

La felicitat allà on no hi és: estudi comparatiu dels índexs de benestar i el discurs electoral espanyol

CRISTINA SANCHEZ-SANCHEZ

Investigadora independent

cristina.sanchezsanchez@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9468-7680>

Article rebut el 25/04/21 i acceptat el 14/09/21

Resum

Amb l'objectiu d'aclarir en què es diferencien els discursos sobre la felicitat com a objectiu social d'altres discursos polítics en què es plantegen objectius nacionals diferents, en aquest article es fan dues anàlisis de contingut. En primer lloc, s'estudien 13 índexs i mesures de felicitat impulsats per organismes i governs internacionals. En segon lloc, s'analitzen 44 anuncis electorals de les formacions polítiques espanyoles PP, PSOE i Unidas Podemos. En comparar les dues mostres, s'observa que tots dos discursos tenen un grau elevat de similitud, la qual cosa apuntaria al fet que el discurs de la felicitat, lluny de ser una revolució política, és un discurs més que reflecteix els valors imperants de les societats des de les quals es pensa.

Paraules clau

Felicitat, índex de benestar, anàlisi de contingut, discurs polític, espot electoral.

Abstract

This article conducts a content analysis to shed light on how discourses on happiness as a social objective differ from other political discourses which pose different national goals. It first studies 13 happiness indexes and measures promoted by international bodies and governments. It then analyses 44 election advertisements from the Spanish political parties PP, PSOE and Unidas Podemos (UP). When comparing the two samples, we found that both discourses have a strong degree of similarity, which might indicate that far from being a political revolution, the discourse of happiness instead reflects the prevailing values of the societies from which it comes.

Keywords

Happiness, well-being index, content analysis, political discourse, election advertisement.

1. Introducció

L'any 2011, la Comissió Europea publica *Més enllà del PIB: avaluació del progrés en un món canviant*, un informe de resultats en què convergeixen iniciatives impulsades prèviament per organismes com el Parlament Europeu, el Club de Roma, el Fons Mundial per a la Natura i l'Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic, i en el qual s'apunten algunes reflexions sobre els límits del creixement econòmic com a mesura principal de progrés en els països occidentals.

Aquell mateix any, l'Assemblea General de les Nacions Unides publica la resolució *La felicitat: cap a un enfocament holístic del desenvolupament* (Assemblea General de les Nacions Unides 2011) en què s'explicita que la felicitat és un objectiu humà fonamental i que el producte interior brut (PIB), per la seva naturalesa, no es va concebre per reflectir la felicitat i el benestar de les persones.

Malgrat que prèviament s'havien fet altres informes i reunions

d'aquest tipus, que estan recollits en treballs com el de Buendía Sánchez (2015) o Sánchez-Sánchez (2020), és a partir d'aquest moment en què una sèrie de governs i institucions intergovernamentals comencen a emprendre, amb més intensitat, un seguit de reunions i comissions, i a crear noves mesures i indicadors que pretenen reflectir la importància de la felicitat de la ciutadania en el desenvolupament de polítiques públiques (Ferrara i Nisticò 2015, Frawley 2015b, Hogan *et al.* 2015, Lorca Martín De Villodres 2013, Sánchez-Sánchez 2020).

No obstant això, deu anys després que s'impullessin totes aquestes iniciatives que busquen la felicitat ciutadana, hi ha diversos investigadors i pensadors que posen en qüestió l'establiment de la felicitat —i de mesures com la felicitat nacional bruta— com a nova referència a l'hora de mesurar el progrés nacional, ja que diuen que aquest indicador ha resultat ser una reformulació d'aquells temes ja acceptats com a socialment desitjables i políticament proporcionables en una cultura i moment històric determinats, més que una autèntica

revolució social i política basada en l'estudi de la naturalesa humana (Ahmed 2010, Frawley 2015b, Sánchez-Sánchez 2020).

Amb l'objectiu d'indagar en aquesta asseveració, en aquest article es procedeix a fer una anàlisi del contingut de les principals mesures i indicadors de felicitat dels darrers anys, seguint treballs com el de Sánchez-Sánchez (2017), i a posar-ho en relació amb el discurs electoral a Espanya (en forma d'espots o anuncis televisius per a les eleccions a les Corts Generals espanyoles de les principals forces polítiques el 2021). Es pren el discurs electoral a Espanya perquè és un país que, malgrat ser membre de les organitzacions intergovernamentals esmentades anteriorment (de la qual cosa es dedueix que els països membres podrien tenir certa cultura política en comú), Espanya no ha convertit la felicitat ciutadana en un objectiu estatal ni ha plantejat mesures de progrés nacional relacionades amb aquest assumpte.

Mitjançant aquesta comparativa, es procedeix a dilucidar quins són els indicadors o temes que els índexs i mesures de benestar més populars tenen en compte a l'hora de mesurar la felicitat ciutadana, i en què es diferencien aquests indicadors o temes de felicitat d'altres temes que apareixen en altres discursos polítics en què s'advoca per altres formes d'impuls del progrés nacional, com passa a Espanya.

Els resultats mostren que, en línia amb aquells sectors més crítics amb la felicitat com a mesura nova i definitiva de progrés nacional, el discurs sobre la felicitat contingut en aquestes mesures i índexs analitzats (és a dir, els indicadors i temes dels índexs de benestar) té un grau elevat de similitud amb el discurs electoral espanyol analitzat (és a dir, amb els temes als quals es fa referència als espots electorals televisats). Això indicaria que, per a la mostra analitzada, el discurs sobre la felicitat implícit en les mesures estudiades es comportaria com altres discursos polítics occidentals, però en aquesta ocasió els temes s'articularien al voltant del significat *felicitat*.

En l'apartat de conclusions es discuteixen aquests resultats i el seu efecte sobre altres recerques relacionades amb aquest assumpte.

2. La felicitat com a objectiu polític, un nou paradigma?

La majoria de les mesures de felicitat impulsades per organismes governamentals i intergovernamentals a occident solen participar d'un corrent teòric i metodològic anomenat Ciència de la Felicitat (Sánchez-Sánchez 2020).

Aquesta ciència, segons Davies (2015), és l'última expressió de la idea utilitarista que la relació entre la ment i el món és susceptible d'examen matemàtic i que els problemes fonamentals de la política es poden resoldre amb una ciència dels sentiments i la naturalesa humans.

Més específicament, aquelles activitats i esdeveniments quotidians que, des de la Ciència de la Felicitat, s'estableix que poden tenir una influència sobre la felicitat de la ciutadania,

están relacionats amb àmbits com l'economia, l'ocupació, l'educació, les relacions familiars i socials, la cultura, el país d'origen i el seu sistema polític, així com l'edat, el gènere i la raça dels individus, alguns trets de la seva personalitat i valors personals, la seva salut o el seu nivell de religiositat. En treballs com el de Sánchez-Sánchez (2020) es resumeix què diu la Ciència de la Felicitat sobre com totes aquestes variables influeixen sobre el benestar de les persones.

Els defensors d'aquesta Ciència de la Felicitat aplicada a l'àmbit polític estableixen que totes les dades recopilades sobre com de feliços són els ciutadans i les ciutadanes i quant plaer o dolor obtenen de diverses activitats i esdeveniments quotidians poden ser útils per a qui governa a l'hora de dissenyar polítiques públiques en assumptes relacionats amb el creixement econòmic, la igualtat, la jubilació, la desocupació, la salut, l'educació o el govern, entre d'altres (per exemple, vegeu Bok 2010; Cummins *et al.* 2009; Layard 2005; Musikanski, Philips i Crowder 2019).

Així doncs, a través dels índexs i mesures de felicitat, els governs i institucions intergovernamentals poden convertir l'estudi del benestar subjectiu de la ciutadania en un assumpte de preocupació pública i política.

No obstant això, tal com remarca Bruno Frey, la felicitat és un objecte d'estudi fàcilment manipulable tant per la ciutadania com per la classe política (Frey i Gallus 2013, 2013b; Frey, Gallus i Steiner 2014). De fet, es podria dir que "definir la felicitat és propagar una ideologia" (Veenhoven 1991: 8), i els índexs i mesures de felicitat no en serien una excepció.

Tal com estableix Hyman (2011), la felicitat "es construeix, s'interpreta i s'articula a través de determinades formes culturals de pensar, ser i actuar" (pàg. 2). En l'acte de triar quines són aquelles activitats i esdeveniments quotidians que podrien tenir un efecte sobre la felicitat o la infelicitat humana, ja es reflecteixen els valors dominants d'una cultura, les seves preocupacions i els seus anhels (Boreham, Povey i Tomaszewski 2013; Hyman 2011). Per tant, si la felicitat és un constructe cultural, a través de la seva reproducció en forma d'índexs i mesures de benestar indirectament s'estaria legitimant l'estatu quo social, polític i econòmic (Aronczyk 2014).

Al seu torn, en seleccionar determinats assumptes i relacionar-los amb la felicitat, s'associen amb allò bo, desitjable, acceptable (Ahmed 2010; Frawley 2015b; Veenhoven 2009a, 2009b) i s'estableix que hi ha una sèrie de pràctiques socials, culturals, econòmiques i polítiques que són millors que altres.

