

Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad.
N°11. Año 5. Abril 2013 - Julio 2013. Argentina. ISSN: 1852-8759. pp. 7-20.

Entre el marketing empresarial y la política pública estatal: el gobierno de la felicidad en el neoliberalismo chileno

Between corporate marketing and Public Policy. The Government of Happiness in Chilean neoliberalism

Ivan Pincheira Torres

Departamento de Sociología, Universidad de Chile.
ivanpincheira@gmail.com

Resumen

Estando estrechamente vinculadas a escenarios contextuales específicos, las emociones expresan aspectos profundamente internalizados del universo social al cual los individuos pertenecen. Así advertimos que las emociones están culturalmente modeladas. Dentro de estas claves de análisis, vamos a concentrarnos en los nexos existentes entre el plano emotivo y las contemporáneas prácticas gubernamentales. A partir de la gestión articulada entre acción empresarial y estatal, en el Chile neoliberal se desplegarán diversas técnicas de gobierno interesadas en intervenir sobre los estados de ánimo de la población. Esto es lo que vamos a observar en el caso de la gestión gubernamental de aquella manifestación emocional que es la felicidad.

Palabras clave: Emociones, felicidad, neoliberalismo, marketing, políticas públicas.

Abstract

Being closely linked to specific contextual scenarios, the emotions are expressions of deeply internalized aspects of the social universe to which individuals belong. So warn that emotions are culturally shaped. Within these keys of analysis, let's focus on the links between the emotional plane and contemporary government practices. From coordinated management between business and state action in neoliberal Chile will deploy various techniques of government interested in intervening on the moods of the population. This is what we will see in the case of government management of emotional expression that is happiness.

Keywords: Emotions, happiness, neoliberalism, marketing, public policies.

Entre el marketing empresarial y la política pública estatal: el gobierno de la felicidad en el neoliberalismo chileno

Introducción

Las emociones son modos de respuesta a estímulos tanto medioambientales como a estímulos provenientes del propio individuo. Lejos de ser considerado un fenómeno intangible, por lo tanto inabordable, a partir del amplio campo de estudios que se ha venido conformando en torno suyo, podemos constatar la preocupación y centralidad que lo emocional revierte en la actualidad. En este sentido, sin negar los aportes generados desde aquellas perspectivas que han fijado su atención en los procesos neuronales o psicológicos (Ekman, 2003; Maturana, 2002; Damasio, 1999; LeDoux, 1996), nuestro objeto de interés se dirigirá hacia el espacio social en que se inscriben las emociones. No siendo reducida a sus cualidades biológicas, al reconocer el carácter social que el fenómeno de las emociones comporta, podemos realizar un análisis más integral por cuanto podemos abordarlas en situaciones concretas ligadas al marco social dentro del cual los individuos se desenvuelven.

Las emociones no surgen y no son expresadas en el vacío: son fenómenos socialmente construidos dentro de contextos culturalmente definidos. De este modo nos resulta más sugerente abordar el fenómeno de las emociones en relación al escenario social en que se originan. En estas circunstancias –y siempre en diálogo con aquella línea de estudios vinculada a la Sociología de las emociones (Le Breton, 2009; Scribano y Figari, 2009; Hochschild, 2008; Illouz, 2007; Nussbaum, 2006; Elster, 2002; Bericat, 2000; Luna, 2000), de nuestra parte, dado su carácter histórico-contextual, vamos a problematizar los nexos existentes entre el plano emotivo y las contemporáneas prácticas gubernamentales. De esta forma, lo que nos interesa es dar cuenta del despliegue de unas técnicas de go-

bierno interesadas en conocer e intervenir sobre los estados emotivos de la población.

Las emociones emergen al interior de marcos socialmente estructurados. De esta forma, junto con fijar su atención en el plano micro de la interacción social, son varios los investigadores que se concentrarán en la relación existente entre emociones y el nivel macro de las estructuras sociales. Así, por ejemplo, nos encontramos con abordajes que han explorado el rol de las emociones en el sostenimiento de normas sociales, como así mismo el rol de las normas sociales en la regulación de las emociones (Le Breton, 2009; Elster, 2002). Desde otro ámbito, la relación entre emociones y producción cultural se ha incorporado como un área de indagación dentro del discurso teórico-crítico de los estudios culturales latinoamericanos. Así se advertirá que las distintas dimensiones de la afectividad se han manifestado permanentemente en la producción cultural del continente. Desde la novela romántica del siglo XIX, los boleros de mediados del siglo XX, hasta los melodramas televisivos de hoy en día, las emociones resultan ser un aspecto estructurante de los artefactos culturales producidos en el territorio latinoamericano (Moraña y Sánchez, 2012). Así mismo, el manejo de los procesos emocionales en los espacios laborales contemporáneos también ha sido una temática documentada desde los estudios sociales en emociones, en estos términos, se ha constatado la configuración de técnicas gerenciales para el manejo de los aspectos emotivos de los trabajadores (Hochschild, 2008; Illouz, 2007). Por otra parte, igualmente se ha constatado que las emociones ocupan un lugar destacado en el derecho, figurando en la formulación y la administración de la ley. El derecho sin la apelación a la emoción es prácticamente imposible. El derecho, por lo general, toma en consideración el estado emocional de las personas; tanto de la

víctima como del victimario (Nussbaum, 2006). Por último, las emociones también han sido ubicadas dentro del orden de las relaciones de poder de las sociedades contemporáneas. De este modo, formando parte de las estrategias capitalistas de “evitación del conflicto social”, se desarrollarán “mecanismos de soportabilidad” conformados a partir de “dispositivos de regulación de las sensaciones” (Scribano y Lisdero, 2010; Grosso y Boito, 2010).

En este punto, la noción de habitus también nos resulta pertinente para dar cuenta de la relación entre emoción y sociedad. Propuesto por Pierre Bourdieu (2011), a través del término habitus se constatará la existencia de unas estructuras sociales objetivas que, inscritas en las estructuras subjetivas, actuarán como principios de generación de prácticas y representaciones de los agentes. Ahora bien, al igual que Bourdieu constata que el habitus —entendido como el conjunto de disposiciones internalizadas que llevan a los individuos a la acción— está mediado por instituciones sociales específicas, como la escuela por ejemplo, por nuestra parte vamos a sostener que las emociones no pueden ser comprendidas al margen de las estructuras sociales con las cuales los individuos se relacionan.

Las emociones forman parte precisamente de las disposiciones internas de los sujetos y, por lo tanto, se encuentran mediadas por las estructuras sociales. De este modo, entonces, en diálogo con todas estas distintas propuestas de investigación, en nuestro estudio nos concentraremos en la descripción de aquellos procedimientos mediante los cuales el fenómeno emotivo de la felicidad ha venido siendo objeto de atención por parte de las actuales prácticas gubernamentales.

