

La gestión gubernamental de las emociones en el Chile neoliberal

Governmental Management of the Emotions on the Neoliberal Chile

Iván Pincheira Torres*

Resumen

Lejos de ser el resultado de mecanismos instintivos e innatos, las emociones se presentan como fenómenos sociales construidos dentro de contextos culturalmente definidos. Dentro de estas claves de análisis, vamos a concentrarnos en los nexos existentes entre el plano emotivo y las contemporáneas prácticas gubernamentales. De esta forma, daremos cuenta de la existencia de unas técnicas de gobierno interesadas en intervenir en las conductas de las personas a través de la gestión de las emociones.

Palabras clave: emociones, felicidad, gubernamentalidad, neoliberalismo.

Abstract

Far from being the result of instinctive and innate mechanisms, the emotions appear as constructed social phenomena within culturally defined contexts. Within these keys of analysis, we are going to center in the existing links between the emotive level and the contemporary governmental practices. In this way, we will give account of the existence of techniques of government interested in intervening in the behavior of individuals through the management of the emotions.

Key words: emotions, happiness, governmentality, neoliberalism.

* Sociólogo, Universidad de Concepción. Magíster en Estudios Latinoamericanos, Universidad de Chile. Doctor (c) en Estudios Americanos, IDEA/Universidad de Santiago de Chile. Becario Conicyt. E-mail: ivanpincheira@gmail.com

Definición y caracterización de las emociones

El término emoción nace del latín *emovere* que significa mover, agitar. Procede además del término *emoti-onis* que hace alusión al estado de ánimo y a su manifestación corporal. De este modo las emociones serán definidas como la “alteración del ánimo intensa y pasajera, agradable o penosa, que va acompañada de cierta conmoción somática”, tal como lo señala la Real Academia Española (2001). No obstante esta definición, podemos constatar que “no existe una teoría unificada para dar cuenta de todos aquellos aspectos que científica, popular y aplicadamente se agrupan bajo el término emoción” (León, 2006, p. 366). Hasta la fecha no existe una completa claridad acerca de qué son las emociones, debido a lo cual no resulta extraño constatar que hay casi tantas definiciones de emoción, como número de autores dedicados a esta materia existen (Thoits, 1989; León, 2006).

Pese a la conclusión anterior, a partir de la bibliografía producida es posible referir a algunos de los principales componentes que los fenómenos emotivos envuelven. En esta dirección, buscando discutir tanto el rol de las emociones en el sostenimiento de normas sociales, como así también el rol de las normas sociales en la regulación de las emociones, el teórico noruego Jon Elster (1996) describirá algunas de las principales características que presentan las emociones.

En estas circunstancias, como punto de partida, sostendrá que lo que caracteriza a las emociones es el hecho de estar comúnmente dirigida a alguna cosa, es decir, que ellas tienen un objeto intencional. En segundo lugar, las emociones tienen un antecedente cognitivo. Antes de reaccionar emocionalmente a una situación, nosotros hemos procesado la situación cognitivamente. Pero, por otro lado, las emociones también tienen consecuencias cognitivas: las emociones pueden causar una reconsideración de la impresión que causaron en un primer momento. En tercer término, además de excitar intencionalmente antecedentes cognitivos, la mayoría de las emociones están asociadas con una tendencia a la acción. Pero no todas las emociones tendrían tales tendencias de acción: tristeza y pena, por ejemplo, no parecen provocar acción ninguna. Finalmente, para el noruego las emociones tienden a tener expresiones fisiológicas, como por ejemplo: enrojecer, empalidecer, sonreír, llorar, mostrar los dientes, fruncir el seño, desmayarse, etc. (Elster, 1996, pp. 1387-1388).

Otro aspecto de primordial relevancia al momento de adentrarse en este campo de problematización, es el que refiere a la cercanía entre conceptos tales como emoción, afecto o sentimiento. A este respecto la académica norteamericana Peggy Thoits (1989), cuando realice un mapeo general por algunas de las aportaciones más relevantes dentro del incipiente campo de la ‘Sociología de las emociones’, sostendrá que dentro de las emociones pueden distinguirse las sensaciones, los afectos, los estados de ánimo

y los sentimientos. Mientras que los dos primeros términos (sensaciones y afectos) se consideran menos específicos, en cambio, los dos últimos (estados de ánimo y sentimientos) tendrán características más delimitadas.