Així mateix, mitjançant la Ciència de la Felicitat i els índexs i mesures de benestar, la felicitat es planteja com el resultat de l'estudi empíric de l'ésser humà (és a dir, com una cosa natural i universal), fet que redimeix els temes que es relacionen amb aquest concepte de qualsevol qüestionament moral, polític, social, filosòfic, històric o de qualsevol altra índole (Cabanas 2013). En aquest cas, es podria estar fent servir l'autoritat de la ciència com a garant perquè s'acceptin determinades propostes sobre com s'ha de viure (Davies 2015, Frawley 2015b).

Com a conseqüència, en l'àmbit polític la felicitat es

podria estar fent servir com un eslògan retòric per promoure determinats estils de vida que no es poden impulsar mitjançant altres poders legislatius, executius, judicials o incentius fiscals (Offe 2012). De fet, els significants emocionals solen tenir un gran poder retòric, perquè sembla que traspassen les barreres ideològiques (Ahmed 2004, Frawley 2015b, Illouz 2007, Offe 2012).

Aquest article segueix la línia dels estudis crítics amb la felicitat com a objectiu social i polític, en què es poden trobar treballs com ara els d'Ahmed (2010), Cabanas (2013), Cabanas i Illouz (2019), Frawley (2015, 2015b), Hyman (2011), Rodríguez (2012), i Sánchez-Sánchez (2017, 2020), entre d'altres. En recerques com la de Frawley (2015b) es prenen com a mostra diferents discursos mediàtics al Regne Unit en els quals es parla d'impulsar la felicitat des dels organismes polítics, se n'identifiquen les característiques conceptuals i se'n discuteixen les conseqüències.

Aquesta recerca segueix un plantejament similar al del treball de Frawley (2015b). Es prenen com a mostra diversos índexs i mesures de felicitat, encara que també alguns discursos electorals espanyols en els quals no es parla explícitament d'aquest concepte abstracte, i s'explora quines són les seves característiques conceptuals.

El motiu pel qual s'ha decidit fer una anàlisi de dues mostres tan diferents és perquè, seguint l'observació d'Ahmed (2010) la felicitat no se sol estudiar en aquells llocs on no hi és. Quan es descriu el món que es construeix a través del significat *felicitat*, s'obvia tot allò que transcendeix aquest horitzó i que podria tenir el poder d'explicar aquest concepte d'una altra manera.

En estudiar aquells textos que no parlen explícitament de la felicitat i posar-los en relació amb aquells que sí que ho fan, s'espera revelar més informació sobre la naturalesa de la felicitat com a constructe cultural.

3. Metodologia

Tenint en compte les observacions anteriors, en aquesta recerca es planteja una anàlisi comparativa entre discursos de diferents fonts (d'una banda, índexs i mesures de felicitat internacionals, i de l'altra, discursos electorals espanyols) amb l'objectiu d'explorar fins a quin punt els discursos sobre la felicitat contemporanis que parteixen de la Ciència de la Felicitat són uns discursos temàticament diferents d'altres discursos en què es plantegen altres objectius per als governs. D'aquesta motivació, en deriva l'objectiu general següent:

- Determinar quin és el grau de similitud entre els temes plantejats com a indicadors de felicitat en els índexs i mesures de felicitat internacionals més populars i els temes plantejats com a socialment desitjables i políticament proporcionables en els discursos electorals de les principals formacions polítiques espanyoles.

Per tant, els objectius específics que es desglossen són:

- Identificar quins són els temes plantejats com a indicadors de felicitat en els índexs i mesures de felicitat més populars.
- Estudiar la presència dels temes plantejats en els índexs i mesures de felicitat més populars i els temes plantejats en els discursos electorals de les principals formacions polítiques espanyoles.

A continuació, es procedeix a especificar totes dues mostres, així com la tècnica d'anàlisi utilitzada per donar resposta a aquests objectius de recerca.

3.1 Mostra: índexs i mesures de felicitat

De tots els discursos sobre la felicitat, es prenen com a mostra un seguit d'índexs i mesures de felicitat impulsats per organismes intergovernamentals, ja que són una de les expressions més clares de l'aplicació de la Ciència de la Felicitat en l'àmbit polític (Frey i Gallus 2013).

Com que hi ha un nombre elevat de mesures de felicitat, en aquesta anàlisi es prenen com a mostra aquelles identificades en les anàlisis de Sánchez-Sánchez (2017, 2020) a partir de mètodes de recerca sistematitzada com l'*scoping review* (Arksey i O'Malley 2005).

Els índexs i mesures de felicitat¹ més populars i que conformen aquesta mostra són:

- *Índex de felicitat nacional bruta*. Índex creat per mesurar el progrés de Bhutan a partir de la cultura bhutanesa i dels valors budistes. Aquesta mesura va ser de gran inspiració en l'elaboració de l'informe *La felicitat: cap a un enfocament holístic del desenvolupament*, de l'Assemblea General de les Nacions Unides (2011).
- *Índex de planeta feliç*. Índex creat per la New Economics Foundation, un *think tank* del Regne Unit que té com a objectiu promoure la justícia social, econòmica i mediambiental (New Economics Foundation 2018).
- *Índex filipí de felicitat nacional bruta*. Aquesta mesura ha estat creada per Virola i Encarnacion (2007), dos membres de la National Statistical Coordination Board a les Filipines.
- *Índex de benestar internacional*. Mesura amb vocació universal proposada per l'International Well-being Group, una iniciativa de l'Australian Centre on Quality of Life, centre al qual pertanyen algunes figures de referència de la Ciència de la Felicitat com ara Robert A. Cummins.
- *Índex de benestar de Gallup & Healthways*. Aquest índex ha estat creat per les organitzacions Gallup i Healthways, i està especialment centrat a potenciar la salut, la felicitat i la productivitat de les persones, així com a facilitar totes les seves dades a aquelles empreses que vulguin aplicar mesures relacionades amb el benestar (Gallup i Healthways 2013).
- *Índex de benestar econòmic*. Mesura creada per Osberg i Sharpe (2002) com a proposta d'alternativa al PIB.
- Mesura del benestar al Regne Unit. Aquesta mesura es

troba dins d'un programa creat el 2010 i impulsat pel llavors primer ministre del govern britànic, David Cameron, amb l'objectiu d'estudiar el progrés del país en termes que van més enllà de l'economia per tal de complementar mesures com el PIB (Office for National Statistics 2016).

- *Índex de benestar de Prescott-Allen*. Mesura ideada per Prescott-Allen a *The Well-being of Nations* (2001) amb l'objectiu de ser aplicada pels legisladors de tots els països.
- Enquesta social europea sobre benestar. Enquesta de caire acadèmic, nascuda el 2001 i portada a terme per l'European Research Infrastructure Consortium.
- Benestar el 2030. Estudi realitzat per l'Eurobaròmetre, un organisme de la Comissió Europea que periòdicament fa enquestes d'opinió pública als estats membres de la Unió (Eurobaròmetre 2011).
- Enquesta europea de qualitat de vida. Mesura creada per l'agència European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions (Eurofound) de la Unió Europea (UE) amb l'objectiu de generar coneixement per al desenvolupament de polítiques socials i laborals (European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions 2012).
- Enquesta de qualitat de vida. Mesura impulsada per l'Oficina Europea d'Estadística (Eurostat).
- Qualitat de vida a les ciutats europees. Estudi realitzat per l'Eurobaròmetre, organisme de la Comissió Europea que periòdicament fa enquestes d'opinió pública als estats membres de la Unió (Eurobaròmetre 2015).

Aquests índexs i mesures organitzen els diferents indicadors que es correlacionen amb la felicitat dels individus (o amb els seus sinònims en aquest àmbit, com ara el benestar o la qualitat de vida), de manera multidimensional (Chaaban, Irani i Khoury 2016), és a dir, mitjançant grups i/o categories d'indicadors. Això permet identificar a simple vista quins són els grans grups temàtics d'indicadors que permetran fer la comparació amb els temes socialment desitjables i políticament proporcionables que s'identificaran en l'anàlisi del discurs electoral espanyol.

3.2 Mostra: discurs electoral espanyol

De tots els discursos polítics, es prenen com a mostra els d'Espanya, ja que és un país membre d'algunes de les organitzacions intergovernamentals que han impulsat mesures de felicitat en els darrers anys, però al seu torn no ha convertit la felicitat en una matèria d'interès per al govern.

Més concretament, de tots els discursos polítics espanyols explorables, es pren com a mostra el discurs electoral, que és un "fenomen fonamental en societats democràtiques que basen el seu sistema polític en la discussió entre diferents opcions ideològiques, com l'espanyola" (A. Capdevila 2004a: 17).

Així mateix, de tots els discursos electorals, es trien els anuncis emesos per televisió en períodes de campanya, ja que tenen una gran rellevància dins del conjunt d'estratègies comunicatives

de les formacions polítiques durant les campanyes i no estan mediatitzats per altres agents que puguin distorsionar la proposta política de cada formació (A. Capdevila 1997; A. Capdevila i Pericot 2012; Moragas-Fernández i A. Capdevila 2015; Ruiz Collantes, Pérez-Latorre i P. Capdevila 2015; Sádaba 2003). D'aquesta manera, es pot veure clarament quina és la proposta de cada partit en cada comicis sobre el que consideren socialment rellevant i políticament proporcionable.