1.- La búsqueda de la felicidad como objetivo de los gobiernos modernos

Nos queda por averiguar si la felicidad, respecto del Estado, está constituida por elementos idénticos o diversos que la de los individuos. Evidentemente todos convienen en que estos elementos son idénticos: si se hace consistir la felicidad del individuo en la riqueza, no se vacilará en declarar que el Estado es completamente dichoso, tan pronto como es rico; si para el hombre la felicidad suprema consiste en la virtud, el Estado más virtuoso será igualmente el más afortunado.

Aristóteles. Política. Libro IV, capítulo II.

Extendida como un objetivo a alcanzar y que será asumido por los más variados sectores del espectro político, la felicidad se conformará en un aspecto central de cualquier sistema de gobierno moderno. En este sentido, si en los antiguos gobiernos monárquicos el soberano afirmaba su legitimidad a partir de un poder heredado, que en última instancia se validaba en trascendentes prerrogativas teológicas (el rey como el representante de Dios en la tierra), posteriormente, a partir del arribo de las seculares sociedades modernas dicha base de apoyo tendrá que ser constantemente alentada desde las esferas de gobierno. Atendiendo a este requerimiento, el logro del bienestar se convertirá en un objeto de atención permanente por parte de las modalidades modernas de gobierno. Es así como frente a la pérdida de la legitimidad fundada en la tradición, en una medida importante, será a través de la apelación al recurso de la prosperidad, bienestar y felicidad que dichas adhesiones a las modernas programaciones de gobierno serán suscitadas (McMahon, 2006; Saul, 1998).

La promesa de la modernidad parece más bien ser una promesa de felicidad. Siendo ésta una temática recurrentemente declarada en los textos fundacionales del Estado moderno. Esto es lo que vemos plasmado tanto en la *Declaración de Independencia de los Estados Unidos*¹ de 1776, como en la *Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano* en Francia² en 1789. En esta misma dirección nos encontramos con el inglés Jeremy Bentham. El reformador jurídico

¹ La *Declaración de Independencia de los Estados Unidos*, fechada el 4 de julio de 1776, y escrita en su mayor parte por Thomas Jefferson, tendrá por objeto validar la guerra de la Independencia contra el imperio británico. En relación a la línea argumental que hemos venido siguiendo, en dicho documento se indicará lo siguiente: “Sostenemos como evidentes por sí mismas, las siguientes verdades: que todos los hombres son creados iguales; que son dotados por su Creador de ciertos derechos inalienables; que entre éstos están la Vida, la Libertad y la búsqueda de la Felicidad”.

² La felicidad será instituida como uno de los pilares de la declaración de *Derechos del Hombre y el Ciudadano*, aprobada por la Asamblea Nacional Francesa el 26 de agosto de 1789. “Los representantes del pueblo francés, constituidos en Asamblea Nacional, considerando que la ignorancia, el olvido o el desprecio de los derechos del hombre, son las principales causas de las desgracias públicas y de la corrupción de los gobiernos, han resuelto exponer en una declaración solemne los derechos naturales, inalienables y sagrados del hombre, para que esta declaración les recuerde sin cesar sus derechos y sus deberes [...] fundados desde ahora sobre principios simples e incontestables, tiendan siempre al mantenimiento de la Constitución y a la felicidad de todos.”

y social inglés también se concentrará en la problemática de la felicidad. Precursor de la filosofía política moderna, a través del Utilitarismo, Bentham fundamentará una nueva ética basada en el goce de la vida y no en el sacrificio ni el sufrimiento. Es así que sostendrá que: “El fin último de la política debería ser el promover la mayor felicidad para el mayor número de personas” (Layard, 2005: 16). Según Jeremy Bentham cada uno de los intereses individuales tenía que tener el mismo peso en la medición del bienestar general. En este sentido, si una acción gubernamental de cierto tipo aumenta la felicidad de la comunidad más de lo que disminuye la felicidad de algún sector de la misma, la intervención queda justificada.

Será, pues, fundamentalmente a partir de la configuración del Estado moderno que la preocupación por garantizar la felicidad de la ciudadanía pasará a ser un tema central dentro de estos emergentes regímenes de gobierno. Ahora bien, si la anterior constatación no pareciera representar ninguna novedad, lo realmente revelante a este respecto es reconocer que las formas en que se buscará alcanzar dicho estado de felicidad variarán según sean los modelos históricos de gobierno. El logro de la felicidad tomará vías distintas según se trate del Estado Liberal, del Estado de Bienestar, un Estado Socialista o, finalmente un gobierno Neoliberal, tal como acontece hoy en día en Chile, el caso que nos ocupa.

2.- La gestión de la felicidad en el régimen neoliberal de gobierno

Una adecuada definición de la noción de gobierno, pertinente respecto de lo que hemos venido monitoreando hasta este punto, nos la proporcionará el británico Pat O'Malley. Formando parte de la 'red de historia del presente' (*history of the present network*), un grupo de autores que desarrollarán una línea de investigación conocida como 'Estudios de Gubernamentalidad' (*Governmentality Studies*), O'Malley planteará que:

El término 'gobierno' no está restringido a los Estados, en el sentido de las burocracias legislativas, judiciales y estatales. Más bien, se refiere a todos los esfuerzos para gestionar la conducta, para dirigirla hacia algunos fines en lugar de hacia otros. De esta manera se hace posible que tenga sentido hacer referencia al gobierno de sí mismo tanto como al gobierno de la economía global", (O'Malley 2006: 167)

Tal como señala O'Malley, el ámbito de la gestión de las conductas de los individuos, tanto del otro como de uno mismo, que es a lo que apunta la noción de gobierno, no puede estar limitado a lo ejecutivo desde la institucionalidad estatal. En estos términos, y en la misma dirección de las conclusiones a las que han arribado el conjunto de investigadores que participan de los *Governmentality Studies*, en los actuales regímenes neoliberales de gobierno, se hace patente la integración existente entre las prácticas propiamente estatales y las acciones emprendidas por los grupos económicos privados.

En esta misma dirección, el investigador británico Nikolas Rose (2007) –otro de los integrantes de la 'red de historia del presente'– sostendrá que para esta emergente forma de gobierno, que denominará “liberalismo avanzado”, el consumo y los mercados han devenido nuevos y poderosos dispositivos para la conformación de la conducta. De este modo, los regímenes de consumo operan, ahora, como dominios altamente administrados y cuidadosamente calibrados para la regulación calculada de los detalles de la conducta a través de actos personales de elección. Es así que, según Rose, la política de la conducta al final del siglo XX es dirigida, al menos en parte, por medio de la amplificación selectiva de pasiones, ansiedades, lealtades e identidades intrínsecas a la lucha comercial para vender bienes y maximizar ganancias.

Coincidentemente con la definición de gobierno otorgada por los investigadores pertenecientes a la red 'Historia del Presente', también conocidos como *anglofoucaultianos*³, nos vamos a encontrar con otra serie de autores que, vinculados a la tradición teórica del *obrerismo* italiano (Negri, 2003; Virno, 2003; Birardi, 2003; Lazzarato, 2006), igualmente van a concluir que al disiparse la separación entre economía y política, será prioritariamente el mercado (y ya no el Estado o la propia sociedad civil) el que se ha convertido en el articulador de las relaciones sociales.