El término general 'sensación' incluye la experiencia de manejo de estados físicos (por ejemplo, hambre, dolor, fatiga), así como el manejo de estados emocionales. La noción de 'afecto' refiere a evaluaciones ya sean positivas o negativas (gusto/disgusto) de un objeto, comportamiento, o una idea; los afectos también tienen una dimensión de intensidad y de actividad. De esta manera, las emociones pueden ser vistas como tipos culturalmente delimitado de 'sensaciones' o 'afectos'. Por otro lado, en comparación con las emociones, los 'estados de ánimo' son más crónicos y, por lo general, son menos intensos.

Por último, los 'sentimientos' van a ser definidos como patrones socialmente contruidos de sensaciones, gestos expresivos y significados culturales, todo lo cual se encuentra organizado en torno a la relación con un objeto social. Según Peggy Thoits, ejemplos de los sentimientos son: el amor romántico, amor de los padres, la lealtad, la amistad, y el patriotismo. También existen otros sentimientos más transitorios, tales como ciertas respuestas emocionales relacionadas con situaciones de pérdida (la tristeza, la envidia) o con situaciones de triunfo (orgullo, gratitud). De este modo se asume que los sentimientos participan del proceso mediante el cual las relaciones sociales, tanto a nivel micro (interacción entre las personas) como a un nivel macro (mantenimiento de las estructuras institucionales) se mantienen durante un plazo relativamente duradero. En definitiva, a partir de esta caracterización, en diálogo con algunas destacadas aportaciones al interior de los estudios sociales, Thoits logra enfatizar los antecedentes sociales en la formación de la amplia esfera de las emociones.

Del lado de las neurociencias también es posible advertir la elaboración de distinciones entre las nociones de emoción y sentimiento. En esta línea, el neurólogo norteamericano de origen portugués, Antonio Damasio (1999) sostendrá que el término emoción a menudo es usado para referirse sólo al estado corporal (estado emocional, como por ejemplo una alteración en la frecuencia cardíaca y respiratoria, la contracción y relajación involuntaria de los músculos faciales y la emisión de sonidos). Las emociones serían respuestas que provienen tanto de los mecanismos innatos del cerebro (emociones primarias) como de los repertorios conductuales aprendidos a lo largo del tiempo (emociones secundarias). Los sentimientos, en cambio, son la evaluación consciente que hacemos de la percepción de nuestro estado corporal durante una respuesta emocional. Los sentimientos son conscientes, objetos mentales como aquellos que desencadenaron la emoción (imágenes, sonidos, percepciones físicas).

Ahora bien, más allá de estas precisiones de orden semántico, y pese a reconocer la validez de especificar las distinciones entre estos conceptos tales como emoción y sentimiento, por nuestra parte utilizaremos indistintamente estos conceptos. Nuestro espacio de interés remite al universo de ocurrencias subjetivas. Insertos en ese territorio, en tanto son denominaciones que nos permiten referir a los procesos que allí se suscitan, las nociones de emoción y sentimiento serán empleadas sin diferencias. En esto coincidimos con la perspectiva dominante en el campo de la sociología de las emociones (Bericat, 2000; Luna, 2000; Scribano, 2009)

Acerca de la condición social de las emociones

Las emociones son modos de respuesta a estímulos ya sean medioambientales, o estímulos proveniente del propio individuo. Participando activamente de este proceso, los aspectos fisiológicos, psicológicos y sociales serán parte constitutiva del fenómeno emotivo. A partir de estas premisas, teniendo en cuenta la articulación constante de sus diversos aspectos constitutivos, nuestro énfasis estará puesto en los aspectos sociales involucrados en el surgimiento de las emociones. De esta manera, lejos de entenderlas como mero producto de mecanismos instintivos e innatos, vamos a asumir que las emociones no se explican sólo por procesos individuales, sino que se enmarcan dentro de determinados contextos sociales; es decir, forman parte de un relato más general y en el que la interacción social es central.