Els espots electorals s'han estudiat en moltes ocasions des de l'àmbit de la comunicació política espanyola (per exemple, vegeu, entre moltes altres referències, A. Capdevila 1997, 2004a, 2004b, 2015; A. Capdevila i Gómez-Puertas 2011; A. Capdevila, Gómez-Puertas i De Higes 2007; A. Capdevila i Pericot 2012; Gómez-Puertas i A. Capdevila 2011, 2012; Hernández Olmedo 2015; Moragas-Fernández i A. Capdevila 2014, 2018; Pericot i Capdevila 2001; Pericot, Ruiz Collantes, Prat i A. Capdevila, 1998; Pujadas, Pérez-Latorre i Oliva 2012; Pujadas i Xifra 2014; i Ruiz Collantes, Pérez-Latorre i P. Capdevila 2015), de manera que aquesta recerca suposaria una contribució més a ampliar el coneixement en aquest àmbit d'estudi.

S'estudien els espots electorals per a les eleccions a les Corts Generals espanyoles dels principals partits i coalicions polítiques a escala nacional que, des del 1993 fins al 2019, han governat a Espanya: Partit Popular (PP), Partit Socialista Obrer Espanyol (PSOE) i Unides Podem (UP)² (vegeu la taula I). Amb aquesta selecció es pretén captar la promesa programàtica dels governs espanyols tant abans com després que les mesures de felicitat assolissin més rellevància en l'àmbit polític (2011).

3.3 Mètode d'anàlisi

Per donar resposta als objectius de recerca generals i específics presentats al principi d'aquest apartat metodològic, cal fer una comparativa entre els temes que es plantegen com a indicadors de benestar en els índexs i mesures de felicitat internacionals més populars i els temes que es plantegen com a socialment desitjables i políticament proporcionables en el discurs electoral espanyol.

A l'hora d'identificar aquests temes en totes dues mostres, la tècnica utilitzada ha estat l'anàlisi de contingut, ja que permet reconèixer els elements que formen un document i classificar-los per tal d'explicar-los posteriorment (Ruiz Olabuénaga 2012, Sierra Bravo 1983). No obstant això, per a cada mostra s'ha dissenyat una anàlisi del contingut diferent d'acord amb les seves característiques.

En el cas dels índexs i mesures de felicitat, els temes que es plantegen com a factors de felicitat són tots aquells grans grups d'indicadors que comparteixen una temàtica determinada. Per exemple, dins d'un índex de felicitat hi pot haver un grup d'indicadors anomenat Educació, dins del qual hi ha indicadors relacionats amb el nivell d'alfabetització dels individus, la taxa nacional d'abandonament escolar, els resultats nacionals de l'informe PISA o la qualitat de les infraestructures dels centres educatius, entre d'altres.

Taula I. Mostra d'espots electorals

| <i>Eleccions a les Corts Generals espanyoles</i> | <i>Formació política</i> | <i>Campanya</i> | <i>Nombre d'espots analitzats</i> |
|--|--|------------------------------|-----------------------------------|
| 1993 | Partit Popular | Ahora gobierno para todos | 1 |
| | Partit Socialista Obrer Espanyol | España, en progreso | 1 |
| 1996 | Partit Popular | Con la nueva mayoría | 1 |
| | Partit Socialista Obrer Espanyol | España, en positivo | 3 |
| 2000 | Partit Popular | Vamos a más | 4 |
| | Partit Socialista Obrer Espanyol – Progressistes | Lo próximo | 2 |
| 2004 | Partit Popular | Juntos vamos a más | 1 |
| | Partit Socialista Obrer Espanyol | Soluciones ahora | 2 |
| 2008 | Partit Popular | Con cabeza y corazón | 2 |
| | Partit Socialista Obrer Espanyol | Vota con todas tus fuerzas | 4 |
| 2011 | Partit Popular | Súmate al cambio | 1 |
| | Partit Socialista Obrer Espanyol | Pelea por lo que quieres | 1 |
| 2015 | Partit Popular | España en serio | 1 |
| | Partit Socialista Obrer Espanyol | Un futuro para la mayoría | 4 |
| 2016 | Partit Popular | Unidos podemos | 2 |
| | Partit Socialista Obrer Espanyol | Ahora más que nunca, a favor | 3 |
| | Units Podem | Un sí por el cambio | 5 |
| 2019 (abr.) | Partit Popular | Valor seguro | 1 |
| | Partit Socialista Obrer Espanyol | La España que quieres | 1 |
| | Unides Podem | La historia la escribes tú | 1 |
| 2019 (nov.) | Partit Popular | Por todo lo que nos une | 1 |
| | Partit Socialista Obrer Espanyol | Ahora sí | 1 |
| | Unides Podem | Un gobierno contigo | 1 |
| Total: | | | 44 |

Font: Elaboració pròpia.

En aquest cas, l'anàlisi de contingut ha consistit a identificar quins són aquests grans grups d'indicadors i aglutinar aquestes tendències generals entre mesures en forma del que s'ha anomenat *dimensions de felicitat*. Dins d'una dimensió de felicitat també poden aparèixer altres subdimensions de felicitat, que són simplement subgrups d'indicadors dins d'un grup més gran que mantenen entre si un major grau de similitud. Seguint amb l'exemple del gran grup d'indicadors Educació, s'ha convertit en una dimensió de felicitat, que al seu torn pot estar format per una subdimensió en la qual s'aglutinen temes relacionats amb estadístiques del sistema educatiu nacional i una altra subdimensió en la qual s'aglutinen temes relacionats amb les aspiracions intel·lectuals i els valors dels individus. Els noms que reben aquestes dimensions i subdimensions de felicitat s'extreuen directament de les terminologies utilitzades en les mesures de felicitat per fer referència als grups d'indicadors que comparteixen una temàtica determinada.

Així doncs, aquestes dimensions de felicitat són el resultat de

l'estudi de freqüències absolutes i de conglomerats d'indicadors, la qual cosa ha permès agrupar indicadors similars sense perdre matisos (per a més informació, vegeu Krippendorff 1990).

Pel fet que, en algunes ocasions, els indicadors dels índexs i mesures de felicitat es presentaven de forma no estructurada (és a dir, que els indicadors no sempre s'agrupaven de la mateixa manera), aquesta anàlisi també es va basar en la Teoria Fonamentada, que és una metodologia per construir teories que es basen en les dades (Charmaz 2006).

Per la naturalesa comparativa d'aquesta recerca, l'anàlisi de contingut dels espots electorals espanyols s'ha dissenyat a partir de les dimensions de felicitat identificades en els índexs i mesures de felicitat, que en aquesta ocasió han funcionat com a categories d'anàlisi.

D'aquesta manera, aquells temes que es plantegen com a socialment desitjables i políticament proporcionables als espots electorals de la mostra s'han classificat a partir de les dimensions i subdimensions de felicitat. Per tant, en la mateixa

anàlisi ja s'han pogut identificar quins eren els temes associats a la felicitat que es desenvolupaven en el discurs electoral, així com quines diferències i similituds hi havia entre totes dues mostres.

Seguint amb l'exemple de l'Educació, en l'anàlisi del discurs electoral s'ha estudiat quins temes es desenvolupaven al respecte per veure si coincidien o no amb els plantejats com a indicadors de felicitat en els índexs i mesures de benestar. Com a exemple, els partits polítics estudiats poden fer referència a temes de l'Educació com la qualitat de les infraestructures dels centres educatius, però no esmentar qüestions com el nivell d'alfabetització dels individus, la taxa nacional d'abandonament escolar o els resultats nacionals de l'informe PISA.

Aquesta anàlisi s'ha fet estudiant primer cada campanya electoral de cada formació política de la mostra i, després, per fer la comparació amb la mostra d'índexs i mesures de felicitat, prenent totes les anàlisis de totes les formacions al llarg del temps com una sola mostra homogènia, és a dir, sense distingir entre partits polítics.

4. Resultats

El discurs d'aquest apartat de resultats s'estructura al voltant dels objectius de recerca. En primer lloc, es donarà resposta als objectius específics i, en segon lloc, es donarà resposta a l'objectiu general.

Començant pel primer objectiu específic, els temes plantejats com a indicadors de felicitat en els índexs i mesures de felicitat més populars, i que en aquesta recerca reben el nom de *dimensions de felicitat*, són: Benestar subjectiu (es fa referència a aquesta categoria en 12 de les 13 mesures que formen la mostra), Comunitat (apareix en 8 de les 13 mesures), Política (apareix en 7 de les 13 mesures), Entorn (apareix en 12 de les 13 mesures), Ocupació i finances personals (apareix en 12 de les 13 mesures), Educació (apareix en 7 de les 13 mesures), Salut (apareix en 10 de les 13 mesures) i Capital nacional (apareix en 3 de les 13 mesures).

Com que es tracta de categories que resumeixen una gran quantitat d'indicadors, aquestes dimensions de felicitat i les seves subdimensions es poden veure íntegrament en l'annex d'aquest article (Taules II-IX). També es veuran parcialment en aquest apartat un cop es presentin els resultats per a l'objectiu general d'aquesta recerca.

Pel que fa al segon objectiu específic, a partir de l'anàlisi realitzada es pot concloure que els temes (dimensions de felicitat) plantejats en els índexs i mesures de felicitat més populars tenen una presència notable en els discursos electorals de les principals formacions polítiques espanyoles.

Tal com es pot observar a la Taula X, les dimensions de felicitat apareixen amb assiduitat en els discursos electorals del PP, del PSOE i d'UP al llarg de tot el període analitzat.

