



Una aproximación a la felicidad laboral desde el punto de vista de la sociología

Approach to work happiness from the point of view of sociology

FONDÓN LUDEÑA, Ana [1](#); TOBAR-PESÁNTEZ, Luis [2](#) y AHUMADA-TELLO, E. [3](#)

Recibido: 11/07/2019 • Aprobado: 20/10/2019 • Publicado 28/10/2019

Contenido

- [1. Introducción](#)
- [2. Metodología](#)
- [3. Resultados](#)
- [4. Conclusiones](#)

[Referencias bibliográficas](#)

RESUMEN:

Este trabajo forma parte de un estudio más amplio sobre construcción de la imagen social de la felicidad asociada al ámbito profesional. Pero como punto de partida consideramos importante exponer los resultados de esta prueba piloto para someterlo a crítica y avanzar con las consideraciones oportunas. Prestamos especial interés al imaginario de la felicidad emergente en el ámbito laboral indagando en las plataformas profesionales virtuales. Se trata de una aproximación al estudio de lo que entendemos por felicidad laboral y el bienestar subjetivo en ambientes técnicos

Palabras clave: felicidad, bienestar subjetivo, linkedin, sociología de la felicidad

ABSTRACT:

This work is part of a larger study on the construction of the social image of happiness associated with the professional field. But as a starting point we consider it important to expose the results of this pilot test to submit it to criticism and to advance with the appropriate considerations. We will pay special attention to this emerging imaginary in the workplace by investigating virtual professional platforms. It is an approach to the study of what we understand by work happiness and subjective well-being in technical environments

Keywords: Happiness, subjective well-being, , sociology of happiness, LinkedIn

1. Introducción

La felicidad parece haberse incorporado a nuestra cotidianeidad como un elemento indispensable no sólo a nivel individual sino también social. Mientras en épocas anteriores el concepto de felicidad hacía referencia a un estado ideal, vinculado (dependiendo de la sociedad en la que nos fijásemos y el momento histórico) a estados ideales, actualmente los estudios demuestran como se ha ido incorporando un componente de responsabilidad individual que transforman el imaginario colectivo.

A través de una metodología cualitativa y desde un punto de vista fenomenología presentamos el punto de partida para poder explicar de qué se habla cuando se habla de felicidad laboral.

1.1. Objetivo

Para Martínez Álvarez (2008) "Los pocos estudios realizados desde la sociología parten del análisis del bienestar subjetivo declarado por los individuos en encuestas y hacen una lectura a la luz de las propuestas macro planteadas por los economistas. El reto dentro de esta disciplina está en superar el sesgo cuantitativista y en encontrar otras formas de acercarse sociológicamente a la felicidad – o, lo que es lo mismo para algunos autores, el bienestar – de las sociedades." Es en este sentido donde comenzamos a plantear otras miradas para el estudio de la felicidad y donde los planteamientos para analizar las dimensiones conceptuales de la felicidad laboral cobran especial interés

Este trabajo pretende generar un registro de los conceptos que vinculan los entornos laborales con el bienestar subjetivo para comenzar a diseñar las dimensiones que componen este constructo social. Nuestro objetivo es adentrarnos en la emergente tendencia que considera los espacios profesiones contextos generadores de felicidad. Aunque a priori existen múltiples conceptos de bienestar subjetivo, no parece hasta el momento, que exista una idea homogénea y definida de lo que supone esta felicidad.

Pretendemos pues indagar en los conceptos que se difunden en este sentido en una de las redes profesionales más utilizadas y extendidas como es LinkedIn para comenzar a definir los elementos de lo que podríamos llamar "felicidad laboral".

Responder a preguntas tales como ¿de qué se habla cuando hablamos de felicidad en el ámbito laboral?" o "¿con qué asociamos el bienestar el trabajo?" no ayudaran por una parte a detectar las necesidades de los empleados para potenciar su bienestar subjetivo pero también a comprender hacia donde va la tendencia empresarial a la hora de ofrecer incentivos de mejora a las personas trabajadoras.

Presentamos así una aproximación al imaginario social de la felicidad vinculada al trabajo en las redes sociales a través de una metodología de análisis cualitativo centrándonos en el análisis del discurso de los mensajes más destacados de la red.

A través de los análisis del discurso pretendemos constituir un punto de partida para comenzar a definir los perfiles y los imaginarios del concepto de felicidad que se maneja en los entornos virtuales asociados al ámbito laboral

1.2. Marco Teórico

1.2.1. El estudio de la felicidad

Dejando al margen las creencias religiosas, la filosofía es sin duda el área de conocimiento con mayor y más antigua tradición de estudio de la felicidad presenta. El calado filosófico de la felicidad se centra en que la premisa de que felicidad está conectada con un conjunto de doctrinas e ideologías. De hecho desde la Antigüedad encontramos autores de los que se desprende la idea de que en la esencia de la existencia siempre está presente la intención de consecución de la felicidad. Desde los la eudaimonía de Aristóteles a los conceptos metafísicos de Platón, pasando por la felicidad hedonista de Epicuro, incluyendo las críticas de Nietzsche y las definiciones de felicidad confluenciada de Ortega y Gasset o como paradoja de Slavoj Zizek encontramos múltiples acepciones de la felicidad que imposibilitan la definición de un término común, conjunto y universal.

