideal?

Blanca: Bueno, este punto que usted menciona es muy importante. Porque hay autores que van trabajando y van teorizando sobre qué ha pasado a nivel de los vínculos. Y esta es una de las cosas que hemos venido conversando anteriormente. Si bien antes los vínculos eran para toda la vida. Uno se casaba para toda la vida. La gente que iba a un trabajo a veces se jubilaba en el mismo trabajo donde había empezado. Esto es lo que Bauman llamaba como los vínculos sólidos. Las amistades eran amistades que perduraban. Los matrimonios perduraban. Las relaciones laborales se sostenían a lo largo del tiempo. Estos vínculos sólidos, que podrían ser la institución de la familia, etc. Han caído. Y lo que tenemos hoy es lo que Bauman llama la liquidez. El amor líquido. Los vínculos líquidos. Y que al ser líquidos simplemente se movilizan mucho. No hay esa solidez que permita dar una estabilidad y una seguridad. Entonces, una de las cosas que conversábamos antes es que bueno, ahora las nuevas generaciones tienen estos modos de nombrar. Por ejemplo, el contacto cero. El *ghosting*. Bueno, variedad de términos, no me lo sé. Pero esos son los que yo más escucho en la atención a los chicos. Que representan justamente como si uno pudiera cortar un vínculo sin pérdida. Como si uno pudiera terminar una relación con alguien, pero sin perder nada. Y esa mirada muy individualista. Esa mirada de yo no necesito a nadie para, yo soy mi proyecto propio, yo soy mi propio jefe. Esa mirada de uno sin el otro, lo que hace realmente es que deja a una persona sumida en la soledad. Nosotros somos seres sociales. Y nos construimos desde, con y por el otro. Desde antes de nacer, ya en la familia se habla. Ay, cómo será, le gustará tal cosa como el padre. Será como la madre. Ya es hablada una persona antes de venir al mundo. Ya está atravesada por el otro. Entonces esa idea del ideal de la felicidad. De soy yo, lo que importa es que yo esté bien. Sin otro. Realmente es un ideal.

Y lo que deja como resto de la operación son estos sujetos. Invadidos por soledad. Son estos sujetos que no saben sostener relaciones con los otros. Son estos sujetos con mucho sufrimiento. Y lo que vemos, es lo que mencionábamos anteriormente, es el síntoma de la depresión. Es decir, si en esta época una de las cosas que cobra más fuerza es el ideal de la felicidad. Tenemos la contracara que tenemos el mayor índice de sujetos deprimidos. Tanto así que la Organización Mundial de la Salud lo ha

empezado a nombrar como un tipo de discapacidad psicosocial. La depresión. Entonces ahí tenemos una fórmula que nos puede decir, a mayor ideal de felicidad individualista, lo que resulta es mayor índice de personas con trastornos mentales como puede ser la depresión.

Sebastián: Justamente en el cuerpo teórico, en la investigación bibliográfica, una de las críticas a la psicología positiva, que por lo investigado es esa rama de la psicología que supuestamente da fundamento científico a todo este discurso, es que los individuos más preocupados por ser felices no son más que individuos preocupados. Y de esa preocupación se genera el dolor, el malestar.

Blanca: Claro, también esa es otra. Bueno, por ejemplo, en algún momento me tocó atender a una persona que su sufrimiento era preocuparse si realmente estaba viviendo la vida al máximo. En algún momento había tenido estas frases de su familia, disfruta mientras eres joven, aprovecha que ahora. Entonces empieza a devolverse como un imperativo. Estoy viviendo mi vida realmente, estoy disfrutando realmente, ¿qué tanto estoy disfrutando? Entonces empieza ese cuestionamiento de, ya no es vivir lo que estoy viviendo, sino si lo que estoy viviendo realmente es al máximo, es el pleno disfrute, es la felicidad. Entonces ese imperativo lo que hace es ubicarnos también en el menos. Es lo mismo que el fenómeno de reacción. En redes sociales, uno ve en redes sociales, todos están felices, nadie tiene problemas, un pequeño porcentaje sí, pero la mayoría es la idea de la felicidad. Y justamente el ver eso en la pantalla, lo que se devuelve es, yo no estoy tan feliz como, yo no soy tan pleno como, yo no tengo tanto como, y lo que hace es devolver una mirada del menos, del estar en falta.

Entonces, claro, el ideal de la felicidad, el imperativo de la felicidad, al ser universalizante, al apelar a las masas, borra esa capacidad crítica de que la felicidad es algo que se alcanza solo a nivel singular. Y es interesante porque en todas estas perspectivas basadas en evidencia científica, que es lo que se trata de buscar, la pregunta queda en cómo se puede objetivar algo subjetivo. Cómo medir la felicidad. Exacto. Cómo podemos tener una categoría de lo que es felicidad, si la felicidad para uno puede ser dueño de una empresa, y la felicidad para otro, como el de Happy Days, puede ser tener un trabajo lo menos demandante, pero que me dé tiempo para hacer lo

que me gusta, que en el caso de él era tener sus plantitas, leer sus libros.

Cómo medimos qué es la felicidad para todos, sin borrar y quitar ahí eso subjetivo, esa historia singular de que para cada uno es distinto. Entonces ahí hay como esas contradicciones que se ponen en evidencia cuando uno quiere objetivar sobre algo que es más subjetivo.

Sebastián: Y frente a este imperativo que, como usted señala, es propio de la época del sistema capitalista en que estamos inscritos, y mediante mi investigación corroboré que también está presente más que nunca en las redes sociales, ¿qué actitud debería tener el consumidor, sobre todo los *centennials*, los jóvenes, frente a este discurso? ¿Qué recomendaciones les haría?

Blanca: Bueno, o sea, lo ideal sería poder tener una postura crítica, pero es muy difícil, porque al menos estas nuevas generaciones, ¿qué espacios favorecen una mirada crítica? Son generaciones que están muy imbuidas en la virtualidad. Entonces, ¿qué es lo que aporta una mirada crítica? Es decir, poder poner un cuestionamiento propio en relación a lo que uno ve. No tomar en eso ese efecto masificante, donde simplemente se repite, se repite, se repite, pero sin ver cómo eso aplica a mí, a mi historia, a mi vida, etc. Entonces, ¿cómo se fomenta una mirada crítica? Yo creo que empieza también por tener unas ideas de cómo es uno, de qué es lo que uno vive, de qué es lo que uno siente, de poder a veces hacer una pausa cuando uno se sienta mal, y poder plantearse sobre eso. Pero en un mundo donde no está bien sentirse mal, la gente no quiere pensar de eso. A veces vienen personas, chicos, que dicen como, lo que pasa es que yo no quiero pensar en eso.

Pero esas cosas que no se piensan o se actúan, o por otro lado salen de otras maneras. Entonces, es cómo poder trabajar en tener una mirada crítica también que implique que yo pueda saber qué me pasa, cómo me siento, qué es importante para mí, qué voy atravesando, cosas que de esa manera lo que yo vea tiene también un matiz de qué tomo de esto, qué cuestiono de esto, qué me parece, qué no me parece. Es decir, no dejarse tomar todo por el discurso de la época, sino poder resguardar algo propio, que puede ser mi crítica, que puede ser mis propias ideas, que puede ser lo que para mí son

mis ideales. Pero es algo complicado cómo se fomenta eso.

Sebastián: Y desde su posición de profesional de la salud mental, ¿qué observaciones tiene respecto a la psicología positiva sobre la cual se fundamenta este discurso?

Bueno, estaba revisando también un poco. El tema de la psicología positiva es que pasa todo por la decisión. Y eso es un poco complejo. Porque si nosotros decimos que pasa todo por la decisión, entonces es cuestión de que yo decida ser feliz. Es cuestión de que yo decida estar bien. Y al menos desde el marco de orientación analítica, no todo pasa por la decisión consciente. Hay cosas que de repente yo no sé por qué repito y me hacen daño. Yo no sé por qué me expongo a estos riesgos cuando yo sé que de fondo puede haber algo autodestructivo.

Entonces es poder considerar qué pasa más allá de la decisión. Porque si yo quiero ser feliz, entonces no sé qué fuerza opera en mí que repito esto. Y entonces este marco, que es totalmente separado de la psicología positiva, es trabajar con lo que no anda en cada sujeto. Con ese espacio en el cual yo ya no sé qué me pasa. Porque si yo quiero lograr esto, hago otra cosa... Si yo me siento mal, ¿por qué repito este mismo modo? Entonces no pasa por la consciencia, no pasa por la decisión, pasa por algo más. La psicología positiva plantea más bien que es cuestión de decisión, es cuestión de fomentar sentimientos y emociones positivas, es cuestión de hacer un compromiso, donde yo me comprometo en querer cambiar, pero no todo pasa por la decisión consciente. Cuando una persona vive traumas, que todos hemos pasado, vivimos y viviremos traumas en algún momento, eso descoloca. El trauma es algo que, en el momento en el que se vive, deja a la persona en shock, sin saber responder. Y es luego que empiezan a aparecer los efectos. Entonces, eso que genera un trauma, genera un trauma porque responde a una historia singular. Porque a lo mejor para otra persona puede pasar como si nada, pero para otro puede ser un trauma. Entonces, ¿cómo podemos objetivar y decir que para todos tiene que ser el mismo modo, el mismo tratamiento, las mismas instancias, sin considerar que también hay algo singular que se juegue en el sufrimiento, en los traumas, en las cosas de cada persona? Entonces creo que es un poco complicado.

Me parece que, si deja de lado algo, es justamente eso que pasa más allá de la decisión. Eso que pasa cuando una persona puede decir que está deprimida y no pasa por su decisión no querer estar deprimida. Yo no quiero estar deprimido, yo quiero hacer esto, quiero levantarme, quiero ir al gimnasio, y sin embargo se levanta, y no tiene ganas, y no tiene ánimos, y entonces se habla desde trastornos. Es lo mismo de estas cosas universales. Si no respondes de la misma manera en que todos están respondiendo, entonces esto es lo que tienes según el manual, la categorización tal, y tienes ese trastorno, y como todos los que tienen este trastorno te voy a dar esta medicación, que es para todos igual, sin responder a que, bueno, porque aparece eso en cada persona, es algo singular.

Entonces creo que esas son como las pequeñas discrepancias. Y la psicología positiva va muy de la mano con la época, con el discurso de la época. Si el discurso de la época es la felicidad está al alcance de tu mano, la psicología positiva es, es cuestión de que te decidas. Es cuestión de que tú pongas ahí el trabajo para ser feliz. De ti depende, de nadie más. Pero deja de lado que hay un montón de cosas que tienen que ver con el otro. El otro social de la época, es un mundo donde cada vez se privatizan cosas que eran derechos básicos, la alimentación, la salud, el derecho a la educación. Entonces, ¿cómo puedo ser yo feliz? En un mundo en el que cada vez hay menos personas que tienen un salario básico, hay mayor inflación, hay menos acceso a poder, por ejemplo, comprar casas para las nuevas generaciones, en relación a lo que había antes. Entonces, ¿cómo la felicidad es una decisión? ¿Cómo puedo ser feliz sin considerar todo esto que pasa por la época? Que vivimos en medios de guerras, que tenemos genocidios, que tenemos situaciones políticas, que tenemos el tema de la inseguridad, del narcotráfico, o sea, ¿cómo puedo ser feliz negando esto?

Sebastián: Hablando ya del discurso que pude caracterizar a partir del análisis de los tiktoks, me gustaría leerle los resultados. Y me gustaría que comente acerca de justamente estos puntos coincidentes con lo que usted dice acerca de, por ejemplo, la masificación, el individualismo y demás. Entonces, de los tiktoks, por ejemplo, hay dos temas centrales. El individualismo, que dentro de la crítica a la psicología positiva se plantea, en resumidas cuentas, como “yo y solo yo estoy camino a la felicidad. Y la autosuficiencia, que es “solo yo voy por ese camino y solo yo puedo conseguirlo. No

necesito ayuda de nadie más”. Entonces, por ejemplo, estos videos de TikTok plantean la búsqueda de la felicidad, como una elección consciente, como algo individual independiente de otros individuos. Y es capaz de hacerlo sin la ayuda de otros e ignorando lo que estos digan, sin considerar también las circunstancias en que se desarrolla su vida.

Blanca: Bueno, con esto que usted trae, creo que va muy de la mano de lo que conversamos también de este filósofo surcoreano, de Byung-Chul Han, porque él habla de que uno se vuelve un proyecto. Uno es su propio proyecto, no es que uno trabaja para otro. Y en tanto uno es su propio proyecto, uno puede autoexplotarse. Entonces, lo interesante de esto que trae Byung-Chul Han es el tema de la producción. Él dice que, de alguna manera, lo que hoy en día nos somete a todos es el tema de la producción. Y aquel que no produce está pensado como que si no tuviera ese valor. La producción está ligada al valor. Y entonces las personas se explotan. Es algo que se ve en el tema laboral día tras día. Las quejas de la explotación, el ponerse la camiseta, el tema de los derechos laborales.

Entonces, en este discurso de la época, uno es en tanto produce y el que no produce. Y la crítica que hace este filósofo es que justamente lo que aparece ahí es la depresión como un modo de no poder producir. El que está deprimido, el que no puede levantarse de la cama, el que no puede trabajar, el que no puede hacer las cosas, es el que no puede producir. Él lo habla como la sociedad del rendimiento. Entonces él dice que, en esa instancia, uno busca siempre autoexplotarse por ser un proyecto libre, por seguir sus propias metas, pero que en ese autoexplotarse, en relación a la producción, remita que el valor de uno viene por esa vía.