Més específicament, i extraient els percentatges a partir de la Taula X, la dimensió Política apareix en el 60% de les

campanyes del PP, el 80% de les campanyes del PSOE i el 100% de les campanyes d'UP, i només hi ha unes eleccions (les del 2011) en què els partits polítics de la mostra no van fer referència a temes relacionats amb aquesta categoria.

La dimensió Educació, per la seva banda, apareix en el 20% de les campanyes del PP, el 80% de les campanyes del PSOE i el 0% de les campanyes d'UP, i només hi ha dues eleccions a les Corts Generals espanyoles en què aquest assumpte no s'esmenta: les del 2008 i els segons comicis del 2019.

La dimensió Salut apareix en el 20% de les campanyes del PP, el 30% de les campanyes del PSOE i el 0% de les campanyes d'UP, i en aquesta ocasió la seva aparició en unes o altres eleccions és més irregular que per a la resta de dimensions presentades fins ara.

En el cas de la dimensió Ocupació i finances personals, apareix en el 90% de les campanyes del PP, el 60% de les campanyes del PSOE i el 67% de les campanyes d'UP, i s'hi fa referència en totes les eleccions a les Corts Generals espanyoles des del 1993 fins al 2019.

Pel que fa a la dimensió Comunitat, com la dimensió Salut, la seva aparició en unes o altres eleccions és irregular, i apareix en el 20% de les campanyes del PP, el 50% de les campanyes del PSOE i el 33% de les campanyes d'UP.

La dimensió Entorn apareix en el 30% de les campanyes del PP i del PSOE, i en el 67% de les campanyes d'UP, i la seva aparició també és irregular, encara que des del 2016 sembla haver experimentat un augment de referències en el discurs electoral espanyol de la mostra.

La dimensió Benestar subjectiu apareix en el 20% de les campanyes del PP, el 10% de les campanyes del PSOE i el 33% de les campanyes d'UP. La seva aparició en unes eleccions o altres tampoc no és constant al llarg del temps.

Per acabar, la dimensió Capital nacional apareix en el 30% de les campanyes del PP, el 40% de les campanyes del PSOE i el 33% de les campanyes d'UP, i sembla abastar uns temes que, amb el temps, PP i PSOE han deixat de plantejar en les seves comunicacions electorals, ja que des del 2004 la seva referència és insignificant.

Així doncs, i com a tendència general, es pot concloure que els partits polítics analitzats fan referència a totes les dimensions de felicitat en alguna campanya electoral a les Corts Generals, a excepció de les dimensions Educació i Salut per a Unides Podem. No obstant això, la mostra per a aquesta formació és tan reduïda (tres campanyes electorals) que no és possible concloure si es tracta d'una característica del discurs d'aquest partit.

Així mateix, encara que en el discurs electoral analitzat es faci referència en general a totes les dimensions de felicitat, s'ha pogut observar que cada partit presenta algunes dimensions que apareixen amb més assiduitat que altres (és a dir, en més de la meitat de les campanyes electorals analitzades).

Per exemple, en els discursos electorals del PP hi solen aparèixer especialment temes relacionats amb les dimensions Política i Ocupació i finances personals, el PSOE sol esmentar

Taula X. Presència de les *dimensions de felicitat* en els espots electorals de PP, PSOE i UP

| Dimensió | Formació política | 1993 | 1996 | 2000 | 2004 | 2008 | 2011 | 2015 | 2016 | 2019 (abr.) | 2019 (nov.) |
|-------------------------------|-------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------------|-------------|
| Política | PP | | | | | | | | | | |
| | PSOE | | | | | | | | | | |
| | Unides Podem | | | | | | | | | | |
| Educació | PP | | | | | | | | | | |
| | PSOE | | | | | | | | | | |
| | Unides Podem | | | | | | | | | | |
| Salut | PP | | | | | | | | | | |
| | PSOE | | | | | | | | | | |
| | Unides Podem | | | | | | | | | | |
| Ocupació i finances personals | PP | | | | | | | | | | |
| | PSOE | | | | | | | | | | |
| | Unides Podem | | | | | | | | | | |
| Comunitat | PP | | | | | | | | | | |
| | PSOE | | | | | | | | | | |
| | Unides Podem | | | | | | | | | | |
| Entorn | PP | | | | | | | | | | |
| | PSOE | | | | | | | | | | |
| | Unides Podem | | | | | | | | | | |
| Benestar subjectiu | PP | | | | | | | | | | |
| | PSOE | | | | | | | | | | |
| | Unides Podem | | | | | | | | | | |
| Capital nacional | PP | | | | | | | | | | |
| | PSOE | | | | | | | | | | |
| | Unides Podem | | | | | | | | | | |

Font: Elaboració pròpia.

amb assiduitat temes relacionats amb les dimensions Política, Educació i Ocupació i finances personals, i UP centra els seus discursos en assumptes relacionats amb les dimensions Política, Ocupació i finances personals i Entorn.

Per tant, es dedueix que els temes relacionats amb les dimensions Política i Ocupació i finances personals són els més plantejats en el discurs electoral espanyol analitzat, i que aspectes relacionats amb l'Educació són característics del PSOE, mentre que aspectes relacionats amb l'Entorn (medi ambient) són característics d'UP.

Per a l'objectiu general de determinar quin és el grau de similitud entre els temes plantejats com a indicadors de benestar pels índexs i mesures de felicitat i els temes plantejats com a socialment desitjables i políticament proporcionables pels discursos electorals de les principals formacions polítiques espanyoles, es prenen totes les anàlisis dels tres partits com una sola mostra.

A continuació, es presenten una sèrie de taules en què es pot observar quins són els temes o subdimensions que els partits polítics espanyols desenvolupen de cada dimensió de felicitat, de manera que es veu amb més claredat quin és el grau de coincidència entre mostres. Aquells temes en què totes dues mostres coincideixen estan acolorits en verd.

A la Taula XI es pot observar com en els discursos electorals espanyols es plantegen una àmplia varietat de temes que cobreixen totes aquelles subcategories temàtiques (o subdimensions) recollides en els índexs i mesures de felicitat i resumides a través de la dimensió Política.

Això no vol dir que en el discurs electoral estudiat es faci referència a tots els indicadors relacionats amb la política i recollits en els índexs i mesures de felicitat, però sí que vol dir que, com a mínim, es fa referència a un indicador de cada subdimensió o subgrup temàtic dins d'aquesta dimensió.

Taula XI. Subdimensions de la dimensió Política desenvolupades en els espots electorals espanyols

| Política | | | | | | | | |
|---|---------------------|----------------------|------------------------|---------------------------------|------------------------------|---|-------------------------------|-------------------------|
| Característiques del sistema polític del país | | | | Participació política ciutadana | | Govern | | |
| Drets de la ciutadania | Organització social | Processos electorals | Mitjans de comunicació | Interès personal en política | Accions polítiques personals | Avaluació de la situació general del país | Confiança en les institucions | Avaluació de polítiques |

Font: Elaboració pròpia.

Taula XII. Subdimensions de la dimensió Educació desenvolupades als espots electorals espanyols

| Educació | | |
|-------------------|------------------|---------------------------|
| Educació personal | Valors personals | Sistema educatiu nacional |

Font: Elaboració pròpia.

Taula XIII. Subdimensions de la dimensió Ocupació i finances personals desenvolupades en els espots electorals espanyols

| Ocupació i finances personals | | | | | | | | |
|-------------------------------|--------------------------|------------------------------------|---|---|--------------------|--|---------------------|---------------------|
| Ocupació | | | | Finances personals | | | | |
| Condicions laborals | | | Contribució de l'ocupació a l'autorealització | Conciliació entre feina i vida personal | Situació financera | Estructura de consum de la llar / Nivell de vida | | Seguretat financera |
| Característiques contractuals | Relacions interpersonals | Seguretat Laboral i Física i salut | | | | Consum essencial | Consum no essencial | |

Font: Elaboració pròpia.

D'aquesta manera, en el discurs electoral espanyol es planteja com a desitjable que el govern intervingui en matèries relacionades amb la protecció de determinats drets de la ciutadania, l'organització social, la qualitat dels processos electorals i la separació de l'Estat i els mitjans de comunicació (subdimensió Característiques del sistema polític del país).

També es planteja com a desitjable que el govern prengui partit en assumptes relacionats amb l'estimulació de la participació política ciutadana i amb preservar la confiança en les institucions i que les ciutadanes i els ciutadans estiguin satisfets amb la situació del país i les polítiques endegades des de les institucions públiques (subdimensió Govern).

Per la seva banda, a la Taula XII es pot observar que, per a la dimensió Educació, en el discurs electoral espanyol només es desenvolupen assumptes relacionats amb el sistema educatiu nacional, deixant de banda temes relacionats amb les aspiracions intel·lectuals dels individus (subdimensió Educació personal) i el seu sistema de valors (subdimensió Valors personals).

La Taula XIII mostra que, per a la dimensió Ocupació i finances personals, la diferència entre mostres resideix en el fet que en els discursos electorals no s'aborden aspectes relacionats

amb la relació entre el personal d'una empresa (Relacions interpersonals), els riscos laborals (Física/Salut), la capacitat dels individus per comprar béns no essencials (Consum no essencial) i les seves pertinences i propietats (Béns).