En este sentido, resulta esclarecedora la noción de “cultura afectiva”, propuesta por David Le Breton. Según este antropólogo, los sentimientos y emociones no son fenómenos enraizados en una naturaleza puramente fisiológica o psicológica, del mismo modo tampoco son producto del azar o de la iniciativa individual, sino que más bien se nutren de una cultura afectiva a la cual pertenece el actor. En esta dirección, y dando cuenta de la preeminencia de los factores evaluativos al momento de “sentir una emoción”, el francés sostendrá que:

La cultura afectiva brinda esquemas de experiencia y acción sobre los cuales el individuo borda su conducta según su historia personal, su estilo y, sobre todo, su evaluación de la situación. La emoción sentida traduce la significación dada por el individuo a las circunstancias que repercuten en él. Es una actividad de conocimiento, una construcción social y cultural que se convierte en un hecho personal a través del estilo propio del individuo. (Le Breton, 2009, p. 12).

Por nuestra parte, gracias a todo lo visto hasta ahora, nos resulta innegable reconocer la importancia que revierten las emociones en la constitución de lo social. Lejos de ser considerado un fenómeno irracional, por lo tanto marginal e inabordable, y a partir del amplio campo de estudios que se ha venido estructurando en torno suyo, podemos constatar la preocupación y centralidad que lo emocional adquiere 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 ligados a lo emocional, nuestro interés se dirigirá hacia el espacio cultural y social en que se inscriben las emociones. Será en este marco donde, creemos, se logran advertir de manera más integral las reales magnitudes que el fenómeno emocional comporta.¹

Estando estrechamente vinculadas a sus contextos culturales y sociales, las emociones expresan aspectos profundamente internalizados. Es así como, reconociendo los múltiples aspectos que las conforman, lejos de entenderlas tan sólo como una pura expresión de la intimidad del sujeto, vamos a enfatizar que nuestro interés se centrará en cómo las emociones están culturalmente modeladas. Así se advierte que las emociones, ya sean en su manifestación fisiológica, como también en su expresión conductual individual, no surgen y no son expresadas en el vacío: son fenómenos socialmente contruidos dentro de contextos culturalmente definidos.

Dentro de estas claves de análisis, en lo que viene a continuación, vamos a concentrarnos en 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 gobierno interesadas en conocer e intervenir sobre los estados de ánimo de la población. Esto es lo que lograremos advertir en el caso particular y específico de aquella manifestación emocional que es la felicidad.

¹ Paul Ekman es uno de los principales representantes de aquella línea de investigación que ha intentado ligar los fenómenos emocionales a procesos más bien innatos, ajenos a vicisitudes histórico-contextuales. Este reconocido psicólogo norteamericano ha sido un pionero en el estudio de las emociones y sus relaciones con la expresión facial. Intentado así demostrar que las expresiones faciales de las emociones no son determinadas culturalmente, sino que son más bien universales y tienen, por consiguiente, un origen biológico. Contando con el financiamiento gubernamental otorgado por el Instituto Nacional de Salud Mental de los Estados Unidos (NIMH, por sus siglas en inglés), Ekman lleva más de 40 años estudiando las expresiones faciales de culturas de todo el mundo, intentando demostrar la universalidad de las emociones básicas (Ekman, 2003).

Los atributos de la felicidad: una aproximación histórica al concepto

“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, 1873.

El estudio de la felicidad ha sido durante mucho tiempo el dominio de los filósofos. En este sentido, nos encontramos con que una primera acepción sobre la felicidad se desprende de la filosofía moral, que la entiende desde el significado de la ‘buena acción’: la felicidad se entiende así como la virtud individual que se pone en juego al pertenecer y participar en una comunidad. Asumiendo que logra integrar elementos que pueden ser considerados como intrínsecamente buenos y que se justifican por sí mismos –por ejemplo, la bondad, la valentía o la justicia–, para Aristóteles la felicidad consistía en poner en funcionamiento una vida virtuosa. Siendo en la vida comunitaria donde se despliegan las acciones virtuosas, se concluirá que éste es el espacio por definición donde se posibilita el alcance del bienestar individual.

Como reflexionaba Aristóteles, es la comunidad completa la que ofrece que sus miembros realicen todos sus fines, y donde el ser humano puede alcanzar el bien vivir [eu zeen] o la felicidad [*audaimonia*]. (Ezquerria y Renne, 2011, p. 82).