"En el ámbito del conocimiento científico, el término felicidad ha sido traducido por bienestar subjetivo. Así bienestar subjetivo (BES) ha sido concebido como el estudio científico de la felicidad, estando fuertemente relacionado a la promoción de salud; se trata de una experiencia interna de cada individuo que emite un juzgamiento de como la persona se siente y su grado de satisfacción con la vida." (Scorsolini-Comin y Dos Santos, 2010, 2). Diener (1985) define bienestar como la "experiencia emocional placentera" siendo multidimensional y de constructo difuso, como la felicidad, satisfacción personal y calidad de vida subjetiva. Para el investigador Ware (1996), el término de bienestar lo encamina a la percepción del sujeto a los resultados obtenidos entre la interacción y la severidad de los síntomas psicóticos, efectos colaterales de la medicación y nivel de desarrollo psicosocial. Los expertos Patrick y Erickson (1993) definen bienestar al valor otorgado a la duración de la vida y su modificación por impedimentos, estado funcional,

percepción y oportunidades sociales que son influenciadas por la enfermedad, daño y tratamiento.

Si miramos al ámbito de las Ciencias Sociales y de la Salud la producción científica en el que el estudio de la felicidad ha experimentado una creciente presencia, aunque ha estado centrada en enfoques muy concretos. La producción de estudios de la última década (Kohler 2004, Mendoza & Gómez 2011 o Greco 2013, por citar algunos) está en gran medida relacionada con el bienestar subjetivo y la calidad de vida.

La **ciencia política** por su parte se ha centrado en el diseño de medidas y acciones que aumentan la satisfacción de los individuos con el sistema político y social al que pertenecen. Por su parte, la **economía** (por ejemplo los estudios de Marks, 2010, Oswald, 1997) ha dedicado una gran producción científica al estudio de las características que definen las sociedades que son más productivas y mejores índices de bienestar subjetivo tienen. Desde el punto de vista de la **psicología** la bibliografía de autoayuda desborda los estantes de las librerías prometiendo técnicas y métodos para conseguir la felicidad individual y las publicaciones científicas (ilustrativos de esta idea son los estudios de Seligman y Cztkszentmihalyi 2000 o LyubmisrKy & Abbe 2003 o Gable & Haidt, 2005) se enfocan en las estrategias para conseguir el bienestar personal a través del trabajo personalizado y los enfoques individuales positivos. El foco de estudio se concentra por tanto en una dimensión individual. En general estos enfoques se centran en estrategias para conseguir el bienestar personal a través del trabajo individualizado y la psicología positiva. El foco de estudio se concentra por tanto en una dimensión individual.

Pocos estudios se centran por tanto en la dimensión social, colectiva, organizacional o institucional de la felicidad. Desde la **sociología**, más allá de la reivindicación que Veenhoven (2006) pone de manifiesto al reclamar la importancia que los análisis de la felicidad tienen en las sociedades actuales, no parece que el interés sea generalizado. El propio Veenhoven (2001) lo explica como consecuencia del sesgo que el propio ámbito de la sociología tiene al centrarse en los problemas de las sociedades y no la prosperidad de las mismas. No obstante parece que, aunque lento, el bienestar subjetivo comienza a aparecer en investigaciones y trabajos aunque de manera más transversal que concreta.

Imagen 1

Resumen de enfoques de estudio de la felicidad. Fuente elaboración propia



1.2.2. Trabajo y redes sociales (LinkedIn)

De Pablo (2010) establece en las tecnologías de la información y comunicación, en

particular en la web 2.0, el nuevo modelo comunicación profesional basada en conversaciones colaborativas; Esta es la razón por la que muchos profesionales se registran en las redes sociales para buscar empleo, cambiar de empresa o redefinirse funcionalmente en la que trabajan.

Ros-Martín (2009:3) define como servicio de red social en internet a la "plataforma web cuyo fin es la creación de comunidades en línea mediante la representación de las conexiones personales que los usuarios disponen los unos de otros. En estos servicios se puede compartir información mediante la utilización de servicios agregados de mensajería personal, microblogging, publicación de fotografías, formación de grupos de interés, etc."