Entonces él hace ahí un análisis de que en la época, por ahí es como se van orientando los valores. Ya no son estos valores que podían ser en otras épocas, por ejemplo, posterior a la Edad Media, cuando viene la Ilustración, el valor tenía que ver con el conocimiento. Eso era el valor del ideal de la época. Restaurar, traer, trabajar, todo en relación al conocimiento, a la Ilustración. Hoy en día es en relación a la producción. Entonces es interesante porque en ese punto, incluso la producción se vuelve individualista. Yo soy mi propio proyecto, libre. Yo soy mi propio jefe, yo me puedo

autoexplotar. Yo soy el jefe, soy el cocinero, soy el del *delivery*, yo soy todo. Pero ahí, ¿cómo se empata eso con una idea de felicidad? ¿Cómo se empatan estos sujetos agotados, explotados? Lo que sí se puede trabajar es lo que este autor plantea de la sociedad del rendimiento, que justamente produce depresivos y fracasados. Es lo que él dice.

Sebastián: Uno de los resultados del análisis es que es importante cómo el individuo perciba su situación y no su situación en sí misma. Es decir, el relato autorreferencial que hace sobre su realidad. Cómo la percibe, no cómo es. Y, por tanto, dice la crítica a la Psicología Positiva, se genera un individuo pasivo y totalmente desinteresado en cuanto a cambiar sus condiciones de vida. De hecho, en uno de esos videos se dice: “Primero sea feliz, después cambiamos nuestra sociedad. No, es que la gente no es feliz. Porque primero hay que ser feliz y luego se cambia la sociedad. No se le puede dar tanto poder a un gobierno como para tocar hasta nuestra felicidad”.

Blanca: Como si se pudiera decir qué es primero y qué es después. Bueno, ahí hay cosas en las que se podría hilar más fino. ¿Qué sería la realidad realmente? La realidad viene del lado de la interpretación que uno hace. Pero esa interpretación no es sin el otro. No puedo tener una lectura de mi realidad porque también yo estoy construido a partir de la mirada del otro. Una de las cosas que trabajamos con los niños, con los jóvenes y con los adultos en los procesos terapéuticos es qué mirada se me devuelve del otro. Y a veces esa mirada puede ser muy dura. Hay personas que vienen y de alguna manera ubican que, o sienten que, son dejadas de lado. Es una lectura propia. No, es que el otro no me mira. Es que el otro no me incluye. Hay personas que en cambio dicen no, es que el otro, que puede empezar por el tema de los padres, me exige que tengo que ser perfecto. Entonces yo tengo que demostrar. Entonces nos construimos a través de la mirada del otro. ¿Cómo poder decir que eso está separado? ¿Cómo poder decir que yo puedo ser feliz sin que me importe o que venga después el tema de lo social, del otro, etcétera?

Pongo en cuestión: ¿no han sido felices las personas que tenían más este trabajo comunitario, estos espacios y estos vínculos desde la comunidad donde justamente no estaban solos, donde justamente podían tener el apoyo de otros? Porque la comunidad

plantea mucho el cuidado de lo social. La comunidad plantea que hay vínculos que se sostienen y que son ese piso estable sobre el que se pueden construir otros proyectos. Y justamente el sentimiento de comunidad es lo que queda totalmente tachado, borrado, dejado de lado en una sociedad que busca el individualismo.

Sebastián: Totalmente. El siguiente punto es que cuando esta búsqueda de felicidad se emprende desde el marco de una relación amorosa, hay un distanciamiento total en el sentido de que se habla de yo y tú y no de nosotros. Aquí tengo una cita que da fe de esa independencia: “Lo más parecido a la felicidad es que puedas unir tu vida con alguien y te la pases bien. Punto. Esa es la felicidad. Pero la felicidad no es cuánto ames al que está enfrente de ti. La felicidad no es cuánto él te ama, sino cuánto te ames tú y cuánto se ame él. Porque cuando tú te amas, no pides ni das. Porque cuando tú te amas, encontrarás a alguien que se ame y que no te va a pedir nada. Y por tanto, tú no tendrás que dar nada. Tú no necesitas ni te necesita.

Blanca: Es interesante esa visión que hay ahora. Justamente remarca el tema del vínculo, de la dificultad con el vínculo. Porque para nosotros, al menos en el marco de orientación analítica, el amor tiene que ver con la falta. El amor tiene que ver con que, si yo lo tengo todo, no necesito de otro. Si necesito de otro es porque algo me falta. Y una de las frases que Lacan hizo, se popularizó de Lacan en relación a las definiciones del amor, era que amor es dar lo que no se tiene a quien no es. Es decir, porque el amor demanda más amor. Entonces, no se trata de no pedir y no dar. Se trata de qué se puede inventar entre estas dos personas en relación a una construcción amorosa. Pero no la construcción del ideal. Porque eso también suena mucho al ideal. No sufro porque ni le pido ni le doy. Solo soy.

Y el otro me tiene que amar como soy. Es como muy desimplicado. Cuando justamente el vínculo tiene que ver con una implicación con el otro. No pasa por “así soy yo y así me tienen que querer, y si no, es otro”. No me puede cuestionar, no me puede decir que sí, no me puede decir que no, no me puede pedir, no le tengo que dar, el otro tiene que amarse a sí mismo, yo me tengo que amar a mí mismo, y ahí. Eso suena más como algo de *roommates*. Pero en todo caso, el amor va del lado de la falta. El amor va del

lado de dos personas y dos faltas que se complementan. Y una de las cosas que en algún momento, trabajando con chicos, les planteaba como para poder entender algo del amor, es que podríamos pensarlo como un conjunto de intersección.

Aquí estoy yo, y aquí está el otro. Hay una parte de mí, que tiene que ver con mi vida, mis sueños, mis ideales, así mismo hay una parte del otro que tiene que ver con su vida, sus sueños, sus ideales, pero hay una parte donde esto se intersecta. Esta parte donde esto se intersecta tiene que ver con el vínculo y la relación. No se trata de que la relación, los dos vamos a ser uno, porque entonces se pierde lo de cada uno, pero tampoco se trata de que cada uno está por su lado, porque entonces, ¿qué nos une? No hay un punto de intersección. Entonces, estas ideas del amor que imperan ahora, estas ideas individualistas del amor, de que yo solo tengo que ser feliz y solo tengo que disfrutar, niegan que hay malos entendidos, que hay malestares, que el amor no es algo que ya encontré alguien, se construye, y se construye a partir de discusiones, de yo quería que el otro haga tal cosa, pero el otro quería hacer otra cosa justamente porque es otro y tiene otros modos de pensar. A lo mejor para mí, en mi cabecita, esto es lo que está bien, esto es lo que está mal, esto es lo que hay que hacer, y el otro tiene otros modos. ¿Y cómo construimos una relación de amor si no es creando un tercer modo que es el nosotros? Si estos son mis modos y estos son tus modos, nosotros nos juntamos en el punto de intersección, donde nos inventamos un acuerdo que nos permita manejar el modo en el cual somos pareja, pero también, sin perder, eso que es mi singularidad, mis ideales, mis sueños, lo que yo quisiera lograr en mi vida. Pero la pareja no se sostiene solo por la singularidad.

La pareja se sostiene, el nosotros se sostiene, justamente en el punto de intersección donde se puede inventar algo del amor, que implica perder algo del narcisismo, y que implica ceder algo al otro, dar y pedir. Contrario es lo que es.

Sebastián: También, hablando del amor, hay algo que se repite muchísimo en todos los tiktoks, que es ámate a ti mismo, quíete, valórate, pero siempre a uno mismo, como una forma de narcisismo, por ejemplo.

Blanca: Es interesante, porque esto que usted ubica es la idea de que el sujeto es completo. Si yo me amo a mí mismo, no necesito de otros. La idea de la felicidad depende de mí mismo. Es el sujeto completo, es el individuo sin falta. Entonces, ese es el ideal que impera hoy en día. Y ese sujeto ni siquiera siente la falta en el amor. No le hace falta el otro. Si el otro no es lo que yo quiero o necesito y me hace bien, chao. No me hace falta. Contacto cero. Lo saco de mi vida. Entonces, es como esa idea de creer que el sujeto no tiene faltas, no tiene sufrimientos, decide ser feliz, es su propio proyecto, puede construir su propia felicidad sin los otros. O sea, es una idea de un sujeto solo. Cuando desde el psicoanálisis es justamente lo contrario. El sujeto, como tal, la definición es que es un sujeto en falta. Por eso, para el psicoanálisis, es un sujeto tachado. Porque esa tacha quiere decir que le falta algo. Y eso que le falta tiene que ver con el deseo. Y el deseo nos mueve a buscar cosas justamente porque nos falta. Si voy a estudiar es porque quiero llegar a ser algo que no soy. Me falta. Es lo mismo en la construcción del amor. Si quiero a alguien y si quiero construir una pareja es porque hay algo que por mí mismo o yo solo siento que no, siento que algo me falta. Siento que quiero compartir esto con alguien. Pero en ese compartir, no es un compartir de cada uno por su lado, sino ese modo en el que pueden lograr o no esa intersección. Y es tan interesante porque justamente, al menos en mi experiencia con lo que he atendido a los chicos en la universidad, el tema del vínculo es lo que más se repite como problemática. El vínculo con los amigos, el vínculo con la familia, el vínculo con los compañeros de trabajo grupales para tutorías, el vínculo con los otros. No hay herramientas para saber hacer. Y entonces cuando tienen un malentendido, cuando se sienten mal, no saben cómo manejar eso con el vínculo, se separan, se aíslan, no pueden hablar. Y es justamente el problema que se evidencia, al menos en la escucha de los jóvenes, el problema con el vínculo. No saber cómo hacer con el vínculo con los otros. Porque a pesar de que está el ideal de que solos podemos, lo que deja de lado ese ideal y desconoce es que también los vínculos nos definen. ¿Y no será? Será ese individualismo del discurso una respuesta, no respuesta, entre grandes comillas, una solución a lo problemático de los vínculos.

Esto que sale como dificultades en los vínculos pueden ser respuestas a los modelos imperantes de la época. Porque el modelo imperante, capitalista, individualista, apunta al sujeto solo. Al sujeto que por sí solo puede. Entonces deja como efecto el problema

con los vínculos. Me parece más bien que todo esto de la psicología positiva responde también a eso que es el malestar de la época actual. El malestar del vínculo con el otro. Que no es de ahora. Ya Freud en 1930 lo planteó en el malestar de la cultura. Pero el sistema capitalista, el sistema que tiene que ver con la época actual, también va de ese lado. Entonces si lo vamos relacionando, ¿cuáles son los discursos de poder? El sistema capitalista, la psicología positiva, todo esto que de alguna manera instaure que el modo es uno desde su individualidad. Que nadie te ponga en juego esa individualidad, porque si no, eso es sufrimiento. Como esa idea de que no se sufre. Y si se sufre es porque tú lo eliges.

Sebastián: Otro de los puntos clave, de hecho un consejo que en estos videos se provee, es el de disfrutar el momento o *savoring*. Hace mucho hincapié en valorar esas pequeñas cosas que ocurren en la vida y sientas gratitud por ellas.

Blanca: Bueno, dentro de esto que hemos venido conversando está también muy presente la idea del presente, el momento y lo actual. Es muy conocido esto de quienes piensan en el futuro sufren de ansiedad, quienes piensan en el pasado sufren de depresión, solo tienes que enfocarte en el presente. Pero es un presente eterno pues. Todo el tiempo es el presente y entonces ¿qué puedo pensar de lo que quiero futuro? ¿Qué puedo pensar de mi propia historia? Es como un sujeto borrado de su historia. Porque justamente el trabajo psicológico implica que un sujeto se pueda historizar. Si yo soy así como soy ahora es porque fue resultado de las cosas que yo he vivido. Pero si yo no quiero considerar esas cosas que he vivido, es como poder tomar esto como la única realidad. Lo que está pasando ahora sin considerar que eso responde a toda una historia de vida. Muchas veces cuando vienen los chicos traen una problemática actual pero a medida que van trabajándola se dan cuenta de que tiene que ver con cosas previas. Entonces ese disfrutar el momento, ese ser un sujeto sin historia es lo que hace que las personas sean más vulnerables a ser tomadas por los discursos actuales y los discursos de la época. Es como perder también esa capacidad crítica porque es solamente vivir del momento y el ahora. El aquí y el ahora. ¿Qué se puede construir en el aquí y el ahora? Solo se va en la marea. Entonces es complicado. Creo que se necesita un trabajo para que se pueda de alguna manera visualizar que el aquí y el ahora no es algo que nos permita una construcción subjetiva. Es algo que nos puede

dar indicadores. Porque el aquí y el ahora, por ejemplo, son las adicciones. Uno más, uno más, uno más, uno más. Y eso es un infinito. Sin pensar en las consecuencias. Sin pensar en el mañana, sin pensar en por qué quiero eso. Y el tema de las adicciones es interesante porque hay una psiquiatra que se llama Marian Rojas Estapé y dice que hoy en día las adicciones son lo que más impera. Para ella, como psiquiatra, las adicciones van del lado de buscar ese subidón de la dopamina. Entonces ella dice ¿cuáles son las adicciones hoy en día? Las redes sociales. El consumo. Pero no solamente el consumo de drogas. Consumo de alcohol. Consumo de tabaco. Consumo de café. Consumo de todas estas cosas que alteran el sistema nervioso. La pornografía. Los videojuegos. Entonces ella dice que estas nuevas generaciones lo que buscan es constantemente un subidón de placer. Porque todo es instantáneo. Si usted pone a ver a un chico de esta generación una serie o una película de hace 20 años le va a costar un mundo. Porque, ¿qué es lo que dice? Es muy lento. Póngale a ver Evangelion a uno de estas nuevas generaciones. No lo soportan. Porque la forma en la cual se va narrando un capítulo, el tiempo es mucho más lento. Hoy en día las películas, Disney, etcétera, de acción o lo que sea, es escena tras escena, cosa tras cosa, tras cosa, tras cosa. No hay pausa. Eso es como, así como ese nivel de procesamiento de la imagen responde a que nosotros esperamos que las cosas se desenvuelvan más rápido, así es también cómo nos manejamos en la vida. Ese es el eterno presente. El aquí y el ahora. Que las cosas tienen que ir ta ta ta ta. Pero no hay una pausa. No hay un momento para analizar cómo es que yo era. Qué es lo que yo quiero ser. Sino que estoy solo sumida en el presente.