³ Una completa revisión de este campo de estudio se puede encontrar en: Santiago Castro-Gómez (2010) “Historia de la gubernamentalidad. Razón de Estado, liberalismo y neoliberalismo en Michel Foucault”; Paula Musseta (2009) “Foucault y los anglofoucaultianos: una reseña del Estado y la gubernamentalidad”; Silvia Grinberg (2007) “Gubernamentalidad: estudios y perspectivas”; Pablo De Marinis (1999) “Gobierno, gubernamentalidad, Foucault y los anglofoucaultianos (O: un ensayo sobre la racionalidad política del neoliberalismo)”.

En definitiva, es así como advertimos que en los actuales regímenes neoliberales de gobierno – particularmente en el caso chileno- se hace patente la integración existente entre las prácticas propiamente estatales y las acciones emprendidas por grupos económicos con el objetivo de gestionar la conducta de los individuos. De esta forma, tanto en la práctica estatal –la que disponiendo de un vasto entramado institucional actuará privilegiadamente en función de la ejecución de proyectos de carácter público-, como en la práctica empresarial –la que siendo conducida por estratégicas acciones de marketing actuará en función del posicionamiento de una imagen de marca-, ya sea de manera independiente o en forma integrada, en definitiva, desde el conjunto de estas acciones se buscará intervenir en las conductas de las personas a través de la gestión de las emociones. Es en estos ámbitos –empresarial y estatal- que nos centraremos a continuación.

3.- La gestión empresarial de la felicidad en el neoliberalismo chileno

Entretanto, la nueva institucionalidad continúa progresando con perfecta coherencia y armonía conceptual, también en lo económico y lo social. Restringir el alcance de la nueva institucionalidad sólo a las estructuras políticas del Estado, implica no comprender su carácter global, que abarca todos los campos de la vida nacional.

Augusto Pinochet.

Discurso a la juventud del 9 de julio de 1979

Referidos al ámbito empresarial, principalmente de tipo corporativo-trasnacional, nos encontramos con que será precisamente la felicidad una de las principales emociones movilizadas por la operaciones de marketing; todo ello con el objetivo de “persuadir a los consumidores en sus opciones de compras” (Kotler y Armstrong, 2003; Russel *et al*, 2005). Es así como desde el marketing se ha venido propiciando la utilización de la felicidad como uno de los recursos más utilizados por la publicidad para promocionar los productos ofertados en el mercado. Siendo conducida por estratégicas acciones de marketing que actuarán en función del posicionamiento de una imagen de marca, también conocido como *branding* (Haley, 2008), las prácticas empresariales buscarán intervenir en las conductas de las personas a través de la gestión de las emociones. Tanto es así que incluso se ha llegado a elaborar una línea dentro de los estudios de mercadotecnia denominada “marketing

emocional”. A este respecto la experta española Belén López Vásquez señalará lo siguiente:

Entre ambas partes, consumidores y marcas, las empresas establecen puentes con mensajes directos al corazón. Queda en el pasado la publicidad que se destacaba por resaltar los beneficios de los productos. Hoy en día, esos beneficios no siempre pueden ser racionales, porque todos los productos ofrecen ventajas similares; esto explica la proliferación de la publicidad emocional, donde se destacan ante todo valores asociados a deseos, anhelos y aspiraciones internas de los individuos (López Vásquez, 2007: 29).

En estas condiciones la felicidad será uno de los componentes centrales movilizados por la operaciones de marketing; todo ello con el objetivo de incidir en el comportamiento de los consumidores. En estas claves de análisis, de modo concordante con lo que hasta acá hemos expuesto, vamos a inscribir las campañas publicitarias que han venido siendo diseñadas y desarrolladas por la empresa Coca-Cola. Podremos, así, apreciar cómo en la movilización y apelación del sentimiento de felicidad se hallará un recurso publicitario recurrente, todo ello con el objetivo de producir la identificación con la marca.

3.1.- Marketing y felicidad: el proyecto Instituto Coca-Cola de la felicidad

No sé si tanto como que la Coca-Cola hace felices a las personas, ojalá, pero sería mucho decir en nuestro favor. Pero sí creo que representamos o que siempre hemos visto la cara amable de la vida, la cara más optimista, y todo eso es lo que siempre hemos reflejado en nuestra comunicación. No puedo decir que tomarte una Coca-Cola te haga más feliz, pero todos los valores que defendemos son clave para la felicidad.

Margarita Álvarez, presidenta del Instituto Coca-Cola de la Felicidad España, 2007-2012.

Entre finales del 2007 y principios del 2008 la filial española de Coca-Cola impulsará la creación del Instituto Coca-Cola de la Felicidad. Tal como se puede apreciar en su sitio web⁴, los objetivos planteados por el Instituto Coca-Cola de la Felicidad son la investigación y la difusión de conocimientos sobre la felicidad, ello con el fin de contribuir a mejorar la calidad de vida de los españoles. Tendiente a la pro-

⁴ <http://www.institutodelafelicidad.com>

secución de dicha meta, el Instituto Coca-Cola de la Felicidad ha venido realizando de forma permanente estudios para aprender más sobre la felicidad. Así, durante los años 2008 y 2009, se confeccionaron dos grandes investigaciones para analizar las variables que influyen en ella; los denominados “Informes Coca-Cola de la Felicidad”.

El primero de estos estudios, el “Informe Coca-Cola de la Felicidad 2008”, tenía como objetivo analizar los condicionantes que llevan a afirmar a los españoles si son felices o no y en qué medida influyen en el estado de ánimo los factores sociales, familiares, laborales y económicos, entre otros. Basada en un total de 3.000 entrevistas personales, de más de dos días de duración cada una, a personas de 18 a 65 años, esta investigación será una de las más grandes realizadas en este campo en España.

Deteniéndonos en algunos de los temas centrales de este documento, nos vamos a encontrar con el prólogo redactado por Eduardo Punset, quien ha tenido un rol activo en la gestación del Instituto de la Felicidad implementado por Coca-Cola Iberia. La divulgación de los avances en los estudios científicos sobre las emociones, en obras tales como *Un Viaje a la Felicidad. Las nuevas claves científicas* (2005), han hecho del español un autor reconocido en estas materias. Desde esta posición, Punset sostendrá que, aunque no seamos conscientes de ello, estamos inmersos en un periodo que quedará para la posteridad como el “siglo de la mente”. En este escenario, para el economista, jurista, político y escritor catalán, se dará luz verde para que la comunidad científica entre de lleno en el campo del análisis de la felicidad. Sin embargo, para que los primeros conocimientos resultantes de estos esfuerzos irrumpieran en la cultura popular, hacía falta un ejercicio colectivo que fuera más allá de los ensayos de tipo académico. Ha sido éste el gran mérito de la empresa Coca-Cola y de su estudio sobre las dimensiones y el funcionamiento del proceso emocional de la felicidad. En definitiva, indicará Punset, la verdad es que nunca se habían concentrado tantos esfuerzos profesionales y académicos en medir una variable tan olvidada y, al mismo tiempo, tan presente en la vida emocional de la gente como es la capacidad de ser feliz.