En paralelo, las redes sociales continúan con su crecimiento exponencial en un proceso imparable de adhesión de usuarios, con la incorporación de miles de profesionales través de las muchas plataformas y redes que ya forman parte de una cotidiana actividad social, personal y profesional (Ortega, 2012)

Méndez y García (2009:1) exponen que las personas tienen la necesidad de encontrar un empleo, y cada vez menos utilizan los medios tradicionales; de hecho prevén que en un futuro dejen de hacerlo.

Así, en la última década las redes sociales han ido convirtiéndose en un elemento esencial y podríamos decir casi central (en determinadas niveles de cualificación casi imprescindibles) para las trayectorias profesionales. El flujo de información, formación y colocación va en aumento y la actividad de usuarios que buscan trabajo o mejorar el que tienen pasa por ser visibles en estas plataformas.

Según Mondy y Noé (2005, en Díaz, 2009:3), el reclutamiento a través del uso de internet se ha vuelto muy popular a nivel mundial, si se considera la velocidad y la amplia cartera de talentos que se pueden obtener por este medio, se logra un reclutamiento más eficiente y rentable, tanto para el trabajador como para el reclutador.

Concretamente LinkedIn se define como la mayor red profesional del mundo con 225 millones de usuarios en más de 200 países y territorios de todo el mundo. El objetivo que persigue es el de "conectar a los profesionales del mundo para ayudarles a aumentar su productividad y rendimiento. Las personas que se registran tienen acceso a información sobre aquellos sectores profesionales que les interesen así como a profesionales del sector. A su vez, la plataforma ofrece a las empresas una base de datos infinita de profesionales que facilita y mejora la labor de los reclutadores y técnicos de recursos humanos para encontrar candidatos que se ajusten a los perfiles requeridos.

Una red reclutamiento de servicios y talento que conecta intereses laborales y agiliza los procesos de selección de personal.

1.2.3. Felicidad y trabajo

Felicidad y trabajo es una asociación relativamente nueva. En general, tal como afirma Bradburn (1969) el bienestar, en líneas generales se ha venido relacionando con entornos personales donde encontramos elementos más subjetivo o psicológico. Pero en consonancia con Hosie y Sevastos (2009), la felicidad en el trabajo se convierte en uno de los objetivos del nuevo milenio. De hecho Moccia (2016) señala que la Organización Mundial de la Salud estiman que para el año 2020 la depresión será la segunda causa de inhabilidad laboral, y señalan que en la actualidad el 22% de la fuerza laboral en Europa (casi 40 millones de trabajadores) son víctimas del estrés debido al trabajo.

No obstante, y como ya hemos comentado anteriormente en las últimas décadas hay líneas de investigación que han relacionado la satisfacción en los entornos laborales con una mayor productividad así como con una mejora de vida de los empleados. Con el desarrollo de la psicología del trabajo y las organizaciones proliferan los estudios que permiten apuntar líneas de mejora tanto en los indicadores para medir el grado de satisfacción y bienestar en los entornos laborales. No obstante, casi todos los planteamientos responden a un enfoque de Psicología Positiva que defiende la tesis de la relación trabajador feliz= trabajador productivo. Sin cuestionar estos planteamientos, es evidente que deberían fundamentarse en un constructo de la felicidad, cuanto menos definido y a ser posible compartido por la comunidad científica internacional. Lamentablemente no ocurre así y encontramos autores que se centran en el concepto de

bienestar subjetivo (tal es, por ejemplo, el caso de Diener 1984) teniendo en cuenta componentes como las satisfacciones personales, los sentimientos y emociones positivas y la ausencia de malestar.

2. Metodología

Las redes sociales se consideran ya una forma establecida de socialización. Su análisis ha adquirido una enorme importancia en las últimas décadas en el ámbito del estudio de los imaginarios sociales desde una perspectiva multidisciplinar. Diversos autores, como Bright (2014), L. Manovich (2011), A. Bruns (2013) han presentado ya la problemática del análisis de redes sociales en lo que respecta a accesibilidad de las mismas como al momento en el que lo hacen sin embargo todos ellos coinciden en señalarlas como una valiosa fuente de información que permite conocer comportamiento individual y grupal.

Recoger y analizar datos a través de los métodos disponibles en el mundo on line se ha convertido en una práctica interesante como consecuencia de la rápida y creciente influencia que las redes sociales han demostrado tener en la construcción de concepciones en las sociedades desarrolladas. Al tratarse de conceptos e imaginarios queremos enfatizar la parte subjetiva del análisis de modo que por y para ello nos centraremos en un enfoque **fenomenológico** [3] con el fin de conocer los significados que los individuos dan a su experiencia y la interpretación que posteriormente les ayudará a definir su realidad y por tanto a actuar en consecuencia. Un enfoque apropiado si pretendemos definir un punto de partida en la descripción y comprensión de las relaciones interpersonales y las interpretaciones de la vida cotidiana de las personas. Para Schütz (1993) las características de la vida cotidiana se centran en las construcciones sociales, en los significados que las personas le otorgamos a la realidad; en términos fenomenológicos el mundo en el que vivimos es un mundo de sentido y significación construido por las personas que en él habitamos. Nuestra conducta por tanto responderá a la interpretación que hagamos de la realidad. Comprender esa realidad nos permite comprender la interrelación social de los actores. En este sentido también Para Berger y Luckmann (1991) - en una línea etnometodológica pero con gran afinidad con la fenomenología - para comprender la construcción social se deben considerar los procesos subjetivos para poder explicar las realidades objetivas.