No obstant això, gràcies a les cel·les acolorides en verd es pot observar que hi ha més convergències que divergències entre totes dues mostres, ja que en el discurs electoral espanyol es planteja com a desitjable que el govern intervingui en matèries relacionades amb els contractes i l'estabilitat laboral, la conciliació entre la feina i la vida personal i l'autorealització dels individus a través de la feina (subdimensió Ocupació). Així mateix, en els espots electorals de la mostra també s'expressa la voluntat que el govern prengui partit en assumptes com ara l'estabilitat financera dels ciutadania i la seva capacitat per adquirir béns essencials (subdimensió Finances personals).

Pel que fa a la dimensió Comunitat, a la Taula XIV es pot veure que també hi ha un grau elevat de coincidència entre mostres, ja que en el discurs electoral espanyol s'estableix que el proper govern hauria de garantir, en la mesura que sigui possible, aspectes relacionats amb la cohesió social (Cohesió social i relacions interpersonals), les relacions interpersonals satisfactòries entre la ciutadania (Sentiments derivats de la

Taula XIV. Subdimensions de la dimensió *Comunitat* desenvolupades als espots electorals espanyols

| Comunitat | | | | | | |
|---|--------------------------|----------|-------|---|--------------------------------|---------|
| Cohesió social i relacions interpersonals | | | | Sentiments derivats de la interacció social | Participació social i cultural | |
| Cohesió social | Relacions interpersonals | | | | Participació social | Cultura |
| | Família | Amistats | Veïns | | | |

Font: Elaboració pròpia.

Taula XV. Subdimensions de la dimensió *Entorn* desenvolupades als espots electorals espanyols

| Entorn | | | | | | | |
|--|----------------------------|----------------------------|-----------|-----------|--------------------------------------|---|-----------------------|
| Àrea de residència | | | | | Medi ambient | | |
| Característiques de l'àrea de residència | Infraestructures i serveis | Espais i fenòmens naturals | Seguretat | Habitatge | Característiques de l'entorn natural | Impacte de l'activitat humana sobre el medi ambient | Cura del medi ambient |

Font: Elaboració pròpia.

Taula XVI. Subdimensions de la dimensió *Benestar subjectiu* desenvolupades espots electorals espanyols

| Benestar subjectiu | | | | | |
|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|---|-------------------------|--|
| Avaluacions emocionals | | | Avaluacions cognitives | | |
| Emocions i sentiments positius | Emocions i sentiments negatius | Sentit de la vida | | Satisfacció amb la vida | |
| | | Religiositat i espiritualitat | Valoració sobre el sentit de la pròpia vida | | |

Font: Elaboració pròpia.

Taula XVII. Subdimensions de la dimensió *Capital nacional* desenvolupades en els espots electorals espanyols

| Capital nacional | |
|------------------|-----------------|
| Capital econòmic | Altres capitals |

Font: Elaboració pròpia.

interacció social), així com la seva Participació social i cultural, i impulsar les tradicions nacionals.

L'única qüestió de la dimensió Comunitat que no es desenvolupa en el discurs electoral espanyol és la importància de la relació amb el veïnat en una comunitat (Veïns).

En el discurs electoral espanyol, la dimensió Entorn (Taula XV) hi apareix de manera menys completa, ja que per a la mostra seleccionada només es desenvolupen assumptes relacionats amb la violència i el vandalisme (subdimensió Àrea de residència), l'habitatge i els problemes d'accessibilitat relacionats (subdimensió Àrea de residència), i amb la preocupació per la Cura del medi ambient. En aquest cas, semblaria que hi ha menys convergències entre mostres.

En el cas de la dimensió Benestar subjectiu, a la Taula XVI es pot veure que hi continua havent un grau elevat de similitud entre mostres, ja que en el discurs electoral espanyol només quedarien sense plantejar assumptes relacionats amb la religiositat i l'espiritualitat dels individus (subdimensió Sentit de la vida).

Per acabar, i en relació amb la dimensió Capital nacional, a la Taula XVII es pot observar que en el discurs electoral espanyol hi apareixen principalment assumptes relacionats amb l'economia

nacional (Capital econòmic), encara que també assumptes relacionats amb Altres capitals, com ara l'humà. D'aquesta manera, es podria concloure que en el discurs electoral estudiat hi apareixen totes les temàtiques associades a aquesta dimensió dels índexs i mesures de felicitat.

Prenent les taules XI-XVII i extraient un percentatge en dividir el nombre de subdimensions que s'esmenten en el discurs electoral entre el total de subdimensions per cada dimensió, es pot veure que, en el cas de les dimensions Política i Capital nacional, hi ha un 100% de coincidències temàtiques entre totes dues mostres, un 33% de coincidències entre mostres per a la dimensió Educació, un 64% en el cas de la dimensió Ocupació i finances personals, un 88% per a la dimensió Comunitat, un 38% de semblances per a la dimensió Entorn i un 80% de coincidències en el cas de la dimensió Benestar subjectiu.

Per tant, i després d'observar aquestes taules, els resultats indiquen que aquells assumptes que els índexs i mesures de felicitat assumeixen com a impulsors de benestar (dimensions de felicitat) són també elements constitutius del discurs electoral espanyol analitzat, ja que les coincidències entre mostres són molt més grans que les diferències.

5. Conclusions

Els resultats d'aquesta anàlisi apunten que es pot establir una relació de similitud temàtica entre els grups d'indicadors de benestar dels índexs i mesures de felicitat (i que formulen una proposta explícita sobre com es pot aplicar la Ciència de la Felicitat a l'exercici polític) i els espots electorals espanyols, que construeixen un discurs sobre allò socialment desitjable i políticament proporcionable des d'un país en el qual la felicitat ciutadana no s'ha plantejat fins ara com un objectiu governamental.

Aquesta conclusió es deu al fet que, en general, s'han pogut identificar la majoria de temes dels índexs i mesures de felicitat (les anomenades *dimensions* i *subdimensions de felicitat*) als espots per a les eleccions a les Corts Generals espanyoles, la qual cosa evidencia que tots dos discursos mantenen algun tipus de semblança.

No obstant això, i malgrat aquest paral·lelisme entre mostres a nivell general, cal tenir en compte que, en el cas dels espots electorals estudiats, cadascun d'aquests temes de felicitat o dimensions pot tenir un paper més o menys central en les narratives que cada partit crea i que es construeixen en general en el discurs electoral espanyol.

Així, per exemple, la creació d'ocupació es comporta com un eix constitutiu de les narratives del PP, en què s'estableix que és un factor fonamental per assolir el progrés nacional i el benestar ciutadà, mentre que per al PSOE, l'ocupació sol estar subordinada discursivament a la lluita per aconseguir la igualtat entre ciutadans i ciutadanes, i per a UP pot ser part de la diagnosi de la situació i es pot fer servir per criticar la gestió dels partits de govern anteriors.

Cada formació pot plantejar cadascuna d'aquestes dimensions de felicitat d'una manera diferent no només des del punt de vista narratiu, sinó també temàtic. Per exemple, tots tres partits poden fer referència a la dimensió Ocupació i finances personals, però mentre que el PP planteja temes relacionats amb la creació d'ocupació, el PSOE se centra a assenyalar les desigualtats entre homes i dones a la feina, i UP indica que algunes pensions de jubilació són insuficients per poder fer front a les despeses vitals més bàsiques.

L'estudi de les diferències temàtiques i narratives entre partits excedeix els límits de la recerca presentada aquí, ja que l'objectiu general que s'ha plantejat en aquest article és el d'explorar fins a quin punt les mesures de felicitat tenen en compte variables o temes diferents dels que apareixen en altres discursos en els quals no es parla explícitament de la felicitat, com passa amb el discurs electoral espanyol. No obstant això, seria interessant tenir en compte aquests matisos dins d'una mateixa mostra de cara a futures recerques i per estudiar com es comporta el discurs sobre allò socialment desitjable i políticament proporcionable en funció de variables com la ideologia de cada partit polític o la seva posició parlamentària.

De totes maneres, i tornant a la discussió dels resultats d'aquesta anàlisi, el fet que dos discursos polítics que tenen

plantejaments i objectius totalment diferents coincideixin en allò que és socialment desitjable i políticament proporcionable és un resultat revelador que suscita preguntes relacionades amb la naturalesa mateixa d'aquests dos discursos analitzats. Una possible explicació al fet que s'hagi produït aquesta coincidència entre temes seria que totes dues mostres comparteixen certa cultura comuna, fruit d'una mentalitat política globalitzada.

Es té en compte aquesta possibilitat perquè, tal com s'ha pogut observar, els índexs i mesures de felicitat analitzats són el resultat d'una sèrie d'iniciatives impulsades per institucions intergovernamentals com les Nacions Unides, l'OCDE o la Comissió Europea, després de les quals hi ha hagut una sèrie de països membres que han començat a crear índexs de benestar o estudis similars.

En aquest sentit, Espanya també és un país membre d'aquestes organitzacions, de manera que és probable que es comparteixin determinades inquietuds i preocupacions socials i polítiques, encara que no estiguin articulades al voltant del significat *felicitat*.

Així doncs, i per a la mostra analitzada, es pot concloure que el discurs sobre la felicitat implícit en els índexs i mesures de benestar no suposa un canvi substancial en el discurs sobre allò socialment i políticament proporcionable, sinó que més aviat es comporta com un reflex dels valors dominants d'una cultura política comuna i globalitzada. Per tant, semblaria que, en aquest cas, i tal com estableix Ahmed (2010), tots els assumptes que ja es catalogaven com a bons per a la societat, simplement es reinscriuen a través del llenguatge de la felicitat.