De nuestra parte, vamos a sostener que –en tanto estrategia de marketing- el trabajo desarrollado por el Instituto Coca-Cola de la Felicidad en ningún

caso irá en la dirección de incrementar directamente, y en el corto plazo, los flujos de comercialización de los productos pertenecientes a la órbita de la compañía Coca-Cola. De hecho, en el cuestionario de preguntas del Informe de la Felicidad en ningún momento se hace mención a dicha marca. El objetivo, entonces, será establecer una relación permanente con los consumidores. Todo ello a partir de la asociación –ya existente- entre la marca Coca-Cola y el fenómeno emotivo de la felicidad. Pues bien, la misma estrategia de marketing, la veremos reiterada en el caso del Instituto Coca-Cola de la Felicidad implementado en Chile.

La implementación de la versión chilena del Instituto de la Felicidad va en la misma línea de los trabajos desarrollados por Coca-Cola en España; en donde se ha medido sistemáticamente los factores que determinan la Felicidad de la población. Tal como se indica en su sitio web⁵, Chile es el primer país de Latinoamérica en lanzar el Instituto de la Felicidad Coca-Cola. En estas circunstancias, en el año 2011 se realizará el Primer Barómetro de la Felicidad en Chile.

Centrándonos en los resultados arrojados por el Primer Barómetro de la Felicidad en Chile, tenemos que, en progresión ascendente, el 5% de los chilenos se mostraron “muy insatisfechos”; el 9% “insatisfechos”; el 15% “ligeramente bajo la media de satisfacción”; el 25% “ligeramente satisfechos”; el 31% “satisfechos”; y, finalmente, el 15% de las personas encuestadas se manifestó “muy satisfecho”. Tomando en consideración las dos últimas variables, según se concluye en el informe, los resultados de este estudio demuestran que el 46% de los chilenos se considera “muy feliz” con su vida.

Según los responsables del Primer Barómetro de la Felicidad, las conclusiones generales de esta investigación no permiten entregar una receta para ser feliz, sin embargo hacen posible identificar las características de los chilenos que se consideran más felices, y también demuestran que los aspectos que inciden en menor medida en su felicidad son los factores económicos personales, los ingresos del hogar y la percepción de la situación económica nacional. En síntesis, serán estos los aspectos a considerar por el Instituto de la Felicidad Coca-Cola toda vez que, a

⁵ www.institutodelafelicidadcoca-cola.cl

partir de la información suministrada por el Barómetro, plantee que su misión será reflexionar acerca de las fortalezas personales de quienes se consideran más felices y, de esta forma, contribuir a la educación de la población en las actitudes y habilidades que contribuyen a ser más positivos.

3.2.- El Barómetro de la Felicidad y su vinculación con la política pública neoliberal

Siendo una iniciativa de la Compañía Coca-Cola Chile, el Instituto de la Felicidad se ha planteado la misión de fomentar y apoyar la investigación y difusión de conocimientos acerca de la felicidad. De esta forma, se espera contribuir a mejorar la calidad de vida de los chilenos. Para ello, el Instituto se ha propuesto implementar actividades y estudios, como el que acá hemos revisado. Con todo, el objetivo último planteado será el aportar información a la discusión pública y privada, buscando así complementar los diagnósticos a partir de los cuales se diseñan las políticas públicas.

Será precisamente esta orientación, dirigida hacia el ámbito de las políticas públicas, uno de los temas recurrentes a lo largo de este informe. De este modo, no sólo se buscará “educar a las personas en torno de los valores que fomentan la satisfacción personal”, tal como señala Juan Pedro Pinochet, director ejecutivo de la fundación *Un techo para Chile*, y miembro del Consejo Asesor del Instituto de la Felicidad Coca-Cola. Junto a lo anterior, pero más allá de estas pretensiones, “la medición del bienestar es un primer paso para introducir este tema en las decisiones políticas”, tal como sostendrá el economista Pablo González, coordinador del Informe Nacional de Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), quien también participa en el Consejo Asesor del Instituto de la Felicidad Coca-Cola.

Tal cual se indica en el apartado referido a la “Misión del Instituto de la Felicidad Coca-Cola y Labor de su Consejo Asesor”, el objetivo del Barómetro es medir los niveles de satisfacción de los chilenos en diversos ámbitos de sus vidas, y luego utilizar esta información para identificar las características de quienes se consideran más felices. De este modo se espera contribuir a la educación de la población en las actitudes y habilidades que contribuyen a ser más positivos. Para cumplir con esta misión se constituyó el Consejo Asesor del Instituto de la Felicidad Coca-Cola; cuya labor irá en la dirección de apoyar al

Instituto en las actividades que realice para divulgar los factores que fomentan la felicidad entre las personas. Asimismo, los miembros del Consejo Asesor deberán promover la incorporación de la felicidad en las políticas públicas, la educación y la familia.

Tal como hemos señalado, no estando circunscrito solamente al ámbito de la burocracia estatal, en el marco del programa neoliberal de gobierno se contará con la activa participación de los sectores privados de la economía. Será en este contexto que nos hemos propuesto demostrar que las emociones se constituyen en uno de los centros de preocupación en ambos ámbitos de la actual gestión gubernamental. A estos efectos, son dos los aspectos por los cuales el caso de la transnacional Coca-Cola resulta paradigmático:

En primer lugar, en relación a las plataformas publicitarias basadas en slogans tales como “Destapa la felicidad”, vemos desplegarse un conjunto de estrategias de marketing que, tendiendo al posicionamiento de una imagen de marca, buscarán persuadir a los consumidores e incidir en su opción de compra. De esta manera, entonces, la apelación emotiva realizada por Coca-Cola se adicionará al conjunto de procedimientos mediante los cuales, en sociedades neoliberales como la chilena, donde los sectores empresariales se han convertido en poderosos agentes de gobierno, se tenderá a la gestión de las conductas de los individuos.

En segundo término, siendo una herramienta de marketing perteneciente a la esfera de las Relaciones públicas, por cuanto se conforma en una de las instancias por medio de las cuales las empresas potencian la mejor imagen de su marca (Molero y Blasco, 2008), en la labor desarrollada por el Instituto de la Felicidad logramos apreciar cómo, al considerarse parte de la discusión privada y pública respecto de los factores que fomentan la felicidad entre las personas, principalmente a partir de los resultados del Barómetro, desde la empresa global Coca-Cola, se perseguirá incidir y orientar la política pública.

Tal como hemos venido sosteniendo, la preocupación por la felicidad se ha transformado en una cuestión de Estado. De este modo, en diversos países los gobernantes han comenzado a medir el bienestar subjetivo de los ciudadanos. Para el caso chileno, siendo uno de los primeros instrumentos estadísticos diseñados para estos efectos, el Barómetro de la Feli-

cidad Coca-Cola 2011 pondrá a disposición información, hoy en día, indispensable para el planeamiento de la práctica estatal. En definitiva, acá se hará nuevamente manifiesta aquella relación de complementariedad existente entre empresa privada y política pública, característica intrínseca a los regímenes de tipo neoliberal.