Sebastián: Y eso generaría un, hablando, recuperando por ejemplo lo de ser acríptico con las condiciones en las que uno vive y este vivir en el presente negando al individuo histórico o la historia del individuo, ¿eso generaría un relato autorreferencial engañoso para la persona?

Blanca: Sobre todo que se vuelva más manipulable. Porque una persona sin historia, es una persona fácilmente manipulable. Se le puede vender qué es lo que quiere. Porque no sabe. Entonces eso responde también al poder. Es lo que en algún momento se planteaba en los libros como 1984 o Un mundo feliz. Son estos sujetos totalmente manipulables al servicio del poder. Y el poder hoy en día es el imperativo de que se es por uno mismo. Justamente porque lo que le hace frente al poder es la comunidad, es

la horizontalidad, es el diálogo. Y lo que tiene que ver con el poder es la verticalidad. Entonces si hay uno que tiene el poder, ese uno lo ejerce de manera vertical a todos. Pero si hay un grupo, una comunidad, entonces cómo se puede uno imponer sobre esa comunidad. Hay una dificultad. Y es justamente lo que se vive ahora a nivel de política, a nivel de guerras, a nivel de violencia, a nivel de todas estas instancias.

Sebastián: Hay dos aspectos más. El primero es que quien guía al hombre por ese camino que es solo, que es independiente y demás, no es la razón. Los *influencers* dicen “sigue a tu corazón”, “sigue la emocionalidad”, y en ningún momento se plantea la reflexión. Y es eso, el corazón lleva el camino.

Blanca: Totalmente. Si revisamos lo que comentábamos sobre el texto de la Psicología de las masas dice que se apela al individuo desde la emoción. Desde lo que siente. Y si usted ve estos temas de los *trendings*, las cosas que se vuelven *trending* en X, es porque apelan a las emociones. Apelan a las emociones de los individuos. Yo tengo aquí la presentación que se dio de Psicología de las masas. Yo no sé si la revisé con usted en algún momento.

Sebastián: No.

Blanca: Bueno, ¿qué es lo que plantea en Psicología de las masas? Freud ahí habla de que la psicología individual y la psicología social están relacionadas. Porque la psicología individual trabaja con los vínculos, y al trabajar con los vínculos es psicología social. Entonces, lo que Freud dice es que el otro siempre está presente en la vida del sujeto y es el que lo introduce al mundo humano, a la cultura, al lenguaje, y que todos los vínculos de nuestra vida son fenómenos sociales. Nuestra familia, nuestros amigos, nuestra pareja. Entonces, Gustave Le Bon era un académico que estaba interesado en qué es lo que pasa en la masa. Porque si un individuo se puede comportar de una manera solo, cuando está en masa puede actuar de una manera totalmente distinta.

Tomemos como ejemplo el tema de los fanáticos de los estadios. Fútbol, fútbol americano, cualquier deporte. En el momento en el que está en la masa, son capaces

de hacer cosas que normalmente por cuenta propia no harían. Desmanes, peleas, el tema de las violencias. ¿No? Pueden llegar a actitudes y a riesgos en los cuales nunca se pondrían en juego estando solos. Entonces, este señor, Gustave Le Bon, dice que hay sentimientos que aparecen solo cuando un sujeto está en masa, que no aparecen cuando está solo. Entonces, ¿qué es lo que él ubica? Que en la masa es como si el sujeto estuviera hipnotizado. Es un modo que él lo relaciona con la fascinación. Y Freud hace una analogía con el sujeto enamorado. Cuando el sujeto está enamorado, está fascinado por el otro. Es ese momento en el que yo no puedo cuestionar. Todo lo que haces es lindo. Todo lo que haces es hermoso. No hay tacha. Porque estoy enamorada de esta persona. Y ese momento de fascinación, que es como si la persona estuviera hipnotizada, el individuo no se conduce racionalmente, porque es capaz de hacer cosas que luego cuando se le pasa el amor dice “¿yo hice eso?”. Entonces, ese momento de fascinación, de hipnosis, de no tener la crítica, es lo mismo que pasa en el fenómeno de masa. Entonces, ¿qué es lo que dice este señor? Dice que, bueno, lo que decíamos: las conductas que son de masa aparecen solo en el ámbito en el que están con los otros. En esta identificación a la masa, pero no cuando están solos. Que los fenómenos masivos se sostienen en el tiempo. Que adquieren características propias que nada tienen que ver con los individuos que las integran. ¿Cuál es la diferencia entre el grupo y la masa? El grupo puede ser: ah ya, bueno, Sebastián piensa esto, Blanca piensa esto. ¿Cuáles son los pros, los contras? Analizamos. Hacemos un proceso dialéctico. Pero en la masa no hay diferencia. Todos son iguales. Todos piensan lo mismo. Todos quieren lo mismo. No hay ahí singularidad. Es todos por igual. Es lo mismo que pasa en los fenómenos políticos, los fenómenos religiosos, los fenómenos deportivos. Se pierde esa singularidad. Entonces, eso que es singular desaparece. Los comportamientos que son inconscientes, o sea, las normas que normalmente nos dicen “esto yo no puedo hacer”, se difuminan. Y entonces en grupo... En masa, perdón, si yo lo hago es como si lo hubiera hecho cualquiera. Sí, la identificación es con el otro. Todos somos lo mismo. Y yo creo que esto de la masa tiene mucho que ver con estos ideales de la felicidad. Porque se vende desde la emoción. Yo no sé si por acá tenía un poco. Bueno, Freud decía que en la masa la función del líder la puede tener no solo una persona sino también una idea. No valdría preguntarse si el ideal de la felicidad no es algo que masifica. Si el ideal de la felicidad que apunta a las emociones fuera de lo racional no es algo que vuelva a la gente masa

también.

Entonces, bueno, para este que él relaciona como enamoramiento e hipnosis, dice que hay una sumisión. Obediencia. Falta de crítica total al hipnotizador o a la idea que hipnotiza, que es el lugar del ideal. Entonces uno queda hipnotizado porque esa persona que ocupa el lugar del líder o esa idea que ocupa el lugar del líder ocupa el lugar de un ideal. Y en tanto ideal no tiene falla. Porque lo veo desde las emociones.

Sebastián: ¿En qué texto se basó para la presentación?

Blanca: El texto de Freud que se llama psicología de las masas y análisis del yo. Entonces, justamente ahí Freud compara, relaciona estas dos instancias. ¿Qué pasa a nivel singular y qué pasa en la masa? Y él decía que hay falsas masas, como por ejemplo lo era el ejército. Él decía que la iglesia también. ¿Por qué les dice falsas masas? Porque en el ejército en esa época todos tenían que circunscribirse al ejército a tal edad. No es que uno quería. Es que era obligatoriamente. Y lo compara también con la religión porque dice que en la iglesia no es que tú eres un bebé y quieres bautizarte. Tus padres te bautizan y ya estás metido en eso. Entonces él dice que esas son falsas masas. Pero lo que él dice que se pone en juego en la masa es ese ser parte de, ese sentimiento donde todos somos iguales. Y lo que rompe el sentimiento de masa es cuando hay individuos que estén en un lugar donde tengan... como que no sean iguales. Donde no tengan más beneficios. Por ejemplo, ahí el tema político también se disgrega.

Si vemos que hay un partido político y hay alguien al que le empiezan a dar más beneficios, el mismo partido político empieza a disgregarse porque tiene que ser que cada uno tenga algo y que sean todos por igual. Porque la masa justamente se sostiene en que yo me identifico con el que está al lado mío. Y todos nos identificamos al ideal, que puede ser una persona o una idea. El líder.

Sebastián: Y el último punto que también se repite mucho en estos videos es que algunos definen la felicidad como estar en paz consigo mismo. Hablan de la paz.

Blanca: Bueno. Lo que podríamos plantear ahí es que la felicidad se definiría de manera singular para cada uno y eso es justamente ese punto de ruptura. Porque no es la felicidad el ideal. El ideal responde también al deber ser. Todos deben ser de tal forma para que... Entonces, si decimos que la felicidad es la construcción singular de cada persona, ahí ya se viene abajo eso.

Sebastián: Aquí en los resultados del grupo focal hay un gran contraste con este discurso. Porque los muchachos estudiados, que fueron cinco alumnos de las carreras de Economía, Cine, Comunicación y Psicología, se mostraron contrarios al hecho de que la felicidad sea individual. Dicen: “Yo aprecio los momentos compartidos principalmente con seres queridos, familiares y amigos. En ese momento soy feliz”. Y por otra parte coinciden, sin embargo, en que la felicidad, como plantea el discurso de la psicología positiva, es de momentos, es del ahora. Entonces si bien valoran el ahora, no lo hacen de manera solitaria. Establecen que deben estar con seres queridos, con familiares, amigos. Y estos vínculos producen esos momentos que les dan felicidad.

Blanca: Me llama la atención porque pienso que, tal vez, esos espacios como el grupo focal permiten la construcción de la crítica. O sea, si no es con otros, hablando, discutiendo, sometiendo ideas, teniendo procesos dialécticos, escuchando la diferencia en los grupos, ¿cómo se pueden construir estas instancias? Donde estos jóvenes pueden reflexionar. Y a mí me llama la atención también porque, al menos en los espacios donde he escuchado, los jóvenes tienen una capacidad muy profunda de ver las cosas. Entonces, si bien por un lado están los discursos de masa que apuntan a la idea de la felicidad, a la idea del individualismo, a la idea del uno... Entonces, por otro lado me parece que justamente lo que usted rescata de este grupo focal es lo opuesto. Es el poder tomar una crítica de que estos discursos realmente no representan lo que cada uno de estos jóvenes ha podido analizar, sino que, más bien, justamente usted rescata la posición crítica. Es decir el que no. Y también me parece que esta idea de la felicidad como algo... la felicidad como que se prolonga... No va. Porque nosotros en la vida tenemos un montón de cosas que nos hacen. O sea, tenemos diferentes emociones. Ser feliz es una de las emociones. Está el enojo, la tristeza, la impotencia, la frustración, la paz, la felicidad, la alegría. Y esas cosas son diferentes. Entonces es como... Pensar que todo el tiempo va a vivir en paz, pensar que todo el tiempo va a vivir en alegría,

pensar que todo el tiempo va a vivir en felicidad es justamente negar y no querer saber de lo que me produce dolor, de lo que me produce frustración. Y es algo que se evidencia porque la gente no quiere hablar de esas cosas, no quiere pensar en esas cosas. Pero se enferma, pero sufre, pero se deprime, pero se siente fracasada.

Sebastián: Entonces, aquí también hacen la referencia que... Consideran inoportuno plantear una actitud negacionista. Es decir, y de eso estábamos hablando, les pregunté directamente lo siguiente: ¿Creen que uno puede ser feliz independientemente de los factores externos? Y casi todos me respondieron que si bien la felicidad es una decisión, y ahí coinciden con el discurso, no es independiente de lo que pasa. Porque y cito...Recuerdo claramente que Edith, una de las chicas, dijo “Si yo no tengo para pagar el alquiler, cómo puedo ser feliz?. Si tengo problemas de salud, ¿cómo puedo ser feliz? Si no tengo trabajo, ¿cómo puedo ser feliz? Entonces coinciden en que la felicidad es una elección, pero no es tan reducida a: Si yo quiero ser feliz, voy a ser feliz pese a todo y no importa el resto. Ellos admiten que los factores externos importan. Sin embargo, ponen el peso en el individuo. Es como: eso importa -lo externo-, pero importo más yo y lo que yo hago.

Blanca: Bueno, hay dos... Hay dos cosas ahí. O sea, más allá de las verdades universales, se trata de las construcciones singulares. Al menos en estos espacios donde se trabaja uno por uno, estos temas son interesantes reflexionarlos. Pero también es lo que cada uno puede construir a partir de eso. Entonces, en ese sentido podemos ver un pro y un contra. En las situaciones sumamente complicadas no es que puede elegir ser feliz. Pero puede elegir cómo lleva esas situaciones y cómo sobrellevarlas. Y en eso se le devuelve algo de acción al sujeto porque si no queda totalmente sumido, sin posibilidad de hacer, y ahí es cuando vemos un sujeto pasivo sin posibilidad de actuar, muy posiblemente resuena con la depresión. Entonces lo que se rescata de eso es que a pesar de la circunstancia, el sujeto y sus circunstancias, lo que el sujeto hace con respecto a eso.