Aquesta observació estaria alineada amb les crítiques a la felicitat com a objectiu social i polític recollides en el marc teòric d'aquest article i en treballs com els de Cabanas 2009, 2016; Cabanas i Illouz 2019; Frawley 2015, 2015b, i Rose 1999.

No obstant això, perquè aquesta conclusió adquirís més força, caldria fer anàlisis similars a les plantejades en aquesta recerca amb mostres d'altres països, ja que en aquesta ocasió només s'estudia el discurs electoral espanyol, així com ampliar les mostres a més índexs de felicitat, a més formacions polítiques i a un altre tipus de discursos polítics.

En tot cas, en aquesta recerca queda patent que continuar estudiant la felicitat en aquells indrets on no hi és contribueix a una major comprensió del fenomen de la Ciència de la Felicitat i de les nostres societats, d'allò que ens preocupa, que valorem, que temem i que desitgem.

Nota final

El treball en què es basa aquest article va rebre el primer guardó dels XXXII Premis CAC a la investigació sobre comunicació audiovisual.

Notes

1. Tal com s'observarà, la mostra està formada per mesures de la felicitat, el benestar o la qualitat de vida. En treballs com els de Sánchez-Sánchez (2017, 2020) es pot observar que l'ús d'un substantiu o un altre en el títol no altera significativament les variables recollides en aquestes mesures.
2. S'han consultat els resultats electorals a la pàgina web del Ministeri de l'Interior del Govern d'Espanya. <http://www.infoelectoral.mir.es/min/>

Referències

- AHMED, S. *The cultural politics of emotion*. Edimburg: Edinburgh University Press, 2004.
- AHMED, S. *The promise of happiness*. Londres: Duke University Press, 2010.
- ARKSEY, H.; O'MALLEY, L. "Scoping studies: towards a methodological framework". *International Journal of Social Research Methodology*. Vol. 8 (2005), núm. 1, 19–32.
- ARONCZYK, M. "Confidence game: Marketing well-being in economic surveys". *European Journal of Cultural Studies*. Vol. 17 (2014), núm. 2, 244–257.
- ASSEMBLEA GENERAL DE LES NACIONS UNIDES. *La felicidad: hacia un enfoque holístico del desarrollo* (nº 65/309) [En línia]. 2011. https://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/65/309&Lang=S [Consulta: 25/04/2021]
- BOK, D. *The politics of happiness. What government can learn from the new research on well-being*. Princeton: Princeton University Press, 2010.
- BOREHAM, P.; POVEY, J.; TOMASZEWSKI, W. "An alternative measure of social wellbeing: analysing the key conceptual and statistical components of quality of life". *Australian Journal of Social Issues*. Vol. 48 (2013), núm. 2, 151–172.
- BUENDÍA SÁNCHEZ, J. A. *El derecho a la felicidad. Producto Interior Bruto vs. índices de felicidad* [En línia]. Tesi doctoral. Múrcia: Departamento de Sociología y Trabajo Social, Universidad de Murcia, 2015. <http://www.eumed.net/rev/oidles/05/rlh.htm> [Consulta: 25/04/2021]
- CABANAS, E. "Cuando el cuerpo "piensa" la felicidad. El papel de las prácticas y tecnologías felicitaras en la construcción de la subjetividad: El ejemplo de la obra de La Mettrie". *Revista de Historia de La Psicología*. Vol. 30 (2009), núm. 2, 47–56.
- CABANAS, E. "Rekindling individualism, consuming emotions: Constructing "psytizens" in the age of happiness". *Culture and Psychology*. Vol. 22 (2016), núm. 3, 467–480.
- CABANAS, E. *La felicidad como imperativo moral. Origen y difusión del individualismo "positivo" en el capitalismo neoliberal y sus efectos en la construcción de la subjetividad* [En línia]. Tesi doctoral. Madrid: Departamento de Psicología Básica, Universidad Autónoma de Madrid, 2013. https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/662024/cabanas_diaz_edgar.pdf?sequence=1 [Consulta: 25/04/2021]
- CABANAS, E.; ILLOUZ, E. *Happycracia. Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Barcelona: Paidós, 2019.
- CAPDEVILA, A. "El diseño del spot de propaganda política: Convergencia de estrategias comunicativas". *Temas de Disseny*. Vol. 14 (1997), 193–199.
- CAPDEVILA, A. "La evolución de la profesionalización en los spots electorales". A: BALLESTER-ESPINOSA, A.; MARTÍN LLAGUNO, M. (eds.). *La profesionalización de la comunicación política*. Alacant: Instituto Alicantino de Cultura, 2015. <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/110381/1/LA-PROFESIONALIZACION-DE-LA-COMUNICACION-POLITICA.pdf>
- CAPDEVILA, A. *El discurso persuasivo. La estructura retórica de los spots electorales en televisión*. Barcelona: Aldea Global, 2004a.
- CAPDEVILA, A. *La estructura del discurso persuasivo*. Barcelona: Aldea Global, 2004b.
- Capdevila, A.; Gómez-Puertas, L. "La articulación territorial de Cataluña y España en las estrategias persuasivas de los partidos políticos y de las instituciones autonómicas durante la campaña del Estatut". Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura. Vol. 41 (2011), 13–25.
- CAPDEVILA, A.; GÓMEZ-PUERTAS, L.; DE HIGES, L. A. "La imagen de Europa en los spots electorales en España. Elecciones al parlamento europeo. 1987-2004". *Zer*. Vol. 12 (2007), núm. 23, 243–261.
- CAPDEVILA, A.; PERICOT, J. "Estratègies persuasives en els spots electorals". A: CAPDEVILA, A.; PONT, C. (eds.). *La campanya fragmentada. Comunicació política i comportament electoral a les eleccions catalanes de 2010*. Girona: Documenta Universitaria, 2012.
- CHAABAN, J.; IRANI, A.; KHOURY, A. "The Composite Global Well-Being Index (CGWBI): A new multi-dimensional measure of human development". *Social Indicators Research*. Vol. 129 (2016), núm. 1, 465–487.
- CHARMAZ, K. *Constructing Grounded Theory. A Practical Guide through Qualitative Analysis*. Londres: Sage Publications, 2006.

- CUMMINS, R.A.; LAU, A.A.L.D.; MELLOR, D.; STOKES, M.A. "Encouraging governments to enhance the happiness of their nation. Step 1: Understand subjective wellbeing". *Social Indicators Research*. Vol. 91 (2009), 23–36.
- Davies, W. *La industria de la felicidad. Cómo el gobierno y las grandes empresas nos vendieron el bienestar*. Barcelona: Malpaso, 2015.
- EUROBAROMETER. *Quality of life in European cities* [En línia]. 2015. <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/FLASH/yearFrom/2014/yearTo/2017/surveyKy/2070> [Consulta: 25/04/2021]
- EUROBAROMETER. *Well-being 2011* [En línia]. 2011. http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/quali/wellbeing_final_en.pdf [Consulta: 25/04/2021]
- EUROPEAN FOUNDATION FOR THE IMPROVEMENT OF LIVING AND WORKING CONDITIONS. *European Quality of Life Survey 2012* [En línia]. 2012. <https://www.eurofound.europa.eu/surveys/european-quality-of-life-surveys/european-quality-of-life-survey-2012> [Consulta: 25/04/2021]
- FERRARA, A.R.; NISTICÒ, R. "Regional well-being indicators and dispersion from a multidimensional perspective: evidence from Italy". *Annals of Regional Science*. Vol. 55 (2015), núm. 2–3, 373–420.
- FRAWLEY, A. "Happiness Research: A Review of Critiques". *Sociology Compass*. Vol. 9 (2015a), núm. 1, 62–77.
- FRAWLEY, A. *Semiotics of happiness. Rhetorical beginnings of a public problem*. Londres: Bloomsbury Academic, 2015b.
- FREY, B.S.; GALLUS, J. "Political economy of happiness". *Applied Economics*. Vol. 45 (2013a), núm. 30, 4205–4211.
- FREY, B.S.; GALLUS, J. "Subjective Well-Being and Policy". *Topoi*. Vol. 32 (2013b), núm. 2, 207–212.
- FREY, B.S.; GALLUS, J.; STEINER, L. "Open issues in happiness research". *International Review of Economics*. Vol. 61 (2014), núm. 2, 115–125.
- GALLUP; HEALTHWAYS. *Gallup-Healthways Well-Being Index: methodology report for indexes* [En línia]. 2013. <http://www.gallup.com/poll/195539/gallup-healthways-index-methodology-report-indexes.aspx> [Consulta: 25/04/2021]
- GÓMEZ-PUERTAS, L.; CAPDEVILA, A. "Ciudadans, polítics i democràcia. Anàlisi retoricopersuasiva dels espots electorals emesos a Catalunya (2008-2010)". *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*. Vol. 28 (2011), núm. 2, 27–46.
- GÓMEZ-PUERTAS, L.; CAPDEVILA, A. "Variaciones estratégicas en los spots electorales de televisión y de Internet en campaña electoral". *Zer*. Vol. 17 (2012), núm. 33, 67–86.
- HERNÁNDEZ OLMEDO, J.L. *El valor como eje de los discursos publicitarios y propagandísticos audiovisuales. Acercamiento a la naturaleza persuasiva de los valores* [En línia]. Tesi doctoral. Barcelona: Departament de Comunicació, Universitat Pompeu Fabra, 2015. <https://www.tdx.cat/handle/10803/294598#page=1> [Consulta: 25/04/2021]
- HOGAN, M. J. ET AL. "Consulting with citizens in the design of wellbeing measures and policies: Lessons from a systems science application". *Social Indicators Research*. Vol. 123 (2015), 857–877.
- HYMAN, L. *Happy and you know it? A cultural exploration of people's experiences and perceptions of happiness* [En línia]. Tesi doctoral. Guilford: Department of Sociology, University of Surrey, 2011. <http://epubs.surrey.ac.uk/771347/> [Consulta: 25/04/2021]
- ILLOUZ, E. *Cold intimacies: The making of emotional capitalism*. Cambridge: Polity Press, 2007.
- KRIPPENDORFF, K. *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós, 1990.
- LAYARD, R. *La felicidad. Lecciones de una nueva ciencia*. Madrid: Taurus, 2005.
- LORCA MARTÍN DE VILLODRES, M.I. "Felicidad y constitucionalismo". *Revista de Derecho Político*. Vol. 88 (2013), 123–336.
- MORAGAS-FERNÁNDEZ, C.M.; CAPDEVILA, A. "A People's Choice: Persuasive Strategies in the Scottish Independence Referendum". *Athens Journal of Mass Media and Communications*. Vol. 1 (2015), núm. 4, 243–255.
- MORAGAS-FERNÁNDEZ, C.M.; CAPDEVILA, A. "Argumentació i metàfora en els espots electorals". A: CAPDEVILA, A.; PONT, C.; BESALÚ, R.; MORAGAS-FERNÁNDEZ, C.M. (eds.). *Eleccions de to plebiscitari: Comunicació política i comportament electoral a les eleccions catalanes de 2015*. Girona: Documenta Universitaria, 2018.
- MORAGAS-FERNÁNDEZ, C.M.; CAPDEVILA, A. "Retòrica i argumentació en els espots electorals". A: PONT, C.; CAPDEVILA, A. (eds.). *Del carrer a les urnes: el dret a decidir, en campanya. Comunicació política i comportament electoral a les eleccions catalanes del 2012*. Girona: Documenta Universitaria, 2014.
- MUSIKANSKI, L.; PHILIPS, R.; CROWDER, J. *The Happiness Policy Handbook: How to Make Happiness and Well-Being the Purpose of Your Government*. New Society Publishers, 2019.
- NEW ECONOMICS FOUNDATION. *About the HPI* [En línia]. 2018. <http://happyplanetindex.org/about#how> [Consulta: 25/04/2021]
- OFFE, C. "Whose good is the common good?". *Philosophy and Social Criticism*. Vol. 38 (2012), núm. 7, 665–684.