4.- La preocupación por la felicidad dentro de la agenda estatal global

El Producto Interno Bruto no tiene en cuenta la salud de nuestros hijos, la calidad de su educación, o la alegría de su juego, la belleza de nuestra poesía o la fortaleza de nuestros matrimonios, en fin, mide todo, excepto lo que hace que la vida valga la pena.

Robert F. Kennedy, Universidad de Kansas, 18 de Marzo 1968

La búsqueda de la felicidad es un asunto muy serio y creemos que su debate en Naciones Unidas no debería retrasarse más.

Lhatu Wangchuk, embajador de Bután ante la Asamblea de la ONU, 13 julio 2011

Pese a la relevancia adquirida por los sectores empresariales dentro del contexto neoliberal de gobierno, tenemos que desde la práctica estatal también se generarán acciones tendientes a intervenir en las conductas de las personas a través de la gestión de las emociones. Esto es lo que podemos comprobar en los esfuerzos que van a desplegar diversos gobiernos en orden a disponer de información que les permita conocer los niveles de bienestar, satisfacción o felicidad de las poblaciones, dando así la posibilidad de direccionar y orientar de manera adecuada la política gubernamental.

A partir de un conjunto de elaboraciones, donde ocuparán un lugar destacado los análisis de los premios Nobel de economía Daniel Kahnemann, Joseph Stiglitz y Amartya Sen, como así también a partir de los aportes de investigadores provenientes de áreas tales como la propia economía, la psicología y la sociología, se ha venido planteando que la medición de los niveles de felicidad de las personas se presenta como la manera más adecuada para orientar las políticas públicas de los países. Acogiendo el llamado realizado desde el mundo científico, son varios los países que han venido incorporando medidas de “bienestar subjetivos” con la finalidad de complementar las tradi-

cionales mediciones de crecimiento y desarrollo –por ejemplo: el ingreso per cápita, el Producto Interno Bruto (PIB) y el Índice de Desarrollo Humano- que han venido siendo oficialmente implementadas. De ahora en adelante, entonces, será el nivel relatado de felicidad de las personas, el criterio más pertinente al momento de dirigir la política pública. Tan relevante se ha tornado esta temática que incluso organismos internacionales, tal como la ONU y la OCDE, han venido implementando mediciones globales de satisfacción y felicidad. Se persigue de este modo alentar a los gobiernos del mundo a incorporar dichas mediciones como una cuestión de Estado.

La preocupación por aquella manifestación emotiva, de carácter positivo, que es la felicidad, se advierte como una de las preocupaciones cardinales al interior de las actuales prácticas de gobierno. Esto es lo que podemos constatar a partir de la resolución adoptada el 13 de julio del 2011 por la Organización de Naciones Unidas y que lleva por título: “La Felicidad: hacia un enfoque holístico del desarrollo” (*Happiness: towards a holistic approach development*). De esta forma, considerando que “la búsqueda de la felicidad es una meta y una aspiración humana universal” y “reconociendo que el PIB es un indicador que no fue diseñado para reflejar la felicidad y el bienestar de la gente”, se invita a los estados miembros de la ONU a “desarrollar nuevos indicadores” y a adoptar otras medidas para que “la felicidad y el bienestar” puedan orientar las políticas públicas.

Dentro de este orden de cosas, la resolución de la ONU será acompañada por la reciente aparición del *World Happiness Report*. Publicado en abril del 2012, el “Informe Mundial de Felicidad” es un estudio encargado por la ONU a la Universidad de Columbia. Elaborado por Jhon Helliwell, Richard Layard y Jeffrey Sachs, a través de este informe se buscará ahondar en el estado de la felicidad en el mundo, en sus causas y consecuencias, y en recomendaciones de políticas públicas.

De esta forma, entonces, la ONU insistirá en el constante llamado que ha venido realizando a los líderes políticos para que reconozcan la existencia de una dimensión más integral del bienestar. Así se espera lograr una mayor prestancia por parte de los gobernantes hacia los resultados obtenidos por los Índices de Felicidad. En definitiva, al captar lo que la gente piensa y siente sobre su propio bienestar sería

posible direccionar, de manera adecuada, la política gubernamental.

5.- La gestión estatal de la felicidad en el neoliberalismo chileno

Cumplida la primera etapa de reordenamiento de nuestra economía, destruida hasta sus mismas bases por el régimen marxista, Chile deberá avanzar hacia un significativo y rápido desarrollo económico, sin el cual resulta imposible satisfacer las aspiraciones de bienestar de nuestros compatriotas.

Declaración de Principios de la Junta Militar.

Santiago de Chile, 11 de marzo 1974

La medición de la felicidad surge como un tema claramente en boga a nivel internacional. La mayor parte de estos instrumentos estadísticos responderán a los criterios de “confiabilidad” y “validez” exigidos desde las ciencias sociales. Tanto es así que incluso se ha llegado a señalar la existencia de una verdadera “ciencia de la felicidad” (Layard, 2005; Diener *et al*, 1985; Veenhoven, 1991). Demostrando estar en conocimiento de los desarrollos alcanzados en estas materias, el gobierno chileno tomará una posición de liderazgo mundial al incorporar mediciones de felicidad en la Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN) 2011.

En octubre del 2011, en un comunicado emitido por el Gobierno de Chile se anunciaba oficialmente que la Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN) incorporaría, “de manera innovadora”, una pregunta referida al “grado de felicidad de las personas”. La encuesta CASEN, realizada por el Ministerio de Desarrollo Social, es el principal instrumento para medir la situación socioeconómica de los chilenos. Dicho instrumento estadístico fue creado en 1985 para medir el nivel socioeconómico de los chilenos, sin embargo, desde el 2011 se incluirán varios componentes que apuntan a conocer factores subjetivos, como el grado de felicidad de los chilenos. Con ello, el gobierno apunta a identificar los niveles de satisfacción de las personas, que servirían para elaborar políticas públicas. En este sentido, el recientemente asumido ministro de Desarrollo Social, Joaquín Lavín, explicaba que:

Normalmente, las encuestas de política económica y social miden el bienestar objetivo, cuánto gana la persona, si tiene acceso a los servicios sociales,

pero cada vez más países están comenzando a medir el bienestar subjetivo, la percepción, si es feliz o no con su vida, lo que hace la felicidad, si la salud, el dinero o el amor (Gobierno de Chile, 18/10/2011).

Tras esta decisión de incorporar mediciones de felicidad en la Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN) 2011, se espera –tal como ha sido planteado desde las esferas gubernamentales– dar un paso trascendental para orientar las políticas públicas en las más diversas áreas del quehacer nacional. Todo lo cual, en última instancia, redundaría en el mejoramiento del bienestar subjetivo de los chilenos.