Una segunda acepción se refiere a la felicidad, planteada por la filosofía social, desde la idea de ‘buenas condiciones de vida’: la felicidad como redistribución de los recursos de una sociedad. Desde perspectivas filosóficas más contemporáneas, entonces, se considerará que las propias condiciones de vida determinan la suerte del individuo; el ser humano depende de su entorno, por lo que para mejorar las condiciones de vida y aspirar a la felicidad, se debe reconstruir el lugar en que vive el ser humano.

Ya desde la conformación de las sociedades modernas, este sentido atribuido a la palabra felicidad es el que compartían amplios sectores de la filosofía política. Ellos pensaban en la búsqueda de confort material: en donde “material” se refería

al establecimiento práctico de una sociedad bien organizada y próspera. De esta manera, al establecer un bienestar estable y organizado, también se crearían las condiciones para lograr la satisfacción individual. Felicidad equivalía, tal cual aparece en la Declaración de Independencia norteamericana, a bienestar público². Este es el mismo sentido que se logra apreciar en la expresión inglesa *the public wealth*, o la francesa *le bien public* (Saul, 1998, p. 446).

Una tercera acepción surge en las últimas décadas del siglo XX. En esta dirección, serán varios los autores que sostendrán que la demanda por mayor bienestar durante largo tiempo se habría limitado solamente a cuestiones socio-económicas. Lo cual estaría denotando sólo una necesidad redistributiva y materialista para la felicidad. De este modo, en respuesta a la definición anterior, y fundamentalmente a partir de las investigaciones propiciadas desde el campo de las Ciencias Sociales, la palabra felicidad comenzará a connotar un carácter más bien subjetivo.

En filosofía, prevalecieron dos significados: en la filosofía social el significado de “buenas condiciones de vida” (felicidad como buena sociedad) y en la filosofía moral, el significado de buena acción (felicidad como virtud). En la ciencia social corriente prevalecerá un tercer sentido; la palabra “felicidad” se usa frecuentemente para indicar el disfrute subjetivo de la vida. (Ovalle y Martínez, 2006).

En síntesis, a partir de las lecturas anteriores, podemos concluir que la variabilidad histórica respecto de las maneras de concebirla, y las formas de alcanzarla, se conforma en una de las características definitorias de la noción de felicidad. Ahora bien, junto a lo anterior, debemos agregar una segunda cualidad a lo recientemente expuesto. De este modo, en tanto noción referida a una manifestación emocional originada siempre en situaciones socio-contextuales concretas, la felicidad se ha conformado en un relevante objeto de gobierno. Al igual que el resto de las emociones, la felicidad efectivamente es un estado de ánimo que tiene su correlato fisiológico, sin embargo, no podemos reducir nuestro estudio solamente a esta dimensión. Un análisis de este tipo nos conduciría a un pensamiento a-histórico, desconocedor del espesor cultural que posibilita el desenvolvimiento de dicha emoción.

² *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 con la línea argumental que hemos venido siguiendo, en dicho documento los declarantes indicarán 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”.

De este modo nos resulta más sugerente abordar las emociones –en general– y la felicidad –en particular– en relación con el escenario social en que se suscita. En estas circunstancias, de nuestra parte, dado su carácter histórico-contextual, nos interesará problematizar los nexos existentes entre aquella manifestación emotiva que es la felicidad y los actuales regímenes gubernamentales. Ubicados en este terreno es que podemos advertir que la felicidad, en tanto noción referida a ciertos estados fisiológicos, ha sido considerada como un objeto a gestionar por parte las contemporáneas prácticas de gobierno. Sobre esto nos concentraremos a continuación.

La preocupación estatal por la Felicidad

“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.

“Índice de felicidad para medir el estado de ánimo nacional de Gran Bretaña” (*The happiness index to gauge Britain’s national mood*); así se titulaba un artículo publicado en la edición del 14 de noviembre del 2010 del diario británico *The Guardian*. En dicho texto se informa sobre las declaraciones del primer ministro británico, David Cameron, quien anunciaba la elaboración de un instrumento estadístico capaz de medir el estado de ánimo de la población. En definitiva, a través de este registro de bienestar se buscará dirigir y orientar la política del gobierno. “Cameron is said to want to place the eventual results at the heart of future government policy-making”³ (Stratton, 2010). De esta manera, en coordinación con la Oficina Nacional de Estadísticas, se implementarán una serie de disposiciones tendientes a la aplicación del ambicioso proyecto de medición de la felicidad y su equilibrio con el entorno medioambiental.