- OFFICE FOR NATIONAL STATISTICS. *Measuring national well-being: Domains and measures* [En línia]. 2016. <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/wellbeing/datasets/measuringnationalwellbeingdomainsandmeasures>
- OSBERG, L.; SHARPE, A. "An index of economic well-being for selected OECD countries". *Review of Income and Wealth*. Vol. 48 (2002), núm. 3, 291–316.
- PARLAMENT EUROPEU. *Informe sobre «Más allá del PIB. Evaluación del progreso en un mundo cambiante»* [En línia]. Brussel·les: Comisión de Medio Ambiente, Salud Pública y Seguridad Alimentaria, 2011. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-7-2011-0175_ES.html [Consulta: 25/04/2021]
- PERICOT, J.; CAPDEVILA, A. "L'evolució del discurs persuasiu electoral a la televisió". *Formats: Revista de Comunicació Audiovisual*. Núm. 3 (2001), 1–17.
- PERICOT, J.; RUIZ COLLANTES, F. X.; PRAT, L.; CAPDEVILA, A. "La propaganda política a les eleccions autonòmiques de 1995: Estructures narratives i estratègies argumentatives". A: GIFREU, J.; PALLARÈS, F. (eds.). *Comunicació política i comportament electoral: Les eleccions autonòmiques de 1995 a Catalunya*. Barcelona: Mediterrània, 1998.
- PRESCOTT-ALLEN, R. *The well-being of nations*. Washington: Island Press, 2001.
- PUJADAS, E.; PÉREZ-LATORRE, Ó.; OLIVA, M. "Discurs i imatge dels candidats a les cadenes de televisió". A: CAPDEVILA, A.; PONT, C. (eds.). *La campanya fragmentada. Comunicació política i comportament electoral a les eleccions catalanes de 2010*. Girona: Documenta Universitaria, 2012.
- PUJADAS, E.; XIFRA, J. "Framing the Relationship Between Catalonia and Spain: A Semio-Narrative Analysis of the 2012 Catalan Election Campaign Ads". *American Behavioral Scientist*. Vol. 58 (2014), núm. 7, 880–897.
- RODRÍGUEZ, T.T. *Felicidad, malestar, descontento y calidad de vida: Una nueva perspectiva para el siglo XXI*. Tesi doctoral. Granada: Departamento de Sociología, Universidad de Granada, 2012.
- ROSE, N. *Governing the soul. The shaping of the private self*. Londres: Free Association Books, 1999.
- RUIZ COLLANTES, X.; PÉREZ-LATORRE, Ó.; CAPDEVILA, P. *El relat polític. Els missatges audiovisuals a les campanyes electorals. Iniciativa per Catalunya Verds 1988-2012*. Barcelona: Aldea Global, 2015.
- RUIZ OLABUÉNAGA, J.I. *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Deusto, 2012.
- SÁDABA, M.T. "Los anuncios de los partidos en televisión". A: BERROCAL, S. (ed.). *Comunicación política y nuevos medios*. Barcelona: Ariel, 2003.
- SANCHEZ-SANCHEZ, C. "Moving towards a general definition of public happiness: A grounded theory approach to the recent academic research on well-being". *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*. Vol. 11 (2017), núm. 7, 1624–1639.
- SANCHEZ-SANCHEZ, C. *La felicidad como problema y solución políticos. Análisis sobre lo socialmente deseable a través de las medidas de bienestar de gobiernos e instituciones internacionales y de los spots electorales españoles de antes y de después de la crisis económica de 2008*. Tesi doctoral. Barcelona: Departament de Comunicació, Universitat Pompeu Fabra, 2020. <https://www.tdx.cat/handle/10803/668490>
- SIERRA BRAVO, R. *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo, 1983.
- VEENHOVEN, R. "Medidas de la Felicidad Nacional Bruta". *Intervención Psicosocial*. Vol. 18 (2009b), núm. 3, 279–299.
- VEENHOVEN, R. "Questions on happiness: classical topics, modern answers, blind spots". A: STRACK, F.; ARGYLE, M.; SCHWARZ, N. (eds.). *Subjective well-being. An interdisciplinary perspective*. Oxford: Pergamon Press, 1991.
- VEENHOVEN, R. *Measures of Gross National Happiness*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 2009a.
- VIROLA, R.A.; ENCARNACION, J.O. "Measuring Progress of Philippine Society: Gross National Product or Gross National Happiness?". A: *10th National Convention on Statistics*. Mandaluyo, 2007.

Annex. Dimensions de felicitat

A continuació es llisten les diferents *dimensions de felicitat* que representen els grups d'indicadors que comparteixen una temàtica determinada en els índexs i mesures de felicitat analitzats: Índex de Felicitat Nacional Bruta, Índex de Planeta Feliç, Índex Filipí de Felicitat Nacional Bruta, Índex de Benestar Internacional, Índex de Benestar de Gallup-Healthways, Enquesta Social Europea sobre Benestar, Índex de Benestar Econòmic, Mesurament del Benestar al Regne Unit, Benestar en 2030, Índex de Benestar, Enquesta Europea de Qualitat de Vida, Enquesta de Qualitat de Vida, i Enquesta de Qualitat de Vida a les Ciutats Europees.

Cada *dimensió* es representa amb una taula, en què es desglossen les diferents *subdimensions de felicitat* (agrupacions d'indicadors que comparteixen temàtica dins d'un grup d'indicadors major), d'allò més general a allò més específic, és a dir, fins a arribar als indicadors. Per una qüestió d'espai, es prescindeix de llistar tots els indicadors, i es procedeix a resumir-los en termes generals. [Per consultar el llistat d'indicadors, vegeu Sanchez-Sanchez (2020)]

- **Dimensió Benestar subjectiu (Taula II)**

Aquesta dimensió apareix referenciada en 12 de les 13 mesures que formen la mostra.

- **Dimensió Comunitat (Taula III)**

Aquesta dimensió apareix referenciada en 8 de les 13 mesures que formen la mostra.

- **Dimensió Política (Taula IV.1. i IV.2.)**

Aquesta dimensió apareix referenciada en 7 de les 13 mesures que formen la mostra.

- **Dimensió Entorn (Taula V.1. i V.2.)**

Aquesta dimensió apareix referenciada en 12 de les 13 mesures que formen la mostra.

- **Dimensió Ocupació i finances personals (Taula VI.1. i VI.2.)**

Aquesta dimensió apareix referenciada en 12 de les 13 mesures que formen la mostra.

