

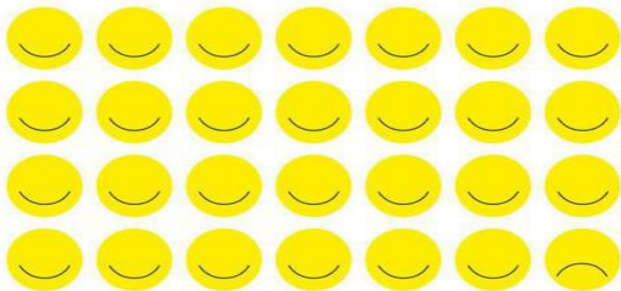
Sonríe o muere

La trampa del pensamiento positivo

BARBARA EHRENREICH

T

TURNER NOEMA



Sonríe o muere

La trampa del pensamiento positivo

BARBARA EHRENREICH

TRADUCCIÓN DE MARÍA SIERRA



Título original:

Smile or Die.

*How Positive Thinking Fooled America
& The World*

Copyright © Barbara Ehrenreich, 2009

Edición original en inglés: Henry Holt,
LLC, 2009 / Granta Books, 2009

De esta edición:

© Turner Publicaciones S.L., 2011

Rafael Calvo, 42

28010 Madrid

www.turnerlibros.com

Primera edición: febrero de 2011

ISBN: 978-84-15427-59-9

De la traducción:

© María Sierra, 2011

Diseño de la colección:

Enric Satué

Ilustración de cubierta:
The Studio of Fernando Gutiérrez

La editorial agradece todos los comentarios y observaciones:

turner@turnerlibros.com

Reservados todos los derechos en lengua castellana. No está permitida la reproducción total ni parcial de esta obra, ni su tratamiento o transmisión por ningún medio o método sin la autorización por escrito de la editorial.

ÍNDICE

Introducción

I. Sonríe o muere. El lado bueno del cáncer

II. Los años del pensamiento mágico

III. Las negras raíces del optimismo estadounidense

IV. Motivar el negocio y el negocio de la motivación

V. Dios quiere que seas rico

VI. Psicología positiva: la ciencia de la felicidad

VII. Cómo el pensamiento positivo destruyó la economía

VIII. Hacia el pensamiento postpositivo

Notas

Agradecimientos

A los protestones del mundo entero: ¡que se os
oiga!

INTRODUCCIÓN

Los norteamericanos son gente “positiva”. Esa es su fama, y esa es también la imagen que tienen de sí mismos. Sonríen mucho y se quedan desolados cuando alguien de otra cultura no les devuelve la sonrisa. Como reza el estereotipo, son enérgicos, animados, optimistas y superficiales, mientras que, casi seguro, a ellos un extranjero les debe parecer sutil, un poco de vuelta de todo y hasta algo decadente. Los escritores norteamericanos que han vivido fuera, como Henry James o James Baldwin, se las han tenido que ver con el estereotipo; aunque a veces han contribuido a reforzarlo. Yo misma me topé con él en la década de 1980, cuando le oí decir a Joseph Brodsky, el poeta ruso exiliado, que el problema de los norteamericanos es que “nunca han conocido el sufrimiento” (debía de ignorar quiénes inventaron el blues). Tanto para quien lo ve como algo vergonzoso como para quien lo lleva a gala, la actitud positiva –en los afectos, en el estado de

ánimo y en el carácter— parece asociada sin remedio a la manera de ser estadounidense.

Sorprende por ello que, en las mediciones que hacen los psicólogos de la felicidad relativa de los países, los estadounidenses aparezcan siempre como no demasiado felices, ni siquiera en las épocas de bonanza. En un metaanálisis reciente de más de cien estudios sobre la felicidad subjetiva en el mundo, los habitantes de Estados Unidos quedaban en el puesto veintitrés, por debajo de los de Holanda, Dinamarca, Malasia, las Bahamas, Austria y hasta los de Finlandia, supuestamente tan adustos.¹ Otro indicador de que algo no marcha bien en Estados Unidos es que allí los antidepresivos son el medicamento más recetado, y su consumo representa las dos terceras partes del mercado mundial. Nadie, que yo sepa, ha investigado hasta qué punto el tomar ansiolíticos modifica las respuestas a una encuesta sobre la felicidad: ¿los encuestados dicen ser felices porque las pastillas los hacen felices, o se declaran infelices porque saben que dependen de

ellas para sentirse bien? En cualquier caso, puede que, si no tomaran tantos antidepresivos, los estadounidenses ocuparan un puesto aún más bajo.

Cuando los economistas, por su parte, tratan de establecer un *ranking* mundial más objetivo referido al “bienestar”, considerando factores como la salud, la sostenibilidad medioambiental o la movilidad entre clases sociales, Estados Unidos queda en una posición todavía peor que cuando se mide la felicidad subjetiva. Por mencionar un único ejemplo, el *Índice Planeta Feliz* sitúa a Estados Unidos en el puesto ciento cincuenta de los países del mundo.²

¿Cómo se puede tener una visión de sí mismos como la que tienen los estadounidenses, haber creado un estereotipo tan abrumadoramente “positivo”, y luego no ser ni los más felices ni a quienes mejor les va? La explicación, a mi juicio, está en que “ser positivo” no es tanto un estado anímico o mental como elemento ideológico: así es como los estadounidenses interpretan el mundo, y así es como creen que se ha de funcionar en él. A

esta ideología se le llama “pensamiento positivo”.

La expresión se usa en dos acepciones. La primera se refiere al pensamiento positivo en sentido propio; es decir, a lo que significa el término en sí. Se puede resumir como sigue: las cosas van ahora bastante bien –al menos si uno está dispuesto a ver siempre la botella medio llena–, y van a ir todavía mejor en el futuro. Se trata, pues, de optimismo; algo que no hay que confundir con esperanza. La esperanza es una emoción, un anhelo, un sentimiento que no depende enteramente de nosotros; mientras que el optimismo es un estado cognitivo, una expectativa consciente, que cualquiera puede alcanzar, en teoría, solo con ponerse a ello.

En su segunda acepción, “pensamiento positivo” se refiere a la práctica –a la disciplina– de pensar positivamente. Existe, se nos asegura, una razón pragmática que compensa el esfuerzo: el pensamiento positivo no solo nos hará sentirnos optimistas, sino que favorecerá que de hecho las cosas salgan bien. Si uno espera que el futuro le

sonría, el futuro le sonreirá. ¿Y cómo es posible que suceda solo por haberlo pensado? La explicación racional que nos brindan muchos psicólogos de nuestros días es que el optimismo mejora la salud, la eficacia individual, la confianza y la capacidad de adaptación, facilitando que alcancemos nuestras metas. Pero una idea mucho menos racional está extendidísima también: la de que, misteriosamente, los pensamientos pueden tener una incidencia directa en el mundo real. De algún modo, los pensamientos negativos producen resultados negativos, mientras que los pensamientos positivos se materializan en forma de salud, prosperidad y éxito. De ahí que tanto las explicaciones racionales como las místicas le otorguen un gran valor al pensamiento positivo y consideren que merece la pena dedicarle tiempo y atención, ya sea mediante las lecturas pertinentes, la asistencia a cursos y charlas de entrenamiento mental, o al menos el trabajo personal de concentrarse en aquello que se anhela (un empleo, una pareja más atractiva o la paz mundial).

Puede apreciarse una ansiedad de fondo en el núcleo mismo del pensamiento positivo. Si fuera cierto que las cosas van realmente a mejor y que la tendencia del universo es siempre hacia la felicidad y la abundancia, ¿por qué habríamos de molestarnos en pensar de forma positiva? Hacerlo es reconocer que no nos creemos del todo que las cosas vayan a mejorar por sí solas. La práctica del pensamiento positivo se dirige a reforzar tal creencia frente a las muchas pruebas que la contradicen. Por su parte, quienes se autodesignan instructores de esta disciplina –los *coaches* [entrenadores], predicadores y gurús diversos– definen su ejercicio con términos como “autohipnosis”, “control mental” o “control de pensamiento”. En otras palabras: se trata de algo para lo que es necesario autoengañarse, así como esforzarse sin pausa en reprimir o bloquear lo indeseado y los pensamientos “negativos”. Quienes de verdad tienen confianza en sí mismos, o quienes de alguna forma han llegado a sentirse conformes con el mundo en el que viven y con su destino, no necesitan emplearse al máximo en

cenurar y controlar lo que piensan. El pensamiento positivo puede que sea una actividad eminentemente *made in USA*, muy asociada en la mente de los estadounidenses con su éxito en tanto individuos y en tanto nación; pero se sostiene sobre una terrorífica inseguridad.

Fue en el siglo XIX cuando apareció el pensamiento positivo como formulación sistemática, entre un grupillo diverso y fascinante de filósofos, místicos, curanderos y señoras de clase media. Entrado el XX, ya se había convertido en una corriente de moda, e iba ganando proyección al asociarse con otros sistemas de pensamiento tan potentes como el nacionalismo; más tarde, logró hacerse imprescindible también para el capitalismo. No se suele hablar de “nacionalismo estadounidense”, pero eso es solo porque se ha impuesto la costumbre de tildar de “nacionalistas” a los serbios, a los rusos o a quien sea, mientras que los norteamericanos creen profesar una versión manifiestamente superior de este sentimiento, al que llaman “patriotismo”. Uno de los lemas del

nacionalismo norteamericano es que Estados Unidos es “la nación más grande de la Tierra”: la más dinámica, la más democrática y próspera, además de la más avanzada tecnológicamente. Los principales líderes religiosos, sobre todo los de la derecha cristiana, reforzaron tales presunciones con otro concepto añadido: el de que el norteamericano es el pueblo elegido de Dios, y que su país está llamado a liderar el mundo. La idea terminó de imponerse tras la caída de los regímenes comunistas y el señoreamiento de Estados Unidos como única super-potencia. Godfrey Hodgson, un observador británico de gran agudeza, ha escrito que el sentido de la excepcionalidad que tienen los estadounidenses, un sentido que en otra época fue “idealista y generoso, aunque algo solipsista”, se ha “endurecido y vuelto más arrogante”. A esta autocomplacencia generalizada también respondió Paul Krugman con un artículo de 1998 “America the Boastful” [Norteamérica, la fanfarrona], donde decía que “si es cierto que más dura será la caída, a Estados Unidos le espera un buen batacazo.”³

Como se ve, el pensamiento positivo ha servido para reforzar el orgullo nacional estadounidense (a la vez que se ha visto reforzado por él); pero también ha iniciado una especie de simbiosis con el capitalismo *made in USA*. Y eso que no hay una afinidad natural o innata entre el capitalismo y el pensamiento positivo. De hecho, uno de los textos fundamentales de la sociología, *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, de Max Weber, defiende de un modo aún hoy difícil de rebatir que las raíces capitalistas hay que hallarlas en el enfoque vital severo e inflexible del calvinismo protestante, una religión que exigía a sus fieles no buscar la gratificación inmediata, y resistirse a todas las tentaciones placenteras, para dedicarse a trabajar de sol a sol y a acumular riquezas.

Pero si el primer capitalismo no fue tierra abonada para el pensamiento positivo, a este sí le resulta más propicio el capitalismo “tardío”, o capitalismo de consumo, dependiendo como depende de que cada individuo tenga hambre de *más*, y de que el *crecimiento* sea un imperativo

constante. La cultura consumista fomenta el que los individuos quieran más –más coches, casas más grandes, televisores, móviles, todo tipo de cacharros–, y el pensamiento positivo está ahí al quite para decirle a cada uno que se merece más, y que puede conseguirlo si de verdad lo desea y está dispuesto a alcanzarlo con su esfuerzo. Mientras tanto, en el mundo competitivo de los negocios, las empresas que fabrican esos bienes, y que pagan las nóminas que permiten comprarlos, no tienen más opción que crecer. Si uno no va ganando cuota de mercado e incrementando beneficios, corre el riesgo de que lo borren del mapa, o de que se lo trague una empresa mayor. Por supuesto, la idea del crecimiento perpetuo es un disparate, tanto si se habla de una empresa en particular como de la economía en su conjunto, pero el pensamiento positivo lo hace parecer posible, y hasta obligatorio.

Otra función que se ha arrogado el pensamiento positivo es la de defender los aspectos más crueles de la economía de mercado. Dado que el optimismo es la clave para el éxito material, y

dado que se puede alcanzar ese enfoque vital optimista si uno practica el pensamiento positivo, no hay excusa para el fracaso. De este modo, el reverso de “lo positivo” es la machacona insistencia en la responsabilidad individual: si tu negocio quiebra o te quedas sin trabajo, será porque no te esforzaste lo suficiente, porque no creías con la suficiente firmeza en que tu propio éxito era *inevitable*. Y a medida que la situación económica ha venido trayendo más suspensiones de pagos y más turbulencias financieras sobre la clase media, los promotores del pensamiento positivo se han encastillado más y más en sus juicios negativos: si te sientes decepcionado, rabioso o deprimido, es que eres una “víctima” y un “llorón”.

El gran “batacazo”, por emplear la palabra de Krugman, ha sido por ahora el derrumbe financiero de 2007 y su consiguiente crisis económica. A finales de la primera década del siglo XXI, como veremos en los capítulos siguientes, el pensamiento positivo se había hecho ubicuo, y ya no tenía rival en la cultura norteamericana. Entre

sus promotores estaban varios de los programas de debate más vistos de la televisión, como el de Larry King o el de Oprah Winfrey; sus principios eran el eje de libros superventas como *El Secreto*, aparecido en 2006; y se había convertido en la teología de los predicadores evangélicos más famosos del país. También se había hecho un hueco en la medicina, bajo la forma de tratamiento complementario potencial para prácticamente cualquier dolencia. Y hasta había llegado a colarse en el ámbito académico, como una nueva disciplina llamada “psicología positiva”, en cuyos cursos los alumnos aprendían a levantar los ánimos y a fomentar sus sentimientos positivos. A partir de ahí, su alcance se fue extendiendo, primero a las demás culturas anglosajonas, y finalmente a países emergentes como China, Corea del Sur y la India.

Este libro no lo he escrito por amargura ni por ninguna decepción personal; tampoco soy yo el tipo de persona que cultiva un apego romántico

hacia el sufrimiento ni lo considera una fuente de virtud. Por el contrario, me encantaría ver más sonrisas, carcajadas y abrazos: más felicidad y, mejor aún, más alegría. Mi utopía personal es un sitio donde todos tenemos no solo mejor calidad de vida y más seguridad (mejores puestos de trabajo, mejor asistencia sanitaria, etcétera), sino también más fiestas, más celebraciones y más ocasiones de ponernos a bailar en la calle. Una vez que se han resuelto las necesidades básicas, la vida se convierte –al menos en esta utopía mía– en una celebración constante, en la que todos contribuyen a su manera. Pero a este estado dichoso no se llega levitando, por el mero hecho de desearlo. Necesitamos arremangarnos y ponernos a luchar contra unos obstáculos terribles, algunos que nos hemos puesto nosotros mismos y otros que nos ha colocado la propia vida. Y el primer paso para conseguirlo es que nos despertemos de esa fantasía colectiva que es el pensamiento positivo.

I

SONRÍE O MUERE: EL LADO BUENO DEL CÁNCER

Mi primera tentativa de adhesión al pensamiento positivo tuvo lugar en el que, hasta ahora, ha sido el peor momento de mi vida. Si me hubieran preguntado, justo antes de que me diagnosticaran el cáncer, si yo era una persona optimista o pesimista, me hubiera costado mucho contestar. Pero resultó que, al menos en lo concerniente a la salud, era tan optimista que casi resultaba ingenua. Hasta entonces, nunca había pasado nada que no pudiera controlarse con unos estiramientos, un poco de dieta, un comprimido de ibuprofeno o, como mucho, un medicamento recetado. Por eso no me asusté cuando el ginecólogo me dijo que la mamografía —esa mamografía anual a la que una se somete desde que cumple los cincuenta, como buena ciudadana y buena asegurada, por pura rutina preventiva— no le “acababa de gustar”. ¿Podía tener cáncer de

mama? Pues no había, que yo supiera, factores de riesgo: nadie de mi familia lo había sufrido, yo había sido madre relativamente joven, y les había dado el pecho a mis dos hijos. Comía bien, bebía muy de cuando en cuando, hacía ejercicio y, además, tengo los pechos tan pequeños que me imaginaba que algún bultito hasta me podría quedar bien.

Entonces el ginecólogo me dijo que debía hacerme otra mamografía cuatro meses después, y le dije que sí, más que nada para que se callase.

Lo consideré como un recado más que había que hacer, como cuando uno coge el coche y se acerca a Correos, al supermercado y luego al gimnasio; pero al entrar en el vestuario de la clínica me empecé a poner un poco nerviosa, y no solo porque tenía que desnudarme de cintura para arriba y ponerme en los pezones unas minipegatinas opacas en forma de estrella para protegerlos de los rayos X. El vestuario, que en realidad era poco más que un armario junto al austero despacho sin ventanas donde estaba el

aparato de la mamografía, tenía algo mucho peor, algo en lo que reparé por primera vez: algo que daba por supuesto quién era yo, adónde iba, y lo que iba a necesitar cuando llegase allí. Al nivel de los ojos, prácticamente toda la pared estaba cubierta de papelitos fotocopiados con monadas sentimentales: lacitos rosa, una tira cómica sobre una mujer a la que le habían reducido los pechos por un error médico, una “Oda a la mamografía”, una lista de “Las Diez Cosas Que Solo Las Mujeres Entienden” (que tengamos ropa para los “días de gorda”, o “rizadores de pestañas”, por ejemplo) y, que no falte, el poema “He rezado una oración por ti” junto a la puerta, con rosas dibujadas.

Aquella mamografía, la madre de todas las mamografías, pareció durar una eternidad: se me pasó la hora del gimnasio, la de cenar, y hasta la de vivir. A veces era que la máquina no funcionaba bien, y me ponían en otra postura que parecía completamente caprichosa. Otras, las más, la placa de rayos salía correcta, pero a la radióloga invisible, que estaba en alguna otra parte, en un

despacho que yo no veía, le llamaba la atención algo y pedía otra, sin dignarse salir a verme ni darme alguna explicación o alguna disculpa. Intenté camelarme a la ayudante para que se diera prisa, pero la chica no se quitaba de la cara esa sonrisita tensa y profesional, que quizá se había puesto porque se sentía culpable de estar torturándome así, o porque ya sabía algo que, para mi pesar, yo iba a averiguar también muy pronto. Y así pasamos otra hora más, repitiendo el proceso: aplastamiento, instantánea, consulta de la ayudante a la radióloga y de nuevo a tomar la imagen desde otro ángulo o con mayor nitidez. En los ratos en que la chica salía para hablar con la médico, me leí el *New York Times* entero, hasta las secciones que me importan tan poco como la de crítica teatral o los anuncios inmobiliarios, evitando cuidadosamente todas las revistas femeninas que estaban allí, aunque normalmente me gusta echarles un vistazo a los artículos sobre rímel a prueba de agua o “cómo tener una gran noche en la cama”, porque en el vestuario ya había captado una onda de peligro, un onda que, con los nervios

de la situación, se podía traducir en la frase “Feminidad es Muerte”. Pero llegó un momento en que ya no me quedaba nada que leer más que uno de esos diarios gratuitos y allí encontré, entre el revoltillo de los anuncios por palabras, algo todavía más angustioso que la sospecha cada vez mayor de que quizá tuviera una enfermedad grave: un anuncio del “osito del cáncer de mama”, con un lazo rosa prendido en el pecho.

Como dice el dicho, en las trincheras no hay ateos; yo, personalmente, me puse a rezar en silencio, con un deseo ferviente y hasta entonces desconocido, rogando que se me concediera una muerte limpia y honrosa: que me comiera un tiburón, que me partiera un rayo, que sucediera un incendio o un accidente de coche. Por favor, que me mate un psicópata, imploré, cualquier cosa menos morir ahogada en ese almíbar sentimental de color rosa que cubría las paredes de aquel vestuario y rezumaba por el peluche de aquel osito. No me importaba morir, pero la idea de hacerlo aferrada a un oso de juguete y con una dulce sonrisa en el rostro... para eso ninguna

filosofía me había preparado.