Ahora, meter ahí la felicidad ya es otra cosa. Porque esa fórmula de que el sujeto es el que construye con respecto, hace con respecto, sobrelleva con respecto a su circunstancia es algo que se puede trabajar. Es lo que en algún momento en psicología

se conoce como la narrativa del sujeto: Cómo se ubica, cómo se nombra, cómo se identifica. Y eso no es que responde, netamente al respecto de lo social. Porque sino todos serían de la misma manera porque todos vienen de un mismo entorno. Sino a esas cosas cosas singulares que cada uno puede hacer. Pero por otro lado también responde a eso del ideal de la época de que yo puedo decidir ser feliz a pesar de todo, entonces hay como unas, yo diría malinterpretaciones, pero igual es como poder agarrarse de lo que cada chico dice para poder trabajar en torno a eso sin desconocer que esto que usted está abordando son los ideales de la época y de cada manera a cada uno le toca de manera distinta. No podemos decir estos son los chicos con los que vamos a trabajar y nos vamos a desentender de la realidad social porque esto que usted está tocando es la realidad social. Entonces se trata de cómo rescatar de eso, de lo social, la singularidad de un sujeto.

Sebastián: También me comentaron que la felicidad consiste sobre todo en autoconocerse, en la autocomprensión, en cómo uno se comprende y que de eso resulta el estado de paz que aquí también aparece. Aparece en el discurso de la felicidad en TikTok y aparece aquí también.

Blanca: Bueno, yo creo que esto también va con todas estas ideas que de alguna manera no solamente es la psicología positiva sino el *coaching* y todas estas cosas que dan cuenta de estos ideales totalitarios. La idea es que al menos en el psicoanálisis, todo eso tiene un punto de falla, tiene un punto en el que cae, en el momento en el que algo se totalitariza es como “no hay que dudar de eso”.

Entonces, ¿qué es comprenderse a uno mismo? ¿Qué implica comprenderse a uno mismo? Yo puedo decir que dentro de mi marco de trabajo lo único que uno puede llegar a hacer es cómo poder llegar a hablar, construir un sentido a estas cosas que a veces uno las vive sin sentido. Y por ahí podríamos decir que hay algo que uno llega a comprender de uno mismo. “Ah, ¿por qué siempre me pongo en riesgo?” Bueno, me he dado cuenta que siempre que me pongo en riesgo se repiten situaciones en las que me siento mal. Cada vez que me siento mal, entonces empiezo a tomar decisiones que me ponen en riesgo, como irme a tomar en la noche a la calle. No sé. Entonces ahí hay un algo de comprensión, pero yo no sé si eso necesariamente es la felicidad, ¿no? Yo

creo que comprenderse a uno mismo implica ir construyendo sentidos a esas cosas que uno no sabe por qué hace, por qué repite o por qué le representan un sufrimiento. Y por ahí eso le da a las personas un mayor sentido de agencia, de qué puedo hacer. “Ah, ya veo que esto me pasa. ¿Cómo lo puedo manejar?” Por ejemplo, en algún momento había un chico que siempre tenía dificultades con su novia. La amaba. Pero tenía muy tocado el tema del control. Y entonces ella terminaba enojándose, porque quería que le diga todo. A qué hora se iba, a qué hora llegaba, que si estaba en el taxi, que si se hicieron una parada, que no sé qué. Y la chica de repente se queda conversando, se le pasa, se le dice a él, y no sé qué. Y se enojaba. Entonces había una pelea. Y este espacio lo que permitió es que él pueda caer en cuenta que esos comportamientos ligados al control generaban esa respuesta. Entonces pudo encontrar otros modos de hacerlo. Pudo comprender algo de sí mismo que no podía entender. Y le permite no estar en una pelea constante con su enamorada, a la que ama, pero también yo no sé si eso le da paz. Entonces, no sé si necesariamente esas cosas van concatenadas. A uno le puede dar angustia saber que uno hace esas cosas. La cosa es que mientras el sujeto tenga acción, algo se puede hacer. Y mientras algo se puede hacer, puede tener una mejor forma de vivir o manejar las situaciones del sufrimiento de manera más vivible. Porque si no, uno se suma en el sufrimiento. Entonces parece que no hay respuesta, que no hay nada que hacer. Justamente se trata de que cada persona encuentre su propio modo de hacer, de dar sentido a ese sufrimiento que le ha quedado.

Sebastián: También les pregunté acerca de este aspecto masificador, de si creen que hay un método universal para ser feliz. Y en este sentido, todos son escépticos. Dicen claramente “depende”, depende de cada persona, depende de cada uno y no hay fórmulas ni nada por el estilo. Pero al mismo tiempo, y esto es una observación mía, pues todos coinciden en que ser feliz es un importante objetivo en la vida.

Blanca: Bueno, yo creo que ahí podemos ver justamente la relación entre el sujeto y el otro. Si bien del lado del otro viene que ser feliz es importante y es uno de los ideales en la vida. Por otro lado, la respuesta subjetiva que usted recibe es que la forma en la cual se llega a eso depende de cada uno. Creo que en esa respuesta usted tiene justamente las dos instancias. La respuesta de lo social de la época y la respuesta de lo subjetivo del grupo de estos chicos. Porque justamente la respuesta de ellos remarca la

diferencia. No hay un método. Hay lo que a cada uno le vaya sirviendo.

Sebastián: Por último, les pregunté acerca de si estos videos de TikTok, les mostré tres videos. Y conversamos acerca de si estos videos han influido en su percepción de felicidad. Y ellos son muy claros en decir que frente a los videos que presentan como recetas, como pasos, como haz esto y serás feliz, se sienten, y una de ellas dijo “siento que es un vendedor de Herbalife. Siento que me están vendiendo una maravilla y es puro humo”. Pero frente a los videos que promueven situaciones de superación o situaciones en que alguien no es feliz, pero lo intenta y muestra empatía... Se sienten identificados. Y de alguna forma aprecian más ese tipo de videos que hablan de la felicidad no como una serie de pasos, sino la felicidad como un proceso complicado en donde el individuo puede caer. Edith mencionaba que veía una *youtuber* llamada Ter, y sus videos favoritos eran precisamente cuando ella hablaba de sus problemas. y cómo los superaba. Entonces, admiten que los videos de TikTok influyen en su percepción de la felicidad. También admiten que los consumen. Pero, y esta es una observación mía, el discurso del imperativo de la felicidad no lo han comprado. No han comprado ese discurso.

Blanca: Bueno, yo creo que hoy en día una de las cosas que vivimos es una banalización de la salud mental. Y en ese sentido es como ya cualquier persona que vea un video de TikTok cree que tiene nociones psicológicas de lo que pasa. Y recibo personas aquí y en mi clínica privada que vienen ya con terminología de “Bueno, lo que pasa es que yo tengo un apego evitativo. Y mi pareja tiene un apego ansioso. Entonces nosotros...” Y es como decir: a ver, pero díganme usted ¿cómo es ese apego evitativo? No que me use la palabra. Porque la palabra puede decir 50 personas tienen apego evitativo. ¿Cómo es su apego evitativo? ¿Cómo es para ustedes? ¿Por qué usted ubica eso? Y ahí es rescatar lo singular que queda aplastado. Tras una etiqueta universalizante. Entonces. Creo que en esa banalización de la salud mental, la idea de las recetas generales, paso tras paso, para todos igual, muchas veces..., mucha gente que no tiene esa posición crítica puede comprarlas. Es interesante que justamente lo que usted rescata en estos grupos focales son chicos que no se dejan vender por esa idea. Pero también hay una empatía más bien del lado de los modos que cada persona ha construido para hacer con su propio sufrimiento. ¿No? Y es interesante porque esa

posición rescata que tal vez hay algo más verdadero en una persona que cuenta qué sufrió, qué hizo, cómo pasó, que en una persona que le da una receta paso a paso de cómo ser feliz. Es interesante. Porque ellos rescatan esto como más verdadero que esto otro. Sin embargo, esa banalización de la salud mental que hoy en día está el *coaching*... Que yo no sé dónde se estudia. ¿Qué título tiene alguien para hacer *coaching*? No es psicología. La psicología tiene un trabajo, tiene una puesta en práctica. Tiene teorías, tiene raíces de la filosofía. Y el *coaching* ¿en qué se sustenta? ¿Qué se estudia para ser coach? Y esas son las cosas que venden hoy en día. Muchas empresas y demás trabajan con *coaching*. Hace unos meses hablé con unas amigas cercanas periodistas que fueron invitadas a un taller para periodistas porque justamente trabajan con mucho estrés, se ponen en riesgo, están mal, etcétera. Y era un taller de un día donde iban a hacer cosas con el sufrimiento. Casi al final del taller les daban un chocolate, chocolate amazónico que tenía un tipo de droga. Y entonces antes de eso habían hecho que hablen de puntos de sufrimiento. Les dan ese chocolate y había personas que empezaron a ponerse más ansiosas, más angustiadas porque empezaron a darse cuenta de que eso tenía un tipo de droga. La idea era que se relajen, que hablen del sufrimiento. Se relajen y ya. Pero más bien una amiga tuvo una semana de ansiedad y angustia muy, muy complicada porque ella ya tenía antecedentes de situaciones médicas. Entonces esas ideas de esas recetas de que para todos funciona igual. De que en un día vamos a trabajar todos tus miedos, tus traumas y tus sufrimientos y vas a salir de aquí, arreglado. ¿Con qué sustento? Entonces. En esa venta del marketing de las emociones se pierde la rigurosidad del trabajo y de la ética. ¿Qué ética puede tener que yo abra el sufrimiento pero no dé lugar a un cierre? Las personas.

Sebastián: Justamente quienes suben estos videos, quienes los crean... A ver, hay de todo. Hay gente que simplemente recorta una entrevista y lo sube y ya tienen millones de visitas. Pero, revisando los perfiles de estos creadores de contenido, de diez videos solo encontré dos psicólogos, uno psicólogo positivo que, bueno, ya iba a favor del discurso del imperativo de felicidad; y el otro... Pilar Rojas, creo, psicóloga española. Pero, de ahí, el resto era como si yo ahora mismo leyera algo de psicología positiva y me pusiera a hacer un video, pusiera música emotiva siempre. Esa es la base de esos videos: música emotiva.

Me acuerdo de que el video más visto, con unas siete u ocho millones de reproducciones era un cantante. Él mismo dice: “Yo no he leído ningún libro en mi vida, pero la felicidad es esto”. También había un doctor, un médico general dando consejos de felicidad. También había coaches, por supuesto. Estos individuos que no se forman en psicología, en el estudio riguroso de la salud mental, van recetando cosas medio mágicas incluso para la salud mental, para ser feliz.

Blanca: Eso va del lado de la banalización. Son problemas sumamente profundos y se los banalizan como si superficialmente se pudiera atender, resolver, recetar, ubicar procedimientos y pasos para todos iguales. Cuando lo que se trata es, más bien, de que ahí se pierde ese nivel de ética. La ética va de lado a dónde enmarco mi trabajo, cuál es la posición ética respecto al sufrimiento de una persona. No es negarlo. Es, de alguna manera, trabajar ese sufrimiento. Sostener a una persona en su sufrimiento para que haga con los recursos que va teniendo. Cómo atender estas situaciones. A veces vienen personas que tienen un sufrimiento, no de ahora, de hace diez años y nunca se dieron el lugar para hablarlo. Cuando una persona no lo ha hablado, le cuesta muchísimo poner en palabras. Hay personas que a veces se han sentado ahí y le toma mucho tiempo y al final lo que logran decir es que nunca había dicho esto antes. Entonces eso que no se dice igual se vive, igual existe, igual está. Entonces es trabajar con eso, no negarlo. Y negarlo es una forma de decir “Yo elijo ser feliz pese a todo”.

Entrevista a Ramón Murillo



Sebastián: ¿Cuál es el rol de los medios de comunicación en la difusión de discursos?

Ramón: Nosotros hace algunos años hablábamos de comunicación de masas ¿verdad? donde había un emisor que generalmente era un medio de comunicación un periódico,

ya sea un canal de televisión y ese medio de comunicación enviaba un mensaje a la gran masa entonces, por ahí esa sería mi primera observación ahí lo importante es el mensaje lo que la gente recibe entonces, claro, muchas personas con muchas teorías hablaban de que lo importante era ese mensaje lo más importante era el emisor pero ahora hay toda una serie de estudios que evidencian que ese mensaje pasa por una mediación que es la mediación de cada una de las personas entonces, cada persona va a tratar de sacar de ese mensaje lo que fortalece sus creencias y valores y lo otro lo va a dejar es más o menos como empieza a funcionar después aparece toda la evolución de la ecología de medios como dice McLuhan acerca de la ecología de medios y entonces pasamos de una comunicación masiva a una autocomunicación masiva.

La autocomunicación masiva ¿a qué se refiere? Se refiere a “auto” porque yo también tengo la capacidad de ser un emisor ahora, o sea, no es que yo tenga que esperar que don Alfonso se muera para salir en pantalla, yo ahora puedo crearme mi propio medio y hacer mi propio contenido y eso amplifica muchas veces los discursos. Si yo genero un discurso de la felicidad como tú dices o si yo genero un discurso del terror que puede ser a lo mejor un ejemplo opuesto, ese discurso va a ser amplificado con lo que cada persona va a querer entonces si yo por ejemplo voy a pensar en un discurso de la felicidad: la persona que se levanta todas las mañanas a hacer ejercicio y bloguea, se bloguea trotando supongamos que eso sea ¿no?