- **Dimensió Educació (Taula VII)**

Aquesta dimensió apareix referenciada en 7 de les 13 mesures que formen la mostra.

- **Dimensió Salut (Taula VIII)**

Aquesta dimensió apareix referenciada en 10 de les 13 mesures que formen la mostra.

- **Dimensió Capital nacional (Taula IX)**

Aquesta dimensió apareix referenciada en 3 de les 13 mesures que formen la mostra.

| Taula II. Dimensió Benestar subjectiu | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Benestar subjectiu | | | | |
| Avaluacions emocionals | | Avaluacions cognitives | | |
| Emocions i sentiments positius | Emocions i sentiments negatius | Sentit de la vida | Religiositat i espiritualitat | Satisfacció amb la vida |
| | | | Valoració sobre el sentit de la pròpia vida | |
| Freqüència i companyia en sentir diferents emocions i sentiments positius | Freqüència i companyia en sentir diferents emocions i sentiments negatius | Creences religioses, nivell de religiositat, participació en pràctiques religioses o espirituals. | Opinions pel que fa al sentit de la vida i el lloc en el món. Valors personals i expectatives | Satisfacció amb la vida present i futura. Nivells de felicitat i benestar |

Font: Elaboració pròpia.

| Taula III. Dimensió Comunitat | | | | | | | |
|--|---|---|--|---|---|--|---|
| Comunitat | | | | | | | |
| Cohesió social i relacions interpersonals | | | | Sentiments derivats de la interacció social | Participació social i cultural | | |
| Cohesió social | Relacions interpersonals | | | | Participació social | Cultura | |
| | Família | Amistats | Veïns | Altres | | | |
| Interaccions socials, pertinença, relació i tensions entre grups socials | Situació familiar i relació, satisfacció, percepcions i sensacions de suport a la família | Importància de les amistats, tipus de contacte i suport | Contacte amb el veïnatge, confiança i suport | Relacions amoroses i vida sexual | Satisfacció amb les relacions actuals, sentiments de pertinença i reconeixement | Realització d'activitats de voluntariat i donació, participació a activitats socials, culturals, artístiques i esportives, pertinença a associacions, lleure | Importància de la cultura, la llengua i les tradicions i la seva preservació, percepció de canvis culturals |

Font: Elaboració pròpia.

| Taula IV.1. Dimensió Política | | | | | |
|---|--|--|---|--|--|
| Política | | | | | |
| Característiques del sistema polític del país | | | | Participació política ciutadana | |
| Drets de la ciutadania | Organització social | Processos electorals | Mitjans de comunicació | Interès personal en política | Accions polítiques personals |
| Protecció dels drets fonamentals, dret a vot, dret a la participació política | Característiques del sistema democràtic, relació govern-ciutadania i comportament del sistema judicial | Fiabilitat del sistema electoral, possibilitat de discussió política, possibilitat de realització de referèndums, existència de partits en l'oposició, i formació del govern | Existència de mitjans de comunicació, consum de mitjans per part de la ciutadania, comportament dels mitjans durant els períodes electorals | Ideologia, interès en política i percepció de la seva importància, intenció de vot | Comportament de vot, participació en partits polítics, grups d'acció, signatura de peticions, manifestacions, boicots i sindicats, i contacte amb classe política i funcionariat |

Font: Elaboració pròpia.

| Taula IV.2. Dimensió Política | | |
|--|---|---|
| Política | | |
| Govern | | |
| Avaluació de la situació general del país | Confiança en les institucions | Avaluació de polítiques |
| Situació política i social, satisfacció amb el govern, satisfacció amb els serveis públics i administratius, influència d'altres governs sobre el govern nacional, seguretat nacional, salut de la població, i pau i ordre | Confiança en el govern, Parlament, classe política, organismes europeus, sistema legal i judicial, policia, i autoritats locals | Avaluació de polítiques relacionades amb la reducció de desigualtats econòmiques, la lluita contra la corrupció, la transparència política, la immigració, la comunitat LGTB, la igualtat de gènere, i l'existència de polítiques adaptades a les demandes majoritàries |

Font: Elaboració pròpia.

| Taula V.1. Dimensió Entorn | | | | |
|--|---|---|---|---|
| Entorn | | | | |
| Àrea de residència | | | | |
| Característiques de l'àrea de residència | Infraestructures i serveis | Espais i fenòmens naturals | Seguretat | Habitatge |
| Nivell d'importància de l'entorn per a la felicitat, satisfacció amb l'àrea de residència, qualitat de l'aigua i accés i assequibilitat a aliments determinats | Avaluació de la qualitat de serveis i espais públics i serveis administratius, avaluació de l'accés a serveis determinats, temps de desplaçament i trànsit, avaluació de determinades infraestructures, presència de comerços i refugis | Accés a entorns naturals, desastres naturals típics de la zona i preocupació de la ciutadania per aquests, relació dels humans amb la flora i la fauna autòctones | Nivell de criminalitat, violència i vandalisme en l'àrea de residència, sensació de seguretat física, mortalitat a les carreteres | Satisfacció amb l'habitatge, propietat de l'habitatge i problemes associats |

Font: Elaboració pròpia.

| Taula V.2. Dimensió Entorn | | |
|--|--|--|
| Entorn | | |
| Medi ambient | | |
| Característiques de l'entorn natural | Impacte de l'activitat humana sobre el medi ambient | Cura del medi ambient |
| Clima, diversitat i qualitat del terreny, espècies autòctones, recursos naturals disponibles | Problemes mediambientals, contaminació, mal a la fauna silvestre, nombre d'hectàrees globals per persona | Preocupació per l'eliminació de deixalles i la contaminació, sentiment de responsabilitat per la cura del medi ambient, àrees protegides, ús dels recursos naturals i les energies renovables, reciclatge i lluita contra el canvi climàtic. |
| Font: Elaboració pròpia. | | |

| Taula VI.1. Ocupació i finances personals | | | | | |
|--|-------------------------------------|--|---|---|---|
| Ocupació i finances personals | | | | | |
| Ocupació | | | | | |
| Condicions laborals | | | | Contribució de l'ocupació a l'autorealització | Conciliació entre feina i vida personal |
| Característiques contractuals | Relacions interpersonals | Seguretat | | | |
| | | Laboral | Física / Salut | | |
| Situació laboral, tipus d'organització per a la qual es treballa, condicions contractuals, horari, pertinença a un sindicat. | Relació entre empleats i ocupadors. | Possibilitat de perdre ocupació, oportunitats de treball en el lloc de residència, oportunitats per emprendre un nou negoci. | Accidents i malalties laborals, sensació de seguretat a la feina. | Deures i obligacions laborals, satisfacció amb l'ocupació i importància d'aquest en la vida pròpia. | Equilibri feina i vida personal. |
| Font: Elaboració pròpia. | | | | | |

| Taula VI.2. Ocupació i finances personals | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Ocupació i finances personals | | | | |
| Finances personals | | | | |
| Situació financera | Estructura de consum de la llar / Nivell de vida | | | Seguretat financera |
| | Consum essencial | Consum no essencial | Béns | |
| Ingressos i pagaments, satisfacció amb la situació financera familiar | Capacitat per satisfer necessitats bàsiques (habitatge i alimentació) | Capacitat per a consumir béns no essencials, nivell adquisitiu per costejar lleure i vacances | Capacitat per a consumir béns no essencials, nivell adquisitiu per a costejar lleure i vacances | Presència de factors de risc financer (desocupació, malaltia, família monoparental, envelliment, dificultat per arribar a fi de mes, deutes, quantitat d'estalvis), endarreriments en pagaments i pressions econòmiques (de lloguer o hipoteca, factures de serveis públics, de préstecs) |
| Font: Elaboració pròpia. | | | | |

| Taula VII. Dimensió Educació | | |
|--|---|---|
| Educació | | |
| Educació personal | Valors personals | Sistema educatiu nacional |
| Nivell educatiu, nivell d'alfabetització, aspiracions intel·lectuals | Valoració de l'educació, el coneixement tecnològic, l'assassinat, el robatori, la discòrdia, la conducta sexual | Accés a l'educació, despesa pública reservada a l'educació, dades de matriculació i graduació, nombre d'individus que ni estudia ni treballa, nombre d'individus sense qualificació acadèmica, grau de satisfacció amb el sistema educatiu públic nacional i les seves instal·lacions |
| Font: Elaboració pròpia. | | |

| Tabla VIII. Dimensió Salut | | | |
|-----------------------------------|--|--|---|
| Salut | | | |
| Individual | | Nacional | |
| Subjectiva | Objectiva | Dades nacionals | Sistema sanitari |
| Autoavaluació de l'estat de salut | Descans, malalties, hàbits alimentosos i consum de drogues | Esperança de vida, taxes de mortalitat | Possibilitat de rebre consulta i tractament mèdic mitjançant el sistema sanitari nacional, satisfacció amb el sistema sanitari, serveis oferts pel sistema sanitari |
| Font: Elaboració pròpia. | | | |

| Taula IX. Dimensió Capital nacional | |
|--|-----------------|
| Capital nacional | |
| Capital econòmic | Altres capitals |
| Ràtio de creixement del país i en comparació amb els països veïns, percepció d'importància de l'economia per a la felicitat, ingressos per càpita abans i després dels impostos, deute públic, inflació, capital social, deute extern, consum, la despesa públic i nivell de pobresa | Capital humà |
| Font: Elaboració pròpia. | |