Al día siguiente, por teléfono, me dieron el resultado de la mamografía: tenía que hacerme una biopsia y, nadie me explicó por qué, una biopsia complicadísima, con anestesia general y en quirófano. Pero yo seguía sin preocuparme demasiado, y me enfrenté a la prueba como se enfrentaría al juicio o a la tortura una inocente a la que acusan de brujería: era la ocasión de limpiar mi nombre. Llamé a mis hijos para contarles que me iban a operar, pero les aseguré que la mayor parte de los bultos que detectan las mamografías – el ochenta por ciento, según me había dicho la ayudante del radiólogo– son benignos. Si algo iba mal, era aquel trasto de máquina.

Mi iniciación oficial en el cáncer de mama tuvo lugar el día de la biopsia, cuando me desperté y vi al cirujano de pie ante mí, al pie de la camilla, y le oí decir muy serio: “Por desgracia, hay un cáncer”. Al final de ese día, entre el sopor de la anestesia, llegué a la conclusión de que lo más insidioso de aquella frase no era que apareciera el cáncer, sino

que no apareciera yo; porque yo, Barbara, no salía en aquella frase ni siquiera en calidad de punto geográfico de localización. Donde antes estaba yo –quizá no fuera nada del otro jueves, pero al menos era un espécimen normal hecho de carne, palabras y gestos– ahora “hay un cáncer”. Y había ocupado mi sitio, según se deducía de las palabras del cirujano. Ahora eso era yo, en términos médicos.

Mi último acto de digna autoafirmación fue decir que quería ver las placas de patología con mis propios ojos. El hospital era pequeño y no me pusieron muchas pegas, porque el patólogo resultó ser amigo de un amigo, y para conseguirlo desempolvé además mi ajada licenciatura en biología celular (Universidad Rockefeller, 1968). El patólogo era un tipo muy jovial, que me llamó “cariño” y me dejó sentarme con él ante un microscopio doble mientras manejaba los controles y señalaba cosas con un puntero láser. Estas son las células cancerígenas, me dijo, señalándome las de color azul, que se ponen así por el ADN hiperactivo. La mayoría estaban en

grupos semicirculares de lo más ordenaditos, como las casas de una urbanización en calles sin salida, pero también vi lo que, como ya sabía, era mejor no ver: las características células avanzando en “filas indias”. El “enemigo”, tenía que pensar yo: era una imagen que tenía que guardarme para hacer luego ejercicios de “visualización”, para verlas morir violentamente a manos de las células asesinas naturales del cuerpo, los linfocitos y los macrófagos.

Pero sentí admiración, contra todo mi interés y toda mi racionalidad, por la energía de esas filas de células haciendo la conga, por su decidida disposición a salir de la retaguardia del pecho y colonizar los nódulos linfáticos, la médula ósea, los pulmones y el cerebro. Estas son, pensé, mis huestes fanáticas, las células rebeldes que se han dado cuenta de que el genoma que transportan, mi esencia genética quizá algo defectuosa, ya no tiene más posibilidades de reproducirse dentro de este cuerpo postmenopáusico en el que vivimos, y han pensado que lo mejor será multiplicarse como conejos y quizá irse luego a conquistar nuevas

regiones.

Tras esa visita al patólogo, mi curiosidad sobre la biología cayó en picado hasta el nivel más bajo de toda mi vida. Conozco a mujeres que, tras el diagnóstico, se han pasado semanas o meses estudiando, valorando opciones, yendo a ver a un médico tras otro para que les expliquen los daños que puede producir cada posible tratamiento. Pero a mí me bastó con investigar unas pocas horas para ver que el itinerario de una paciente con cáncer de mama está ya bien trazado de antemano: puedes elegir más o menos entre que te quiten el tumor o que te quiten la mama entera, pero si eliges lo primero casi siempre hay que sufrir luego varias semanas de radiación; y en los dos casos, si tras la intervención se ve que el nódulo linfático está invadido (o “afectado”, como se suele decir para que no dé tanto miedo), no te libra nadie de varios meses de quimioterapia, que viene a ser como matar moscas a cañonazos. Las sustancias de la quimioterapia dañan y matan las células cancerígenas, pero no solo estas, sino también las células normales del cuerpo que en ese momento

se estén dividiendo, como las de la piel, los folículos pilosos, las paredes del estómago y la médula ósea (que es de donde salen todas las células, también las de nuestras defensas). De ahí la calvicie, las náuseas, las pupas en la boca, las bajas defensas y, en muchos casos, la anemia.

Todas estas terapias no son una “cura” ni nada que se le parezca, y de ahí que la tasa de mortalidad del cáncer de mama haya variado muy poco entre la década de 1930, cuando no había otro tratamiento que la mastectomía, y la primera década del siglo XXI, cuando yo recibí el diagnóstico. La quimio, que se convirtió en el procedimiento estándar para tratar el cáncer de mama en los años ochenta, no brinda a las pacientes una ventaja demasiado apreciable, a pesar de lo que se les hace creer muchas veces. Va muy bien en mujeres jóvenes, las que no han tenido aún la menopausia, porque en ellas se pueden ganar entre siete y once puntos porcentuales de supervivencia a diez años; pero la mayor parte de las pacientes de este cáncer son mujeres mayores, como yo, postmenopáusicas, y en ellas la

quimioterapia solo viene a añadir dos o tres puntos porcentuales de diferencia, según la cirujano de cáncer de mama más famosa de Estados Unidos, la doctora Susan Love.¹ En resumen: sí, puede darte unos meses de vida más, pero también te condena a muchos meses de enfermedad moderada.

De hecho, la historia del tratamiento del cáncer de mama es la historia de una lucha. En la década de 1970, los médicos aún llevaban a cabo mastectomías radicales, que dejaban a la paciente mutilada del lado intervenido, hasta que hubo activistas que protestaron y consiguieron mastectomías “moderadas”, menos brutales. Hasta entonces, la práctica habitual había sido extirpar el pecho entero justo a continuación de la biopsia, mientras la mujer aún estaba dormida y no podía tomar decisiones; también esto cambió, tras las protestas de las pacientes. Más adelante, en la década de 1990, hubo una temporada en la que se trataban los cánceres que habían hecho metástasis dando quimioterapia intensa para destruir la

médula ósea y luego hacer un trasplante de médula; con ello, lo único que se consiguió, en casi todos los casos, fue acelerar la muerte. Puede que hoy día la quimioterapia, la radioterapia y demás sean el último grito, pero, en algún momento de la historia médica, también lo fue el poner sanguijuelas.

Yo era consciente de todos estos datos terribles, o empezaba a serlo, pero en aquellas primeras semanas, todavía con resaca de la anestesia, parecía incapaz de defenderme. Todos me presionaban, los médicos y mis seres queridos, para que hiciera algo inmediatamente: matarlo, extirpármelo cuanto antes. Me hicieron exploraciones exhaustivas, un escáner para descartar metástasis, pruebas cardíacas de última generación para comprobar si podría soportar la quimioterapia... y todo eso sirvió también para borrar la línea entre ser persona y ser cosa, entre lo orgánico y lo inorgánico, entre yo y ello. Según fuera avanzando el cáncer, explicaban los folletos, yo me iría convirtiendo en una mezcla de viva y muerta: tendría un implante en el lugar del pecho,

una peluca donde estaba mi pelo. Y entonces, ¿qué iba a significar la palabra “yo”? Así que caí en un estado de irracionalidad pasivo-agresiva: ellos lo han diagnosticado, así que ellos se encargan. Ellos lo encontraron, que ellos lo arreglen.

Por supuesto, tenía la opción de probar suerte con las terapias “alternativas”, como la escritora punk Kathy Acker, que murió de cáncer de mama en 1997, tras someterse a varios tratamientos alternativos en México. O como la actriz Suzanne Somers, la que anunciaba el aparato de ejercicios ThighMaster, que había salido en todos los periódicos porque se autoadministraba inyecciones de extracto de muérdago. Pero yo nunca he sido especial admiradora de lo natural, ni creo en eso de que “el cuerpo es sabio”. Si hay algo natural es la muerte, y para mí mi cuerpo siempre ha sido como un hermano siamés un poco discapacitado al que llevo a rastras, un pelma que todo lo ve como un peligro; en mi caso, se pone como un loco ante los alérgenos normales de la vida diaria o ante un terroncito de azúcar de nada. Así que decidí confiar en la ciencia, por mucho

que con ello llevara a mi estúpido cuerpo a transformarse en un payaso malvado que vomitaría, tendría temblores, se hincharía, cedería partes vitales y rezumaría fluidos postquirúrgicos. El cirujano (uno un poco más simpático y comunicativo) tenía hora para mí, el oncólogo podía verme. Bienvenida a Cancerlandia.

LA CULTURA DEL LACITO ROSA

Por suerte, nadie tiene que estar solo cuando pasa por esto. Hace cuarenta años, antes de que una serie de pacientes pioneras como Betty Ford, Rose Kushner o Betty Rollin lo contaran en público, el cáncer de pecho era un secreto terrible, que una sobrellevaba en silencio, y que aparecía en las esquelas bajo eufemismos como “una larga enfermedad”. Había algo en la conjunción de “pecho”, que implica sexo y crianza, con esa otra palabra que hace pensar en las pinzas de un crustáceo que te devora, que le daba miedo a casi todo el mundo. Sin embargo, hoy es la enfermedad más visible del panorama cultural: más que el

sida, la fibrosis quística o las lesiones medulares; más aún que otros grandes asesinos de mujeres como las dolencias coronarias, el cáncer de pulmón o el infarto. Hay cientos y cientos de páginas web dedicadas al cáncer de mama, y junto a ellas los boletines, los grupos de apoyo, una sección completa de las librerías llena de relatos en primera persona sobre la enfermedad; y en Estados Unidos hasta una lujosa revista mensual dirigida a un público de clase media y alta, *Mamm*. Existen en este país cuatro grandes organizaciones contra el cáncer de mama, y de ellas la más potente, al menos en términos económicos, es la Fundación Susan G. Komen, que dirige una donante republicana que ha sufrido la enfermedad, Nancy Brinker. La Komen organiza una carrera anual, la Race for the Cure® [carrera por la curación], a la que acude casi un millón de personas, casi todas ex pacientes y sus familiares. En su página web se puede encontrar un mini universo de la cultura del cáncer de mama, con noticias sobre las carreras, foros donde se puede dejar testimonio de la lucha de cada una, y muchos

mensajes de ánimo e inspiración.

Lo primero que descubrí, cuando empecé a navegar por las principales webs, es que no todo el mundo ve la enfermedad con pánico y horror. Por el contrario, la actitud que parece cundir es la de ánimo y hasta de franco espíritu derrochador. En Estados Unidos hay entre dos y tres millones de mujeres que se encuentran en alguna fase del tratamiento; si se les suman sus preocupadas familias, conforman un mercado considerable para todo tipo de productos relacionados con el cáncer de mama. Por ejemplo Carol, el Osito del Recuerdo; Hope [Esperanza], el Osito de la Investigación sobre el Cáncer de Mama, que luce un turbante como para tapar la calvicie de una quimio; la Osita Susan, que lleva el nombre de la hermana que perdió Nancy Brinker; y el Osito Nick y Nora Piden un Deseo, que se podía comprar, junto a la Osita Susan, en la web de la Fundación Komen.

Y los osos no son sino la punta, por así decir, de un cuerno de la abundancia rebosante de productos

relacionados con el cáncer de mama y el lacito rosa. Para vestir hay sudaderas ribeteadas de rosa, camisas vaqueras, pijamas, lencería, delantales, ropa de andar por casa, cordones de zapatos y calcetines; complementos como broches rosas de strass, pines con angelitos, fulares, gorras, pendientes y pulseras; para dar ambiente a la casa, velas del cáncer de mama, soportes para velas de cristal rosa con lacito, tazas de café, colgantes, móviles con campanitas y luces piloto; y hasta se pueden pagar las facturas con Checks for the Cure™. Esta “visibilidad” sin duda sirve para combatir los secretos y los estigmas, pero yo no podía quitarme de la cabeza la idea de que el lugar en el que, como me dijo con la mano en el corazón una amiga, me iba a “enfrentar a mi mortalidad”, se parecía bastante a un centro comercial.

Tengo que decir que no todo esto implica necesariamente que haya una serie de mercaderes cínicos aprovechándose de las enfermas. Algunos de estos chismes con tema cáncer y algunos de sus accesorios son diseños de las propias mujeres afectadas, como *Janice*, creadora del Daisy

Awareness Necklace [collar Daisy de la concienciación]; y en casi todos los casos se destina una parte de las ganancias a la investigación. Una mujer de Aurora (Colorado) llamada Virginia Davis tuvo la inspiración de crear el Osito del Recuerdo cuando a una de sus amigas le extirparon ambos pechos, y me contó que para ella su trabajo no es un negocio, sino más bien “una cruzada”. La entrevisté en 2001, y estaba gestionando el transporte de un cargamento de diez mil ositos, que se fabrican en China, y la donación de parte del dinero a la Race for the Cure. Cuando le dejé caer, con todo el tacto posible, que quizá para algunas personas, en algunos casos raros, los ositos podían resultar algo infantiles, me dijo que hasta entonces nadie se le había quejado.

–Solo recibo cartas de amor –me dijo–, de personas que me escribe: ‘Dios la bendiga por acordarse de nosotras’.

Esa ultrafeminidad del mercado del cáncer de mama (la enorme oferta, por ejemplo, de cosméticos y bisutería) podría entenderse como

reacción al efecto desastroso que suelen tener las terapias en el aspecto de quien las sufre. Tampoco hay duda de que todas esas monerías y todo ese color rosa tratan de crear un estado de ánimo positivo. Pero tanto infantilismo resulta un poco difícil de aguantar, y no solo cuando viene en forma de osito de peluche. La Fundación Libby Ross, por ejemplo, entrega a algunos hospitales, como el Columbia-Presbyterian Medical Center, unas bolsas de regalo para dar a las afectadas, con detalles como un botecito de *body milk* perfumado de Estée Lauder, una funda de almohada de satén color fucsia, una latita de pastillas de menta, un juego de tres pulseras de strass baratas, una libreta rosa de hojas rayadas que pone en el tapa “diario y cuaderno de dibujo” y, bordeando el insulto, una caja de ceras de colores. Marla Willner, que es una de las promotoras de la Fundación Libby Ross, me dijo que las pinturas “van con el diario, para que la gente exprese distintos estados de ánimo o distintas ideas”, aunque reconoció que ella misma nunca había intentado escribir con ceras. Es posible que la idea de volver al estado

dependiente propio de la infancia le ayude a una a ponerse en situación para soportar esas terapias largas y tóxicas. O quizá sea que, en ciertas versiones de la ideología de género que hoy triunfa, la feminidad resulte, por naturaleza, poco compatible con el estado adulto, un estado de desarrollo ya culminado. Porque, ciertamente, a los hombres a quienes se les diagnostica cáncer de próstata nadie les regala cochecitos de juguete.

Pero yo no era muy distinta de las que andaban abrazadas a su osito, y necesitaba cuanta más ayuda mejor, así que ahí me vi buscando obsesivamente trucos para compensar la caída del pelo, dietas para la quimioterapia, consejos sobre qué ponerme tras la intervención y qué comer cuando no pudiera soportar el olor de los alimentos. Vi enseguida que había mucha más información de la que una puede digerir, porque son miles las afectadas que han contado en internet su historia, desde que se encontraron el bulto o se hicieron la mamografía, pasando por la terrible fase de las terapias, generalmente con un inciso para mencionar las fuerzas que les han dado la

familia, el buen humor y la religión, y acabando casi siempre con un mensaje de ánimo para la neófita aterrorizada. Muchos de estos mensajes son solo un párrafo, un saludo rápido por parte de una hermana de sufrimientos; pero otras brindan un relato casi en tiempo real de sus vidas bajo la quimioterapia y sin pechos:

Martes, 15 de agosto de 2000. Bueno, he sobrevivido a mi cuarta dosis de quimio. Hoy estoy muy, muy mareada. Con muchas náuseas, ¡pero sin vómitos! Por primera vez [...] Me dan sudores fríos y el corazón se me desboca si paso más de cinco minutos de pie.

Viernes, 18 de agosto de 2000. [...] En la cena, no podía soportar las náuseas. Me tomé las pastillas y me comí un bol de arroz con verduras que me habían traído de Trader Joe's. Olía y sabía asqueroso, pero me lo comí [...] Rick me trajo unos zumos Kern's y estoy tomándolos. Parece que me asientan un poco el estómago.

Yo no me cansaba de leer relatos de este tipo, sintiendo una fascinación mezclada con pánico al ver cuántas cosas podían salir mal: septicemia, implantes que estallaban, “metas” (metástasis) en órganos vitales y –para mí, lo más terrible a corto

plazo— “cerebro de quimio”, el deterioro cognitivo que a veces causa la quimioterapia. Me comparaba con todo el mundo, y sentía un desdén egoísta hacia las que no corrían tanto riesgo como yo; temblaba junto a las que habían llegado a la fase IV (como dice la protagonista de la obra de teatro *Wit*, que tiene cáncer de ovarios: “No hay fase V”), y valoraba sin parar mi posible suerte.

Pero, a pesar de tanta información útil, cuantas más compañeras de infortunio descubría y más leía, más sola me sentía. Daba la impresión de que, de todas las escritoras de blogs y libros, ninguna se sentía como yo, rabiosa por tener la enfermedad y por los tratamientos. ¿Qué causa el cáncer de mama y por qué es tan común, sobre todo en los países industrializados?² ¿Por qué no disponemos de tratamientos que distingan entre las diferentes variedades de cáncer de mama, o entre células cancerosas y células normales que se están dividiendo? En la corriente dominante del cáncer de mama hay muy poca indignación, ninguna mención a las posibles causas ambientales, y muy

pocos comentarios sobre el hecho de que, excepto en los casos más avanzados, donde ya hay metástasis, sean los “tratamientos” y no la enfermedad lo que te tiene enferma y dolorida. De hecho, el tono general es casi siempre de animación. La página web de Breast Friends [amigas del pecho], por ejemplo, cita una serie de frases “inspiracionales”: “No llores por nada que no pueda llorar por ti”, “No puedo evitar que los pájaros de mal agüero vuelen en torno a mi cabeza, pero sí puedo evitar que aniden en mi pelo”, “Cuando la vida te da limones, exprímeles una sonrisa”, “No esperes a que pase un tren: echa a correr y súbete en marcha”, y muchas más del mismo calibre. Hasta en la revista *Mamm*, que es relativamente sofisticada, una columnista se lamentaba no de tener el cáncer, sino de que se le acababa la quimioterapia, diciendo en tono jocoso que, para atenuar su “ansiedad de separación”, iba a instalarse en una tienda de campaña frente a la clínica de su oncólogo. El pensamiento positivo parece obligatorio en este mundo del cáncer de pecho, hasta el punto de que si alguien es infeliz

tiene casi que disculparse, como una tal “Lucy”, que contaba que su “pronóstico a largo plazo no es bueno” y empezó a narrar su historia, en la web breastcancertalk.org, diciendo que “no era el típico relato tierno y lleno de esperanza, pero de todas formas es verdadero”.