Pues esa persona una persona va a ver eso y va a decir “ah, yo también troto a las mañanas entonces voy a empezar a bloguear y así se va a amplificar ese mensaje”- Entonces ahí me parece importante el concepto de la autocomunicación. De bases es un concepto que lo plantea Manuel Castells entonces tal vez ahí, ¿qué me dice? que finalmente es “auto” porque yo mismo puedo generarla, pero es de bases porque es posible que un video se pueda convertir en algo bien ¿no? entonces hay esas opciones. Partiendo de ahí yo creo que tienes una buena línea de análisis sobre cómo las redes sociales permiten y facilitan esa expansión de un contenido, de una historia.

Sebastián: Justamente haciendo una precisión del tipo de videos. como el buscador de TikTok es muy impreciso no muestra cuando uno pone un hashtag sobre la felicidad muestra muchas cosas que no tienen que ver con la felicidad. Por eso yo limité el

análisis a videos en los que yo tengo explícito un concepto de felicidad o al menos unos pasos, unas reglas o unos métodos para seguirla, entonces son individuos que están en un podcast, que están en una entrevista o hacen un blog y dan consejos para ser feliz o definen la felicidad

Ramón: Es súper interesante. También la otra línea de análisis puede ser con la creación de las redes sociales ha permitido la democratización de los contenidos porque, por ejemplo, en un inicio, en inicios de la de la historia de la humanidad la comunicación le pertenecía a la gente, las historias le pertenecían a las personas que se las trasladaban de manera oral de generación en generación, pero las historias surgían de la gente. Luego en la época de los grandes medios, estoy hablando ya del siglo XX, los medios de comunicación se apropiaron de la narrativa y las historias dejaron de pertenecer a las personas porque ya no era lo que vivía día a día, lo que se iba contando por las calles, sino que era lo que el medio me enviaba Y en ese punto es probable que el contenido dedicado al autoconocimiento, al fortalecer temas de salud mental o buscar la felicidad no era muy común y las redes sociales han permitido que estos temas, que todos los grandes temas vuelvan a la gente.

Sebastián: ¿Usted cree que una observación que se podría hacer es que en ese sentido de la democratización hay un peligro que es cualquiera, cualquier persona que tenga algo que decir sobre la felicidad puede emitir un discurso sin ser por ejemplo un profesional de la salud mental?

Ramón: A ver, digamos que siempre existe el peligro de que haya personas que no... A ver, hablemos de un tema, por ejemplo, de nutrición Si buscamos nutrición a mí me parece que hay un gran peligro porque a lo mejor hay personas que te dicen mire, no tomes esta azúcar tómela de acá, toma esto, tómala de acá, tómala de acá y además hay gente que lo hace. Pero hay temas como el de la nutrición que dependen muchísimo también de cada persona, de si esa persona tiene alguna enfermedad o requiere de un profesional que esté digamos acompañando esas decisiones que tome porque a lo mejor la Stevia te hace bien a ti, pero a lo mejor a mí no. Entonces ahí en ese tipo de casos que sí creo que tienen mucho peso. Hablando de la felicidad, yo digo ¿quién es el especialista en la felicidad? Cualquier persona puede transmitir un mensaje de cómo

ha encontrado en sí mismo la felicidad y eso le puede servir a alguien. Entonces por ahí siento que en este tema particular hay a lo mejor mucha más libertad en el sentido de que si te dicen “mira, para ser feliz tú mírate al espejo todos los días y di que eres una gran persona” Supongamos. Y a lo mejor yo lo hago y no soy feliz, no me afectará digamos de manera determinante a menos que yo esté pasando por una depresión o algo así, si es el caso de que es un contenido que está hablando directamente de un problema de salud mental. Ahí sí creo que es necesario la decisión de un especialista.

Sebastián: Hay una rama de la psicología que se llama psicología positiva. Es esa ciencia que promueve que uno puede ser feliz pese a cualquier cosa. Una crítica que se hace es que este discurso de ser feliz, como el discurso de por ejemplo ser exitoso, genera en los individuos incertidumbre, una preocupación de ¿estoy siendo feliz? ¿Por qué no soy feliz? Como ellos dicen, que hay que ser feliz. ¿Estoy viviendo mi vida plenamente en términos de qué tan feliz soy? Entonces justamente lo que usted dice, en mi trabajo, digamos, se lo podría equiparar con algo tan importante como la nutrición: si no como bien pues me enfermo y si tengo estas preocupaciones de hay que ser feliz de esta manera, como se promueven en estos discursos, también eso genera un malestar.

Ramón: Sí, es probable, por eso te digo si eso ya deriva en una depresión, en una persona que está pasando por un momento realmente difícil y cree que la respuesta está en las redes sociales, probablemente no la encuentre o probablemente sí la encuentre también ahí está lo que te digo de la mediación. La mediación es ese bagaje, ese conocimiento previo que tú tienes al recibir una información, tú lo incorporas a todos esos conocimientos anteriores generando un nuevo paso. Un poco también lo que decía Piaget en términos de educación, por ejemplo, así es cómo nosotros aprendemos, nosotros tenemos unos conocimientos previos y luego, pues, se nos incorpora una nueva información, pero esa información no queda aislada de esos conocimientos previos, sino que se integra. Entonces me parece a mí que el concepto de mediación también puede ser clave ahí porque claro uno tiene que saber también tener esa educación de decir a ver si me dicen que para bajar de peso tengo que tomar esta bebida hecha con no sé qué hierba y no sé qué cosa, pues, yo tengo que tener la suficiente capacidad de mediarlo con mis conocimientos y decir oye capaz que es

mentira, como cuando las abuelitas decían “oye, me duele tal cosa, tómate un agua” ¿me explico? Es un poco tener también esa educación, esa formación de audiencia, formación de público que permita diferenciar lo que es algo que me puede servir o no, porque a lo mejor, oye, yo encuentro a alguien que dice esto es vida, esto es felicidad, no sé qué, y se toma una foto en una playa hermosa y digo oye, capaz yo voy a esa playa también y me sirve y me funciona.

Identifico que ese concepto de mediación también está por ejemplo en los resultados que yo obtuve. Comparé el discurso de la felicidad en TikTok en un grupo focal con chicos universitarios de Economía, Comunicación, Psicología y Cine de la UCSG y, pese a que hay coincidencias y uno podría considerar que, digamos, el discurso ha influido en ellos, también hay muchas diferencias con él. Entonces, por ejemplo, ellos dicen sobre si la felicidad se consigue con pasos, ellos dicen “depende, depende de cada quien. Si yo no puedo pagar la renta, por ejemplo, ¿cómo voy a ser feliz?”

Ramón: Claro, ahí entraría la mediación, porque si no sería como un DHL ¿entiendes? En un DHL tú puedes enviar una cajita bien dobladita con piedras y llegarán piedras y no puedes hacer otra cosa: vas a tener piedras. Tú puedes llevar diamantes y vas a tener diamantes, pero eso simplemente es un traslado de información. En la actualidad ese concepto de mediación permite que cada persona tenga una respuesta diferente al mensaje. cada persona lo ve de una forma diferente entonces sí totalmente de acuerdo y por el lado de los comunicadores que profesionales sobre todo que pueden crear estas piezas periodísticas de arte y demás ¿qué recomendaciones daría para no incurrir en en cuanto a promover discursos sin tener conciencia de ello? Es complicado porque estamos ya hablando de temas de libertad de expresión y por ejemplo a mí tal vez me resulta la felicidad más grande del mundo tomarme una cerveza a la salida del trabajo, pero a otra persona eso no le da felicidad. Sin embargo, nadie puede decir que para mí no lo es y nadie me puede quitar el derecho de crear una publicación de esto y decir “esto es vida. Estoy feliz aquí”. Entonces yo creo que ahí, pues, entra el tema de libertad de expresión, donde cada persona tiene el derecho a publicar lo que quiera, lo que pasa es que estamos en una sociedad muy cambiante estamos en una sociedad. Entonces sí creo yo que tiene mucho que ver con la felicidad y las personas van a tener, van a encontrar lo que quieran, cada uno va a sacarlo bien a partir de los creadores de

contenido. ¿Qué pasa con los creadores de contenido que se dedican profesionalmente a hacer este tipo de cosas? Hay muchos que sí venden uno, o sea hay gente que vende humo pero está ahí y no lo puede evitar, es lo que tiene la libertad de expresión, no lo puede evitar. La clave para mí está en una mediación sana, que la gente sea clara. Ahora, si tú me dices, mira con esta investigación lo que yo estoy tratando de hacer es buscar un proyecto de comunicación que finalmente haga contenido de valor. Entonces ahí me parece que un productor o un creador de contenido profesional debería plantearse ya cosas mucho más atadas a teorías y atadas a cosas que hayan sido comprobadas, y por ejemplo temas neurológicos ¿no? Por ejemplo, consumo de ciertos químicos que a lo mejor hay personas que les hace falta ¿no? Entonces, el otro día vi una publicación que decía: “¿Cómo conseguir los químicos de la felicidad?” Entonces decía para esto 'Respirar hace feliz. Abraza a las personas'. Ya, pero a lo mejor eso tiene una base científica y entonces ahí me parece que eso sería un medio de comunicación que apueste por presentar contenido que realmente ayude a la gente a ser más feliz.

Sebastián: Analizando los perfiles de las cuentas que suben estos videos, se tiene que son anónimos que suben contenido motivacional general de felicidad, de éxito y demás; son coaches y demás. Entonces como que no hay esa formación científica. ¿Considera que ahí hay una carencia de responsabilidad al momento de crear un contenido así?

Ramón: Totalmente de acuerdo, totalmente de acuerdo.

Sebastián: Por último, debido a su relación con el cine joven y el FIC (Festival Intercolegial de Cine), su trabajo con jóvenes, con *centennials*, me interesa mucho saber ¿cómo usted percibe el consumo que los jóvenes hacen en las redes sociales?

Ramón: Lo describiría...Yo ahí pienso en el concepto del *long tail* ¿no? Como te decía es más individual ahora y básicamente ¿a qué se refiere este concepto del *long tail*? En principio, por ejemplo, si a mí me gusta la música, por ejemplo, y a lo mejor a mí me gusta cierto tipo de música thrash metal, en la época de la comunicación de masas era muy difícil conseguir material de thrash metal, porque las disqueras en

Tower Records, las tiendas donde ahora venden aparatos para celulares antes eran tiendas de discos. Se compraba, el vendedor compraba lo que sabía que iba a vender ¿no? Ricky Martin, Maná, todas las cosas que son masivas ¿no? En cambio, ahora existe el concepto del *long tail*, que es básicamente Spotify, donde si yo soy fan del rock ranchero cristiano, lo voy a encontrar ahí. Entonces ahí yo pienso en el concepto del *long tail*, y es decir, cada chico consume lo que le va a resultar interesante. Hay un tema de personalización, hay un tema de hiperconexión. Los jóvenes están hiperconectados, están consumiendo contenido constantemente y están buscando contenido personalizado. lo que me interesa ¿no? lo que YouTube me sigue recomendando ¿por qué? Porque son mis preferencias lo que TikTok me sigue recomendando. entonces me parece que en los jóvenes el consumo de contenido siempre va a estar ligado a deseos y cosas personales. Ahora tienen también la posibilidad de crear ese contenido, de crearlo, de expandirlo y esa es una de las habilidades que a lo mejor personas de otras épocas no las tenían ¿no?

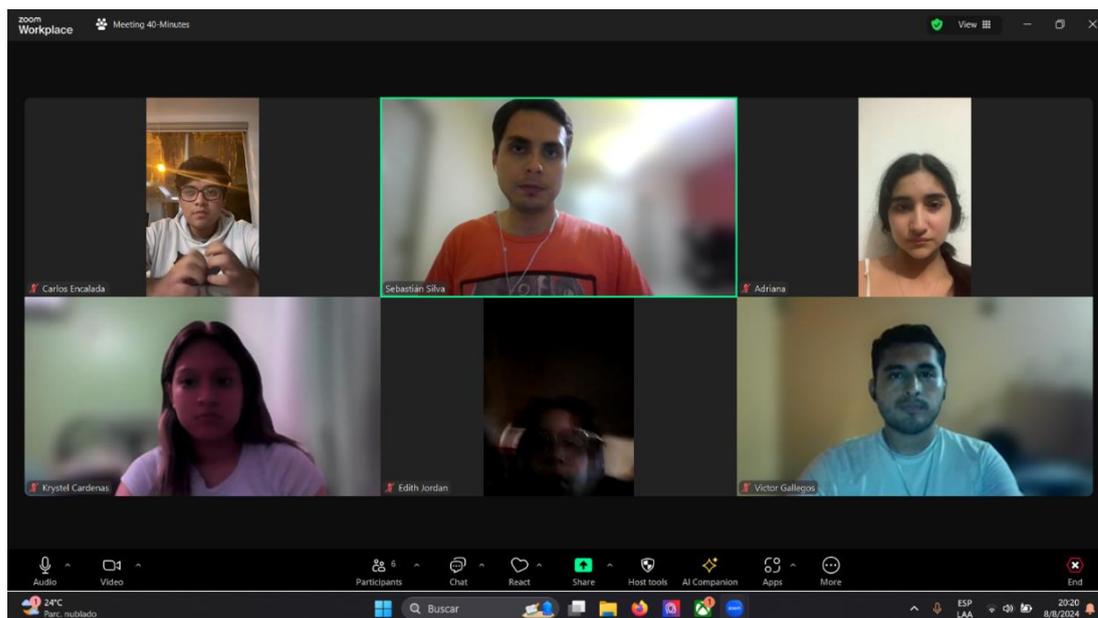
Sebastián: ¿Usted consideraría que precisamente estos discursos son buscados como una forma de reafirmar lo que uno ya cree?