En el mes de Julio del 2012 se harían públicos los resultados de esta medición oficial de la felicidad. Es así que a partir de la pregunta “Considerando todas las cosas, ¿Cuán satisfecho está usted con su vida en este momento?”, se determinó –en una escala que va del 1 al 10– que el promedio de satisfacción de los chilenos corresponde a un 7,2. Asumiendo que esta pregunta no tiene que ver con indicadores “objetivos”, sino con el “bienestar subjetivo” de las personas, y haciendo mención a las repercusiones que tendrán los resultados de esta medición de felicidad sobre las políticas públicas, el ministro Lavín indicará que:

Lo que haremos ahora es aislar cuáles son las variables que tienen mayor impacto con la satisfacción de las personas, la educación, acceso a la salud, niveles de ingreso, el tipo de familia, para que a través de las políticas públicas, podamos influir indirectamente en la vida de cada uno de ellos. (Ministerio de Desarrollo Social, 29/07/2012)

En otra de las alusiones gubernamentales respecto a esta temática, en el marco de la presentación del Informe de Desarrollo Humano 2012 elaborado por el Programa de Naciones Unidas (PNUD), titulado “Bienestar subjetivo: el desafío de repensar el desarrollo”⁶, será el propio presidente de la república,

⁶ El Informe sobre Desarrollo Humano en Chile 2012, titulado “Bienestar subjetivo: el desafío de repensar el desarrollo”, plantea que hoy Chile está llamado a rediscutir los fines del desarrollo desde la subjetividad de las personas, es decir, desde la manera en que estas piensan y sienten y desde la evaluación que ellas hacen de sus vidas y de la sociedad en la que viven. Las diversas estadísticas analizadas en este informe muestran que, en general, los chilenos y chilenas están satisfechos con sus vidas. El promedio

Sebastian Piñera, quien se referirá al lugar que ocupará el concepto de felicidad dentro de la política públicas chilenas.

Una de las líneas que estamos siguiendo en nuestro Gobierno es tratar de ver cómo las políticas públicas pueden potenciar, ampliar y fortalecer esas capacidades para entregarles instrumentos a las personas, para que ellos vean los caminos hacia esos niveles superiores de satisfacción personal. O como lo menciona el informe de bienestar subjetivo, a lo cual estamos apuntando, de alguna forma, es a la calidad de vida o a la felicidad. (Piñera, 2012)

Pese a que recién se está comenzando a escurriñar en las nociones de bienestar subjetivo, satisfacción y felicidad como un ámbito a partir del cual estructurar la política pública, no obstante, tal como menciona el presidente, “es importante que las políticas públicas y, por tanto, los gobiernos, que son los que tienen que administrar el Estado, se hagan cargo de este nuevo desafío.” En estos términos serán varias las medidas propuestas por el mandatario chileno. Así se planteará el mejoramiento de la calidad, la cobertura y el financiamiento del sistema educacional, la posibilidad de generar nuevos empleos, el fortalecimiento de la familia como núcleo de la sociedad; y así también se planteará el “fortalecimiento de valores” tales como la honestidad, la confianza, la solidaridad, la tolerancia, el respeto por los demás y la confianza en las instituciones. En definitiva, tal como concluirá el presidente Piñera, “a través de estas acciones el gobierno chileno está tratando de acercarse a ese concepto de cómo hacer que nuestros compatriotas puedan tener una vida más plena y más feliz”.

de satisfacción con la vida, en una escala de 1 a 10, es de 7,3. En contraste, la percepción acerca de la sociedad es más bien negativa, y en el largo plazo, ha venido empeorando. La ciudadanía evalúa con una nota promedio de 4,1 a las oportunidades que el país entrega a las personas. La confianza en las instituciones se ha ido deteriorando. Mientras en 1995 un 30% confiaba en las instituciones, hoy solo lo hace un 20%. En síntesis, “satisfechos consigo mismos pero críticos con la sociedad”, esa parece ser la realidad de la subjetividad en Chile según los datos que arroja este informe (PNUD, 2012).

A modo de conclusión.

Entre el miedo y la felicidad: acerca de la gestión gubernamental de las emociones.

Los más importantes Proyectos Manhattan [que llevaron a la creación de la bomba atómica] del futuro serán vastas encuestas patrocinadas por los gobiernos sobre lo que los políticos y los científicos que intervendrán en ellas llamarán el problema de la felicidad.

Aldous Huxley, *Un mundo Feliz*.

En el transcurso de la historia, los fenómenos emotivos de forma reiterada han demostrado estar ligados a prácticas de gobierno. En el caso del miedo, por ejemplo, esto se denota en la documentada prevalencia del temor en la Europa medieval dominada por el poder eclesial (Delumeau, 2008; Duby, 1995), o en la utilización del terror durante las dictaduras militares en Latinoamérica (Garretón, 1992; Bengoa, 2006), o en la reacción suscitada frente al atentado terrorista a los Torres Gemelas en Nueva York, pánico colectivo que vendría a justificar la intervención militar norteamericana en países del Medio Oriente (Robin, 2009; Klein, 2008), o, así mismo, en el caso del sentimiento de inseguridad provocado por el fenómeno de la delincuencia, que ha llevado a la ciudadanía a exigir más ‘mano dura’ a unos dirigentes políticos siempre prestos a obtener dividendos electorales al proponer enfrentar más adecuadamente la delincuencia (Murillo, 2008; Kessler, 2009; Dammert y Arias, 2007).

Ahora bien, aunque remita a una manifestación emocional diametralmente opuesta, en las páginas precedentes hemos intentado demostrar cómo es que –de igual manera– la búsqueda de la felicidad se ha instalado en el corazón de las prácticas de gobierno modernas. De este modo, entonces, considerada una de las escasas emociones que comporta un carácter positivo, la felicidad se conformará en un reconocible objeto de gestión gubernamental.

El logro del bienestar se convertirá en un objeto de atención permanente por parte de las modalidades modernas de gobierno. Frente a la pérdida de la legitimidad fundada, ya sea en la tradición o en premisas teológicas, en una medida importante, será a través de la apelación al recurso de la prosperidad, el bienestar y la felicidad que dichas adhesiones a las modernas programaciones de gobierno serán suscitadas. En estas circunstancias, será fundamentalmente a partir de la configuración del Estado moderno que

la preocupación por garantizar la felicidad de la ciudadanía, pasará a ser un tema central dentro de estos emergentes regímenes de gobierno. En este punto, entonces, los «estudios en biopolítica» se nos presentan como una perspectiva de análisis con múltiples capacidades heurísticas, las cuales nos permitirán la descripción de algunos de los procedimientos mediante los cuales se han constituido los regímenes de gobierno modernos.