El objetivo del gobierno británico es que los encuestados sean con regularidad consultados sobre su bienestar subjetivo, mediante un instrumento estadístico que incluya un cálculo de felicidad; “[...] and also a more objective sense of how well they are achieving their life goals”⁴ (Stratton, 2010). De este modo el gobierno del

³ “Cameron dice que desea colocar los resultados finales en el corazón de la futura formulación de políticas de gobierno.” (La traducción es nuestra)

⁴ “[...] y también un sentido más objetivo de lo bien que se están logrando sus objetivos de vida.” (La traducción es nuestra)

Reino Unido comenzará a medir el bienestar subjetivo de las personas, aspirando a estar entre los primeros países que monitorean oficialmente la felicidad. Pero en esta iniciativa los británicos no están sólo, ya que tal como se indica en el periódico español El Mundo:

Varios países han lanzado reflexiones para salir del marco estrictamente económico del PIB y medir la calidad de vida, como Canadá y Francia. El presidente francés, Nicolás Sarkozy, anunció en 2009 su intención de utilizar el grado de bienestar de los franceses como indicador de crecimiento. Bután ha ido, incluso, más lejos y ha ideado un 'Índice de la Felicidad Bruta' que pretende que sustituya al PIB. (*El Mundo*, 2010, 25 de noviembre).

Expuestos estos primeros antecedentes, vemos perfilarse un escenario donde la medición de la felicidad surge como un tema claramente en boga a nivel internacional. Interés que, tal cual señalan los investigadores chilenos Pablo Beytía y Esteban Calvo (2011), será compartido por autoridades de gobierno, académicos y profesionales comprometidos con mejorar el bienestar no monetario de las personas. Según ambos sociólogos, es perfectamente posible medir la felicidad de forma válida, confiable, eficiente y concordante con los estándares metodológicos internacionales.

En esta dirección, estando en conocimiento de los desarrollos alcanzados en estas materias, Chile habría tomado una posición de liderazgo mundial, junto a países como Francia e Inglaterra, al incorporar mediciones de felicidad en la Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN) de 2011. Esta decisión, concluirán ambos científicos sociales, constituirá un paso trascendental para orientar las políticas públicas en las más diversas áreas del quehacer nacional. Todo lo cual, en definitiva, redundaría en el mejoramiento del bienestar subjetivo de los chilenos.

En definitiva, en las páginas precedentes hemos podido constatar cómo la preocupación por la felicidad de las personas se ha transformado en una cuestión de Estado. De este modo, buscando hacer perfectibles los instrumentos de medición existentes hasta ahora, veremos desplegada una serie de encuestas que, incorporando diferentes variables, pondrán a disposición de gobiernos de todo el mundo información acerca de los niveles de satisfacción y bienestar de los ciudadanos. Datos que resultan imprescindible en el diseño y planeamiento de la práctica estatal.

La gestión de la felicidad en el régimen neoliberal de gobierno

“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, 1979.

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 quienes 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, p. 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 ejecutoriado 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*⁵, nos vamos a encontrar con otra serie de autores quienes, 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) quien se ha convertido en el articulador de las relaciones sociales.

En definitiva, es así como advertimos que en los actuales regímenes neoliberales de gobierno, 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.

Dentro de este orden de cosas, referidos al ámbito empresarial, principalmente de tipo corporativo-transnacional, 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 compra” (Kotler y Armstrong, 2003). 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 al sentimiento de felicidad se hallará un recurso publicitario recurrente, todo ello con el objetivo de producir la identificación con la marca.

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

Entre finales del 2007 y principios del 2008 la filial española de Coca-Cola impulsará la creación del Instituto Coca-Cola de la Felicidad (2009). Tal como se puede apreciar en su sitio web, los objetivos planteados por el Instituto Coca-Cola

⁵Una completa revisión de este campo de estudio se puede encontrar en: Musseta, P. (2009) Grinberg, S. (2007); De Marinis, P. (1999).

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 prosecución 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”.

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.

Marketing y felicidad: el Instituto de la felicidad Coca-Cola Chile



Destapa la felicidad. Campaña publicitaria de Coca-Cola, 2009-2011.