En este sentido, las técnicas cualitativas parecen la herramienta más adecuada. Un **paradigma cualitativo** nos permite prestar atención al componente más subjetivo del análisis social. En consonancia con Olabuénaga, J (1996) una de las características más evidentes de los métodos cualitativos es su adecuación en la captación y reconstrucción del significado captando la información de una forma flexible y con una orientación holística y concretizadora.

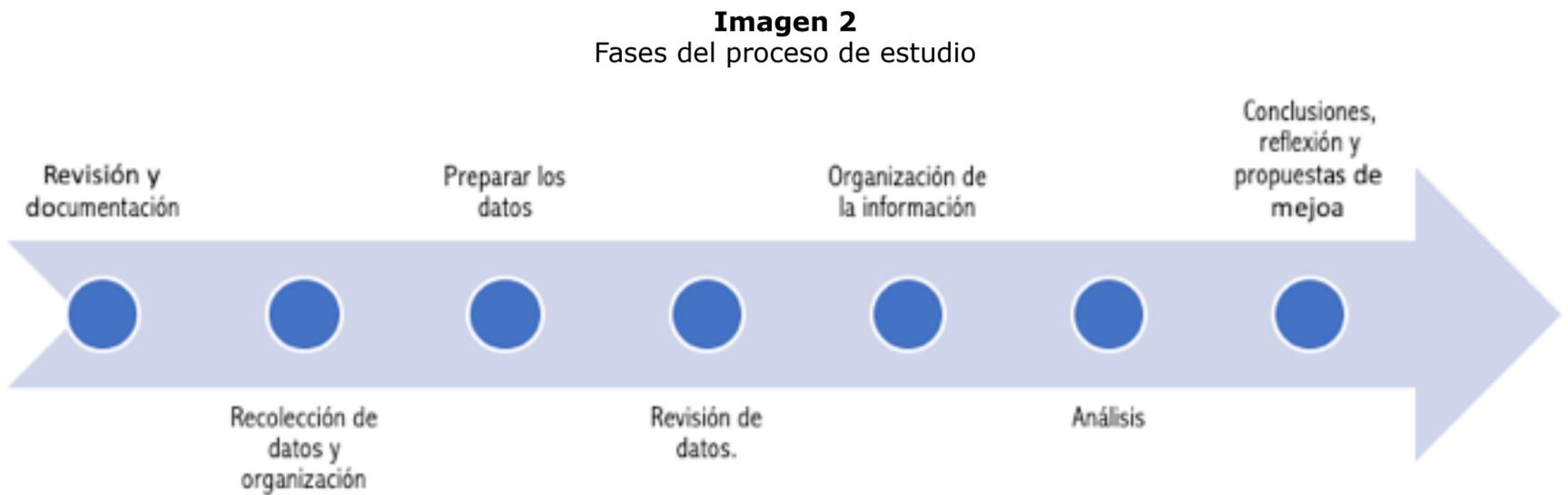
En el proceso de análisis cualitativo nos centramos inicialmente en la recolección de los datos al mismo tiempo que se realiza el análisis. Recolección y análisis se trabajan en la misma fase debido a que esta metodología nos permite explotar opiniones, sentimientos, actitudes...elementos todos ellos que el investigador puede no haberse planteado a priori y va descubriendo en el transcurso del estudio. No es un proceso lineal, es habitual ir definiendo y redefiniendo estrategias de análisis en la medida en la que vamos obteniendo información. La toma de decisiones durante el proceso de análisis permite profundizar en elementos novedosos e inesperados que previamente no habían sido contemplados. No se trata de un formato estándar que permita ponderar, medir o cuantificar de manera sistémica sino de una serie de herramientas para conocer, explorar y profundizar en una realidad que va descubriéndose en el proceso de análisis. Decantarnos por la metodología cualitativa es por tanto el mejor procedimiento para que los hallazgos emerjan de los datos.

Sin anular la intención de incorporar un análisis cuantitativo en fases posteriores, inicialmente nos centraremos en un **análisis de contenido** que nos permita perfilar los elementos presentes, recurrentes y diferenciadores en los discursos de que hablan de felicidad en el ámbito laboral virtual.