Hasta la palabra “víctima” está prohibida, de forma que no hay un sustantivo que describa a la mujer con cáncer de mama. También en el movimiento de apoyo al sida, en el que se ha inspirado parcialmente el activismo contra el cáncer de mama, los términos “paciente” y “víctima” se consideran políticamente incorrectos por su resonancia de autocompasión y pasividad. En su lugar, se usan sustantivos que indican acción: las que están en tratamiento se llaman “luchadoras”; y muchas veces con algún adjetivo amplificador, como “valientes luchadoras”... términos que te hacen imaginarte a Katharine Hepburn con el rostro al viento. Una vez que se acaba la terapia, una adquiere el estatus de “superviviente”, que es como las mujeres de mi grupo de apoyo se llaman entre sí, en plan

Alcohólicos Anónimos, cuando empezamos a contar historias y a celebrar nuestra “supervivencia” compartida: “Hola, me llamo Kathy y soy superviviente desde hace tres años”. Este grupo de apoyo mío apoya todo lo que puede, pero algunas mujeres han contado que no pudieron seguir asistiendo a los suyos cuando su cáncer hizo metástasis y ya no tuvieron la esperanza de ascender al rango de “supervivientes.”³

Tampoco hay un término para denominar a las que dejan de ser supervivientes y pasan a formar parte de las más de cuarenta mil que cada año sucumben en Estados Unidos al cáncer de mama. De ellas simplemente se dice que “perdieron la batalla”, y se las recuerda en las carreras llevando sus fotografías: son nuestras valientes hermanas perdidas, nuestras soldados caídas. Pero en esa cultura abrumadoramente positiva que se ha ido desarrollando alrededor del cáncer de pecho, a las mártires se las recuerda poco; son las “supervivientes” las que merecen los honores y los aplausos. En mi ciudad hubo una celebración

patrocinada por la American Cancer Society, el “Relay for Life” [carrera de relevos por la vida], y allí las fallecidas solo aparecían en miniatura. Habían puesto unas bolsas de papel, del tamaño de las que te dan en el Burger con un menú infantil, a lo largo de la pista de relevos; cada bolsa tenía el nombre de una mujer muerta, y dentro una vela que se encendió al anochecer, cuando empezó la carrera. Pero las estrellas eran las corredoras, las “supervivientes”, las que dan fe en carne y hueso de que la enfermedad, a fin de cuentas, no es para tanto.

ABRAZANDO EL CÁNCER

Ese buen humor de la cultura del cáncer de mama no se queda solo en evitar la rabia, sino que llega muchas veces a parecer una verdadera bienvenida a la enfermedad. En el foro de Bosom Buds [amigas de regazo], *Mary* contaba: “Creo de verdad que ahora soy una persona mucho más sensible y más considerada. Puede sonar raro, pero yo antes estaba siempre preocupada, y ahora

ya no gasto energías en agobiarme. Disfruto de la vida mucho más, y en muchos aspectos ahora soy más feliz”. Y esto decía *Andee*: “Este ha sido el año más duro de mi vida, pero en muchos aspectos también ha sido el más gratificante. Me he librado de muchos pesos, he hecho las paces con mi familia, he conocido a gente maravillosa, he aprendido a cuidar de mi cuerpo como se merece para que él me cuide a mí igual, y he reorganizado las prioridades de mi vida”. El *Washington Post* citaba estas palabras de una mujer llamada Cindy Cherry: “Si pudiera volver a empezar, ¿tendría cáncer de mama? Sin duda. Ya no soy la misma persona que antes, y menos mal. Ya no me importa el dinero. Con esto he sido consciente de quiénes son las personas más valiosas de mi vida. Ahora lo que importa son tus amigos y tu familia.”⁴

El libro *The First Year of the Rest of My Life* [El primer año del resto de mi vida], una colección de relatos con prólogo de Nancy Brinker, cuyos *royalties* se destinan en parte a la Fundación Komen, está lleno de testimonios sobre

el poder redentor de la enfermedad: “Puedo decir con la mano en el corazón que ahora soy más feliz que nunca en mi vida: incluso que antes del cáncer de mama”; “Para mí, el cáncer ha sido como una buena patada en el trasero que ha hecho que me replantee mi vida”; “He salido de esto más fuerte, con otro sentido de las prioridades.”⁵ Ni una queja sobre el tiempo perdido, sobre la libido evaporada, sobre la permanente falta de fuerza en los brazos por culpa de la radiación o de los nódulos linfáticos extirpados. Como diría Nietzsche, lo que no te mata te hace más fuerte; te convierte en un tipo humano más evolucionado.

Una de las redactoras de la sección de salud del *New York Times*, Jane Brody, escribió en 1997 una reflexión sobre cómo se ha generalizado el buscar el lado bueno de la enfermedad.⁶ Allí reconocía la parte terrible del cáncer de mama, y del cáncer en general: “Puede causar dolores considerables, físicos y emocionales, y desfigurarte para siempre. Puede hasta acabar matándote”. Pero la mayor parte del texto era una verdadera oda a los efectos

positivos del cáncer, sobre todo del de mama. Se hacía eco de las palabras del ciclista Lance Armstrong: “El cáncer es lo mejor que me ha pasado en la vida”. Y también de las de una mujer que aseguraba: “el cáncer de mama me ha dado una vida nueva. Necesitaba experimentar algo así para abrir los ojos a la alegría de vivir. Ahora veo que el mundo es más grande de lo que yo quería ver antes del cáncer [...] El cáncer de mama me ha enseñado a amar en el sentido más puro”. También aparecía Betty Rollin, una de las primeras mujeres que hablaron en público sobre su dolencia, afirmando que se había dado cuenta de que “la fuente de mi felicidad fue, ni más ni menos, el cáncer; gracias a él, las cosas buenas de mi vida se hicieron buenas de verdad”.

Llevando las cosas al extremo, el cáncer de mama no es en absoluto un problema, ni siquiera una molestia: es un “don”, que se debe recibir con la más profunda gratitud. Una superviviente que se hizo escritora da fe de ello casi en tono profético en su libro *The Gift of Cancer: A Call to Awakening* [El regalo del cáncer. Una llamada al

despertar], donde dice: “El cáncer es tu pasaje para la verdadera vida. Es tu pasaporte a la vida que estabas destinada a vivir”. Y por si aún no te dan ganas de salir corriendo a que te pongan una inyección de células cancerosas vivas, añade: “El cáncer te llevará a Dios. Déjame que te lo repita: el cáncer es tu conexión con la Divinidad.”⁷

Todo este pensamiento positivo tiene el efecto de convertir el cáncer de mama en un rito de paso: no una injusticia ni una tragedia contra la que haya que despotricar, sino un punto crucial como los demás de tu vida, como la menopausia o el primer nieto. En esta cultura del cáncer de mama que se ha generalizado todo sirve (no a propósito, seguramente) para quitarle hierro a la enfermedad y para normalizarla: quizá el diagnóstico sea desastroso, pero puedes comprarte un pin con un angelito de strass rosa e ir a las carreras. Hasta esos constantes testimonios de historias personales y los trucos prácticos que a mí me resultaron tan útiles conllevan una aceptación implícita, tanto de la enfermedad como de los tratamientos toscos y

bárbaros que se le aplican: al final, una acaba tan ocupada eligiendo el turbante más bonito, que se le olvida pensar si la quimioterapia realmente le va a hacer efecto. Visto así, como un rito de paso, el cáncer de mama parece una de esas iniciaciones que tanto estudió Mircea Eliade. Primero hay que elegir a las novicias (las tribus lo hacían por edad, pero aquí las elige una mamografía o un autoexamen). Luego hay que pasar por una serie de duras pruebas obligatorias (escarificaciones o circuncisión en las culturas tradicionales; intervenciones quirúrgicas o quimio en nuestro caso). Y, por fin, la novicia alcanza un estatus superior: ellos llegaban a adulto o a guerrero, en el cáncer se llega a “superviviente”.

Además, en nuestra cultura implacablemente optimista del cáncer de mama, la enfermedad nos brinda más beneficios que los intangibles derivados de la elevación espiritual. Puedes enfrentarte a los inevitables efectos desfiguradores y salir de ellos –ya como superviviente– viéndote de hecho más guapa, más sexy, más mujer. Según las creencias rituales de la enfermedad (que a mí

me contaron las enfermeras de oncología y algunas supervivientes), la quimioterapia suaviza y estira la piel, te ayuda a adelgazar y, cuando te vuelve a salir el pelo, es más abundante, más suave, más fácil de peinar y hasta de algún color nuevo e inesperado. Puede que todo esto sean cuentos, pero quienes están deseando seguir el programa encuentran todo tipo de oportunidades para mejorar. La American Cancer Society ofrece un programa llamado “Look Good... Feel Better” [Verte bien... y sentirte mejor], dedicado a “enseñar a las pacientes de cáncer una serie de técnicas de belleza que las ayudarán a recuperar su apariencia y su buena autoimagen durante el tratamiento”. Cada año participan en este programa treinta mil mujeres, y a cada una se le entrega una bolsa de regalo con cosméticos y artículos de belleza, donados por la Cosmetic, Toiletry, and Fragrance Association, la asociación gremial de empresas cosméticas. En lo que concierne al pecho perdido tras la operación, ¿por qué no ponemos el otro a la misma altura? De las más de cincuenta mil pacientes que se someten

cada año en Estados Unidos a una reconstrucción de pecho tras la mastectomía, el diecisiete por ciento vuelve al quirófano (animadas muchas veces por su cirujano plástico) para que otra operación les ponga el pecho sano “a juego” con el nuevo, que suele ser más firme y más grande.

Pero no todo el mundo opta por la ilusión cosmética; la cuestión de si llevar peluca o lucir calvicie, si reconstruirse el pecho o dejarse la cicatriz, es una de las pocas disensiones reales en la cultura del cáncer de mama. La revista *Mamm*, representante del lado más vanguardista y económicamente acomodado, tiende a alinearse con el bando “del *look* natural”. Para ellas las cicatrices de la mastectomía pueden ser sexy, y la calvicie un estado que disfrutar. En una de sus portadas se destacaba la historia de una mujer que “no veía su calvicie como una pérdida, sino como una oportunidad de dejar salir su lado más juguetón [...] para entrar en contacto, de otra forma, con su verdadero ser”. Había una mujer que se había decorado el cuero cabelludo con tatuajes temporales de signos hippies, panteras y ranas;

otra se expresaba llevando una llamativa peluca morada; una tercera nos contaba que llevar el cráneo al aire la hacía sentirse “sensual, poderosa, capaz de volver a crearme a mí misma cada día”. Pero nadie acusa a las que deciden esconder su dolencia bajo una peluca o un fular; según *Mamm*, se trata solo de “estéticas distintas”. Algunas se dan a los lazos rosas, otras prefieren el Pink Pony de Ralph Lauren. Eso sí, todas están de acuerdo en que el cáncer de mama es una oportunidad para la autotransformación creativa en general y el cambio de imagen en particular.

En este universo inacabable que es la cultura del cáncer de mama, donde una página web te lleva a la siguiente –pasas de los testimonios personales a las iniciativas de las oenegés locales, hasta alcanzar el nivel más ostentoso de las empresas patrocinadoras y de las famosas erigidas en portavoces–, se exige estar de buen humor, y llevar la contraria se considera casi una traición. Dentro de este universo tan cerrado e interconectado, se va puliendo poco a poco la actitud, y a las que tienen dudas se las pone con

dulzura en el buen camino. En el libro *The First Year of the Rest of My Life*, por ejemplo, cada uno de los testimonios personales viene apostillado por una pregunta o comentario, pensados para contrarrestar el menor asomo de negatividad (que, por lo demás, no abundan; porque en esta colección de relatos no participan viejas gruñonas, quejicas ni feministas militantes):

¿Te has permitido a ti misma reconocer que tienes cierta angustia o ‘bajón’ y pedir ayuda para tu bienestar emocional?

¿Tienes en tu vida algún conflicto interno sin resolver? ¿Algún aspecto para el que creas que pueda venirte bien un poco de ‘duelo sano’? [...] No dejes de hacer una ‘Lista de cosas por las que me siento bien hoy.’⁸

En plan experimento, dejé un mensaje en los foros de Komen.org, que titulé “Enfadada” y en el que daba una breve lista de mis quejas sobre los efectos debilitantes de la quimioterapia, las compañías de seguros obtusas, los carcinógenos ambientales y, en el colmo de la osadía, sobre “los lacitos rosas ñoños”. Recibí unas cuantas

respuestas animándome a pelear con la compañía de seguros (para ellos, mi biopsia había sido una especie de capricho opcional), pero la mayoría fueron un coro de regañinas. *Suzy* me escribió para decirme: “Siento de verdad tener que decirte que no tienes una buena actitud ante todo esto, pero es así, y no te va a ayudar en nada”. *Mary*, un poco más tolerante, escribió: “Barb, en este momento de tu vida lo más importante es que pongas toda tu energía en conseguir una existencia llena de paz, si no de felicidad. El cáncer es una faena, y ninguna de nosotras tiene la respuesta a por qué nos ha sucedido. Pero, te queden un año o cincuenta, vivir tu vida con rabia y amargura es un desperdicio terrible [...] Ojalá encuentres un poco de paz. Te la mereces. Todas la merecemos. Que Dios te bendiga y te cuide. Tu hermana, *Mary*”.

Pero *Kitty* consideró que me había salido demasiado del tiesto: “Busca consejo profesional, y cuanto antes mejor. Por favor, déjate ayudar y pide a todas las foreras que recen por ti, para que puedas disfrutar de la vida a fondo”. La única persona que me dio un poco de apoyo fue *Gerri*,

que tras pasar por todos los tratamientos estaba en fase terminal, con una esperanza de vida de pocos meses: “Yo también estoy enfadada. Todo ese dinero que se recauda, todas esas sonrisas de las supervivientes, que te hacen pensar que no pasa nada por tener cáncer. ¡PUES SÍ QUE PASA!”. Pero este mensaje, como los demás del foro, aparecía bajo un encabezamiento inadvertidamente irónico: “¿Qué significa ser superviviente del cáncer de mama?”.

EL ARGUMENTO ‘CIENTÍFICO’ PARA EL BUEN HUMOR

Aprendí luego que había una razón médica urgente para enfrentarse al cáncer con una sonrisa: la “actitud positiva”, se supone, es fundamental para recuperarse. Durante los meses que pasé en quimio, me encontré con esta afirmación una y otra vez; lo decían las páginas web, los libros, las enfermeras de oncología y las demás pacientes. Han pasado ocho años y sigue siendo casi un axioma, dentro de la cultura del cáncer de mama, que la supervivencia depende de la “actitud”. Un

estudio estableció que el sesenta por ciento de las mujeres que habían recibido tratamiento contra la enfermedad atribuía el seguir vivas a “la actitud positiva.”⁹ Hay artículos y páginas web donde la gente celebra sin cesar su estado de ánimo supuestamente salvavidas. “La clave está en tener una actitud positiva, que es lo que yo he intentado desde el principio”, dice una mujer llamada Sherry Young en el artículo “Positive Attitude Helped Woman Beat Cancer” [La actitud positiva ayuda a una mujer a combatir el cáncer].¹⁰

Todo tipo de “expertos” ofrecen explicaciones aparentemente plausibles sobre los efectos saludables de estar de buen humor. Por ejemplo, un artículo reciente de una revista *online*, titulado “Breast Cancer Prevention Tips” [Trucos para prevenir el cáncer] –ya la propia noción de “prevenir” el cáncer debería hacer saltar las alarmas, porque que se sepa no hay forma de prevenirlo–, afirma lo siguiente:

Se ha descubierto que algo tan simple como la actitud positiva reduce el riesgo de cáncer. Esto le sonará raro

a mucha gente, pero bastará con explicar que diversos estudios médicos han demostrado que la actitud positiva se relaciona con un sistema inmunológico más fuerte. La risa y el buen humor han demostrado ser capaces de reforzar las defensas del cuerpo y previenen contra el cáncer y otras enfermedades. Todos hemos oído la frase: ‘La gente feliz no se pone mala.’¹¹

Es comprensible que mi nota “enfadada” fuera recibida con tanta desolación en los foros de Komen: sin duda, mis corresponsales estaban convencidas de que la actitud positiva refuerza las defensas y les da energía para combatir de forma más eficaz su cáncer.

El lector habrá oído sin duda algo similar, y con tanta insistencia que lo ha procesado sin haberse parado a pensar en qué consiste el sistema inmunológico, cómo le pueden afectar nuestras emociones y qué puede hacer, si es que algo puede hacer, para combatir el cáncer. La labor del sistema inmunológico es defender el cuerpo ante posibles intrusos del exterior, como los microbios, y a ello se dedica con un verdadero ejército de

células y un enorme arsenal de armas moleculares. La complejidad y diversidad de la movilización que organizan nuestras defensas resulta apabullante: se juntan tribus y subtribus completas ante cada infección, esgrimiendo diferentes tipos de armamento, como si fueran uno de esos ejércitos tan poco marciales de *Las crónicas de Narnia*. Algunas de estas células guerreras le arrojan al invasor un cubo de toxinas y luego se van a otra cosa; otras se dedican a alimentar a sus compañeras combatientes rociándolas con sifones químicos. Las principales células guerreras del cuerpo, los macrófagos, se arrojan sobre su presa, la cubren con su propia “carne” y se la comen. Curiosamente, yo escribí mi tesis sobre los macrófagos, que son unas criaturas de gran tamaño, móviles y con forma de ameba, capaces de vivir entre varios meses y varios años. Cuando acaba la batalla, transmiten información sobre el intruso a las demás células, y estas producen anticuerpos que aumentarán la potencia de las defensas corporales si hay nuevas escaramuzas. Los macrófagos no solo se comen a las intrusas

vencidas: también a sus propias compañeras de armas muertas.

Pero a pesar de toda esta mareante complejidad —que tiene a muchos estudiantes de la carrera amarrados al duro banco del pupitre durante décadas—, al sistema inmunológico se le puede torear. Algunos invasores, como los bacilos de la tuberculosis, lo burlan penetrando en las células de los tejidos corporales y haciéndose fuertes allí, donde las defensoras no son capaces de detectarlos. El más diabólico, el virus del VIH, ataca selectivamente ciertas células del sistema inmunológico, dejando el cuerpo prácticamente sin defensas. Y a veces el sistema inmunológico se revuelve perversamente contra los tejidos de su propio cuerpo, causando enfermedades “autoinmunes”, como el lupus o la artritis reumatoide, y se cree que incluso algunos tipos de cardiopatías. Puede que este sistema aparentemente anárquico de defensas celulares no sea perfecto, pero es el que ha resultado de una evolución de millones de años en la guerra armada contra los microbios enemigos.

El vínculo entre el sistema inmunológico, el cáncer y los estados de ánimo fue establecido, algo imaginativamente, en la década de 1970. Hacía tiempo que se sabía que el estrés extremo podía debilitar ciertos aspectos de las defensas. Si se somete a tortura a un animal de laboratorio durante bastante tiempo, como hizo en el década de 1930 el investigador Hans Selye, pierde salud y resistencia a las enfermedades. A mucha gente, al parecer, no le costó dar el salto de pensar que los sentimientos positivos pueden ser lo contrario del estrés; que serán capaces de reforzar el sistema inmunológico y cimentar la salud, tanto si te amenaza un microbio como si se trata de un tumor.

Uno de los primeros superventas que lo proclamaron fue el libro *Recuperar la salud: una apuesta por la vida*, del oncólogo O. Carl Simonton, escrito con Stephanie Matthews-Simonton (a quien la solapa describe como “consejera motivacional”) y el psicólogo James L. Creighton. Estas tres personas tenían tanta confianza en la capacidad del sistema

inmunológico para derrotar al cáncer que creían que “el cáncer no requiere solo la presencia de células anormales, sino también la supresión de las defensas normales del cuerpo.”¹² ¿Y qué es lo que podría causar esta supresión? El estrés. Así que los Simonton animaban a los pacientes de cáncer a seguir los tratamientos que les recetaran, pero les señalaban también que “ajustar la actitud” era igual de importante. Había que superar el estrés, y adquirir creencias positivas y buenas imágenes mentales.

A este libro le siguió en 1986 el del cirujano Bernie Siegel, todavía más exuberante, titulado *Amor, medicina milagrosa*, donde exponía la idea de que “un sistema inmunológico vigoroso puede superar el cáncer si no se le ponen obstáculos, porque el crecimiento emocional orientado a mejorar la autoaceptación y a sentirse realizado ayuda a mantener fuertes las defensas.”¹³ De ahí que el cáncer sea, ciertamente, una bendición, ya que puede obligar a su víctima a adoptar una visión del mundo más positiva y amorosa.

Pero, ¿dónde están los estudios que demuestren el efecto curativo de la buena actitud? ¿Podrían volver a hacerse? Uno de los escépticos, David Spiegel, que es psiquiatra en Stanford, me contó que en 1989 se había propuesto refutar ese dogma popular que afirma que la actitud puede superar el cáncer. “Estaba ya harto de oír a Bernie Siegel decir que si tienes cáncer es porque lo necesitabas”, me dijo en la entrevista. Pero se quedó sorprendido al ver que el estudio que emprendió demostraba que las pacientes de cáncer que se unían a grupos de apoyo —y que por tanto, presumiblemente, tenían mejor disposición que las que se enfrentaban a la enfermedad ellas solas— vivían más años que las del grupo de control. Spiegel se apresuró a interrumpir el estudio, pensando que no había derecho a privar a nadie de los beneficios de pertenecer a un grupo de apoyo. Así quedó confirmado el dogma, y así seguía en la época en que yo recibí el diagnóstico.