Los estudios en biopolítica no son recientes y desde ya puede identificarse una segunda o tercera generación de trabajos sobre esta temática. Es así como, a través de un vasto número de publicaciones, seminarios y redes de investigadores, se puede apreciar que un conjunto de nuevos problemas se plantea en este campo. Todo lo cual llevará incluso a plantear la existencia de una “corriente biopolítica” (Cassigoli y Sobarzo, 2010) o un “enfoque biopolítico” (Mendiola, 2009). Dentro de este marco de estudio, nos vamos a encontrar con que la noción de gubernamentalidad se constituirá en eje vertebrador del análisis. Planteada inicialmente por Foucault para referirse al “conjunto constituido por instituciones, los procedimientos, los cálculos y las tácticas que permiten ejercer esa forma de poder que tiene por blanco principal la población” (2006: 136), será a partir de las investigaciones desarrollada por una serie de autores, vinculados tanto a los *history of the present network* como al *operarismo* italiano, que nos encontraremos con una descripción que involucrará variadas dimensiones de las actuales prácticas gubernamentales. Es así que, referidos específicamente al programa de gobierno neoliberal, desde estos trabajos se ha hecho patente la integración existente entre las prácticas propiamente estatales y las acciones emprendidas por grupos económicos con el objetivo de gestionar la conducta de los individuos.

En diálogo con las principales conclusiones a las que se ha arribado desde esta línea de investigación, de nuestra parte podemos concluir que al disiparse la separación entre economía y política, será prioritariamente el mercado quien se ha convertido en el articulador de las relaciones sociales. En esta dirección, siendo conducida por estratégicas acciones de marketing que actuarán en función del posicionamiento de una imagen de marca, también conocido como *branding*, las prácticas empresariales buscarán intervenir en las conductas de las personas a través de la gestión de las emociones. Siendo precisamente el recurso a la felicidad uno de los componentes centrales

movilizados por las operaciones de marketing; todo ello con el objetivo de alentar y persuadir a los consumidores en sus opciones de compra.

No obstante lo anterior, pese a la relevancia adquirida por los sectores empresariales dentro del contexto neoliberal de gobierno, tenemos que desde la práctica estatal también se generarán acciones tendientes a intervenir en las conductas de las personas a través de la gestión de las emociones. Esto es lo que hemos podido comprobar en los esfuerzos desplegados por diversos gobiernos en orden a disponer de información que les permita conocer los niveles de bienestar, satisfacción o felicidad de las poblaciones. De este modo, a través de la elaboración de una serie de registros estadísticos –Hapinnes Index o Encuestas de Felicidad- se dispondrá de información que permita conocer el “estado de ánimo de la población”, dando así la posibilidad de direccionar y orientar de manera adecuada la política gubernamental.

En síntesis, en función del análisis del conjunto de documentos y archivos presentados, esperamos haber proporcionado una serie de antecedentes que permitan la caracterización de una de las modalidades a través de las cuales operan las actuales prácticas de gobierno. De esta manera, ya sea de manera independiente o en forma integrada entre la práctica estatal-pública y empresarial-privada, todo ello en función de la reproducción del proyecto de sociedad neoliberal, es que logramos apreciar cómo se buscará intervenir en las conductas de las personas a través de la gestión de los procesos subjetivos vinculados a aquella manifestación emotiva denominada felicidad.

Es así como, junto a las modalidades de acción de carácter global, que dicen tener relación con medidas de tipo general que apuntan a intervenir, a nivel de las instituciones y estructuras sociales, todo ello tendiente a la adecuación de un determinado marco regulatorio dentro del cual vendrán a desenvolverse las poblaciones, podemos constatar que los procesos subjetivos también se conformarán en un campo de intervención gubernamental. De esta manera, entonces, más allá de un «sujeto racional», podemos concluir que será en torno al reconocimiento de un «sujeto emotivo» que se conformarán los vigentes programas de gobierno.

BIBLIOGRAFIA

- BENGOA, J. (2006) *La comunidad reclamada. Identidades, utopías y memorias en la sociedad chilena actual*. Santiago: Catalonia.
- BERICAT, E. (2000) "La sociología de la emoción y la emoción en la sociología". *Papers*, Nº 62, pp. 145-176.
- BIRARDI, F. (2003) *La fabrica de la infelicidad. Nuevas formas de trabajo y movimiento global*. Madrid: Traficantes de sueño.
- BOURDIEU, P. (2011) *Las estrategias de la reproducción social*. Buenos Aire: Siglo XXI.
- CASSIGOLI, I. y SOBARZO, M. (2010) "Presentación". En: Cassigoli, I. y Sobarzo, M. (Edit.) *Biopolíticas del Sur*. Santiago de Chile: Arcis, pp. 9-11.
- CASTRO-GÓMEZ, S. (2010) *Historia de la gubernamentalidad. Razón de Estado, liberalismo y neoliberalismo en Michel Foucault*. Bogotá: Siglo del hombre editores/Universidad Javeriana/Universidad Santo Tomás.
- DAMASIO, A. (1999) *El error de Descartes*. Santiago de Chile: Andrés Bello
- DAMMERT, L. y ARIAS, P. (2007) "Construcción de una sociedad temerosa: crimen y castigo en Chile". En: Isla, A. (Comp.) *En los márgenes de la ley. Inseguridad y violencia en el cono sur*. Buenos Aires: Paidós, pp. 177-208.
- DELUMEAU, J. ([1978] 2008) *El Miedo en Occidente*. México: Taurus.
- DE MARINIS, P. (1999) "Gobierno, gubernamentalidad, Foucault y los anglofoucaultianos (O: un ensayo sobre la racionalidad política del neoliberalismo)". En: García, F. y Ramos, R. (Comps.) *Globalización, riesgo, reflexividad. Tres temas de la teoría social contemporánea*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, pp. 73-103.
- DIENER, E.; EMMONS, R.; LARSEN, R. y GRIFFIN, S. (1985) "The satisfaction with life scale", *Journal of Personality Assessment*, Vol. 49, 71-75.
- DUBY, G. (1995) *Año 1000, año 2000. La huella de nuestros miedos*. Santiago de Chile: Andrés Bello.
- EKMANN, P. (2003) "Sixteen Enjoyable Emotions", *Emotion Researcher*, Nº 18, pp. 6-7.
- ELSTER, J. (2002) *Alquimias de la mente*. Barcelona: Paidós.
- FOUCAULT, M. (2006) *Seguridad, Territorio y Población*. Buenos Aires: FCE.
- GARRETÓN, M. A. (1992) "Fear in military regimes. An overview". En: Corradi, J.; Fagen, P. y Garretón, M. A. (Eds.) *Fear at the Edge: state terror and resistance en Latin America*. California: University California Press, pp. 13-25.
- Gobierno de Chile. (2011, 18 de octubre). *Encuesta CASEN 2011 medirá por primera vez el grado de felicidad de los chilenos*. Disponible en <http://informa.gob.cl/comunicados-archivo/encuesta-casen-2011-medira-por-primera-vez-el-grado-de-felicidad-de-los-chilenos/> accedido 20/10/2013
- GRINBERG, S. (2007) "Gubernamentalidad: estudios y perspectivas". *Revista Argentina de Sociología*, Año 5, Nº 8, pp. 95-110
- GROSSO, J. L. y BOITO, M. E. (Comp.) 2010. *Cuerpo y emociones desde Latinoamérica*. Córdoba: CEA-CO-NICET.
- HEALEY, M. (2008). *What is Branding?* Singapur: RotoVision.
- HOCHSCHILD, A. (2008) *La mercantilización de la vida íntima. Apuntes de la casa y el trabajo*. Katz: Madrid.
- ILLOUZ, E. (2007) *Intimididades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Buenos Aires: Katz.
- Instituto Coca-Cola de la Felicidad España. (2008) *Informe Coca-Cola de la Felicidad 2008*. Madrid: Coca-Cola Iberia. Disponible en <http://www.institutodelafelicidad.com/cms/assets/reports/downloads/primer-informe-coca-cola-de-la-felicidad.pdf> accedido 20/10/2012
- Instituto de la Felicidad Coca-Cola Chile. (2011) *Primer Barómetro de la Felicidad en Chile Instituto de la Felicidad Coca-Cola Chile 2011*. Disponible en