El tratamiento de la información se realizará a través del software webQDA que permite de manera sistemática la descripción , transcripción y codificación de los datos y facilitan la

interpretación y el análisis.

Las fases metodológicas que planteamos en este estudio han sido las siguientes:



Fuente elaboración propia

1. Revisión y documentación a través de la bibliografía científica en torno a los conceptos de felicidad en general y de felicidad laboral en particular. Así mismo se repasó la literatura existente en torno a la relación entre trabajo/redes sociales y las posibilidades de análisis para ello. Las bases de datos a las que se acudieron fueron CIS, ISOC, Academic Search Library, Dialnet.
2. Recolección de datos y organización: al tratarse de una primera exploración parecía apropiado partir del entorno más cercano adentrándonos en la plataforma LinkedIn que dentro de las redes sociales está especializada y orientada exclusivamente al ámbito laboral. Aunque podamos encontrar perfiles, hilos y publicaciones que en algún momento puntual presenten temas personales, de ocio o no vinculados directamente con el ámbito de las profesiones, lo cierto es que la red se autogestiona muy bien en este sentido redirigiéndose en todo momento hacia las experiencias laborales, competencias y destrezas de los usuarios con el fin de potenciar los negocios, el empleo y las relaciones profesionales. Las fechas diseñadas para el estudio fueron del 15/01/19 al 15/03/19. El criterio para la elección de estas fechas es que este periodo no contempla en España periodos vacacionales y coincide con el inicio de año donde nuevos proyectos y estrategias generan movimiento en el mercado laboral.
3. Preparar los datos para el análisis: Para ir ordenando la información ya comentamos con anterioridad que hemos utilizado el software de análisis WebQDA. Diseñamos un proyecto con el que recoger los discursos, noticias, links, imágenes y vídeos que mayor presencia mostraron en la red. Así mismo también se utilizó la funcionalidad bibliográfica del programa para la optimización de la revisión bibliográfica.
4. Revisión de datos. A través de una bitácora de análisis y a través de una opcionalidad del WebQDA se documenta paso a paso el proceso analítico para asegurarnos de que la información incorporada es completa y pertinente para nuestros objetivos ya que es habitual encontrar conversaciones, hilos que han sido seleccionados inicialmente pero deben descartarse porque su desarrollo se aparta de la idea inicial y porque en muchas de las búsquedas los contenidos referidos a la felicidad se vinculaban a felicitaciones personales (bien por la consecución de logros, nuevos proyectos y/o cumpleaños/ fechas señaladas) o de periodos festivos (algo que intentábamos evitar con las fechas seleccionadas pero que sin embargo como consecuencias de días festivos locales no se consiguió).
5. Organización de la información: en este momento se definen los criterios de ordenación en función de la información obtenida para definir las unidades de análisis: categorías y códigos. En la definición de las categorías se siguió un modelo abierto, inductivo a través de códigos libres bajo el criterio de la mayor presencia de estos en el discurso. Se trata del denominado por Hernández, Fernández y Baptista (2010) "diseño emergente", menos sujeto a predefinir las categorías para poder flexibilizar la incorporación de la información que va emergiendo del análisis. En nuestro caso las ideas y patrones más recurrentes en los discursos han dado lugar a las siguientes categorías.

Categoría 1: Concepto de la felicidad. A la hora de codificar se asignó el código F. Con ánimo de mantener el anonimato de los usuarios se les etiqueta numéricamente según la inclusión en el orden del discurso. En esta categoría se recogen las ideas emergentes sobre los planteamientos genéricos y conceptuales. Se refiere a la condición emocional y subjetiva que se describen en los discursos extraídos de las publicaciones e hilos

desarrollados. En esta categoría englobas discursos como:

- *"Lo que damos es lo que finalmente recibimos. Cómo nos comportamos con los demás es cómo acaban comportándose con nosotros. Emociones positivas. Comportamientos positivos. Mas felicidad" (Usuario F9)*
- *"No vas a ser feliz exclusivamente con la cuenta llena de euros (aunque ayude), ni con un gran puesto profesional (aunque ayude), ni con una gran casa (aunque ayude", ...serás feliz cuando des importancia a las pequeñas cosas de la vida, cuando te relaciones con personas que te hagan sonreír y crecer personalmente, cuando tu actitud sea positiva, cuando logres mantener a raya tus emociones negativas...en definitiva, cuando vivas el presente con intensidad, necesites poco y agradezca todo aquello que te de la vida..." (usuario F22)*
- *"En la Universidad Estatal de Iowa (EE:UU) han puesto a prueba varias estrategias para disminuir la ansiedad y aumentar la felicidad, la empatía y el bienestar subjetivo, concluyendo que la clave estaría en contemplar la bondad amorosa que hay a nuestro alrededor" (usuario F 38)*
- *" La ciencia de la felicidad sostiene que la alegría se puede aprender del mismo que uno se instruye para esquiar o jugar al golf: con técnica y práctica" (usuario F2)*

Categoría 2: Concepto de felicidad laboral. A la hora de codificar se asignó el código FL. En esta categoría se recogen las percepciones e ideales que los usuarios asocian con un ambiente propicio de trabajo así como los elementos que desearían estuviesen presentes. Con ánimo de mantener el anonimato de los usuarios se les etiqueta numéricamente según la inclusión en el orden del discurso.