El atractivo de esta idea es evidente. Para empezar, el que haya un vínculo entre los sentimientos subjetivos y la enfermedad le da a la

paciente de cáncer de mama algo que *hacer*. Según el plan de los Simonton, la mujer tenía que dedicar parte de la jornada a dibujar batallas entre células con forma de insecto, como si fueran un tebeo. Si en estos dibujos las células cancerosas no aparecían “muy débiles [y] desorientadas”, y las de las defensas no se mostraban “fuertes y agresivas”, la paciente estaba tonteando con la muerte y tenía que esforzarse un poco más.¹⁴ Al mismo tiempo, el dogma creaba todo tipo de oportunidades para la investigación sobre el cáncer y para las empresas que fabrican tratamientos; ya no hacían falta solo cirujanos y oncólogos, sino expertos en conductismo, terapeutas, consejeros motivacionales, y quienquiera que quisiera ponerse a escribir libros de autoayuda en tono mesiánico.

Sin embargo, el dogma no sobrevivió a investigaciones más rigurosas. En la década de 1990, se sucedieron estudios que refutaban ese trabajo de Spiegel en 1989 sobre el valor curativo de los grupos de apoyo. Y resultó que las

fantásticas tasas de supervivencia de las mujeres en el primer estudio de Spiegel habían sido pura chiripa estadística. Más tarde, en el número de mayo de 2007 del *Psychological Bulletin*, James Coyne y dos coautores publicaron los resultados de una revisión sistemática de la literatura médica sobre los supuestos efectos de la psicoterapia en el cáncer. La idea era que una psicoterapia, igual que un grupo de apoyo, debía ayudar a la paciente a mejorar su estado de ánimo y a moderar el estrés. Pero Coyne y sus colegas hallaron que esa literatura anterior estaba llena de “problemas endémicos.”¹⁵ De hecho, al parecer tal efecto positivo no existía en absoluto. Unos meses después, la revista *Cancer* publicó el estudio de un grupo de profesionales liderado por el propio David Spiegel donde se decía que los grupos de apoyo no brindaban ventaja alguna en términos de supervivencia, contradiciendo así sus propios hallazgos previos. Puede que la psicoterapia y los grupos de apoyo le mejoren a una el humor, pero no hacen nada contra el cáncer. “Si las pacientes desean hacer psicoterapia o participar en un grupo

de apoyo, debería animárselas a hacerlo”, decía Coyne en el resumen de su informe, “porque hallarán gran cantidad de beneficios emocionales y sociales. Ahora bien, no deben buscar estas experiencias solo por la expectativa de vivir más tiempo.”¹⁶

A principios de 2009, le pregunté a Coyne si hay una tendencia científica que insiste en el vínculo entre las emociones y la supervivencia al cáncer. Su respuesta fue:

Tomaré prestado un término que se usó para describir cómo se organizó la guerra de Irak: se trata de una especie de ‘amplificación incestuosa’. Y es que resulta de lo más atractiva esa idea de que la mente puede afectar al cuerpo, que además les permite subirse al tren a los expertos en ciencias del comportamiento. Hay mucho dinero en juego en las becas de investigación sobre el cáncer, y estos no van a dejarlo pasar. ¿De qué otra forma podrían contribuir ellos? ¿Se iban a poner a investigar sobre cómo hacer que la gente use la protección solar? Eso resulta mucho menos glamuroso.

Para Coyne, este sesgo es especialmente acusado en Estados Unidos, donde se tiende a

marginar a los escépticos. “Me invitan a dar muchas más conferencias en Europa”, me confesó.

¿Y qué pasa con esas heroicas batallas entre las células del sistema inmunológico y las del cáncer, esas que los pacientes tenían que visualizar? En 1970, un famoso investigador médico australiano, McFarlane Burnet, había afirmado que el sistema inmunológico está en continua “vigilancia” ante posibles células cancerígenas, a las que supuestamente destruiría nada más detectarlas. Según él, el sistema inmunológico se pasaba los días destruyendo células malignas, hasta que llegaba un momento en que se sentía tan exhausto (del estrés, por ejemplo), que ya no podía eliminar a las traidoras. Pero en esta hipótesis hay al menos un error de base: a diferencia de los microbios, las células cancerosas no son “intrusas”, sino células de tejidos normales que han mutado y que no siempre se reconocen como células enemigas. Así lo contaba recientemente un editorial del *Journal of Clinical Oncology* [Revista de oncología clínica]: “Lo primero que hay que tener en cuenta es que nuestro sistema inmunológico está diseñado

para detectar invasiones externas y pasar por alto a nuestras propias células. Con unas pocas excepciones, el sistema inmunológico no parece reconocer los cánceres que desarrolla el individuo como intrusos, porque de hecho son parte de él mismo.”¹⁷

Yendo más al grano, no hay pruebas sólidas de que el sistema inmunológico combata el cáncer, a excepción de aquellos causados por un virus, que sí pueden ser más propiamente “externos”. Pero las personas cuyo sistema inmunológico está afectado por el VIH, o algunos animales a los que se ha dejado en estado de inmunodeficiencia, no son especialmente susceptibles al cáncer, como parecería implicar la teoría de la “vigilancia de las defensas”. Además, si fuera así tampoco tendría mucho sentido tratar el cáncer con quimioterapia, que hace polvo las defensas, en teoría tan cruciales para combatir la enfermedad. Por último, nadie ha hallado una cura para el cáncer que consista en reforzar el sistema inmunológico con sustancias químicas o

biológicas. Ciertamente, algunas células de defensa, como los macrófagos, se encuentran muchas veces apiñadas junto a los tumores, pero no siempre están allí para hacer algo útil.

De hecho, como ex profesional de la inmunología celular, me quedé espantada y desolada cuando unas investigaciones recientes mostraron que puede que incluso los macrófagos se cambien de bando. En vez de matar a las células del cáncer, empiezan a segregar factores de crecimiento y a desarrollar tareas que fomentan el aumento del tumor. Se puede alimentar a los ratones de forma que se hagan muy propensos al cáncer de mama, pero los tumores incipientes que les salen no se convierten en malignos hasta que llegan allí los macrófagos dispuestos a ayudar.¹⁸ Un artículo publicado en 2007 en *Scientific American* llegaba a la conclusión de que, en el mejor de los casos, “el sistema inmunológico funciona como una espada de doble filo [...] Unas veces promueve el cáncer y otras lo dificulta.”¹⁹ Dos años más tarde, los investigadores

descubrieron que los linfocitos, que son otro tipo de célula del sistema inmunológico, también ayudan a la expansión del cáncer.²⁰ Así que a todas esas visualizaciones de las valerosas células de defensas combatiendo contra las cancerígenas se les estaba pasando por alto dónde estaba la verdadera acción dramática: las seducciones, los acuerdos alcanzados bajo cuerda, las traiciones.

Y ya que estamos con las metáforas antropomórficas, hay un paralelismo interesante entre los macrófagos y las células del cáncer: comparadas con el resto, ambas son ferozmente independientes. Las células normales, las “buenas”, obedecen sumisamente a las demandas de la dictadura corporal: las cardiacas se contraen sin cesar para mantener el latido, las de las paredes intestinales pasan altruistamente los nutrientes que quizá les apetezcan a ellas. Pero las células cancerosas mandan a paseo las órdenes que reciben y empiezan a reproducirse como organismos independientes, mientras que los macrófagos son por naturaleza aventureros

autónomos, una especie de equivalentes corporales de los mercenarios. La existencia de estas células, como poco, nos sirve para recordar que el cuerpo es en ciertos aspectos una federación poco reglada y bastante inestable de células, y no la unidad disciplinada y bien integrada que queremos imaginarnos.

Mirando el tema desde el punto de vista evolutivo, ¿por qué *tendría que* poseer el cuerpo un medio de combatir el cáncer; algo así como una “cura natural” que se pondría en marcha en cuanto consiguiéramos superar nuestros temores y nuestros pensamientos negativos? El cáncer tiende a afectar a personas mayores, que ya han pasado la edad de reproducirse y por tanto se vuelven poco o nada significativos para la evolución. Nuestro sistema inmunológico evolucionó para combatir las bacterias y los virus, y salva razonablemente bien a los jóvenes del sarampión, la tos ferina y la gripe. Pero si uno vive lo suficiente como para que le afecte un cáncer, lo normal será que ya haya cumplido con su misión biológica teniendo algún hijo.

Se podría argüir que un poco de pensamiento positivo no hace daño, que incluso puede venirles muy bien a los afligidos. ¿Quién iba a quitarle el derecho al optimismo a un moribundo que se aferra a la esperanza de que la enfermedad remita en el último momento? ¿O a una mujer calva y con las náuseas de la quimioterapia, que se imagina que la experiencia del cáncer acabará por brindarle una vida más plena? Los psicólogos, incapaces de ayudar a curar la enfermedad, han buscado distintas formas de aumentar los sentimientos positivos hacia el cáncer, por medio de lo que han denominado “percepción de beneficios.”²¹ Luego han diseñado escalas de “beneficios percibidos” y se han publicado docenas de artículos sobre las intervenciones terapéuticas que ayudan a conseguirlos. Ya que una no puede dar por sentado que va a recuperarse, al menos debería llegar a ver el cáncer como una experiencia positiva; idea que ya se ha extendido a otros tipos de tumores. Por ejemplo, un investigador del cáncer de próstata, Stephen Strum, ha escrito: “Es posible que usted no lo

crea, pero el cáncer de próstata supone una oportunidad [...] un camino, un modelo, un paradigma de qué puede hacer usted para ayudarse a sí mismo y ayudar a los demás. Y al hacerlo, evolucionará hacia un nivel humano mucho más elevado.”²²

Pero esta forma de almibarar el cáncer, lejos de dar sustento emocional, se cobra un tributo terrible. Primero, porque requiere que se nieguen una serie de sentimientos tan comprensibles como la ira y el miedo, que deben quedar enterrados bajo una capa cosmética de alegría. Esto les viene muy bien a los profesionales sanitarios, e incluso a los amigos del afectado, que sin duda preferirán las bromas a las quejas; pero al que sufre no le resulta tan cómodo. Dos investigadores de “percepción de beneficios” escribieron en un informe que las pacientes de cáncer de mama con las que habían trabajado “mencionaban repetidamente que a ellas los intentos de animarlas a identificar ‘beneficios percibidos’, incluso cuando se hacía con la mejor intención, les

parecían una muestra de insensibilidad y una inconveniencia. Casi siempre este tipo de iniciativas se interpreta como un deseo de minimizar los problemas y los obstáculos que deben superar.”²³ Un estudio realizado en 2004 halló incluso, en total contradicción con los postulados del pensamiento positivo, que las mujeres que le ven aspectos buenos a su cáncer “tienden a enfrentarse a una calidad de vida menor –incluso en el ámbito de su función mental– que aquellas que no vieron nada de positivo en el diagnóstico.”²⁴

Además, hay que esforzarse mucho para mantener ese tono vital tan animado que los demás esperan, y es un esfuerzo que puede no estar contribuyendo a la prolongación de la vida. Fijémonos por ejemplo en una mujer que le escribió al gurú de la autoayuda Deepak Chopra tras saber que su cáncer se le había extendido hacia los pulmones y los huesos:

A pesar de que sigo los tratamientos, de que he trabajado mucho para librarme de todos los

sentimientos tóxicos, he perdonado a todo el mundo, he cambiado de hábitos y he empezado a meditar, a rezar, a comer bien, a hacer ejercicio y a tomar suplementos, el cáncer vuelve una y otra vez.

¿Se me está pasando por alto alguna lección que debería extraer del hecho de que las recaídas continúen? Estoy segura de que al final ganaré, pero cada vez que me vuelven a dar el diagnóstico me cuesta más mantener la actitud positiva.

La mujer estaba empleándose a fondo – meditación, oraciones, perdón–, pero al parecer tenía que trabajar más aún. Y esta fue la respuesta de Chopra:

Según mi opinión, estás haciendo todo lo que hay que hacer para recuperarte. Solo tienes que seguir así hasta que el cáncer se haya ido de una vez por todas. Ya sé que resulta muy decepcionante el ir haciendo tantos progresos y luego ver que vuelve, pero a veces el cáncer es verdaderamente pernicioso, y exige la mayor diligencia y la mayor determinación para que llegue el momento en que lo superes. 25

Pero hay quien, dentro de este negocio de la cura del cáncer, ha empezado a alzar la voz contra lo que se ha denominado “la tiranía del

pensamiento positivo”. En 2004, un estudio puso de manifiesto que el optimismo no aportaba beneficio alguno, en términos de supervivencia, a los que sufrían cáncer de pulmón, y la investigadora principal de este trabajo, Penelope Schofield, escribió: “Debería mos preguntarnos hasta qué punto tiene algún valor fomentar el optimismo si con eso el paciente ha de disimular su angustia pensando equivocadamente que así vivirá más [...] Si un paciente se siente generalizadamente pesimista [...] es importante reconocer que esos sentimientos son válidos y aceptables.”²⁶

Yo no estoy segura de que, como sostienen muchos psicólogos, sea malo reprimir los sentimientos, pero sí lo estoy de que algo va mal cuando el pensamiento positivo “fracasa” y el cáncer se extiende, o resiste al tratamiento. Porque entonces la paciente solo se pueda culpar a sí misma: no está siendo lo bastante positiva; posiblemente sea esa actitud suya, tan negativa, lo que de hecho atrajo el cáncer. Y llegados a este

punto, la exhortación a pensar en positivo –como ha escrito Cynthia Rittenberg, enfermera de oncología²⁷– “es una carga más para un paciente que ya está sobrepasado”. Jimmie Holland, que es psiquiatra en el hospital Memorial Sloan-Kettering Cancer Center de Nueva York, escribe que los afectados se ven sometidos a un proceso de “culpabilización de la víctima”:

Hace unos diez años empecé a ver claramente que la sociedad estaba arrojando otra carga injusta e inoportuna sobre los pacientes, una carga que parecía venir de las creencias populares sobre la conexión cuerpo-mente. Los pacientes empezaban a venirme con historias sobre amigos bienintencionados que les habían dicho: ‘He leído todo lo que se ha escrito sobre esto, y si tienes cáncer es porque debes de haberlo deseado’. Y todavía era más estremecedor que algunos te dijeran: ‘Sé que tengo que ser positivo en todo momento, y que es la única forma de enfrentarse al cáncer... pero me resulta tan difícil... Sé que si me entristezco o tengo miedo o estoy alterado, estoy haciendo que el tumor crezca más rápido y acortando mi vida.’²⁸

Está claro que el peso de no ser capaz de pensar en positivo gravita sobre el paciente como una

segunda enfermedad.

A mí, al menos, este peso me lo quitó de encima la ira continuada que sentía... y que hubiera sido mayor si entonces hubiera sospechado, como ahora, que mi cáncer era iatrogénico, es decir, causado por los propios médicos. En la época en que me diagnosticaron llevaba casi ocho años sometién dome a terapia hormonal sustitutiva, recetada por una serie de médicos que me aseguraban que prevenía las enfermedades cardíacas, la demencia y la osteoporosis. Más adelante, en 2002, una serie de estudios llegó a la conclusión de que este tipo de tratamiento hormonal incrementa el riesgo de cáncer de mama; al difundirse esta noticia, el número de mujeres que lo tomaba cayó en picado, y también la incidencia de cáncer de mama. Así que es posible que el cáncer lo causara la mala ciencia, una mala ciencia como esa del pensamiento positivo que me persiguió durante toda la enfermedad.

El cáncer de mama, ahora puedo decirlo con conocimiento de causa, no me hizo más bella ni

más fuerte ni más femenina, ni siquiera una persona más espiritual. Lo que me dio, si es que a esto lo queremos llamar “don”, fue la oportunidad de encontrarme cara a cara con una fuerza ideológica y cultural de la que hasta entonces no había sido consciente; una fuerza que nos anima a negar la realidad, a someternos con alegría a los infortunios, y a culparnos solo a nosotros mismos por lo que nos trae el destino.

II

LOS AÑOS DEL PENSAMIENTO MÁGICO

Toda esta exhortación al pensamiento positivo – a ver la botella medio llena, aunque esté en el suelo hecha añicos– no se limita solo a la cultura del lacito rosa del cáncer de mama. Pocos años después de los tratamientos, entré en otro de los territorios personales calamitosos: el mundo de los trabajadores cualificados en paro. En los grupos de *networking* [hacer contactos], en los seminarios y en las sesiones de motivación que se brindan a los desempleados, me encontré con el consejo unánime de que había que huir de la ira y de la “negatividad”, optando por un enfoque animoso y hasta agradecido hacia la crisis que estábamos pasando. Había gente a la que habían echado del trabajo, y que se dirigía cuesta abajo y sin frenos hacia la pobreza, a la que se le decía que debía ver su situación como una “oportunidad” digna de ser bienvenida, del mismo modo que tantas veces se nos hace ver el cáncer de mama

como un “don”. También en este caso el resultado que nos prometían era una especie de “cura”: la persona que pensaba en positivo no solo se sentiría mejor mientras buscaba trabajo, sino que para ella ese trámite acabaría antes y más felizmente.

De hecho, no hay ningún tipo de problema ni de obstáculo para el que no se haya ofrecido el pensamiento positivo como cura. ¿Quieres adelgazar? “Una vez que te hayas decidido a perder peso”, nos dice una página web dedicada al “Enfoque Positivo de la Pérdida de Peso”, “deberías comprometerte a ello y ponerte manos a la obra con actitud positiva [...] Piensa como un ganador, no como un perdedor”. ¿Te cuesta encontrar pareja? Pues nada es más atractivo para los posibles interesados que la actitud positiva, y nada les echa tanto para atrás como la negativa. Una página web de las (muchas) que se dedican a dar consejos sobre cómo ligar, aconseja a la gente que está buscando citas por internet: “Si escribes tu perfil o tus mensajes con actitud negativa, los potenciales pretendientes saldrán corriendo. Sin

embargo, una actitud positiva le resulta atractiva a casi todo el mundo”. Igualmente, como nos dice otra web: “Todos los consejos para una cita a ciegas se resumen en dos: actitud positiva y mente abierta”. Las mujeres, sobre todo, deberían irradiar actitud positiva, y abstenerse de mencionar, sin ir más lejos, que su último novio era imbécil, o que les preocupa su peso. “Debes mantenerte siempre positiva”, aconseja otra página. “Debes evitar quejarte demasiado, ver lo malo de las cosas, y dejar que toda esta negatividad se note. Aunque es importante que seas tú misma y no deberías tratar de ser como no eres, una personalidad negativa no beneficia nunca en nada cuando se trata de socializar”.

¿Necesitas dinero? Pues las riquezas son uno de los objetivos principales del pensamiento positivo, y un tema sobre el que volveremos más de una vez en este libro. Existen cientos de libros de autoayuda dedicados a exponer la idea de que el pensamiento positivo puede “atraer” el dinero, y de hecho se dice que el método es tan fiable que desde este momento puedes empezar a gastártelo.

¿Cómo es que la riqueza te ha pasado por alto hasta ahora? Los problemas prácticos, como el de que uno gana poco, está en paro, o debe facturas médicas, se mencionan solo como “excusas” potenciales. El verdadero obstáculo lo tienes en la cabeza, donde quizá anida un rechazo subconsciente hacia la idea de “lucrarse de forma asquerosa” o un rencor muy profundo respecto a los ricos. Un amigo mío, que es fotógrafo y siempre tiene menos trabajo del que necesita, contrató una vez los servicios de un “entrenador de vida” para mejorar su situación financiera, y este le dijo que debía superar sus sentimientos negativos hacia el dinero y llevar siempre un billete de veinte dólares en la cartera “para atraer más dinero”.