Ramón: Sí. Recuerda que estamos ahora en una etapa de posverdad ¿no? Este concepto de la posverdad también creo que es interesante, ¿por qué? Porque ahora tenemos tanto material, tanto contenido que me dice tantas cosas, que a la final yo voy a terminar eligiendo lo que fortalece mis valores, mis creencias Y lo que no, lo voy a descartar. Supongamos que yo soy una persona de extrema derecha y empiezo a escuchar discursos sobre la extrema izquierda. Yo los voy a ver y los voy a comentar con odio y decir “esto no”. Y todo lo que abone a mis creencias entonces eso si lo voy a aceptar, lo voy a reconocer.

Sebastián: ¿Y consideras necesaria una postura crítica o un consumo crítico de lo que hay en redes sociales?

Ramón: Por supuesto, siempre es más importante ser crítico ante cualquier tipo de información que te llegue ¿no? Entonces no solamente a través de redes sociales, a través de cualquier sitio. Pero en la comunicación, la mirada crítica es importante.

Transcripción de Grupo Focal



Integrantes

Sebastián: investigador y moderador

Adriana: estudiante de Comunicación de la UCSG

Edtih: estudiante de Cine de la UCSG

Víctor: estudiante de Economía de la UCSG

Carlos: estudiante de Comunicación de la UCSG

Krystel: estudiante de Psicología de la UCSG

Sebastián: Esta es la sesión del grupo focal para la tesis de la felicidad en la generación Z. Ahora se van a presentar los miembros de este grupo interdisciplinario de las carreras de cine, economía, comunicación y vamos a tener una charla sobre qué es la felicidad para ellos y vamos a comparar luego los resultados de mi investigación con su percepción de lo que es la felicidad. Carlos.

Carlos: ¿Qué tal? Soy Carlos Encalada, soy estudiante de comunicación. Bueno, tengo 21 años y, bueno, de lo que considero mi perspectiva de la felicidad yo creo que respecta a un sentimiento que puede llegar a ser momentáneo, pero es de suma importancia en la espiritualidad. Esto creo que va un poco más al tema de cómo va tu día respecto a durante todo, o sea, si mi emoción llega a estar bien emocionalmente de

una manera feliz, por así decirlo, yo creo que me va a ir bien si mantengo esta positividad. Entonces, para mí sí es importante mantener este sentimiento, a pesar de que pueden llegar a otros y pueden llegar a este desequilibrio, pero es normal y es natural. Pero sí es como importante llevarlo para poder tener este tema. Yo al menos de lo personal creo que sí está relacionado mucho el tema espiritual de las personas. Entonces creo que esa es mi definición como tal, al menos lo que yo pienso. Entonces eso.

Sebastián: Ok. Adriana, ¿cuál es tu concepto de felicidad? ¿Qué es para ti la felicidad?

Adriana: Hola, soy Adriana Herrera, 21 años y estudio la carrera de comunicación. Mi concepto de felicidad no se basa en esta creencia de que la felicidad es como “debe ser plena, debe ser al 100 por ciento y uno tiene que alcanzarla”. Creo que eso es más una utopía. Considero que más bien la felicidad son los momentos que día a día nosotros recolectamos junto a las personas que conocemos, familiares, gente a la que queremos. También se llena de vivencias. La felicidad, aparte de eso, no solo se basa en este sentimiento de estoy feliz y ya, sino que para estar feliz hay que estar cómodo y para estar cómodo hay varios factores que nos rodean a nivel social, económico, incluso cultural. Entonces para mí la felicidad no es permanente o no debería creerse que es permanente, sino que son como varios puntos, varios clímax que uno tiene en la vida.

Sebastián: Muchas gracias. Víctor, la misma pregunta.

Víctor: ¿Qué tal? Mi nombre es Víctor Gallegos, soy estudiante de la carrera de economía y pues bueno, ¿qué es la felicidad para mí? Siento que es una pregunta bastante difícil de responder, ya que, como lo han dicho los otros miembros del grupo focal, tienen su propia interpretación. Para mí nunca he tenido un concepto fijo de lo que es la felicidad, ya que nunca he podido experimentar algo que me lleve a decir “Soy feliz”, porque nunca lo he visto de esa manera. Lo más cercano que yo podría decir a mi concepto de felicidad es cuando uno llega a por fin entender y comprenderse a uno mismo y obtener un cierto nivel de paz consigo mismo. Llegar a una paz con tu propio ser. Para mí esa es la felicidad.

Sebastián: Muchas gracias. Edith, la misma pregunta. ¿Qué es la felicidad para ti?

Edith: Hola, mi nombre es Edith Hernán, tengo 20 años, estudio cine y yo creo que para mí es un estado general, no digo permanente, pero como que en la generalidad de que si tú das un paso atrás y ves como en general cómo ha estado toda tu situación, es un estado de satisfacción con lo común. A lo que me refiero es que no es un estado que está dado tanto por acontecimientos, sino que en tu día a día, en tu rutina y en tu vivir, a pesar de que tú vivas cosas como rutinarias o no necesariamente nuevas, tengas satisfacción en esto.

Sebastián: Muchas gracias. ¿Krystel?

Krystel: Buenas noches, mi nombre es Krystel Cárdenas, tengo 18 años y estudio psicología. Para mí la felicidad llega a ser algo momentáneo. No, no es que nosotros siempre vamos a estar felices. Siempre esto se va a llegar a variar por medio de estímulos. Es decir, yo considero que si yo no duermo lo suficiente, si llego a tener un día muy estresante, todo ese día se va a dañar y eso. Entonces a lo que quiero llegar es que la felicidad se ve por medio de estímulos. Entonces, si yo en un día llego a estar con las personas que yo amo, que yo las considero muy cercanas para mí y son muy especiales, yo me voy a llegar a sentir muy bien, a sentir muy feliz. Y si ese día llego, digamos, a obtener una alta nota me voy a sentir feliz. Entonces, para mí la felicidad es algo que es momentáneo y que se puede llegar a derivar por muchas situaciones. Ya sea por personas, por mis mascotas, por situaciones, por eventos.

Sebastián: Perfecto. Ahora entramos a una etapa de micrófono abierto. Es decir, voy a preguntar algo y quien quiera responderlo, adelante. Y de esta pregunta espero una respuesta concreta de sí o no: ¿La felicidad es el objetivo primordial de la vida? Es decir, ¿uno vive para ser feliz por sobre todo?

Víctor: No.

Adriana: No.

Krystel: No.

Carlos: Sí.

Edith: Sí.

Sebastián: Ahora me gustaría que uno del lado del no y uno del lado del sí me diga por qué sí y por qué no.

Víctor: Desde mi punto de vista, yo soy una persona a la cual muchos de mis amigos, gente que me conoce, siempre me dicen 'Tú eres la persona más feliz del mundo', porque me ven alegre, me ven siempre animoso, inquieto y todo eso. Yo soy... Estoy contento, activo, emocionado cuando estoy con mis amigos o hago cosas simples como leer un libro o jugar algo. Pero yo siento que Algo Tan complejo como es la vida, al menos desde mi punto de vista, no, no es solo buscar tu felicidad. Ya que podemos conocer gente que no sabe en dónde está parada o no sabe qué hacer y aun así es feliz. Y claro, es importante ser feliz, pero hay muchas otras cosas en la vida más que solo eso.

Sebastián: ¿Como cuáles?

Víctor: Encontrar tu propia estabilidad. Como yo dije, para mí la felicidad es más que una simple emoción o sentimiento. Es encontrar una paz contigo mismo. Y el tener ese sentimiento de euforia o de simplemente sonreír cuando haces algo o ves algo no es lo cercano a la felicidad verdadera, al menos desde mi punto de vista.

Sebastián: Ok. Y ¿quiénes opinan que sí es el fin último de la vida? ¿Por qué creen que es así?

Edith: No lo veo como un fin último. Porque para mí la felicidad no es lo mismo que euforia. Entonces, como dije, un estado más estable de satisfacción consigo mismo. Entonces, yo sí creo que en la vida es importante que, independientemente de lo que

esté sucediendo, uno busque estar satisfecho con uno mismo, con lo que está haciendo y con la vida que está formando. Porque, y eso creo que es en sí la felicidad y por eso para mí yo creo que sí es un objetivo. Porque tú tienes que poder estar satisfecho con el camino que estás eligiendo y tus decisiones y todo eso se tienen que ir dirigiendo hacia ese lado. Y es lo que muchos hacemos, elegimos carrera, trabajo, tomamos decisiones basándonos en nuestro bienestar y ese bienestar traería consigo una satisfacción. Entonces por eso para mí no es algo que uno puede estar buscando como ese pico de euforia todo el tiempo. Pero sí con las decisiones del día a día y con lo que uno va, lo que uno va haciendo, sí, esas decisiones, se puede ir logrando y se puede ir alcanzando. Pero no hay un punto en el que tú dices “ya lo logré”, sino que es paulatino y llega despacio y se mantiene y eso.

Sebastián: Cada uno con su visión de la felicidad. ¿Cómo llega a ser feliz? ¿Hay pasos? Si hago esto, seré feliz o si pasa esto, será feliz. ¿O simplemente uno tiene que vivir esperando a que llegue la felicidad? ¿Uno la alcanza a través de acciones? La pregunta concreta es: ¿Cómo se llega a ser feliz? ¿Hay métodos? ¿Hay consejos?

Víctor: Una pregunta muy difícil. No creo que haya pasos a seguir para Conseguir la felicidad, ya que, como hemos visto, hay gente que lo tiene todo y no es feliz, y hay gente que no tiene nada y aun así lo es. Así que supongo que no creo que haya un camino que seguir para conseguir la felicidad, sino depende de cada persona.

Sebastián: Adriana, ¿Qué piensas?

Adriana: Conuerdo con Víctor en la parte final. Ya depende de cada persona para qué ellos es la felicidad. Por ejemplo, digamos en mi caso, yo creo que al menos estaría en el limbo de la comodidad, tal vez no la felicidad, como digo no creo en la felicidad plena, pero sí en ese estado de comodidad si, por ejemplo, voy enlistando tener un trabajo estable, tener una economía estable, tener esto, tener el otro, poder viajar, poder aquello. Pero mis mismos intereses no van a ser los de Víctor, no van a ser los de Krystel, los de Edith, los de Carlos. Entonces no creo que exista una lista y tampoco debería existir una lista. Siento, no sé, lo siento como un método ortodoxo de querer encontrar algo que la verdad no es algo que tú vienes, llegas, lo agarras y dices “Oye, es mío. Ya logré la felicidad”, sino que creo que lo vas construyendo poco a poco con

las cosas que como digo te ponen en ese estado cómodo. Y, digo, mi estado cómodo no tiene que ser el de ustedes. Pero creo que llegando a ese estado y después aportando cosas que uno sabe que lo hacen feliz, lo llenan de dicha, lo llenan de satisfacción, pues ya podría decirse que encuentras una felicidad, en mi caso.

Sebastián: ¿Una conclusión de lo que comentaste es que no hay fórmula para la felicidad, fórmula general para la felicidad?

Adriana: Sí, para mí no hay una fórmula.

Sebastián: Y si acaso existiera alguna fórmula, algún método basado en la ciencia, ¿Creerías que ese método Funciona?

Adriana: Dudaría. O sea, sería la típica abuelita conspiranóica de quiero resultados y resultados de aquí a 15 años. Cuando pasen 15 años yo digo “Ya, me ganaron. Ok, me equivoqué. Tienen razón. Ya voy a probar”. Probar porque al final yo creo que no es, como digo, creo que no es permanente. Pero si lo fuera sería como, creo que todo el mundo diría “Vamos a probar”.

Sebastián: ¿Uno más que piense que no métodos, estrategias para ser feliz?

Víctor: Hay algo muy interesante sobre lo último que mencionaste de la ciencia. Si hubiera un método eso ya quitaría por completo lo que habíamos dicho previamente de que no existe un camino a seguir porque todos somos diferentes. Pero si existe un camino que tomar creo que eso cambiaría por completo la percepción que tenemos sobre la felicidad, porque siento que, si llega a ser algo que todo el mundo puede alcanzar por ese proceso científico, porque ha sido tal vez un medicamento, una operación o algo en general un proceso científico, la gente dejaría de buscarla al menos desde mi punto de vista.

Sebastián: Quiero que vean tiktoks que explican qué es la felicidad. Y con base en eso voy a preguntarles si están de acuerdo o en desacuerdo con ello.

(Los tiktoks mostrados fueron

<https://www.tiktok.com/@abrahamjrz/video/7361613091156577552?q=felicidad%20tiktok&t=1723489235602>

<https://www.tiktok.com/@momentummotiv/video/6919633427511774469>

Víctor: Estoy de acuerdo con lo que se menciona en el primer tiktok. Muchos creen que consiguiendo un trabajo o haciendo lo que te dicen los demás y conseguir una vida tranquila inmediatamente eres feliz y no es cierto. Repito: he conocido gente que lo tiene todo, que prácticamente tienen la vida hecha y ni siquiera quieren seguir viviendo esta vida. Es triste, es triste. Pero sí, yo pienso que la felicidad depende de uno mismo, depende de ti, de conocerte a ti y de estar en paz.

Sebastián: Carlos, ¿tú qué opinas sobre el primer vídeo?