- *"Algunos lo llaman bienestar en el trabajo, los más atrevidos #felicidad, muchos no ven aún (o no quieren ver) la necesidad de cambio y sus ventajas. Es un tema de tiempo". (Usuario FL 15)*
- *" La demanda creciente en el ámbito laboral, no siendo una moda sino una tendencia social y profesional nos presenta la necesidad de hacer a nuestros empleados sentirse bien, ser felices en su organización. " (Usuario FL 21)*
- *" Debemos potenciar los entornos laborales que sean innovadores, formados por personas flexibles, comprometidas y capaces de formar equipos de rendimiento dentro de organizaciones que actúan como seres vivos. Organizaciones que deben ser felices" (Usuario FL8)*
- *"La felicidad en el trabajo es responsabilidad de cada uno de los trabajadores" (usuario F28)*

Categoría 3: Elementos que mejoran el bienestar laboral. A la hora de codificar se asignó el código BL conceptos extraídos del análisis del discurso de las publicaciones e hilos en torno a los elementos importantes tanto de la organización como desde las trayectorias profesionales que aumentan los niveles de bienestar laboral. Con ánimo de mantener el anonimato de los usuarios se les etiqueta numéricamente según la inclusión en el orden del discurso.

- *" En un Congreso pionero sobre Bienestar en las Organizaciones no podía faltar la práctica del mindfulness para calmar la mente y mejorar la atención. Así se motiva para seguir apostando por el bienestar en el contexto del trabajo" (Usuario 25)*
- *" El flow se puede definir como un estado subjetivo en el que la persona se encuentra implicada en el disfrute de la actividad que realiza a tal punto que pierde la noción del tiempo, experimentando a su vez una increíble sensación de satisfacción (...) Para promover el bienestar subjetivo en los ambientes laborales es importante promover el estado de flow. Cuidar que se presenten condiciones para el estado de flow en el entorno laboral puede incrementar el salario emocional de tu equipo, aumentar la implicación con su trabajo, las ideas creativas, el uso de recursos intangibles y reducir los niveles de burnout en trabajos altamente demandantes" (usuario BL 52)*
- *" Los cinco elementos del modelo PERMA para hacer objetivo el bienestar subjetivo son: P (positive emotions), E (Engagement), R (Positive Relationships), M (Meaning), A (Achievement) " (Usuario BL84)*
- *" Arrastramos todavía una fuerte creencia de que al trabajo se va a sufrir o como poco a pasar malos tragos...¿Así, cómo vamos a pensar que se puede ser feliz trabajando?. Quizás una transición más lógica sería conseguir primero no pasarlo mal en el trabajo para después avanzar hacia estados más positivos de bienestar" (UsuarioBL 4)*
- *" Las empresas tienen responsabilidad de promover la felicidad organizacional. Aquí nos referimos a la capacidad de la empresa para fomentar hábitos saludables, así como a desplegar acciones estratégicas que proporcionen contextos de trabajo facilitadores del bienestar de los trabajadores de forma compatible con los objetivos económicos" (usuario BL28)*

Estas categorías nos han permitido revelar los significados potenciales a partir de los

cuales extraer las primeras conclusiones así como asignar significados comunes a los constructos emergentes

3. Resultados

En líneas generales la ausencia de unos fundamentos de la felicidad ha sido el eje general de nuestro análisis. Este vacío permite la existencia de una diversidad conceptual que dificulta el estudio científico de la materia que nos ocupa así como el posterior diseño de medidas y estrategias que permitan satisfacer las necesidades. No obstante, lo que sí parece generalizado es que las características que se asocian con los estados de felicidad parten de una visión unidimensional en la cual se evalúan características principalmente asociadas a la dimensión individual, como es el estudio de los factores biológicos, las emociones y los componentes cognitivos.

Resumimos a continuación los resultados más relevantes del estudio.

Concepto de la felicidad

Encontramos una variedad conceptual amplia en los discursos sobre la felicidad . No aparece una idea concreta de lo que representa la felicidad y/o el bienestar subjetivo pero los componentes comunes que extraemos son:

Elementos hedonistas: la vida es para disfrutarla y el objetivo principal que deben perseguir las personas es la felicidad

Responsabilidad individual: recae en el individuo cierta "obligación" de ser feliz superando las adversidades que se le presentan a lo largo de la vida

Idealización del concepto: sin definir exactamente qué es la felicidad se aprecia una tendencia a considerarla un estado de plenitud, calma y disfrute

Ausencia de vinculación con los contextos sociales, políticos y económicos. Se manifiesta en los discursos analizados la falta de asociaciones con las condiciones socioeconómicas y políticas públicas. Aparecen, eso sí una asociación entre la calidad de vida de las personas y el bienestar subjetivo pero se atribuye el nivel de calidad de vida a la responsabilidad y los logros individuales.