Hasta se piden pensamientos positivos para los demás, como si fueran oraciones. En una página web para profesores, una mujer les pedía a los colegas: “Por favor, mandadle pensamientos positivos a mi yerno”, al que le acababan de diagnosticar un tumor cerebral en fase IV. El padre de un soldado que había desaparecido en combate

en Irak salió en la CNN diciéndoles a los telespectadores: “Le pediría a todo el mundo que nos brindara sus pensamientos positivos y su ayuda para superar esto. Si todo el mundo nos brinda sus oraciones y sus pensamientos positivos, lo podemos lograr [...] Ya sé que los militares están haciendo todo lo posible, y ahora mismo lo importante es pensar en positivo.”¹ Pues, a pesar de todos esos pensamientos, el cadáver del soldado apareció una semana después en el río Éufrates.

Es como un luminoso de neón siempre de fondo, un sonsonete del que no te libras; la insistencia en ser positivo ha llegado a ser tan universal que ya no se puede identificar una única fuente que la produzca. La popular presentadora de televisión Oprah Winfrey suele hablar con admiración del triunfo de la actitud por encima de las circunstancias. Si se busca “positive thinking” [pensamiento positivo] en Google, salen casi dos millones de entradas. En el Learning Annex, una organización que da clases de todo tipo de cosas

en ciudades como Nueva York o Los Ángeles, se puede encontrar un programa completo de talleres sobre cómo tener éxito en la vida a base de superar el pesimismo, poniéndose en contacto con las fuerzas interiores y aprovechando el poder de la mente. A partir de mediados de la década de 1990 floreció toda una industria, activísima por internet, para ayudar a la gente a mejorar su actitud y, desde ahí, supuestamente, su vida. Un “entrenador de vida”, que no tiene titulación alguna pero que cobra lo mismo que un terapeuta, se ofrece a ayudarte a derrotar “el diálogo interno negativo” –es decir, las ideas pesimistas– que te impide progresar.

Hoy día, en Norteamérica, el enfoque positivo ya no es siempre del todo voluntario; puede que quienes no se apresuren a abrazar esta ideología se encuentren con que les viene impuesta. Los centros de trabajo hacen esfuerzos muy conscientes por inculcar la actitud positiva, y los empresarios organizan conferencias de motivación o distribuyen entre su personal libros de autoayuda, como el megasuperventas *¿Quién se ha llevado mi*

queso?, aparecido en el año 2000, que aconseja enfrentarse al despido sin quejas. Un lugar donde todo el mundo sabe que campa la falsa alegría son las residencias o clínicas. Una mujer internada en una de ellas se lamentaba: “¡Los diminutivos! ¡Los cariñitos! Esa estupidez de hablar en plural... ‘Hola, cariño, ¿cómo estamos hoy? ¿Cómo te llamas, cielo? ¿Eve? ¿Nos vamos al comedor, Eve? Hola, corazón, perdona que haya tardado tanto... ¡Qué guapa estás hoy!’.”² Hasta el ámbito académico, que uno podía considerar un reducto seguro para los gruñones y misántropos, está empezando a sufrir las incursiones del pensamiento positivo. A principios de 2007, la junta rectora de la Universidad de Southern Illinois en Carbondale, alarmada por un estudio de mercado en el que se decía que la universidad no se sentía orgullosa de sí misma, contrató a un orador motivacional para convencer a los profesores, gente muy seria, de que “la actitud positiva es fundamental para conseguir que los clientes se sientan satisfechos”; y por “clientes” había que entender “alumnos”. Merece la pena

destacar que solo el diez por ciento del cuerpo docente se molestó en acudir a la charla.³

Porque el pensamiento positivo no es solo una especie de difuso consenso cultural, que se disemina por contagio; tiene sus ideólogos, sus portavoces, sus predicadores y sus comerciales, que son los autores de libros de autoayuda, los oradores motivacionales y los “coach” o entrenadores. En 2007, me aventuré en una de sus grandes reuniones anuales, una convención en la National Speakers Association [Asociación Nacional de Conferenciantes], la NSA, donde se pasaban reunidos cuatro días los miembros de los últimos grupos del gremio, para contarse unos a otros las técnicas, presumir de los éxitos y hacer prospección de nuevas oportunidades. El entorno, un hotel en primera línea de playa en el centro de San Diego, era de lo más turístico y agradable, y dentro de la convención el ambiente estaba diseñado para ser lo más efectivo posible. Hubo una sesión plenaria en el salón de baile que empezó con un pase de diez minutos de

diapositivas, en el que vimos fotografías parecidas a las de calendario –cascadas, montañas, flores silvestres–, acompañadas de música relajante. Luego apareció una rubia de mediana edad, con un vestido indio tipo túnica, que nos invitó a los mil setecientos asistentes a hacer “entonaciones vocales” con ella. “Aaaaaa”, dijo, “aaa, aaa, aaa”, para que nos pusiéramos de pie y cantáramos a coro. Todo el mundo lo hizo, obedientes pero sin excesivo entusiasmo, como si ya tuvieran experiencia en este tipo de ejercicios.

La cosa parecía un “Aquí la *new age*, aquí el mundo de los negocios”. Había puestos donde se podían comprar piedras de cristal, o asistir a una charla sobre cómo promover tu página web. Tenías la oportunidad de perfeccionar tu técnica de meditación o recibir consejos para encontrar una buena agencia de conferenciantes. Podías embeberte de “sabiduría tradicional” –la de los upanishads, la cábala o la masonería, entre otras–, o comprarte una maleta de ruedas, personalizada con tu nombre y tu página web en letras enormes, para hacerte publicidad mientras recorres los

aeropuertos. En toda aquella multitud nada hacía pensar en una secta; no había signos visibles de fanatismo ni de desequilibrio interno. La sensación era de estar en un entorno informal de negocios; entre los hombres, se veían muchos más con el pelo cortado a cepillo que con cola de caballo.

Toda la “exuberancia irracional”, que es lo que era, venía de la tarima de los oradores. La primera, entre los más famosos, fue Sue Morter, esbelta y llena de energía, a la que el programa de mano presentaba como directora de “un centro multidisciplinar de bienestar en Indianápolis”. Si recibe un aplauso de bienvenida con el que “no conecta”, Morter le pide al público que se ponga en pie y dé palmas durante unos minutos al ritmo de una música. Una vez establecida la “conexión”, da una charla de cincuenta minutos a los asistentes, sin leer ni una sola frase, sobre el “poder infinito” que podemos conseguir si nos sintonizamos con el universo, que al parecer tiene una frecuencia de diez ciclos por segundo. Cuando estamos mal sintonizados, “tendemos a analizarlo todo demasiado, a hacer planes, a tener ideas

negativas”. La alternativa a tanto pensar y tanto planear es “¡estar en el Sí!”. Al terminar, Morter le pide al público que se ponga de pie otra vez, que “¡juntan las manos y se concentren en el Sí. Apoyen los pies con firmeza en la tierra. Piensen en el Sí”.

Entre los ponentes estrella estaba también un nombre más conocido, Joe “Mr. Fire” [Sr. Fuego] Vitale, al que presentaron como “el gurú en persona”. Vitale asegura tener un doctorado tanto en metafísica como en *marketing*, recuerda un poco a un Danny de Vito ligeramente estirado, y diserta sobre dos temas: el “*marketing* inspirado” y el amor. “Sois increíbles”, empieza, “os quiero a todos. Sois fantásticos”. Admite tener algo del mítico empresario circense P. T. Barnum, y cuenta algunas de sus tretas que usa para llamar la atención; por ejemplo, una vez mandó a los medios una nota acusando a Britney Spears de haberle plagiado sus técnicas de “*marketing* hipnótico”. El amor parece ser una de estas técnicas, ya que a quien quiera expandir su negocio le recomienda repasar su lista de contactos del correo electrónico “sintiendo amor por cada nombre”. Luego nos

enseña su último libro, *Zero Limits: The Secret Hawaiian System for Wealth, Power, and More* [Cero límites: el sistema secreto hawaiano para la salud, el poder y otras cosas], en el que explica el caso de un médico que curaba a los internos de un psiquiátrico penitenciario sin verlos siquiera, por el simple método de estudiarse su expediente y esforzarse en superar las ideas negativas que le surgían sobre ellos. También la charla de Vitale tiene un final apoteósico: “Decid ‘Te quiero’ para vuestros adentros todo el rato, y eso curará todo lo que necesite cura”.

La audiencia absorbe todo esto sin inmutarse, tomando notas, asintiendo con la cabeza de vez en cuando, riéndose donde se supone que tienen que hacerlo. Hasta donde a mí se me alcanza, la mayor parte de los asistentes no ha publicado libros, ni se ha dirigido nunca a un público tan considerable como el que reúne la National Speakers Association. Charlo aquí y allá con diversas personas, y llego a la conclusión de que la mayoría son gente que aspira a dar conferencias, asesores o entrenadores que quieren conseguir más público y

más dinero. Muchos de ellos provienen de campos relacionados con la medicina, sobre todo sus variantes “holísticas” y alternativas; algunos son consejeros para ejecutivos, como los que yo he conocido en las conferencias de parados; también hay algún sacerdote que intenta medrar en su carrera. Y de ahí que lo que predomine sean las charlas sobre asuntos prácticos: cómo se trabaja con las organizaciones de conferenciantes, cómo conseguir encargos, organizar el despacho o hacer *marketing* de tus “productos” (los devedés y las cintas de inspiración). Pero no todo el mundo va a tener éxito, como nos previene el director de uno de los talleres en su PowerPoint de presentación, aplicando un realismo que parece algo fuera de lugar. Algunos, nos dice, caerán en una “espiral mortal”, se gastarán cada vez más en la promoción de sus páginas web y sus productos y “luego... nada”. Pero está claro que en el sector se puede ganar dinero. El coordinador de otro taller, un ex clérigo de cuarenta y un años convertido en orador motivacional llamado Chris Widener, empieza contando la historia de su juventud, que fue muy

poco prometedor —a los trece años era “incontrolable”, dice—, para acabar con su estatus actual de millonario: “Hace tres años y medio me compré la casa de mis sueños en los montes Cascade, con sala de pesas, bodega, jacuzzi... Mi vida es la definición del éxito”.

¿Cuál será el mensaje que lancen en sus charlas las personas que ahora son el público, cuando progresen en su carrera como oradores? Esta pregunta no se plantea ni se responde, que yo sepa, en la convención, supongo que porque es obvia: sus ponencias serán muy parecidas a las que han oído aquí, y en ellas insistirán en que todos los obstáculos que te impiden tener salud y dinero están dentro de ti. Si quieres mejorar tu vida, tanto en términos materiales como subjetivos, lo único que tienes que hacer es mejorar tu actitud, revisar tus respuestas emocionales y concentrar tu mente. Quizá a uno se le ocurran otras formas de mejorar, como por ejemplo estudiar para adquirir conocimientos “tangibles”, o tomar parte en iniciativas sociales que beneficien a todos. Pero en el mundo del pensamiento positivo todos los

retos a los que uno se enfrenta son siempre internos, y a ellos es fácil responder con un esfuerzo de la voluntad. Esto es lo que sin duda los conferenciantes recién estrenados le dirán al público que consigan reunir: “Yo también estuve perdido, agobiado de dudas sobre mí mismo, pero luego encontré la clave del éxito, ¡miradme ahora!”. Algunos de los espectadores aprenderán que uno puede hacerse una carrera profesional ganando prosélitos para el pensamiento positivo, y acabarán por hacer lo mismo, convirtiéndose en los nuevos misioneros del buen rollo.

LA AMENAZA DE LA GENTE NEGATIVA

Lo que nos promete el “ser positivo” es que tu vida mejorará en aspectos concretos, materiales; y, en el sentido más simple y práctico, probablemente sea así. Si eres “agradable”, le caerás mejor a la gente que si te pasas la vida gruñendo, criticando y viéndolo todo al revés. Gran parte de los consejos sobre cómo actuar que brindan los gurús, por internet o en las charlas, son

de lo más inofensivos. “Sonríe”, aconseja una página web de pensamiento positivo dirigida al éxito profesional. “Saluda a tus compañeros”. Y en una cultura como la norteamericana, que no espera menos, la recompensa por exudar positividad es mayor que en ninguna otra parte. Cuando la norma es estar de buen humor, quejarse parece una perversidad. ¿Quién va a querer salir con una persona “negativa”, o darle trabajo? El truco, si quieres progresar, es fingir que te sientes animadísimo, por mucho que quizá no sea así en absoluto.

El primero de los grandes textos sobre cómo *actuar* de forma positiva fue el de Dale Carnegie, titulado *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*, que salió en 1936 y sigue en las librerías. Carnegie, que al parecer alteró su apellido original, Carnagey, para que fuera el mismo que el del industrial Andrew Carnegie, ya daba por supuesto que sus lectores no se *sentían* felices, pero sí que podían manipular a los demás actuando: “¿No tienes ganas de sonreír? ¿Y qué? Dos cosas. La primera, oblígate a sonreír. Si estás

solo, fuérsate a silbar o tararear una melodía, o canta”. Según Carnegie, uno puede “obligarse” a actuar de forma positiva, o “formarse” para hacerlo: “Muchas empresas les dan a sus telefonistas cursos de formación para que aprendan a recibir cada llamada con un tono de voz que irradie interés y entusiasmo”. La telefonista no tiene que sentir tal entusiasmo; le basta con “irradiarlo”. En el libro, el logro sumo es aprender a fingir sinceridad: “Las muestras de interés, siguiendo un principio que rige para todas las relaciones humanas, deben ser sinceras.”⁴ ¿Y cómo se hace para dar “muestras” de sinceridad? Nadie lo explica, pero no se sabe cómo alguien podría conseguirlo sin desarrollar cierta habilidad de actor. El sociólogo Arlie Hochschild publicó en la década de 1980 un estudio muy famoso en el que argumentaba que las azafatas sufren estrés y se sienten vacías emocionalmente por la exigencia de atender a los pasajeros con continuo buen humor.”⁵ “Pierden el contacto con sus propias emociones”, me dijo Hochschild cuando lo entrevisté.

La fama de Carnegie fue creciendo a lo largo de todo el siglo XX. Los miembros de la clase media que, en vez de trabajar como granjeros o pequeños tenderos autónomos, lo hacían como asalariados de grandes empresas, era cada vez mayor, y en este tipo de empleos lo más fácil era que no tuvieran que intervenir sobre objetos físicos, como las vías del tren o las minas, sino sobre otras personas. El viajante trabajaba en sus clientes, el gerente en sus subordinados y compañeros. En 1956, el sociólogo William H. Whyte escribió que para él este progreso tenía enormes contrapartidas, porque era un paso hacia el tipo de colectivización mortal para el espíritu que ya se había impuesto en la Unión Soviética. “Siendo como es la vida de las corporaciones, la persona no tiene más remedio que pasarse la mayor parte de su horario laboral dentro de un grupo”. Y en un entorno tan interconectado, los “conocimientos intangibles” sobre las relaciones humanas llegan a contar más que la formación o la experiencia laboral. Como observó Carnegie, “incluso en ámbitos tan técnicos como el de la ingeniería, alrededor del quince por

ciento del éxito económico se puede atribuir a los conocimientos profesionales, y el otro ochenta y cinco por ciento lo consigue la destreza en ingeniería humana.”⁶

Hoy, ya casi nadie necesita que le recuerden la importancia de las habilidades interpersonales. La mayoría trabajamos con personas, para personas, o alrededor de otras personas. Nos hemos convertido en el decorado emocional de las vidas ajenas; no tanto individuos con nuestras manías y nuestras necesidades como surtidores de sonrisas y de optimismo. “El noventa y nueve por ciento de las personas dicen que prefieren estar rodeadas de gente más positiva”, asegura un libro de autoayuda publicado en 2004, *¿Está lleno su cubo?: Estrategias para potenciar sus emociones positivas*. La elección es obvia: ¿gente crítica y que pone pegos, o gente sonriente y que dice sí a todo? Y, cuanto más se atrincheró este culto al buen humor, más te vale adaptarte a él, porque tus colegas del trabajo no esperan menos. Según Gary S. Topchick, consultor de recursos humanos, “el

Departamento de Estadística Laboral estima que las empresas norteamericanas pierden cada año tres mil millones de dólares por culpa de las actitudes y las conductas negativas en el trabajo”, es decir, por culpa de, entre otras cosas, la impuntualidad, la grosería, los errores y la alta rotación.⁸ En general, a un trabajador norteamericano se le puede despedir por cualquier cosa, excepto si queda meridianamente claro que el cese se debe a prejuicios de raza, sexo, edad o religión; por cualquier cosa puede ser incluso por no crear “buen ambiente”. Un informático de Minneapolis me contó que había perdido el trabajo por un comentario dicho como por casualidad, que nunca pudieron adscribirle a él, pero que se tomó como prueba de que tenía una actitud sarcástica y “negativa”. Una mujer llamada Julie, que leyó mi página web, me escribió desde Austin (Tejas) para contarme su experiencia en el centro de atención telefónica de la cadena de bricolaje Home Depot:

Trabajé allí durante casi un mes, y un día mi jefe me metió en un despachito y me dijo que ‘claramente, yo no era feliz allí’. La verdad es que siempre estaba

muerta de sueño porque tenía otros cinco trabajos a la vez para pagarme el seguro médico (trescientos dólares al mes) y el préstamo personal que pedí para ir a la universidad (cuatrocientos diez al mes), pero no recuerdo haberle dicho a nadie otra cosa que ‘estoy muy contenta con este trabajo’. Además, nadie me había dicho que hubiera que ser feliz para trabajar en un centro de atención telefónica. Tengo una amiga que trabaja en eso y me dice que [fingir felicidad] es como dejarte meter mano mientras te sientes morir por dentro.

En los últimos años, la novedad es que ese consejo de que por lo menos se actúe de forma positiva se ha convertido en algo imperioso. Ir en contra de esa corriente se paga cada vez más caro: desde quedarte en el paro hasta caer socialmente en desgracia, si no en total aislamiento. T. Harv Eker, fundador de la organización “Peak Potentials Training” [Entrenamiento de los Potenciales Estrella] y autor de un libro superventas publicado en 2005, *Los secretos de la mente millonaria*, aconseja quitarse de encima a las personas negativas, aunque vivan contigo: “Identifica una situación o una persona que te deprime. Líbrate de

esa situación o de esa relación. Si es alguien de la familia, empieza a verle menos.”⁹ De hecho, tal consejo ha llegado a ser un básico de la literatura de autoayuda, tanto laica como religiosa. “DESHAZTE DE LAS PERSONAS NEGATIVAS DE TU VIDA”, escribe Jeffrey Gitomer, orador motivacional y asesor. “Te quitan tiempo y te deprimen. Si no puedes librarte de ellos (si es tu cónyuge o tu jefe), dedícales menos tiempo.”¹⁰ Y, por si no queda claro, esto nos anuncia J. P. Maroney, orador motivacional que se autodenomina “el pitbull de los negocios”:

La gente negativa ME LA CHUPA.

La frase suena mal, pero me refiero a que las personas negativas son chupópteras. Chupan la energía de las personas positivas como tú y como yo. Chupan la energía y la vida de las buenas empresas y los buenos equipos, las buenas relaciones [...] Evítalos cueste lo que cueste. Si tienes que romper con alguien con quien tienes una relación de muchos años, porque la verdad es que te deja hecho polvo, qué se le va a hacer. Créeme, te va a ir mejor sin esa persona.¹¹

Pero, en la práctica, ¿qué significa eliminar a

todas las “personas negativas” de tu vida? Puede que no sea del todo mala idea separarse de un cónyuge que se pasa la vida despoticando, pero no resulta tan fácil abandonar a un crío de dos años caprichoso, o a un bebé llorón, o a ese hijo adolescente que está siempre de morros. Y en la oficina, aunque probablemente no venga mal detectar y poner freno a los que apuntan maneras de asesino en serie, hay otras personas que dan mucho la lata pero a las que de hecho puede merecer la pena prestar oídos: por ejemplo, el del departamento de administración que dice que los bancos dependen demasiado de las hipotecas, o el jefe de compras al que le preocupa que la empresa esté gastando demasiado en coches de lujo. Quitarse de encima a la gente que “te da bajón” significa correr el riesgo de quedarse solo o, peor aún, desconectado de la realidad. Si algo tiene de desafío la vida en familia, o la vida en compañía de cualquier tipo, es que hay que estar siempre pendiente del humor de los demás, haciéndoles caso cuando tienen razón, y consolándoles cuando lo necesitan.