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 web (Instituto de la Felicidad Coca-Cola Chile, 2011), 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"; 9% "insatisfecho"; 15% "ligeramente bajo la media de satisfacción"; 25% "ligeramente satisfecho"; 31% "satisfecho"; y, finalmente, el 15% de las personas encuestadas se manifestó "muy satisfecha". Tomando en consideración las dos últimas variables, según se concluyen 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 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.

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. Tampoco se trata solamente de "descubrir qué herramientas son las que ejercen mayor impacto en el nivel de felicidad de las personas, para luego

traspasarlas a la comunidad a través de programas educativos y de entrenamiento, para incrementar los niveles de emociones positivas tanto en los individuos, como en los equipos y las comunidades”, tal como indica Claudio Ibáñez, director ejecutivo del Instituto Chileno de Psicología Positiva, otro de los integrantes del Consejo Asesor del Instituto de la Felicidad. 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, el ámbito laboral, 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 con 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 la empresa global Coca-Cola perseguirá incidir y orientar la política pública, al considerar 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.

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 Felicidad Coca-Cola 2011 pondrá a disposición información, hoy en día, indispensable para 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 de los regímenes de tipo neoliberal.

Conclusión

En el transcurso de la historia, los fenómenos emotivos han demostrado, de forma reiterada, 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), en la utilización del terror durante las dictaduras militares en Latinoamérica (Bengoa, 2006), 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 (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 ‘mano dura’ a unos dirigentes políticos siempre prestos a obtener dividendos electorales al proponer enfrentar más adecuadamente la delincuencia (Murillo, 2008; 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 objeto reconocible de gestión gubernamental.

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 sociedades seculares 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. 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 a la prosperidad, al bienestar y a la felicidad que dichas adhesiones a las modernas programaciones de gobierno serán suscitadas.

Será, entonces, precisamente en este punto que el concepto de biopolítica se nos presenta como una herramienta 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 moderno. Propuesto por Michel Foucault, el concepto de biopolítica busca dar cuenta de las continuas mutaciones gestadas en nuestras contemporáneas modalidades de gobierno. En este marco, el pasaje al biopolítica describe aquel régimen general de poder que en los inicios de la modernidad tomará a la totalidad de los procesos vitales como objeto de gobierno.

Los estudios en biopolítica no son recientes y desde ya pueden 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 plantean en este campo. Todo lo cual llevara incluso a plantear la existencia de una “corriente biopolítica” (Cassigoli y Sobarzo, 2010). 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 referir 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, p. 136), será a partir de las investigaciones desarrollada por una serie de autores, vinculados tanto a la *history of the present network* como al *operaismo* italiano, que nos encontramos 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.

De esta forma, hemos podido así 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, 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 la operaciones de marketing; todo ello con el objetivo de persuadir a los consumidores en sus opciones de compra.

Sin embargo, 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. Dando así la posibilidad de direccionar y orientar de manera adecuada la política gubernamental.

En síntesis, a partir del marco analítico que representan tanto la sociología de las emociones como los estudios en biopolítica, 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, logramos apreciar cómo se buscará intervenir en las conductas de las personas a través de la gestión de las emociones.

Referencias

- Aristóteles (1873). *Política. Obras filosóficas de Aristóteles*. (Trad. P. de Azcárate). Madrid: Imprenta de la Biblioteca de Instrucción y Recreo.
- 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*, 62, 145-176.
- Beytía, P. y Calvo, E. (2011). ¿Cómo medir la felicidad? *Claves para las políticas públicas*, 4. Consultado el 15 de noviembre de 2011, del sitio Web: http://www.udp.cl/investigacion/repo_detalle.asp?id=110.
- Birardi, F. (2003). *La fábrica de la infelicidad. Nuevas formas de trabajo y movimiento global*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Cassigoli, I. y Sobarzo, M. (2010). "Presentación". En I. Cassigoli y M. Sobarzo (Eds.). *Biopolíticas del Sur*. (pp. 9-11). Santiago de Chile: Editorial ARCIS.
- 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 A. Isla (Comp.). *En los márgenes de la ley. Inseguridad y violencia en el cono sur* (pp. 177-208). Buenos Aires: Paidós.
- Delumeau, J. (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 F. García Selgas y R. Ramos Torre (Comps.). *Globalización, riesgo, reflexividad. Tres temas de la teoría social contemporánea*. (pp. 73-103). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Ekman, P. (2003). Sixteen Enjoyable Emotions. *Emotion Researcher*, 18, 6-7.
- El Mundo. (2010, 25 de noviembre). Cameron pregunta a los británicos: ¿qué le hace feliz? Consultado el 2010, 25 de noviembre de 2010.
- Elster, J. (1996). Rationality and the Emotions. *The Economic Journal*, 106 (438), 1386-1397.
- Ezquerro, P. y Renna, H. (2011). Notas sobre la felicidad ¿Un horizonte para las políticas públicas? En A. Sugranyes y Ch. Mathivet, *Ciudades para tod@s. Por el derecho a la ciudad, propuestas y experiencias* (pp. 81-90). Santiago de Chile: Habitat International Coalition.
- Foucault, M. (2006). *Seguridad, Territorio y Población*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