Concepto de felicidad laboral

Vinculado en gran medida a la Psicología Positiva, la felicidad laboral pasa por entender la experiencia laboral como un enriquecimiento y desarrollo personal. Un concepto que de alguna manera obliga al trabajador a disfrutar con sus tareas y considerarlas parte de su crecimiento personal superando retos y obstáculos. También deposita gran parte de la responsabilidad para conseguir este objetivo en el individuo dejando a la instrucción u organización la labor de proporcionar contextos que mejoren la salud física de los empleados. Se aprecia también una importante asociación y vinculación del concepto felicidad laboral con la salud mental de las personas en el trabajo donde el individuo es consciente de sus capacidades para poder trabajar de manera productiva y fructífera.

Elementos que mejoran el bienestar laboral

La mayoría de las medidas promovidas por las empresas en nombre del bienestar de sus empleados van enfocadas al aumento de la productividad de los mismos. Se considera que el bienestar, la seguridad y la conexión humana hacen que los equipos estén más comprometidos, consigan mayor rendimiento y sean más competitivos. La creación y difusión de una cultura de salud física, psíquica y emocional conduce a que medidas y pautas para la reducción del estrés proliferen en modo de programas de coach, meditación, autorelajación, mindfulness y redefinición de los espacios de trabajo como las "nuevas familias". Algunas de los elementos con mayor presencia en el análisis a este respecto son:

Se demanda programas más dirigidos a personas ante el contexto de la transformación digital.

Se demanda compromiso social con los trabajadores y confianza en ellos y no solo en la tecnología para liderar procesos de transformación y mejora.

Se demanda implementar políticas de RRHH una gestión cualitativa, individualizada con

una perspectiva humanista

Valores actitudes enfocadas a cooperar y crecer

Emergen empresas y organizaciones dedicadas a la felicidad y el bienestar subjetivo, especialistas en felicidad laboral

Mejora de los niveles de contaminación en contextos laborales

Demandas para incrementar el Interés por parte de la empresa por el bienestar de los trabajadores

Fomentar la cultura saludable para evitar las bajas y enfermedades.

Fomentar el compromiso (hacer bien el trabajo), autonomía (trabajar con cierta libertad), objetivos definidos, aumentar las relaciones profesionales entre los empleados , control proactivo de estrés, protocolos de ayuda y apoyo en situaciones de necesidad (violencia, acoso, mobbing)

Las empresas se centran en las denominadas medidas de "empoderamiento para la salud"

4. Conclusiones

En conjunto, parece que la bibliografía científica y los estudios técnicos laborales no terminan de construir una idea de la felicidad que consiga ser hegemónica y permita plantear estrategias de mejora en los contextos profesionales. Factores sociales, culturales, ideológicos, filosóficos, económicos y emocionales contribuyen a ello. Sin embargo, el componente de que su consecución es indispensable para que la existencia humana continúe en el centro del debate. La indefinición del concepto, unida a su mitificación perjudican el diseño de políticas sociales y empresariales delegando la responsabilidad de ser feliz prácticamente en el individuo. Podría parecer precipitado pero tal vez podamos comenzar a visualizar el desarrollo de una especie de dogma de la felicidad que estigmatiza y culpabiliza a quienes no consiguen definirse como "felices".

Referencias bibliográficas

Berger, P y Luckmann, T (1986): La construcción social de la realidad. Amorrortu Buenos Aires.

Bruns, A (2013): "Faster than the speed of print: Re-conciling 'big data' social media analysis and academic scholarship," First Monday, vol. 18, no. 10.

Bradburn, N. M. (1969). The Structure of Psychological Well-Being. Oxford disponible en: [https://www.scirp.org/\(S\(vtj3fa45qm1ean45vvffcz55\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1919363](https://www.scirp.org/(S(vtj3fa45qm1ean45vvffcz55))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1919363)

Bright, G. B (2014): The Use of Social Media for Research and Analysis: A Feasibility Study. DWP ad hoc research report, Corporate Document Services, Oxford Internet Institute on behalf of the Department for Work and Pensions

De Pablo, S. (2010). "El impacto 2.0 en la búsqueda y selección de profesionales con talento". Capital Humano, No. 248.