Pero, en el mundo del pensamiento positivo, los demás no están ahí para que los cuidemos, ni para darnos baños de realidad que no les hemos pedido. Solo tienen sentido si nos animan, nos aplauden y nos reafirman. Y aunque esto suena de lo más despiadado, hay mucha gente normal que adopta esta filosofía a modo de credo, y que pone en su puerta o en el cristal trasero de su coche un cartel con la palabra “Quejicas” tachada. Es como si hubiera un déficit masivo de empatía, al que la gente responde dejando a su vez de practicarla. Ya nadie tiene tiempo ni paciencia para los problemas ajenos.

Esa prohibición de ser negativo, que cada vez se extiende más, la puso en práctica un pastor de Kansas City en 2006. El hombre colocó un cartel en la iglesia anunciando que el templo se convertía en “espacio libre de quejas”, y que además tampoco se iba a permitir ya criticar, cotillear ni hablar con sarcasmo. A modo de recordatorio y de “reprogramación”, el reverendo, Will Bowen, distribuyó entre los fieles unas pulseritas de silicona morada. Su objetivo era llegar a los

veintiún días sin quejas, pensando que pasado este periodo la gente ya habría perdido esa costumbre. Si alguien de los que llevaban la pulsera fallaba y se ponía a quejarse de algo, tenía que cambiársela de muñeca. Este expeditivo ataque contra la negatividad le reportó a Bowen una doble página en la revista *People*, y una mención en el programa de Oprah Winfrey. Pocos meses después, su parroquia había repartido más de cuatro millones y medio de pulseras en unos ochenta países. Bowen sueña con un mundo “libre de quejas” y presume de que se han repartido sus pulseras por colegios, cárceles y albergues para gente sin hogar. Del éxito que haya tenido en estos dos últimos entornos aún no nos han llegado noticias.

Así que eso de que actuar “en positivo” nos conduce al éxito se convierte en lo que suele llamarse “una profecía autocumplida”, al menos en el sentido contrario: no hacerlo nos lleva a fracasar de formas más graves, por ejemplo ganándonos el rechazo de nuestros jefes o incluso de nuestros queridos compañeros. Cuando los gurús nos animan a quitarnos de encima a la gente

“negativa”, nos están lanzando a la vez una advertencia: sonríe y no lledes la contraria, sigue al rebaño... o prepárate para el ostracismo.

Aun así, hacer una buena purga de gente negativa de nuestro entorno no basta; también hay que purgar cuidadosamente el ancho mundo. Todos los apóstoles y profesionales de la motivación están de acuerdo en que leer periódicos o ver el telediario es un error. Una revista *online* dedicada a quienes buscan pareja nos ofrece, junto a otra serie de consejos para desarrollar la actitud positiva, este: “Paso 5: deja de ver las noticias. Asesinatos, violaciones, estafas, guerras... las noticias no nos brindan más que historias negativas, y cuando tienes la costumbre de leer este tipo de cosas a diario, ese factor ambiental te empieza a afectar directamente”.

Jeffrey Gitomer no se queda ahí, sino que nos sugiere centrarnos solo en nuestros propios problemas, para así conseguir el pensamiento positivo: “Todas las noticias son negativas. Y la exposición continua a este tipo de noticias no

puede tener un efecto positivo en tu vida de ninguna forma. Te basta con un minuto y medio para leer por internet un resumen de noticias con el que te enteres de todo lo que necesitas saber. Eso te dejará tiempo libre que puedes dedicarte a ti mismo, y a trabajar en tu actitud positiva.”¹²

Pero, ¿por qué son “negativas” todas las noticias? Judy Braley, que se nos presenta como escritora y abogada, atribuye el exceso de malas noticias a la poca difusión que tiene el pensamiento positivo entre la gente:

La gran mayoría de la población del mundo no vive la vida en un entorno con actitud positiva. De hecho, creo que la mayoría de los habitantes del mundo vive en un entorno de dolor, y que quien vive desde el dolor no sabe hacer otra cosa que expandir más negatividad y más dolor. Para mí, esta es la explicación de muchas de las atrocidades de nuestro mundo, y la razón de que se nos bombardee incesantemente con negatividad.¹³

En la convención de la NSA, me puse a hablar con un hombre muy alto, cuyo corte de pelo al uno y porte rígido daban a entender que había pasado

por el ejército. Le pregunté si, en su calidad de asesor, sentía que la gente necesitaba que la animasen porque tenía depresión crónica. Y me respondió: “No, pero a veces la gente simplemente es vaga”. Luego confesó que hasta él se deprimía leyendo las noticias sobre la guerra de Irak, y que había decidido evitarlas por completo. “¿Y qué hay de aquello de estar informado para ser un ciudadano responsable?”, le pregunté. El hombre me miró un buen rato y luego me sugirió, sabiamente, que debía dedicarme profesionalmente a motivar a la gente para ello.

Además, por si a alguien no le basta con los noventa segundos de noticias que permite Gitomer, hay al menos dos páginas web en inglés que solo ofrecen “noticias positivas”. Una de ellas, Good News Blog [el blog de las buenas noticias], explica: “cuando la atención de los medios de comunicación generales se destina tanto a difundir brutalidades, horrores, perversiones y atrocidades, es fácil llegar a la conclusión de que la humanidad está en las últimas. Este blog promete mostrarles a sus lectores que las malas noticias solo se

convierten en noticia porque *son* infrecuentes e inauditas”. Entre los titulares más recientes de la página estaban: “Un niño adoptado conoce a su madre por la *webcam* gracias a un programa de telerrealidad”, “Unos estudiantes ayudan a una enfermera a curar a los caballos que rescata” y “Un loro avisa a una niña y le salva la vida”. En happynews.com [noticiasfelices.com], encontré sin embargo una abundancia sorprendente de noticias internacionales, aunque ninguna de ellas mencionaba el Congo, Darfur, Gaza, Irak ni Afganistán. Por el contrario, entre los titulares del día me encontré con: “Un bebé nepalí de siete meses consigue la operación que necesitaba para salvarle la vida”, “El tratado de aguas territoriales entre Estados Unidos y Canadá cumple 100 años”, “Muchos norteamericanos hacen propósitos altruistas”, y “Ex novios de la infancia se aventuran en un nuevo romance”.

Esta forma de aislarse de los dramas de la realidad y de las tragedias humanas apunta a que el pensamiento positivo se siente, en lo más profundo, completamente impotente. ¿Por qué vas

a dejar de ver el telediario? Según aquel hombre de la convención, porque “no puedes hacer nada”. También a Braley ver información sobre catástrofes le parece inútil: “Son noticias negativas que te pueden causar tristeza emocional, y ante las que no puedes hacer nada”. Ni se menciona siquiera la posibilidad de donar dinero, unirse a un movimiento pacifista o a un grupo de presión para que el Gobierno desarrolle políticas más humanas. En fin, por lo menos sí que se reconoce que no hay “ajuste de actitud” que te permita ver la parte buena de una noticia que empieza diciendo: “Las bajas civiles alcanzan...” o “La desnutrición se extiende...”.

Por supuesto, si los poderes de la mente fueran de verdad “infinitos”, uno no tendría por qué eliminar de su vida a la gente negativa; bastaría con que decidiera interpretar su conducta bajo un prisma positivo: quizá si me critica es por mi propio bien, quizá está de mal humor porque me quiere mucho y nota que no le hago caso, etcétera. Ese consejo que dice que tenemos que cambiar nuestro entorno, eliminando las noticias y las

personas negativas, sin ir más lejos, de hecho implica admitir que puede que exista un “mundo real”, externo, al que nuestros deseos no le afectan ni un ápice. Vista esta terrible posibilidad, la única respuesta “positiva” es retirarse a un mundo interior cuidadosamente diseñado, donde todo sea aprobación y afirmación, buenas noticias y gente que sonrío.

LA LEY DE LA ATRACCIÓN

Es cierto que a los tozudos se les amenaza con el palo del ostracismo, pero también se les pone delante una zanahoria de lo más apetecible: piensa en positivo y lo positivo vendrá a ti. Puedes tener cualquier cosa que desees, cualquiera, si concentras tu mente en esa cosa: dinero a espuestas, relaciones llenas de amor, una mesa a tu nombre en tu restaurante favorito. El universo está ahí para seguir tus anhelos, si sabes manejar el poder de lo que desees. Visualiza lo que quieres, y el objeto de ese deseo será “atraído” hacia ti. “Pide, cree, recibe”, o “Dilo y recíbelo”.

Estas noticias tan increíbles se llevan difundiendo en Estados Unidos durante al menos un siglo, pero se convirtieron en titular mediático global con renovadas fuerzas en el año 2006, con la llegada a las listas de éxitos de un devedé y un libro titulados *El Secreto*. A los pocos meses de publicarse, del libro se habían impreso ya 3,8 millones de ejemplares, y coronaba el *ranking* de ventas de los diarios norteamericanos *USA Today* y *The New York Times*. Sin duda, tuvo algo que ver que el volumen en sí fuera un objeto muy mono, impreso en papel cuché y diseñado a modo de manuscrito medieval con un sello de lacre rojo en la tapa, recordando un poco a ese otro gran éxito que fue *El código Da Vinci*. También lo apoyó el hecho de que su autora, una productora de televisión australiana llamada Rhonda Byrne, apareciera, en persona o a través de alguno de sus acólitos, en los programas más vistos de la televisión norteamericana, como los de Oprah Winfrey, Ellen DeGeneres o Larry King. Pero el éxito de *El Secreto* se cimentó sobre todo en el boca a boca: se extendió “como el virus de la

gastroenteritis, por las clases de Pilates, las páginas web tipo ‘Hazte rico en una semana’ y los blogs de automotivación”, como dijo un columnista del diario *Ottawa Citizen*.¹⁴ Yo conocí a una mujer negra que era fan del libro en la triste cafetería de una universidad pública a la que asistía; me confesó que ahora era *su* secreto.

A pesar de que los medios en general recibieron este libro con cierto respeto, entre los sectores más ilustrados atrajo –sin querer, indudablemente– una reacción entre espantada y burlona. Los críticos no sabían ni por dónde empezar. En el devedé, se ve a una mujer admirando un collar en el escaparate de una tienda, y a continuación aparece con él al cuello, sin más que haber hecho un esfuerzo consciente para “atraerlo”. En el libro, Byrne, que se pasó años luchando con sus problemas de peso, afirma que la comida no es lo que engorda; lo único que te hace ganar kilos es *la idea* de que la comida engorda. Luego cuenta la historia de una mujer que “atrajo” a su media naranja fingiendo que ya la tenía: dejó un hueco en

el garaje para su coche y vació la mitad de los armarios para hacerle sitio a la ropa de él... y *voilà*, encontró un hombre.¹⁵ La propia Byrne asegura haber usado “el secreto” para quitarse las dioptrías, llegando así a no necesitar gafas. La revista *Newsweek*, abrumada por tanta magia, no pudo sino asombrarse de que el libro “afirme explícitamente [...] que uno puede manipular la realidad física objetiva: los números de la lotería, las acciones de otras personas –que quizá no sean conscientes ni de la existencia de uno– a través de las ideas y los sentimientos.”¹⁶

Y no es que Byrne estuviera diciendo nada nuevo ni original. De hecho, lo único que hizo fue meter en un paquete las reflexiones de veintisiete pensadores inspiracionales, casi todos vivos, y muchos de ellos (como Jack Canfield, coautor del libro *Recetario: sopa de pollo para el alma*) ya bastante famosos. Casi la mitad del libro está dedicada a reproducir citas de estos gurús, cuya contribución se reconoce generosamente al final del libro, denominándolos “coautores destacados”

y dando una breve biografía de cada uno. Encontramos entre ellos a un “maestro de feng-shui”, al presidente de una empresa que vende “regalos inspiracionales”, a un corredor de Bolsa y a dos médicos. Pero la gran mayoría de estos coautores son gente que se presenta como “entrenadores” o conferenciantes motivacionales; uno de ellos es Joe Vitale, cuyo amor universal tuve oportunidad de sentir en aquella convención de conferenciantes. Así que no se puede decir que “el secreto” se guardara en un arca: es el saber colectivo de la profesión. Tres años antes de que se publicara el libro, yo ya había entrado en contacto con esa filosofía de “la mente por encima de la materia”, gracias un “entrenador de carrera” de Atlanta, no tan famoso, quien me enseñó que las circunstancias externas de uno, como estar en el paro o haber fracasado en algo, son proyecciones de su “sentido interno del bienestar”.

El concepto de que la gente, y no solo los deportistas, necesita un entrenador personal, surgió en la década de 1980, cuando las grandes empresas empezaron a contratar los servicios de

entrenadores deportivos de verdad para dar charlas en sus convenciones. Eran muchos los comerciales o gerentes que habían practicado un deporte de jóvenes, y de ahí que resultaran muy sensibles a un ponente que les recordaba sus mejores momentos en la cancha. A finales de esa misma década, John Whitmore, ex corredor de automovilismo y entrenador deportivo, fue el primero en sacar las técnicas de entrenamiento de la pista deportiva y meterlas en los despachos; su objetivo era fomentar los “resultados”, así en abstracto, también los que se cosechaban sentado a una mesa. Y de pronto el tipo de individuos que hasta ese momento se consideraban a sí mismos “asesores” empezaron a llamarse “entrenadores”, y a hacer negocio inculcándoles a personas normales, a ejecutivos sobre todo, una actitud positiva o “ganadora”. Del mundo del deporte se trajeron, como novedad, la idea de visualizar la victoria, o al menos el buen resultado, antes de jugar el partido; eso mismo hacen Byrne y su panda cuando hablan de la importancia de visualizar lo que uno desea que le suceda.

Había otras fuentes, además del deporte, de las que manaba esta nueva sabiduría que llevaba ya años fluyendo en el mundo de los gurús de la autoayuda y de los “profesores espirituales”, la mayoría de los cuales no se mencionan en el libro de Byrne. Por ejemplo, en 2004 se lanzó el documental *¿Y tú qué sabes!?*, producido por una secta *new age* liderada por una mujer de Tacoma llamada JZ Knight, que asegura ser la “canalizadora” de un espíritu guerrero de hace treinta y cinco mil años llamado Rathma. En ese audiovisual, la actriz Marlee Matlin cuenta que ha dejado el Xanax, un ansiolítico, gracias a su nueva apreciación espiritual de las infinitas posibilidades de la vida. En la Escuela de Iluminación Rathma, los alumnos hacen una lista de sus objetivos, los pinchan en un mural, y tratan de conseguirlos a través de extenuantes sesiones de “meditación”, durante las que escuchan rock duro a todo volumen. Mike Hernacki, que trabaja más el lado empresarial como “asesor para el éxito”, publicó *The Ultimate Secret to Getting Absolutely Everything You Want* [El secreto

definitivo para conseguir absolutamente todo lo que deseas] en 1982; otros continuadores del género fueron *La ley de la atracción: la ciencia de atraer más de lo que quieres y menos de lo que no quieres*, de Michael J. Losier (2006) y *Los secretos de la mente millonaria*, de T. Harv Eker. Este último nos explica que “el universo, o dicho de otro modo, ‘el alto mando’, se puede comparar con un gran departamento de venta por correo”; metáfora que, por cierto, también emplea Vitale.¹⁷ Si se dan órdenes claras y sin ambigüedades, puede uno estar seguro de recibir a su debido tiempo lo que ha encargado.

Pero, ¿qué es lo que les gusta tanto a los profesionales del entrenamiento de estos poderes místicos? Pues sobre todo el hecho de que no tienen mucho más que enseñarles a sus “entrenados”. Un “entrenador de carrera” puede instruir a sus clientes sobre cómo escribir el currículum y preparar ese discurso de autopromoción que se suele llamar “de ascensor”, es decir, que se puede soltar en treinta segundos,

pero en cuanto a habilidades concretas no tienen gran cosa que ofrecer. Ni ellos ni los “entrenadores de éxito” pueden enseñar a nadie a arrojar una jabalina más lejos, a usar mejor un ordenador o a organizar el flujo de información dentro de un equipo de trabajo grande. Solo les queda trabajar en el ámbito de las actitudes y las expectativas de la persona, de ahí que les convenga partir de la premisa metafísica de que el éxito vendrá rodado si se lleva a cabo determinada intervención “actitudinal”. Y, si aun así no llega, si sigues sin conseguir financiación o atrapado en un empleo sin horizontes, la culpa es tuya, no del entrenador. Será que no has trabajado lo suficiente, y que tienes que esforzarte más.

Ese tipo de metafísica que se difunde en las charlas de los entrenadores y en libros como *El Secreto* tiene un inconfundible parecido con los diversos tipos ancestrales de magia, sobre todo con la “magia simpática”, basada en la idea de que lo semejante atrae a lo semejante. En este tipo de magia, se considera que un objeto fetiche o talismán (para la magia negra se usa por ejemplo

la muñeca de vudú llena de alfileres) puede atraer lo que se desea. En el caso del pensamiento positivo, esa idea positiva, o imagen mental de lo que uno anhela, actúa a modo de fetiche interno que hay que tener siempre en mente. Catherine Albanese, historiadora de las religiones, lo explica así: “En la magia material, el comportamiento simbólico pasa por usar objetos o accesorios especialmente confeccionados, de forma ritual, para la ceremonia mágica”, mientras que en la “magia mental”, a la que pertenece la variedad del pensamiento positivo, “se interioriza el escenario, y en él se desarrolla alguna forma de meditación o de visualización guiada que se convierte en el ritual predominante.”¹⁸

Sin embargo, en ocasiones puede hacer falta un fetiche físico. John Assaraf, un emprendedor y entrenador que figura entre los coautores de *El Secreto*, explica así cómo se usa un “tablón de la visión”:

Hace muchos años que encontré otra forma de representar algunas de las cosas materiales que quería poseer en la vida, como un coche, una casa y similares.

Empecé a recortar fotografías de los objetos que deseaba, y a construir estos tabloncillos de la visión. Y me pasaba cada día unos dos o tres minutos sentado en mi mesa mirando el tabloncillo. Luego cerraba los ojos y me veía como dueño del coche soñado, o de la casa soñada, o del dinero que quería tener para mí y del que quería tener para donarlo a obras benéficas.¹⁹

Pero donde encontramos en todo su esplendor el vínculo con las formas de magia más antiguas y “primitivas” es en estas instrucciones, extraídas de una página web, para crear un peculiar tabloncillo de la visión:

Deje en blanco las cuatro esquinas de su tarjeta o cartel, y decore el resto con purpurina, lazos, símbolos mágicos, hierbas, o lo que para usted tenga vínculo con la prosperidad. A continuación, coja un billete de un dólar, córtelo las cuatro esquinas, y péguelas en los cuatro lados de su tarjeta. Esto es ‘magia simpática’: para conseguir dinero, hay que tener dinero. Por último, escriba las siguientes instrucciones de uso de su talismán, en el dorso de la propia pieza o en un papel aparte:

- Esto es un talismán de prosperidad. Póngalo donde lo vaya a ver a diario, preferiblemente en su dormitorio.
- Estréchelo contra su pecho al menos una vez al día, recitando durante varios minutos esta letanía: ‘Talismán

de la prosperidad, vengan a mí las cosas buenas’.

- Sentirá cómo llega la magia. [20](#)

Pero, quitando el uso de estos talismanes caseros, a la mayor parte de los entrenadores les ofendería mucho que los asociaran con la magia. Lo que ha conseguido que el pensamiento positivo gane cierta credibilidad colectiva es el hecho de que, según nos aseguran, tiene una firme base científica. A la pregunta de cómo hacen los pensamientos positivos para atraer resultados positivos, la respuesta es “la ley de la atracción”, que es tan fehaciente como la de la gravedad. Bob Doyle, otro de los “coautores destacados” de *El Secreto*, y fundador del sistema de entrenamiento “Wealth Beyond Reason” [Riqueza más allá de la Razón], afirma en su página web: “Al contrario de lo que se suele creer, la Ley de la Atracción NO es un concepto *new age*. Se trata de un principio científico que está operando sin duda alguna en tu vida, en este mismo momento”. Esta forma de recurrir a las bases científicas sin duda ha contribuido al enorme éxito del pensamiento

positivo en el mundo de los negocios, que quizá sea el menos receptivo a las ideologías que provengan, por ejemplo, de los médiums o de la filosofía rosacruz. Y también debió de ser la parte científica del asunto lo que hizo que los principales programas y medios le prestaran atención a *El Secreto* y a sus firmantes; el popular presentador norteamericano Larry King invitó a unos cuantos de los autores a su programa y los presentó con cierta cara de póquer y las siguientes palabras: “Esta noche, ¿están pensando que les va mal en el amor, en el trabajo, en la vida en general, o que necesitan dinero? Pues usen la cabeza. Pensando, pueden mejorar en todo. Los pensamientos positivos tienen poder transformador, tienen la capacidad de atraer las cosas buenas que ustedes desean en el fondo. ¿Les parece que exagero? Piénsenlo otra vez. Lo dice la ciencia”.