- Grinberg, S.** (2007). Gubernamentalidad: estudios y perspectivas. *Revista Argentina de Sociología*, 5 (8), 95-110
- Instituto Coca-Cola de la Felicidad España.** (2009). *Segundo Informe Coca-Cola de la Felicidad 2009*. Madrid: Coca-Cola Iberia. Consultado el 20 de noviembre de 2011 en <http://www.institutodelafelicidad.com/cms/assets/reports/downloads/segundo-informe-coca-cola-de-la-felicidad.pdf> Fecha último acceso 20/11/2011.
- Instituto de la Felicidad Coca-Cola Chile.** (2011). *Primer Barómetro de la Felicidad en Chile Instituto de la Felicidad Coca-Cola Chile 2011*. Consultado el 20 de noviembre de 2011 en <http://www.institutodelafelicidadcoca-cola.cl/informes-publicaciones.html> Fecha último acceso 20/11/2011.
- 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
- Lazzarato, M.** (2006). *Por una política menor. Acontecimiento y política en las sociedades de control*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Le Breton, D.** (2009). *Las pasiones ordinarias. Antropología de las emociones*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- León, D.** (2006). ¿Es explicable la conciencia sin emoción?: una aproximación biológico-afectiva a la experiencia consciente. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 38 (2), 361-381.
- Luna Zamora, R.** (2000). Introducción a la sociología de las emociones. *Revista Universidad de Guadalajara*, 18. Consultado el 2 de junio de 2011, del sitio Web: <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug18/entrada18.html>.
- Molero, V. y Blasco, F.** (2008). Introducción al marketing. En García Sánchez, M. *Manual de Marketing* (pp. 19-60). Madrid: ESIC
- 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*, LI (205), 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.
- O' Malley, P.** (2009). *Riesgo, neoliberalismo, y justicia penal*. Buenos Aires: Ad-Hoc.
- Ovalle, O. y Martínez, J.** (2006). "La calidad de vida y la felicidad". *Contribuciones a la Economía*. Consultado el 10 de agosto de 2011, del sitio Web: http://www.eumed.net/ce/2006/oojm.htm#_ftnref2.

- Pinochet, A.** (1979). Discurso a la juventud del 9 de julio de 1979. En Agencia Latinoamericana (Ed.). *Opiniones Latinoamericanas, Volumen 2*. California: Agencia Latinoamericana.
- Real Academia Española.** (2001). Emoción [artículo enmendado]. En *Diccionario de la lengua española* (22.a ed.). Recuperado del sitio Web: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltGUIBusUsual?TIPO_HTML=2&LEMA=emoci%F3n.
- Rose, N.** (2007). ¿La muerte de lo social? Re-configuración del territorio del gobierno, *Revista Argentina de Sociología*, 5 (8), 111-150.
- 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 A. Scribano (Ed.). *Cuerpo(s), Subjetividad(es) y Conflicto(s). Hacia una sociología de los cuerpos y las emociones* (pp. 141-141). Buenos Aires: CLACSO/CUCCUS.
- Stratton, A.** (2010, 14 de noviembre). "Happiness index to gauge Britain's national mood". *The Guardian*. Consultado el 25 de noviembre de 2011, del sitio Web: <http://www.guardian.co.uk/lifeandstyle/2010/nov/14/happiness-index-britain-national-mood>.
- Thoits, P.** (1989). The Sociology of Emotions. *Annual Review of Sociology*, 15, 317-342.
- Virno, P.** (2003). *La gramática de la multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporáneas*. Buenos Aires: Colihue.