Díaz, Carlos (2009). El reclutamiento de talentos por medio de las redes sociales en empresas mexicanas: ¿Realidad o ficción? en:

http://www.academia.edu/1927979/_El_Reclutamiento_de_Talentos_por_Medio_de_las_Red_Sociales_en_Empresas_Mexicanas_Realidad_o_Ficcion_

Diener E., Emmons R., Larsen A. y Griffin R. (1985) "The satisfactions with Life Scale", *Jon Pers Ass*, 49 (1), 71-75.

Gable, S. & Haidt, J. (2005). What (and why) is Positive Psychology. *Review of General Psychology*, 9(2), 103-110. doi: 10.1037/1089-2680.9.2.103

Greco, C. (2013). Apego y percepción de felicidad en la mediana infancia: una aproximación a su estudio. *Revista de Psicología*, 9(17), 105-116.

Hernández, R, Fernández, C, Baptista, P (2010): Metodología de la Investigación. Perú, McGraw Hill.

Hosie, P., Sevastos, P., (2009), Does the happy-productive worker thesis apply to

- managers? International Journal of Workplace Health Management, 2(2), 131-160.
- Kohler, J. (2004). Felicidad y modificabilidad cognitiva. *Liberabit*, 10, 68-81
- L. Manovich (2011): "Trending: The promises and the challenges of big social data," *Debates in the digital humanities*, vol. 2, pp. 460-475.
- Lyubomirsky, S. & Abbe, A. (2003). Positive psychology's legs. *Psychological Inquiry*, 14(2), 132-136.
- Martínez- Álvarez, E (2008): Una mirada sociológica en el estudio de la felicidad: En respuesta a Ruut Veenhoven en <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.5149855.v1>
- Marks, N. (2010). The Happy Planet Index. Recuperado de: https://www.ted.com/talks/nic_marks_the_happy_planet_index?language=es
- Mendoza, M. & Gómez, B. (2011). Felicidad: análisis de drivers entre Chile y Canadá. *Estudios de Administración*, 18(1), 1-21
- Moccia, S (2019): Felicidad en el trabajo. *Papeles del psicólogo* (en línea), 37 (Mayo-Agosto) Disponible en: <http://redalyc.org/articulo.oa?id=77846055007> ISSN 0214-7823
- Organización Mundial de la Salud (OMS), (2017). Salud mental: un estado de Bienestar, disponible en: https://www.who.int/features/factfiles/mental_health/es/
- Ortega, MJ (2012): *Las redes sociales en las PYMES*, Ed Lulú, España
- Oswald, J. (1997). Happiness and economic performance. *The Economic Journal*, 107(445), 1815-1831. doi: 10.1111/j.1468-0297.1997.tb00085.x
- Patrick, D., Erickson P. (1993). *Health Policy, Quality of Life: Health Care Evaluation and Resource Allocation*. Oxford University Press. New York
- Reid, E. (1995) "Virtual Worlds: culture and imagination" en Rutter, J y Smith, G. (1999) "Professional-Stranger@Ethno.org: Presence and Absence in Virtual Ethnography", Paper for presentation at the Annual Meetings of the American Sociological Association, Chicago, August.
- Ros-Martín, Marcos. "Evolución de los servicios de redes sociales en internet". *El profesional de la información*, 2009, septiembre-octubre, v. 18, n. 5, pp. 552-557. DOI: 10.3145/epi.2009.sep.10
- Ruiz Olabuénaga, J. I. (1996): *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao Ed Deusto
- Scorsolini-Comin F, Santos M (2018): El estudio científico de la felicidad y la promoción de la salud: revisión integradora de la literatura. *Revista Latino Americana Endermagem* mayo-junio 201018 (3). Disponible en http://www.scielo.br/pdf/rlae/v18n3/es_25.pdf
- Schütz, A (1993): *La construcción significativa del mundo social*, Paidós Iberica, Barcelona, España
- Seligman, M. & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive Psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5-14. doi: 10.1037//0003-066X.55.1.5
- Ware F. C.:(1996) *Estudio De la Comunidad*, Editorial, Hvmánitas, Argentina.
- Veenhoven (2001: Calidad de vida y felicidad en " G. De Girolamo y col. (eds) "Qualita' della vita e felicità "; Centro Scientifico Editore, 2001, Torino, Italia pp. 67-95
- Veenhoven, Ruut (2006): Medidas de la felicidad nacional bruta en *Psychosocial Intervention*, vol 18, nº 3, diciembre 2009 pp 279-299. Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid, España en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179814227009>

-
1. Doctora en Sociología y Personal Docente e investigador en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, España. anabell.fondon@urjc.es
 2. PhD. En Integración y Desarrollo Económico, pertenece a la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador. ltobar@ups.edu.ec
 3. Universidad Autónoma de Baja California, México. eahumada@uabc.edu.mx
 4. Entendida en los términos de sociología comprensiva que Max Weber denominaba *verstehen*.
-