Carlos: Increíble el hecho de que es algo bastante parecido a lo que dice Víctor o sea el hecho de vivir las experiencias creo que es un punto de anclaje para poder sentir lo que es al menos un poco del sentimiento de felicidad. El ejemplo más claro es lo que sucedió ayer en la carrera de comunicación, que fue vivir una experiencia, vivir lo que estaba sucediendo en mi alrededor; compartir con amigos, viajar, este tipo de... este sentimiento esta espiritualidad compartida con los demás. Entonces sí, estoy completamente de acuerdo con el primer video.

Sebastián: Edith, ¿tú qué opinas al respecto?

Edith: Yo sí estoy de acuerdo. O sea, lo que sucede es que el consejo de vivir en el momento es muy... y como solo concéntrate en el momento y no estés pensando en el futuro porque las cosas ya se van a ver, es válido hasta cierto punto porque sí es verdad que mucha gente, muchas veces, y yo me incluyo, está preocupada dándole vueltas a ¿y qué va a pasar después? ¿y qué va a pasar después? y eso es un hábito que poco a poco te tienes que desprender porque a la larga sí te va pesando. Sin embargo, no todos los momentos de la vida van a ser buenos. Entonces a mí personalmente no me gusta el consejo de tu felicidad depende de sentarse solo en el momento porque no todos los

momentos van a ser buenos. Porque la situación de todo el mundo no es buena objetivamente, o sea, objetivamente muchas veces la gente está en situaciones muy difíciles situaciones muy complejas y decirle a esa gente “No te preocupes. Solo vive el momento. Relájate” no me parece bien, no me parece bien porque una parte importante...porque si tú ignoras todos estos sentimientos entre comillas lo que estás haciendo es que no estás viviendo feliz, estás viviendo ignorando todo, estás viviendo en una burbuja. Entonces yo personalmente estoy muy en desacuerdo con tu felicidad depende solo de ti porque aparte en tu vida vas a tener muchas situaciones fuera de control y que genuinamente están fuera de tu control y que no puedes decir simplemente “Sí, no pasa nada. Está fuera de mi control, no me preocupo”. No puede estar fuera de tu control que te botaron del trabajo y ya no tienes como pagar la renta, y no puedes decir “Bueno, nada me preocupa”. No.

O sea, entonces, decir que tu felicidad depende solo de ti porque no te preocupes por las cosas que no están en tu control es un poco... no es verdad, no es verdad, no es verdad. Y sí es verdad que uno tiene que buscar esa satisfacción y todo lo demás y yo estoy de acuerdo con lo que dije, pero no me gusta en general cualquier concepto, cualquier consejo que quiera que sea básicamente “Pero no te preocupes”, porque preocuparse también es necesario y la ansiedad también existe por algo y tú te preocupas por algo porque necesitas protegerte. Entonces, simplemente cualquier consejo que sea en plan de “tu felicidad solo depende de ti y tú tranqui, relájate y no te preocupes por lo que está a tu alrededor” no me gusta.

Sebastián: Adriana, ¿tú qué opinas?

Adriana: Estoy de acuerdo con Edith. La verdad... a ver, es una mezcla, o sea una dualidad interesante porque estoy de acuerdo con la parte de uno también tiene que ponerse seguro de frente recto y decir “A ver, ya déjate de vainas”. O sea, no es decir “Ay, voy a estar feliz” y de una voy a estar feliz. Pero, si pasan ciertas situaciones, yo sí considero que dependiendo de cómo te las tomes uno puede decidir si estar en la miércoles o enfrentarlo mejor. Y quién sabe si en ese momento encuentras esa comodidad tranquila.

Lo que me chocó por ejemplo del mensaje lo primero que me chocó fue “Sigue tu corazón. O sea, es lo que debes hacer, sigue a tu corazón”. O sea es verdad que tal vez en el momento, como decía Edith, lo de vivir el momento, ese mensaje ideal de que todo va a estar bien, tienes que vivir lo que sientes, en ese instante no lo comparto tampoco en su totalidad porque, o sea, tú no lo sabes, y lo digo por experiencias externas, si en ese momento el corazón te está jugando una mala pasada y tú crees que lo que está pasando está bien; tú en ese momento puedes tomar una decisión solo porque te basaste en la felicidad que te dictó el corazón, no piensas más allá del tema, pero de aquí a 20 años te puedes estar arrepintiendo de algo.

Considero que debe haber un equilibrio. No puede ser solo el corazón, que te sientes bien. ¿Que en ese momento te entra la locura? Sí, pero por eso también hay un cerebro. Entonces hay que un poco intentar equilibrar eso. Entonces sí es como una mezcla. Por supuesto creo que puede uno decidir por uno mismo o ponerle cara al asunto, pero tampoco hay que dejarse guiar por el corazón. Como también decía Edith, hay cosas que le pasan todos los días a cada ser humano, o sea las cosas son distintas. O sea, ese video le queda a alguien que tiene el momento cómodo, la vida cómoda y su mayor problema es... Por ejemplo, la gente se burla de Intensamente 2 porque el mayor problema de Riley era no entrar a un equipo, y la gente lo veía como un problema absurdo. En la comodidad, en la vida de este personaje ficticio, tú le pones ese video y dice “Es verdad. Yo voy a cambiar y voy a decir sí, por mí, yo puedo decidir ser feliz”. Pero si el día de mañana te quitan la casa, te quitan la movilización, te quitan la comida, te quitan la salud, no me vas a decir que tu decisión va a estar sobre todo eso y aun así vas a ser feliz. O sea, es verdad que le puedes poner cara al asunto, pero depende mucho el contexto de cada quien y eso.

Sebastián: Gracias, Adriana. Krystel, ¿qué opinas al respecto?

Krystel: En cierta parte estoy de acuerdo con lo que dijo Adriana y, pues, es verdad que, bueno, para mí la felicidad llega. O sea, considero que la felicidad es más, es algo más por medio de cómo se toman las cosas tipo que también depende de los tipos de situaciones que lleguen a haber en el momento. Teniendo los ejemplos que ustedes estaban poniendo, el poner una buena cara o tratar de ser positivos, pues no. O sea, así

valdría para ese momento pero no es como que vaya a estar plenamente feliz hasta el final de ese momento.

Sebastián: Eso algo interesante que surgió de esto que ustedes mencionan, Adriana, Krystel y Edith, el que no solo depende de uno mismo, es decir, los factores externos, como mencionaron, el empleo, la comodidad, la renta tienen influencia en la felicidad. A partir de ello, les pregunto: ¿Ustedes creen que los factores externos afectan nuestra posibilidad de ser felices? ¿O si nosotros nos proponemos ser felices ignorando lo externo, igual lo seremos?

Víctor: Siento que es un punto bastante importante, que todo lo ajeno a nosotros nos afecta. Pero también pienso que es algo importante... Con lo que escuché a Edith, Adriana y a Krystel quedé sorprendido. Estoy de acuerdo con el punto de vista del video, pero no mencioné que estaba de acuerdo con el tema de disfrutar el momento y ya que lo piense y pensar con el corazón. Porque, yo lo dije al inicio, siento que ese sentimiento de euforia y tranquilidad puede ser de un segundo a semanas o días. Pero, como mencionaste, si algo ajeno nos afecta claro que nos afecta porque si estamos pasando un mal rato, por una mala nota, llegamos tarde a algún lado, perdemos un trabajo o hacemos algo mal, nos afecta. Pero también siento que ignorar el hecho de que depende de ti, porque yo sí siento que sí depende de ti, porque si me botan el trabajo depende de mí si yo quiero quedarme en esa situación de “Oh, no me despidieron. Estoy sin trabajo” me voy a sentir mal, me voy a sentir horrible y claro que te vas a sentir horrible, pero depende de ti si quieres quedarte ahí. Porque es cierto, depende de ti y sí, lo externo te va a afectar, te hará pensar “Uf, es difícil salir de aquí. No hay dónde conseguir trabajo. Mi vida está hundiéndose cada vez más”. Pero todo depende de ti. Si quieres seguir ahí o quieres seguir escalando la montaña empinada hasta llegar a volver a estar feliz o a llegar a ese punto en el cual estabas, en el que estabas, por lo menos no triste.

Sebastián: Perfecto, Víctor. ¿Otro criterio? Les recuerdo la pregunta: ¿Los factores externos condicionan nuestra capacidad de ser felices? ¿O si nosotros nos proponemos ser felices, lo vamos a hacer pese a todo lo externo que suceda?

Adriana: En mi caso, de acuerdo con Víctor. Ahí debe haber una dualidad. O sea, yo voy a elegir, yo me voy a parar recta, yo voy a decir “Yo puedo”, pero cualquier factor externo va a influir de alguna forma, no solo hablando económicamente, también hablando sentimentalmente. No sé, muchos aspectos externos que uno no controla pueden influir para que esa felicidad se derrumbe.

Sebastián: Pero ¿crees que esos factores externos tienen tanto peso como para que, aunque uno lo quiera, no pueda ser feliz? ¿O simplemente uno va a poder ser feliz si lo quiere, pese a todo lo malo que pase?

Adriana: Depende de cada persona, depende de la actitud de cada quien, depende. Cada persona es muy diferente. Tal vez, no sé, Dios no quiera, mañana un familiar cercano muere, pues una persona lo va a tomar de una forma, pasarán meses y luego lo superará. Pero después está esta persona que pasa por lo mismo y después de años sigue con ese dolor porque tal vez el familiar significó otra cosa, su sensibilidad es distinta, creció en un ambiente diferente; incluso su corazoncito, su forma de sentir puede ser mucho más diferente. No te puedo dar una respuesta exacta porque todas las personas son diferentes. Va a depender de cada quién y su contexto. No creo que haya respuesta a eso.

Edith: Uno puede llegar a ser feliz a pesar de los factores externos, sin embargo, se necesita tiempo. Porque muchas veces estos consejos de “Tú puedes ser feliz sin importar lo que pasa, solo propóntelo y ya está”, no. No es como que uno se levanta un día y va a decir “Voy a dejar toda la tristeza que he estado sintiendo por estos meses y simplemente voy a ser feliz. Chao”. No es así porque tú puedes pasar por eventos altamente trágicos y los puedes superar, y puedes volver a llegar a ser feliz, pero es con el tiempo, es un proceso paulatino, y sí, tú podrías llegar a superar cualquier situación que tengas, es verdad. Porque incluso en la situación más pequeña de problema “insignificante”, nosotros le dedicamos un tiempo, consciente o inconscientemente, le dedicamos un tiempo para decir “Ay, sucedió esto”. Por ejemplo, no sé, te olvidaste tu botella de agua por ir al gimnasio, ¿podrías comprar otra?, sí, ¿cuesta 50 centavos?, sí, ¿lo puedes solucionar?, sí. ¿Es la gran cosa? No, pero tú vas a tener tu momento, muy pequeño, muy breve, no dura ni un minuto, en el

que te vas a decir, chuta, me pasó esto y tu tiempo lo superas, porque es un evento muy pequeño. Pero para eventos más grandes, para situaciones más grandes, para problemas más grandes, tú también necesitas este tiempo para decir “Sucedió esto”, y validarlo y procesarlo el tiempo que sea.

Hay gente que necesita más tiempo que otras. Hay gente a la que las cosas les afectan más que a otras. Pero decir que simplemente “Tú puedes decir. Me sucedió esto, voy a estar triste y ya mañana no estoy triste”, no. No es así. No puedes simplemente tú decidir de la nada, ya no estar triste, y mañana me levanto y ya está. Puedes empezar a tomar pasos, hacer acciones, hacer cosas que poco a poco te van ayudando, y te van dando la manito, y va saliendo despacio, y tampoco es un progreso lineal, pero va saliendo de esta situación en la que estás. Pero no va a ser un *switch* automático y no va a ser porque tú tomaste la decisión de ya no sentirte así. Yo también he estado en situaciones en las que me he estado sintiendo muy mal y yo digo “Esto tiene que parar”, pero no porque decidí “esto tiene que parar”, yo al día siguiente me levanté y era la persona más feliz del mundo. No, yo dije “Ok, esto tiene que parar. ¿Qué puedo hacer para ir mejorando?”. Porque estos consejos de tomar la decisión y ya está tienen como el subtexto de que son instantáneos, de que tomando la decisión va a suceder cuando no es así. Sí es verdad que tú tienes que tomar una decisión y decir “Ok, vamos a”. A veces ni siquiera tomas la decisión, a veces simplemente la situación va pasando. Pero sí, sí es verdad que tú tienes que hasta cierto punto tomar control de tus propias emociones. Sin embargo, decir que va a ser instantáneo, o no dejarte sentir tus emociones, no es sano y no es productivo. Por eso no me gustan estos consejos y estas situaciones de solo decídelo y ya, Porque no es solo “decídelo y ya”, es muy simplificado es muy fácil que se malinterpreten.

Sebastián: Tomando lo que dices, Edith, lo de ser feliz es una decisión. Creen que, como vimos en el segundo video, ¿ser feliz es una decisión o no?