Los entrenadores y los gurús de la autoayuda llevan años empleán dose a fondo para encontrar la fuerza que lleve los resultados deseados hacia la persona que los desea, que coja el collar del

escaparate y se lo ponga al cuello a la mujer que lo está admirando. Hernacki escribió en 1982 un libro en el que reinterpretaba la fuerza de la gravedad, que nos resulta tan familiar, apuntando la fórmula que vincula la masa de dos objetos con su aceleración. Pero basta con haber estudiado la física de secundaria para ver que aquí se presentan dos problemas. Uno, que los pensamientos no son objetos con masa, sino impulsos neuronales que tienen lugar dentro del cerebro. Y dos, que si ejercieran alguna especie de atracción gravitatoria sobre los objetos que tienen alrededor, no habría forma de que uno se quitara el sombrero.

Michael J. Losier dio con una formulación alternativa, que reconoce la naturaleza inmaterial de los pensamientos, y habla de ellos como “vibraciones”. “En el mundo de las vibraciones”, escribe, “hay dos tipos: la vibración positiva (+) y la negativa (-). Cada estado de ánimo y cada sentimiento te hacen emitir, enviar u ofrecer una vibración, positiva o negativa.”²¹ Pero los pensamientos tampoco son “vibraciones”, y las

vibraciones que conocemos se caracterizan por tener amplitud y frecuencia... no existe eso de las vibraciones positivas o negativas.

Otra fuerza que le llama mucho la atención al pensamiento positivo es el magnetismo, desde por lo menos 1937, en que se publicó el libro *Piense y hágase rico*, que aún se vende a buen ritmo. En sus páginas se afirmaba que “los pensamientos, como imanes, atraen hacia nosotros las fuerzas, las personas y las circunstancias de la vida que armonizan con ellos.”²² Y ciertamente, en su calidad de impulsos neuronales producidos por la actividad eléctrica del cerebro, los pensamientos generan un campo magnético, pero tan débil que da pena. Un columnista de la revista *Scientific American* apunta: “El campo magnético del cerebro es de 10^{-15} teslas, y se disipa enseguida alrededor del cráneo, engullido por otras fuerzas magnéticas, sobre todo por la de la Tierra, que es 10^{-5} teslas, es decir, diez órdenes de magnitud más potente.”²³ Diez órdenes de magnitud significan 10.000.000.000 contra 1. Y, como todo el mundo

sabe, nuestras cabezas no atraen ni repelen los imanes, ni se nos quedan pegadas a la puerta del frigorífico.

Pero sí que hay un tipo de actividad mental que afecta al mundo físico, aunque hace falta mucha intervención tecnológica. Existen técnicas de biorretroalimentación que permiten que alguien aprenda, a base de puro ensayo y error, a generar una actividad eléctrica cerebral que mueva un cursor por una pantalla. Para ello hace falta además ponerse un casco lleno de electrodos, o electroencefalógrafo, que detecte los impulsos eléctricos intracraneales, los amplifique y los traslade al ordenador; la técnica se usa a veces para ayudar a personas que sufren parálisis total a comunicarse. En ello no interviene ninguna fuerza del tipo “la mente por encima de la materia”, excepto en sentido metafórico, si es que queremos pensar que la tecnología representa nuestra “mente” colectiva. Por lo demás, nadie es capaz de mover un cursor por una pantalla solo con la mente, sin asistencia técnica, y menos podrá mover dinero en dirección a su cuenta bancaria.

Luego vino a unirse a la nube de explicaciones la física cuántica, o al menos una versión muy filtrada y adaptada. Byrne recurre a ella en *El Secreto*, como ya lo hacía el documental *¿¡Y tú qué sabes!?*, y hoy ya no hay entrenador de vanguardia que no la use. La gran premisa de la física cuántica, para los pensadores *new age* y los filósofos oportunistas en general, es que parece librarnos de las tristes cadenas del determinismo. Tal como ellos lo cuentan, a nivel subatómico puede pasar cualquier cosa, porque allí ya no son de aplicación las leyes de la física newtoniana; ¿por qué no va a pasar lo mismo en nuestras vidas? Yo no estoy segura de seguirles muy bien el razonamiento, pero según parece la física cuántica tiene dos características que nos brindan libertad ilimitada. Una es la dualidad de la materia (onda/partícula), lo que significa que las ondas, como el sonido, son también partículas (fotones); y que las partículas subatómicas, como los electrones, se pueden considerar asimismo ondas, esto es, que se pueden describir con una ecuación. Extrapolándolo un poco a lo loco, como les gusta a

los pensadores positivos, los seres humanos somos en conjunto ondas o vibraciones. “Ese es nuestro ser”, nos dijo Sue Morter en la charla de la NSA, haciendo ondas con los dedos a modo de vibración, “un parpadeo”; y en calidad de vibraciones debemos de tener mucha más libertad de movimiento que esta de la que disfrutamos como criaturas de sesenta o setenta kilos de peso, sometidas a la gravedad y hechas de carbono, oxígeno y demás.

El otro concepto interesante de la física cuántica, del que se abusa más todavía, es el principio de incertidumbre, que viene a decir que no podemos conocer a la vez la trayectoria y la posición de una partícula subatómica. Este principio suele formularse con una frase más de andar por casa, diciendo que el mero acto de medir algo, a nivel cuántico, afecta a aquello que se mide, ya que para establecer las coordenadas de una partícula (un electrón, por ejemplo), hay que aislarla en un punto determinado de su trayectoria, es decir, someterla a lo que se denomina “colapso de la función de onda”. El

físico al que cita Rhonda Byrne da una interpretación muy moderna y *new age* de todo esto: “de hecho, la mente está dando forma al objeto que percibimos.”²⁴ Y desde ahí salta, sin esfuerzo aparente, a la conclusión de que nuestra mente está creando el universo a todas horas. Así lo escribió un entrenador vital: “Somos Creadores del Universo [...] Gracias a la física cuántica, la ciencia está dejando atrás el concepto de que los seres humanos somos víctimas impotentes, y progresando hacia el entendimiento de que nos hallamos completamente capacitados para ser los creadores de nuestras vidas y de nuestro mundo.”²⁵

Según el premio Nobel de física Murray Gell-Mann, todo esto no son más que “chorradas cuánticas”. Sin ir más lejos, porque los efectos cuánticos entran en acción en una dimensión infinitamente menor que la de nuestro cuerpo, nuestras células nerviosas o incluso las moléculas que se ocupan de transferir nuestros impulsos neuronales. Otra persona muy respetable, Michael Shermer, responde al documental ¿Y tú qué

sabes!? que recurre continuamente a la física cuántica para explicar la ley de la atracción, apuntando que “para que un sistema pueda describirse a partir de la mecánica cuántica, normalmente su masa (m), velocidad (v) y distancia (d) deben ser del orden de la constante de Planck (h) [$6,626 \times 10^{-34}$ julio-segundos]”, es decir, más que diminuto. Y añade que, según ha calculado un científico, “la masa de las moléculas de los neurotransmisores, y su velocidad cuando recorren la distancia de las sinapsis, vienen a ser de dos órdenes de magnitud mayores de lo que tendrían que ser para que actuaran sobre ellas las fuerzas cuánticas.”²⁶ Es decir, que nuestros procesos mentales parecen quedar definitivamente condenados a la prisión determinista de la física newtoniana de siempre.

Y, respecto a ese supuesto poder de la mente para dar forma al universo: si la física cuántica nos sirve para algo, es para que recordemos humildemente cuáles son los *límites* de la mente y la imaginación humanas. El hecho de que unas

cositas como los electrones y los fotones puedan actuar como ondas y a la vez como partículas no significa que sean libres de hacer lo que les plazca, ni por supuesto que nosotros seamos capaces de convertirnos a nuestra vez en ondas. Por desgracia, lo que quiere decir es que no podemos ni imaginar el aspecto de estos entes diminutos, o por lo menos no podemos representárnoslos con las imágenes de nuestro mundo no-cuántico. Y el principio de incertidumbre tampoco significa “la mente está dando forma a aquello mismo que percibe”; solo dice que existen unos límites respecto a lo que somos o seremos capaces de saber sobre, entre otras cosas, una partícula cuántica. ¿Dónde está *de verdad* situada, y a qué velocidad se desplaza? No podemos saberlo. Hasta el físico de tendencias místicas en el que se basa Byrne para *El Secreto* se distanció, cuando lo entrevistó la revista *Newsweek*, de la idea de que exista una fuerza física a través de la cual la mente pueda hacer realidad sus deseos.

Pero de estos detalles no se habló en las charlas

de la NSA dedicadas a cantar las alabanzas de la física cuántica, aunque aquí sería mejor poner lo de “física cuántica” entre comillas. A Sue Morter solo le faltó levitar por el escenario mientras aseguraba que “tu realidad viene determinada simplemente por aquella frecuencia [de energía] por la que decides dejarte llevar”. Por desgracia, añadió también, “nos han educado en las ideas de Newton”, y de ahí que nos cueste captar los conceptos de la física cuántica. Lo que no quedó claro es hasta qué punto los ha entendido Sue Morter, que es quiropráctica de profesión; sin centrarnos en su afirmación de que somos vibraciones que eligen su propia frecuencia, también cometió una serie de errores menores pero muy sospechosos, como el de hablar de “la nube de electrones que rodea el átomo” (los electrones son parte del átomo, y orbitan alrededor de su núcleo). Eso sí, la buena noticia es que “la ciencia nos ha mostrado, sin sombra de duda”, que creamos nuestra propia realidad. No se sabe muy bien cómo el hecho de que las partículas puedan actuar como ondas y viceversa significa que “lo

que tú decidas que es verdad, es verdad”; frase que parece demasiado intensa como para ponerse a discutirla.

Al salir de la charla de Morter, me fui a un seminario titulado “La última frontera: ¡tu mente sin límites!”, dirigido por Rebecca Nagy, una “predicadora nupcial” de Charlotte (Carolina del Norte), que se presentó como “miembro del mundo cuántico espiritual”. La sesión empezó con todos los asistentes repitiendo “Soy un cocreador”, supongo que para que el prefijo “co” sirviera de muestra de respeto hacia el creador tradicional. Luego vimos una presentación en la que varias de las pantallas mostraban una especie de sistema planetario con estrellas —¿o serían electrones?— que orbitaban a su alrededor anunciando que “los seres humanos somos a la vez receptores y transmisores de señales cuánticas (ENERGÍA LUMINOSA)”. En un momento dado, Nagy pidió dos voluntarios que le ayudaran a demostrar los poderes ilimitados de la mente. Salieron dos mujeres y a una le dio dos varillas de zahorí para que las sujetara pensando en un ser amado. Pero

por mucho que Nagy fue ajustando la posición de las varas no sucedía nada, y al final dijo: “¡No hay que juzgar! ¿Estamos de acuerdo? Aquí no juzgamos”. Por fin, tras ajustar la posición durante varios minutos, musitó: “No funciona”, y apuntó la posibilidad de que el fallo se debiera a que estábamos en un hotel.

Yo decidí a partir de entonces enterarme de lo que pensaban los otros asistentes sobre aquella palabrería pseudocientífica que oíamos por todas partes. Se trataba de gente muy comunicativa, con la que era fácil entablar conversación, y me pareció que quizá si le contaba a alguien mis dudas sobre esa forma de recurrir a la física cuántica podría pasar del nivel de conversación de “¿Te están gustando las conferencias?”, llegando a algún territorio común o a provocar un cisma intelectual. Algunos admitieron modestamente que la cosa les quedaba un poco grande, pero nadie mostró el menor escepticismo. En otro seminario me senté al lado de una mujer que se presentó diciendo que era profesora de empresariales. Cuando yo le comenté que me preocupaba tanta

referencia a la física cuántica, respondió: “Se supone que venimos a que nos sacudan un poco”. Yo le dije que no era eso, sino que me preocupaba hasta qué punto tenía algo que ver lo que nos contaban con la verdadera física. “A eso vengo yo también”, respondió con rostro inexpresivo. Tardé un poco en recuperarme y preguntarle más, y así me enteré de que la física cuántica “es lo que va a afectar a la economía global”.

Sí que me encontré a un escéptico: el conductor de un seminario, que se presentó como “entrenador de liderazgo” y “físico cuántico”, con un título de posgrado en física nuclear. Tras oír su charla fui a hablar con él a solas, y reconoció que “se dicen muchas tonterías”, pero seguía afirmando que la física cuántica y el pensamiento *new age* “tienen muchos puntos en común”. Ante mi insistencia, me dijo que no era conveniente poner en cuestión el abuso que se estaba haciendo de la física cuántica, “porque miles de personas creen en ella”. Pero la respuesta más increíble que obtuve fue la de una asesora vital de California muy bien vestida. Tras resumirle yo en un par de frases lo incómoda que

me sentía ante tanta física cuántica de pega, la mujer me lanzó una mirada amablemente terapéutica y preguntó: “¿Quieres decir que a ti no te funciona?”.

En aquel momento, y por primera vez desde que estaba rodeada de toda aquella gente tan simpática, me sentí completamente sola. Si la ciencia es algo que podemos aceptar o rechazar según nuestros gustos personales, ¿qué tipo de realidad compartíamos aquella mujer y yo? Si a mí “me funcionara” decir que el sol sale por el oeste, ¿me diría ella que le parecía bien, aceptando que era mi forma de ver las cosas? Quizá yo tendría que haberme quedado impresionada por el simple hecho de que aquellos pensadores positivos se molestaran en apelar a la ciencia al menos un poco, sea a las “vibraciones” o a la física cuántica, aunque fuera en una forma algo devaluada. Si uno basa sus creencias o su cosmovisión en la ciencia (o en algo que pasa por tal) es porque desea tender puentes con los no creyentes y no iniciados, decirles que también ellos pueden llegar a las mismas conclusiones si

realizan las mismas observaciones sistemáticas y las mismas deducciones. La otra opción es que uno base su visión del mundo en una revelación, en un conocimiento místico, porque son cosas que uno no siempre puede compartir con los demás. En otras palabras, la ciencia tiene algo que viene muy bien para la vida social: se apoya completamente en observaciones que pueden ponerse en común con otras personas, y que ellos pueden repetir. Pero en el mundo de lo “que tú decidas que es verdad, es verdad”, ¿qué tipo de conexiones puede trazar la gente entre sí? La ciencia, como la mayor parte de las interacciones entre seres humanos, depende de que todos estén de acuerdo en que existen, además de nosotros, otros seres conscientes, y que compartimos con ellos el mismo mundo físico, con todas sus sorpresas, sus aspectos conflictivos y sus peligros.

Pero no está claro que *existan* otras personas en el universo que imaginan los pensadores positivos; ni que, de haberlas, importen algo. ¿Qué pasa si desean lo mismo que nosotros, el mismo collar, o si a ellos les conviene que algo tenga un resultado

totalmente distinto al que preferimos nosotros, por ejemplo en un partido o en unas elecciones? En *El Secreto*, Byrne cuenta la historia de Colin, un niño de diez años que visita por primera vez Disneylandia y se desanima mucho al comprobar que hay que hacer cola para todo. Pero el chico ha visto el documental de Byrne, y sabe que basta con pensar: “Mañana me gustaría subirme en todas las atracciones más chulas sin tener que esperar nada”. Dicho y hecho: a la mañana siguiente, a su familia la escogen para ser “La Primera Familia” de ese día, y los ponen siempre a la cabeza de todas las filas, dejando detrás a cientos de grupos.²⁷ ¿Qué pasa con todos esos niños, condenados a esperar porque Colin tenía la ventaja de haber visto *El Secreto*? O, en esa historia del pretendiente que es atraído mágicamente hacia la mujer que vació medio armario y medio garaje para hacerle sitio: ¿era lo que quería también él, o no fue sino un peón en la fantasía de ella?

Fue esta última posibilidad la que provocó la

reacción del presentador Larry King, aquella noche en que tuvo como invitados de su programa a algunos de los “profesores” de *El Secreto*. Uno de ellos dijo: “He planificado mi vida como un maestro, y una de las cosas con las que siempre soñaba era con venir a su programa, sentarme enfrente de usted hablando de lo que voy a hablar hoy. Así que [la ley de la atracción] funciona”. Esto le pareció un exceso a King, y quizá hasta le ofendió la idea de ser un objeto de “atracción” en la vida de otra persona. “Si alguno de ustedes tiene mi foto en un tablón de la visión”, saltó, “iré a arrancarla”. Fue una situación en la que no suele verse un presentador famoso, la de tener que recalcar que él, Larry King, no era solo una imagen que cualquiera puede poner en su tablón, sino un ser independiente con voluntad propia.

Los pensadores positivos han llegado a concebir un universo maravilloso, una aurora boreal inmensa y brillante en la que los deseos se dan la mano con su encarnación. Allí todo es perfecto, o tan perfecto como uno quiera. Los sueños salen y se cumplen por sí solos, los deseos

solo esperan ser articulados. Es un sitio de una soledad espantosa.

III

LAS NEGRAS RAÍCES DEL OPTIMISMO ESTADOUNIDENSE

La pregunta es: ¿cómo han llegado los estadounidenses, en tal cantidad, a adoptar esta visión del mundo tan rosa y auto-gratificante? La respuesta puede ser obvia: el suyo es un mundo “nuevo”, que desborda oportunidades y posibilidades de hacerse rico, al menos después de que uno se haya deshecho de los indígenas. Qué razón iban a tener para el pesimismo o las ideas negras esos nuevos colonos, escapados de una Europa superpoblada, ante la enorme extensión de tierra que se ponía a su disposición. Seguramente, fue esa cantidad de espacio aparentemente infinito, esa frontera que cada vez se situaba un poco más lejos, junto con los enormes recursos naturales, la razón de que los estadounidenses llegaran a adoptar el pensamiento positivo como ideología común. Pues no; las cosas no fueron así. Los estadounidenses no inventaron el pensamiento

positivo porque su entorno les animara a ello, sino porque antes habían probado lo contrario.

Los colonos blancos que llegaron a Nueva Inglaterra se traían el calvinismo, un sistema al que se podría describir como una depresión obligatoria. Su dios era “completamente arbitrario”, como escribió la investigadora literaria Ann Douglas, un ente todopoderoso que “hace sentir el odio que alberga hacia sus criaturas, no su amor hacia ellas.”¹ Este dios tenía un cielo, pero con escaso aforo, y los privilegiados que accedieran a él ya habían sido escogidos antes de nacer, por predestinación. Para los vivos, su deber era examinar sin cesar “las terribles abominaciones de sus entrañas”, y extirpar como pudieran los pensamientos pecaminosos, signo seguro de condenación.² Para el calvinismo, solo había una forma de descansar de esa forma angustiosa de auto-examinarse, y era trabajar de firme en otra cosa: desbrozar, plantar, bordar, levantar casas y negocios. Todo lo que no fuera trabajo, físico o espiritual, era un pecado

despreciable, por ejemplo vagar tranquilamente o intentar divertirse.