- <http://www.institutodelafelicidadcoca-cola.cl/informes-publicaciones.html> accedido 20/10/2012
- KESSLER, Gabriel. (2009) *El sentimiento de inseguridad. Sociología del delito amateur*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- KLEIN, N. (2008) *La doctrina del shock. El auge del capitalismo del desastre*. Buenos Aires: Paidós.
- KOTLER, P. y ARMSTRONG, G. (2003) *Marketing*. México: Pearson Educación.
- LAYARD, R. (2005) *La Felicidad, Lecciones de una Nueva Ciencia*. México: Taurus.
- LAZZARATO, M. (2006) *Por una política menor. Acontecimiento y política en las sociedades de control*, Madrid: Traficante de sueños.
- LE BRETON, D. (2009) *Las pasiones ordinarias. Antropología de las emociones*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- LeDOUX, J. (1996) *The emotional brain. The mysterious underpinnings of emotional life*. New York: Simon & Schuster.
- LÓPEZ, B. (2007) *Publicidad Emocional. Estrategias creativas*. Madrid: ESIC.
- LUNA, R. (2000) "Introducción a la sociología de las emociones", en *Revista Universidad de Guadalajara*, Nº 18. Disponible en <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug18/entrada18.html> accedido 10/10/2012
- McMAHON, D. (2006) *Una historia de la felicidad*. Madrid: Taurus.
- MATURANA, H. (2002) *Emociones y lenguaje en educación y política*. Santiago de Chile: CED-Dolmen.
- MENDIOLA, I. (Ed.). (2009) *Rastros y rostros de la biopolítica*. Barcelona: Anthropos.
- Ministerio de Desarrollo Social. (2012, 29 de julio). *Ministro Lavín revela qué tan felices son los chilenos según la Encuesta Casen 2011*. <http://www.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/noticias/2012/07/29/ministro-lavin-revela-que-tan-felices-son-los-chilenos-segun-la-encuesta-casen-2011> accedido 20/10/2012
- MOLERO, V. y BLASCO, F. (2008) "Introducción al marketing". En: García, M. *Manual de Marketing* (pp. 19-60). Madrid: ESIC
- MORAÑA, M. y SÁNCHEZ, I. (eds.). (2012) *El lenguaje de las emociones. Afecto y cultura en América Latina*. Madrid / Frankfurt: Iberoamericana / Vervuet
- MURILLO, S. (2008) *Colonizar el dolor. La interpelación ideológica del Banco Mundial en América Latina. El caso argentino desde Blumberg a Cromañon*. Buenos Aires: CLACSO.
- MUSSETA, P. (2009) "Foucault y los anglofoucaultianos: una reseña del Estado y la gubernamentalidad", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Vol. LI, Nº 205, pp. 37-55.
- NEGRI, T. (2003) *Crisis de la política. Escritos sobre Marx, Keynes, las crisis capitalistas y las nuevas subjetividades*. Buenos Aires: El cielo por asalto.
- NUSSBAUM, M (2006) *El ocultamiento de lo humano: repugnancia, vergüenza y ley*. Buenos Aires: Kats.
- O' MALLEY, P. (2006) *Riesgo, neoliberalismo, y justicia penal*. Buenos Aires: Ad-Hoc.
- ONU. (2011). *Happiness: towards a holistic approach development*. <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N11/420/70/PDF/N1142070.pdf?OpenElement> accedido 20/10/2012
- ONU. (2012). *World Happiness Report*. <http://www.earth.columbia.edu/sitefiles/file/Sachs%20Writing/2012/World%20Happiness%20Report.pdf> accedido 20/10/2012
- PIÑERA, S. (2012, 23 agosto). *Palabras de S.E. el presidente de la república, Sebastián Piñera, al recibir Informe sobre Desarrollo Humano de Chile 2012*. PNUD. www.desarrollohumano.cl/informe2012/Discurso%20Pde_Sebasti%C3%A1n%20Pi%C3%B1era_lanzamiento.pdf accedido 20/10/2012
- PNUD. 2012. *Bienestar subjetivo: el desafío de repensar el desarrollo. Informe de Desarrollo Humano 2012*. Santiago de Chile: PNUD.
- PUNSET, E. (2005) *Un Viaje a la Felicidad. Las nuevas claves científicas*. Barcelona: Destino.
- ROBIN, C. (2009) *El miedo. Historia de una idea*

política. México: FCE.

ROSE, N. (2007) "¿La muerte de lo social? Re-configuración del territorio del gobierno, en *Revista Argentina de Sociología*, Año 5, N° 8, pp. 111-150.

RUSSEL, J.; WHITEHILL, K.; LANE, W. (2005) *Publicidad*. México: Pearson Educación.

SAUL, J. R. (1998) *Los bastardos de Voltaire: la dictadura de la razón en Occidente*. Santiago de Chile: Andrés Bello.

SCRIBANO, A. (2009) "A modo de epílogo ¿Por qué una mirada sociológica de los cuerpos y las emociones?". En: Scribano, A. (edit.). *Cuerpo(s), Subjetividad(es) y*

Conflicto(s). Hacia una sociología de los cuerpos y las emociones (pp. 141-141). Buenos Aires: CLACSO/CUCCUS, pp. 141-151.

SCRIBANO, A. y LISDERO, P. (Comp.) (2010) *Sensibilidades en juego: Miradas múltiples desde los estudios sociales de los cuerpos y las emociones*. Córdoba: CEA-CONICET.

VEENHOVEN, R. (1991) "Is happiness relative?", *Social Indicators Research*, Vol 24, pp. 1-34.

VIRNO, P. (2003) *La gramática de la multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporáneas*. Buenos Aires: Colihue.

Citado.

PINCHEIRA TORRES, Iván (2013) "Entre el marketing empresarial y la política pública estatal: el gobierno de la felicidad en el neoliberalismo chileno" en *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad - RELACES*, N°11. Año 5. Abril 2013 - Julio 2013. Córdoba. ISSN: 1852.8759. pp. 7-20. Disponible en: <http://www.relaces.com.ar/index.php/relaces/article/view/217>

Plazos.

Recibido:20/11/2012. Aceptado: 23/02/2013.