Víctor: Me pareció bastante interesante y a la vez intrigante la postura de Edith. Es cierto, los consejos de que “estás en el fondo en lo más bajo y levántate y vas a dejar de estarlo” claro que eso es imposible. Es como decir que si pasa eso, al menos desde mi punto de vista, entonces todo lo que te sucedió para estar ahí no significó nada. Si

al día siguiente dijiste ya no lo voy a estar, pongo un pie fuera de la cama y digo “Wow, estoy feliz” es algo ilógico. Pero sí pienso que hay algo que, bueno, lo más lógico es decir que si tú estás en esa situación queda en ti y es tu decisión empezar el proceso o empezar con los cambios para dejar de estar, como dijo Edith y yo también comparto eso, odio esa malinterpretación de la gente que piensa que al momento de tú decirlo instantáneamente como que todo se olvidó, no pasó nada ya, borrón y cuenta nueva. Eso no es posible, pero sí pienso que es tu decisión el hacer algo al respecto, Para que algo pase ya, no para que no tomes la decisión de que pase, para que algo pueda pasar, es tuyo y sí, siento que nosotros tenemos que tomar esa decisión.

Krystel: Para mí, todo depende de cada quien. Para mí, sí considero mucho lo que llegaron a decir los demás, de que uno puede llegar a hacer las acciones para poder llegar a mejorar la situación y también considero que se considera mucho eso de que es el buscar tú mismo ver tu forma de llegar a tratar de mejorar. Más que todo yo también considero que es por la fuerza de voluntad de cada quien porque todo también depende de la magnitud de la situación que llegue a suceder. Pongamos las malas notas, pongamos ya que estamos en la universidad, yo cojo y me empiezo a sentir mal por una mala nota porque me caí y me quedo con todo eso gracias al recuerdo de que saqué una mala nota en ese momento y ya digo “Ya no. Ya no sirvo para esto... En conclusión, lo que quiero decir es que todo se basa en cómo uno llegue a percibirlo, cómo uno llegué a saber levantarse después...

Sebastián: A partir de tu idea voy a preguntarles a Adriana y Carlos. Digamos que ustedes no tienen la voluntad de ser feliz porque no lo han pensado, no se han propuesto hacer determinadas cosas para lograr la felicidad. Pese a ello, ¿creen que puedan alcanzar la felicidad así no la busquen directamente?

Carlos: Yo principalmente creo que la felicidad llega. O sea, para estudiar, para poder trabajar, hay que tener objetivos. Si cumples estos objetivos, yo creo que puedes llegar a alcanzar algo. Como dijo Adri, algo que hay que rescatar bastante porque me gustó, es el tema de la felicidad de cada uno ya depende de cada uno. Son objetivos. Si yo cumpla mis objetivos, puedo llegar a la plenitud, al menos, de sentir comodidad, la comodidad puede llegar a hacerme sentir feliz. Ya entonces, yo creo que si uno no va

con el objetivo de voy a ser feliz, voy a esto o el otro, pero tengo el objetivo de quiero cumplir esto y lo llega a cumplir, o en el transcurso llega a ser esto, bueno, puede llegar a concretar cierta felicidad.

Y es algo que habíamos mencionado al menos en el primer video, que yo sí estaba de acuerdo, es el hecho de vivir el momento, y al vivir el momento, de bueno, si quiero hacer esto, si quiero hacer lo otro, bueno, camino para adelante, pero camino, es decisión mía hacerlo, pues porque estoy caminando hacia adelante con ciertos objetivos. Pero en el camino puede que me encuentre enojos, tristezas y hasta la propia felicidad. Entonces, realmente eso es lo que al menos yo pienso.

Adri: Creo que sí se puede ser feliz sin proponérselo, no creo que sea aplicable para todo el mundo. De hecho, creo que para una cierta parte, cierto sector, tal vez creo que sí. Creo que incluso las personas que no se dan cuenta o no están en búsqueda de esa felicidad eterna son más felices sin darse cuenta o sea no están sobrepensando o preocupándose al máximo. Siempre voy a mantener mi creencia de que todo se basa en que, si tu vida también está cómoda, está dentro de tus parámetros que te gustan que está bien. Pero creo que es posible, sin embargo no es aplicable para todo el mundo.

Sebastián: Entramos a la última etapa del grupo focal. Recordemos los videos que vimos y los puntos más importantes: si la felicidad depende de mí, si yo elijo ser feliz y si es ese gran propósito del ser humano. En mi investigación he identificado que esos mensajes están en las redes sociales. Vimos dos tiktoks y como esos dos hay centenares más. ¿Consideran que, en su experiencia como usuarios de redes sociales, y concretamente en TikTok, se encuentra un discurso sobre la felicidad, con discurso entiendan mensajes, similar a lo que hemos conversado? ¿Ese discurso, esos mensajes dados por los creadores de contenido han influido en su percepción de la felicidad, han influido además en su vida?

Carlos: Hubo una etapa más allá de TikTok y reels (Instagram), que era YouTube. Vi a un youtuber llamado Luzu que sacó un video de “Tú puedes”. El video trataba mucho de seguir el camino, de avanza tú puedes, vive tu vida día a día y no pienses... Los

problemas van a haber, pero tienes que enfrentarlos y confrontarlos. Esto es como una lucha con el enemigo y te ponía bastante ese contraste. Entonces, por ese vídeo lo pensé así y creo que fue mi filosofía, es mi filosofía el seguir adelante y luchar con lo que haya en el camino y ser un tipo de superhéroe que habrá más adelante problemas pero siempre adelante. Entonces, al menos esa perspectiva a mí sí me si me generó algo y sigo pensando de alguna manera eso, con ciertas variaciones obviamente pero sigo pensando de alguna manera en ello. Entonces sí.

Sebastián: ¿Entonces sí influyó en tu pensamiento?

Carlos: Sí, sí influyó.

Sebastián: Perfecto. ¿Alguien más?

Víctor: Desde mi punto de vista, sí, claro, claro que lo han hecho. Antes yo tenía el concepto básico de felicidad dado por mis padres y por gente de mi familia que me rodea, tal vez uno que otro amigo. Pero luego ya entré en lo que es el mundo de YouTube, el mundo de las redes sociales en general, ya el mundo del internet. Y sí cambió mucho mi perspectiva sobre lo que para uno es ser feliz y la verdad le estoy muy agradecido.

Sebastián: Ok. ¿Adriana?

Adriana: ¿Si influyó de alguna forma? Sí, para bien, creo yo. Por ejemplo, cuando ves un buen mensaje o ves algo, no sé, algún tip o tal vez incluso alguien escribió algo en redes o hizo un video súper chévere inspirador... En el momento menos oportuno se te aparece y justo cuando me estoy rompiendo la cabeza digo “Es lo que necesitaba. Y tiene razón. Qué bacán”, pero hasta ahí. Influyen en mí pero a veces causan una reacción negativa en mí porque me parece como..., lo diría como..., lo comparo con un vendedor de Omnilife tratándome de vender un jugo que me va a curar. O sea, dependiendo del video. Por ejemplo, el primer video es hermoso, no comparto tanto el mensaje, pero el primer video que nos enseñaste, gráficamente, el texto, todo es lindo y es inspirador. No te está obligando que creas en eso pero te comparte un mensaje.

En cambio hay otros videos de personas que los comparten, hombres y mujeres que dicen “Sabes que tienes que ser feliz. Tienes que hacer esto, tienes que hacer el otro. No te rindas” y así te tratan de imponer algo y tú dices “No. O sea, qué maravilloso sería estar feliz” pero ¿sabes qué? Lamentablemente la vida no es así. Te tratan de vender, no sé, ese remedio secreto de que tú puedes conseguir la felicidad si cumples todas estas cosas. Incluso a veces pienso que puede llegar a ser un poco enfermizo pensar que debemos ser felices siempre. Entonces han influido en mí algunos muchos mensajes; han sido muy positivos, pero hay otros que los veo y digo: 'no'.

Sebastián: Gracias, Adriana. ¿Krystal? ¿Edith?

Edith: Comparto lo que dice Adriana. Hay videos y videos que se sienten como la comparación del vendedor de Herbalife, que te va a solucionar la vida y te va a curar. Sí, muchos se sienten así. Es como “¿Estás triste? no estés triste. Soluciona esto con dos pasos muy sencillos”. No, no funciona así la vida. Sí ha habido videos que genuinamente me han motivado y todo lo demás. Más que nada, a mí personalmente cualquier video motivacional y todo lo demás no me afecta, más que nada porque yo sé cómo se hacen. Entonces como que yo puedo ver como qué música y qué cosa. O sea, yo puedo ver como a través de la manipulación emocional, porque a mí me están enseñando la manipulación emocional con los videos. Entonces yo puedo ver a través de las técnicas, ver qué me estás tratando de hacer y yo puedo ver. No me funcionan tanto a mí los videos motivacionales, casi que no me hacen nada. Tiene que estar muy bien hecho o ser un tema que realmente me pegue para que yo diga “¿Sabes qué? Está bien”.

A mí más que los videos de “no estés triste” me sirven más y me han servido más los videos de “yo también estuve triste y es normal que estés triste y sucede y la vida pasa”. Por ejemplo, hay una *youtuber* española que se llama Ter. Desde un inicio toda la vida siempre ha sido muy abierta con el tema de la vida y el tema de que ella es una persona, al menos cuando empezó y cuando yo la conocí y cuando empecé a ver sus videos, ella era una persona muy ansiosa y ella hablaba mucho de eso y te lo hablaba y ella te decía “bueno, sí, la vida no es lo que queremos, pero estamos todos juntos en eso”. Y sí, van a pasar cosas malas, pero van a ir pasando y yo también me he sentido

así y también he estado en este coso de desesperación y ella no te trataba de vender una píldora mágica. Ella lo que hacía era que te decía como “Yo también estuve ahí”. Era más una mano de empatía, pero no era la empatía de “Yo también estuve ahí hasta que hice estos dos pasos mágicos y ya”. No, no era así, no se sentía como un anuncio. Entonces a mí los que videos que más me han ayudado han sido esos, los que comparten y dan de empatía desde el lado de “yo sé que es difícil”. Esos son los que me han ayudado más como a motivarme por decirlo así.

Porque yo justo descubrí los videos de Ter cuando yo también estaba mal, y al darme cuenta de que había una persona como que yo admiraba, que también estaba así, y que había logrado salir hasta cierto punto, yo dije como “Ok, si ella puede estar con este nivel de percepción de felicidad que yo puedo ver, estando así, pasando por cosas similares a las cosas que yo siento, entonces yo también voy a poder”. Pero no se sintió como un ¡Motívate. Sigue adelante! Creo que es la diferencia de cómo llega el mensaje. Pero sí, sí han influido totalmente las redes en mi percepción de todo esto.

Sebastián: Krystel, ¿qué opinas? ¿Las redes sociales han influido en ti?

Krystel: Bueno no sabría. Yo veo esos vídeos y yo los paso porque no me gustan. Tipo, yo considero que eso puede ser una guía para obtener la felicidad para ellos, no para mi felicidad. Porque para ellos puede ser cómodo llegar y puede ser feliz llegar a salir y llegar a pasear; puede ser por las experiencias que ellos tienen. Pero si me lo preguntan a mí, no me gusta andar saliendo. Entonces no influyen tanto, porque yo tengo mi definición de felicidad y esa es mi definición de felicidad. Yo tengo mi guía para poder saber si en algún momento estoy triste. Digo, estas cosas yo puedo llegar a andar cambiando como para tratar de animarme y esas mismas cosas que a mí me animan no le van a animar a todas las personas.

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Silva Arias, Pedro Sebastián**, con C.C: # **120663226** autor del trabajo de titulación: **Discurso del imperativo de felicidad en TikTok y su influencia en *centennials* universitarios**, previo a la obtención del título de Licenciado en comunicación en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 10 de septiembre de 2024



f. _____

Nombre: **Silva Arias, Pedro Sebastián**

C.C: **1206632265**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA Y SUBTEMA:	Discurso del imperativo de felicidad en TikTok y su influencia en centennials universitarios		
AUTOR(ES)	Silva Arias, Pedro Sebastián		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Chiriboga Albán Héctor Aurelio, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Psicología, Educación y Comunicación		
CARRERA:	Comunicación		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciada en Comunicación		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	10 de septiembre de 2024	No.DE PÁGINAS:	122
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comunicación, digitalidad, subjetividad		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	TikTok, vídeos, felicidad, psicología positiva, centennials, redes sociales		
RESUMEN / ABSTRACT:			
<p>Esta investigación tiene como objetivo establecer la presencia del discurso del imperativo de felicidad de la Psicología Positiva en los vídeos más vistos de TikTok sobre felicidad, mediante la aplicación del análisis temático. El trabajo se justifica en la importancia de advertir la existencia, circulación y los efectos en la subjetividad que un discurso como ese, propio de la ideología neoliberal capitalista, puede ejercer en las audiencias jóvenes. Para ello se emplea una metodología cualitativa, dentro de la que se aplica análisis temático a los discursos de diez vídeos para caracterizar la felicidad en TikTok. Luego se desarrolla un grupo focal con estudiantes universitarios centennials para indagar en su concepción personal de felicidad y sus percepciones en cuanto a lo que las redes sociales dicen sobre ella. Las entrevistas con expertos permiten vincular los hallazgos con la teoría, proveyendo perspectivas adicionales. Se concluye que el discurso del imperativo de felicidad está presente en los vídeos mencionados; los centennials discrepan con dicho discurso. La psicóloga clínica entrevistada valida la nocividad de lo propuesto por la Psicología Positiva. Mientras que el comunicador enfatiza en la capacidad que las redes sociales tienen para masificar discursos y propiciar su efectividad en las audiencias.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +5930992119067	E-mail: sebastiansilvaarias9@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UIC):	Nombre: Cortés Rada, Elsa María, Mtr.		
	Teléfono: +593-4-2200511 ext. 1421		
	E-mail: elsa.cortes@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			