En mi infancia, todavía me rozó algo de esta filosofía, aunque ya en forma muy leve y nada teológica. Una rama de mis antepasados venía de Escocia, de donde habían salido pitando cuando los terratenientes de allí decidieron que iban a transformar las granjas en pastos para ovejas, que daban más beneficios. En fin, estos lejanos familiares míos llegaron procedentes de Escocia, y en su nueva tierra siguieron practicando su severo presbiterianismo calvinista. Dada la extrema pobreza de la generación de mi abuela, mis bisabuelos acabaron criando a mi madre, que aunque años después se rebeló contra su herencia presbiteriana (fumó, bebió y leyó libros tan soeces como el informe Kinsey sobre sexualidad), no pudo evitar transmitirnos algunas de sus pautas. Mostrar los sentimientos, aunque fuera con una mera sonrisa, era un signo de “afectación”, y echarse a llorar era pedir a gritos que te dieran una torta. Si te encontrabas mal físicamente, el único antídoto era el trabajo, así que mi pobre madre,

que no trabajaba fuera y solo había estudiado hasta secundaria, llenaba sus horas limpiando como una loca y haciendo trabajos domésticos de todo tipo. Una de sus frases favoritas era: “Si la vida te pone de rodillas, aprovecha para fregar el suelo”.

Así que yo mantengo cierto respeto hacia ese espíritu calvinista (o, en sentido más amplio, esa ética protestante), que te dice que hay que ser fuerte, que se basa en la autodisciplina y no confía en la aceptación incondicional de un dios amoroso. Pero también conozco algo de sus tormentos (aunque en mi caso se vieron mitigados por mi padre, que era de origen irlandés): el trabajo, trabajar de firme, de forma productiva, en algo que se vea y que el mundo pueda notar, era nuestra única plegaria y nuestra salvación, tanto contra la pobreza como a modo de refugio contra una vida sin sentido, aterradora.

Estos rasgos calvinistas, ya sin teología, persistieron e incluso florecieron en la cultura norteamericana hasta finales del siglo XX. En las décadas de 1980 y 1990 las clases medias y altas

llegaron a considerar que el estar muy ocupado, fuera en lo que fuera, constituía un signo de estatus, que además les venía muy bien a los empresarios porque era lo que se esperaba cada vez más del trabajador, sobre todo con la llegada de las nuevas tecnologías, cuando desapareció la frontera entre trabajo y vida privada: el teléfono móvil se lleva siempre encima, y el ordenador portátil va y viene con su dueño de casa al trabajo. Fue entonces cuando entraron en el léxico términos como “multitarea” y “adicto al trabajo”. Las elites de antes presumían de su vida ociosa, mientras que las de ahora se jactan de estar “agotados”, siempre “metidos en mil líos”, siempre dispuestos a reunirse por videoconferencia o hacer un último esfuerzo. Y en el mundo académico, donde uno esperaría que la gente tuviera más control sobre las horas que dedica al trabajo, ese concepto del exceso de tarea como virtud alcanza proporciones casi religiosas. Los profesores dicen con orgullo que andan “enloquecidos” por sus múltiples responsabilidades, y ni el verano les da un poco de tregua; por el contrario, es la época en que se

dedican a investigar y escribir como locos. Una vez estuve pasando unos días con una pareja de catedráticos en su casa de verano de Cape Cod, y me enseñaron con orgullo el salón, que habían dividido en dos zonas de trabajo, una para cada uno. Si tenían que salirse de su rutina diaria (trabajar, almorzar, trabajar, salir a hacer *footing* por la tarde) se ponían nerviosísimos, como si sintieran que estaban a punto de dejarse caer en un abismo de completa y pecadora indolencia.

En las colonias norteamericanas (sobre todo en Nueva Inglaterra, y también, aunque menos, en Virginia), fueron los puritanos quienes sembraron la semilla de su ideología austera y punitiva. Sin duda, en parte gracias a ella pudieron sobrevivir en el Nuevo Mundo, porque solo se salía adelante con inmenso esfuerzo, pero los pobres también tuvieron que esforzarse al máximo para que el propio calvinismo no acabara con ellos. El peso del calvinismo sobre el individuo, el peso de ese esfuerzo constante y ese continuo autoexamen que lleva al odio de sí mismo, puede resultar insoportable. Para los niños era terrorífico, como

al parecer le sucedía a Betty, la hija de quince años del juez Samuel Sewall, que vivió en el siglo XVII: “Tras la cena”, escribió Sewall, “la niña empezó a llorar sin consuelo, de una forma que hizo que toda la familia acabara llorando con ella. Su madre le preguntó qué le pasaba, pero no pudo explicarlo; por fin dijo que tenía miedo de ir al infierno, porque no era posible que se le perdonaran los pecados.”³ La gente se ponía literalmente enferma. En Inglaterra, el escritor Robert Burton, también del siglo XVII, culpaba a la religión de la epidemia de melancolía que afligía el país:

La principal cuita que aterroriza y atormenta a la mayoría de los afectados por problemas mentales es la enormidad de sus ofensas, el peso intolerable de sus pecados, la ira de Dios, que estará tan descontento con ellos que ya se consideran [...] condenados [...] Esta curiosidad furiosa, estas especulaciones innecesarias, la meditación estéril sobre el albedrío, el castigo, la voluntad, la gracia [...] son una tortura para el cerebro, y una cruz para el alma de demasiadas personas.⁴

Doscientos años después, esta forma de

“melancolía religiosa” seguía asolando Nueva Inglaterra, y muchas veces acababa reduciendo a personas adultas perfectamente saludables a un estado de mórbido abandono, que se traducía en enfermedades físicas y en terrores internos. George Beecher, hermano de Harriet Beecher Stowe, la autora de *La cabaña del tío Tom*, se torturó de tal manera analizando su estado espiritual que acabó con “los nervios destrozados” y se suicidó en 1843.⁵

Ciertamente, la nueva América no era el único país que temblaba bajo lo que Max Weber llamó “la escarcha” del puritanismo calvinista.⁶ Pero sí puede ser que la dureza de la vida en el Nuevo Mundo hiciera aún más feroz esta religión despiadada y desoladora. Cuando miraban al oeste, los primeros colonos no hallaban una promesa de abundancia, sino “un páramo desolado y salvaje, lleno de bestias y hombres igualmente salvajes.”⁷ Agobiados por la penumbra de los bosques centenarios, y rodeados de indígenas “salvajes”, los colonos debieron de sentir una

angustia parecida a la que les aquejaba en la superpoblada Inglaterra. Eso sí, el calvinismo no brindaba ningún consuelo al individuo, pero fomentaba el sentido de grupo, de congregación. Quizá uno no podría salvarse por sus propios medios, pero se sentía parte de un cuerpo social aislado por aquella rigurosa disciplina espiritual; estaban en un nivel superior respecto a los que no eran limpios, ni dóciles, ni se sometían a la Iglesia.

A principios del siglo XIX, empezaron a disiparse las nubes negras del calvinismo; los bosques empezaron a cederles terreno a las carreteras y finalmente a las vías del tren. Los pueblos nativos se fueron desplazando hacia el oeste, o sucumbieron a las enfermedades europeas. El país se expandía a toda velocidad; se podía hacer una fortuna de la noche a la mañana, y perderla con la misma premura. Amanecía una nueva era tumultuosa y llena de posibilidades, en la que personas de toda condición empezaban a soñar con otra naturaleza humana y a rechazar la religión punitiva de sus antepasados. Robert Orsi,

historiador de las religiones, hace hincapié en la naturaleza especulativa del caldo de cultivo que dio pie a la cultura religiosa norteamericana del siglo XIX, que según dice fue “de gran creatividad y múltiples posibilidades, contradicciones y tensiones sobre las preguntas básicas (la naturaleza de Dios, el significado de Jesucristo, la salvación, la redención, etcétera).”⁸ Y así exhortaba Ralph Waldo Emerson a sus compatriotas: “¿Por qué vamos a roer el hueso seco del pasado? ¿Por qué vamos a disfrazar a la generación de hoy con los ajados ropajes de antaño? También hoy brilla el sol. Hay lana nueva, y nuevo lino en los campos. Hay tierras nuevas, hombres nuevos e ideas nuevas. Exijamos nuestro propio trabajo, nuestra propia ley, nuestro propio culto.”⁹

No fueron solo los filósofos quienes empezaron a cuestionar la religión de sus mayores. Hubo un notable movimiento entre los trabajadores y los granjeros, y sus esposas se reunían y publicaban boletines en los que denunciaban “el ejercicio de

la monarquía, del clero, de los legisladores, de los doctores”, insistiendo en que debía primar el poder de decisión de cada uno. Una de estas personas fue Phineas Parkhurst Quimby, un relojero e inventor autodidacta de Portland (Maine), cuyo diario rebosa de ideas metafísicas sobre lo que él llamaba “la ciencia de la vida y de la dicha”, centrándose en la felicidad a modo de reproche implícito hacia el calvinismo. Por esa misma época, las mujeres de clase media empezaban a rebelarse contra esa religión basada en la culpa y en la estructura patriarcal, y proponían una idea de Dios más amorosa y maternal. De estas mujeres, la más influyente fue Mary Baker Eddy –hija de un granjero y predicador misántropo y fundamentalista– y, como Quimby, practicante de metafísica autodidacta y amateur. Cuando Eddy y Quimby se conocieron, en la década de 1860, nació el fenómeno cultural que hoy conocemos como “pensamiento positivo”.

Esta nueva corriente postcalvinista recibió en su vertiente intelectual el nombre bastante genérico de “Nuevo Pensamiento”, o “Movimiento del

Nuevo Pensamiento”. Sus fuentes eran variadas: desde el trascendentalismo de Emerson, hasta las corrientes místicas europeas, como las ideas del visionario sueco Swedenborg, y alguna pincelada de religiosidad hindú, y parecía casi hecha a medida para plantarle cara a ese calvinismo que les había amargado la infancia a muchos de los nuevos creyentes. Para la visión utópica del Nuevo Pensamiento, Dios ya no era hostil ni indiferente; era un Espíritu, una Mente ubicua y todopoderosa, y dado que el hombre era también espíritu, estaban ambos en pie de igualdad. Solo existía una “Mente Única”, infinita y de amor universal, y la humanidad era parte de ella; ¿cómo iba a existir el pecado? Si acaso, podría existir el “error”, igual que la enfermedad, porque si todo era Espíritu o Mente o Dios, de hecho todo era perfecto.

Lo que les faltaba a los seres humanos era ese poder sin límites del Espíritu, que les permitiría controlar el mundo físico. Esa posibilidad tan excitante, pregonada sin cesar en toda la literatura actual sobre la “ley de la atracción”, ya la tenía en mente Emerson cuando escribió que el hombre

“está aprendiendo el gran secreto: que puede someter a su voluntad no solo los hechos en particular, sino grandes categorías, la secuencia toda de los hechos, y así hacer que los sucesos se adapten a su carácter.”¹⁰

El Nuevo Pensamiento podía haber quedado reducido al ámbito de las charlas o de alguna conferencia ocasional, pero pasó algo: el siglo XIX les puso a los seguidores de esta corriente un examen, y lo aprobaron con matrícula. Para el Nuevo Pensamiento, la enfermedad era una molestia de esa Mente por lo demás perfecta, y se podía curar con solo el poder de esa Mente. Por desgracia, este enfoque mental no parecía muy útil frente a las enfermedades infecciosas, como la difteria, la escarlatina, el tifus, la tuberculosis o el cólera, que asolaron Estados Unidos hasta que a finales del siglo empezaron a practicarse ciertas medidas de higiene pública. Pero, como descubrirían enseguida Quinby y Eddy, sí que funcionaba para aquella dolencia lenta y debilitante que estaba dejando postrados a tantos

de sus compatriotas.

Los síntomas de esta enfermedad, que hacia finales del siglo XIX recibió el nombre de “neurastenia”, eran múltiples y difusos. La joven Mary Baker Eddy, según una de sus hermanas, sufrió por ejemplo de estómago irritable y tuvo una “úlceras” en los pulmones, “todo ello añadido a sus dolencias anteriores.”¹¹ Los problemas de espalda, las neuralgias y la dispepsia contribuyeron asimismo a que la jovencita quedara casi inválida, junto con un último padecimiento misterioso que el médico de la familia llamó “histeria mezclada con mal carácter.”¹² La mayor parte de los afectados, como Eddy, hablaban de dolor de espalda, problemas digestivos, agotamiento, dolores de cabeza, insomnio y melancolía. Ya por entonces se sospechaba, como hoy pasa con el síndrome de fatiga crónica, que aquello no era una enfermedad “real”, sino una forma calculada de llamar la atención y librarse de las tareas domésticas y de las obligaciones sociales. Pero debemos recordar que estamos

hablando de una época en la que no había analgésicos, laxantes no agresivos ni, por supuesto, antidepresivos, y en la que a la primera queja lo primero que se solía recetar, por muy mal que le sentara al paciente, era una buena temporada de reposo en cama.

La neurastenia no solía ser mortal, pero había quien la consideraba tan destructiva como las infecciones. Catharine Beecher, la hermana de Harriet Beecher Stowe y del pobre George Beecher, viajó por todo el país y habló de una “terrible decadencia generalizada en la salud femenina”. En sus cuadernos anotaba: “Milwaukee (Wis.), Sra. A., dolores de cabeza frecuentes y malignos. Sra. B., muy débil. Sra. S., se encuentra bien, pero le dan escalofríos. Sra. B., muy mala salud [...] No he conocido ni a una sola mujer sana en todo el pueblo.”¹³ Y las mujeres no eran las únicas víctimas. William James, el fundador de la psicología norteamericana, tuvo un periodo de postración cuando era joven; lo mismo le sucedió a Charles M. Beard, quien más adelante, ya como

médico, acuñó el término “neurastenia”. Pero la nómina de mujeres conocidas que perdieron por lo menos alguna parte de su vida reducidas a este estado incapacitante impresiona: Charlotte Perkins Gilman, que narró su experiencia con los tratamientos médicos crueles e ineficaces en *La wisteria gigante: el empapelado amarillo*; Jane Addams, la fundadora del primer albergue para indigentes; Margaret Sanger, abanderada del control de natalidad; Ellen Richards, fundadora de las ciencias del hogar; o Alice James, hermana de William y Henry James. La propia Catharine Beecher, una de las que dejaron constancia por escrito de la enfermedad, “sufrió de histeria y de afecciones paralizantes ocasionales.”¹⁴

Charles M. Beard, aunque no ponía en ningún momento en duda lo que sufrían estas mujeres, reconoció que la neurastenia presentaba un cuadro muy diferente al de otras enfermedades como la difteria, que en aquella época empezaba a vincularse con un agente externo físico: los microbios. La neurastenia, como la misma palabra

implica, se derivaba de un mal funcionamiento de los nervios. Para Beard, el padecimiento parecía relacionarse con el miedo a lo nuevo; simplemente, algunas personas se sentían incapaces de enfrentarse a ese acelerado crecimiento de Estados Unidos, a esa sociedad cada vez más urbana y de enorme movilidad. En su opinión, los nervios se tensaban, y acababan saltando.

Pero aquella afección que paralizaba a las clases medias del país tenía mucha más relación con el yugo religioso del pasado que con los riesgos que pudiera traer el futuro. En cierta forma, no era sino una continuación de la “melancolía religiosa” que ya había estudiado Robert Burton en Inglaterra por la época en que los puritanos se embarcaban para América. Muchos de los afectados habían crecido bajo la tradición calvinista, que les había dejado cicatrices de por vida. El padre de Mary Baker Eddy, por ejemplo, se había puesto tan furioso en cierta ocasión, al encontrarse a unos niños jugando con un cuervo negro semidomesticado durante el

sabbath, que le pegó una pedrada al animal allí mismo y lo mató. De pequeña, Eddy se angustiaba tanto con la predestinación que preconizaba la doctrina calvinista, que se ponía enferma: “No deseaba alcanzar la salvación, si mis hermanos y hermanas se hallaban entre los condenados al castigo perpetuo de Dios. Esta doctrina errónea me causaba unas ideas tan perturbadoras que se hizo llamar al médico de la familia, y el hombre diagnosticó que me aquejaban unas fiebres.”¹⁵

Lyman Beecher, el padre de Catharine y George, había instado a sus hijos: “tenéis que sentir angustia, *angustia*” por el estado de su alma, y “someter regularmente vuestros corazones a [...] escrutinio.”¹⁶ Charles Beard, que fue uno de los afligidos y era hijo de un predicador calvinista muy estricto, condenó años después la religión por enseñarles a los niños que “ser feliz es hacer el mal.”¹⁷ Y hasta quienes no habían crecido bajo la tradición religiosa calvinista habían soportado unos métodos de crianza basados en el concepto de que los niños son salvajes necesitados de

disciplina y hay que corregirlos, un enfoque que aún se dejaría sentir en la cultura de la clase media norteamericana hasta que, en la década de 1940, llegó el doctor Benjamin Spock con su crianza “permissiva”.

Todavía hay una razón más decisiva para refutar la idea de que esa postración del siglo XIX fuera causada por el agotamiento nervioso de enfrentarse a los cambios y al crecimiento acelerado. Si la hipótesis de Beard hubiera sido correcta, la dolencia hubiera afectado especialmente a los situados en primera línea de la actividad económica. Los empresarios, los banqueros, los buscadores de oro en la época de la fiebre de 1848, hubieran caído en cama como moscas. Pero, por el contrario, fueron precisamente quienes se vieron excluidos de aquella feroz competitividad los que más sucumbieron; los clérigos, por ejemplo, en esta época sin megagiglesias y sin sermones televisados, llevaban una vida contemplativa y apartada, y casi siempre pasaban su vida entera sin salir del entorno más próximo. Ann Douglas cita un informe

de 1826 en el que se dice que “a un gran número de clérigos la salud les ha fallado o les está fallando”; sufrían a menudo de dispepsia, consunción y “un debilitamiento progresivo de su constitución.”¹⁸

Pero el grupo social que sufrió más de postración y neurastenia fue el de las mujeres de clase media. Los prejuicios masculinos les impedían estudiar y ejercer la mayoría de las profesiones; por su parte, la industrialización les iba quitando ciertas tareas productivas que las mantenían ocupadas en la casa, como coser o fabricar jabón. Para muchas mujeres, el quedarse inválidas se convirtió casi en una carrera alternativa. Pasarse los días tumbadas o medio incorporadas, atendidas por el médico o por sus familiares, dedicadas a probar medicinas y regímenes de salud nuevos, era su equivalente a los esfuerzos que los hombres desarrollaban en el mundo. La postración se convirtió en algo elegante, como escribe uno de los biógrafos de Mary Baker Eddy: “Para la joven de las décadas

de 1830 y 1840, tener una salud delicada, ser tan frágil que no pudiera trabajar, empezaba a resultar atractivo, e incluso en las localidades rurales de New Hampshire las jovencitas más avispadas, como las hermanas Baker, tenían suficiente acceso a las novelas y las revistas como para saber qué se estilaba.”¹⁹

También aquí asoma, bajo los metros de tela y la sentimentalidad enfermiza de la cultura femenina del siglo XIX, la zarpa del calvinismo. El único bálsamo para el alma atormentada que ofrecía la vieja religión era el trabajo, trabajar mucho en cosas materiales del mundo. Si a alguien se le quitaba eso, era como llevarle de cabeza a la dispepsia, el insomnio, los dolores de espalda y demás síntomas de neurastenia. Por mucho que se estilara, la postración de las mujeres provenía de la ociosidad forzosa y de la sensación de inutilidad, y sin duda tenía que causar verdaderos sufrimientos mentales y físicos. Alice James se alegró muchísimo cuando, tras varias décadas de no poder apenas moverse, le diagnosticaron un

cáncer de mama y le informaron de que le quedaban pocos meses de vida.

Entre los hombres, la neurastenia solía aparecer durante las etapas ociosas de la juventud, cuando se dudaba sobre qué carrera elegir, como le sucedió a Charles Beard. William James, por su parte, se encontró a los veinticuatro años lleno de dudas sobre la carrera de médico que había emprendido, y cierto día, mientras estaba inclinado sobre un cadáver, sintió que se le partía la espalda. Por entonces ya sufría de insomnio, de problemas digestivos y de la vista, así que sucumbió a la depresión. Además, la profesión médica le parecía ilógica y poco científica, pero no se le ocurría otra cosa que hacer, y como escribió: “Me odiaré a mí mismo hasta que no consiga un trabajo especial.”²⁰ Pero las mujeres no podían ni aspirar a “un trabajo especial” y los clérigos desarrollaban una labor diaria muy poco definida, que en muchos casos venía a coincidir con las tareas propias de mujeres, como visitar enfermos. A falta de un trabajo real –de un

“trabajo especial”—, el alma calvinista, o de influencia calvinista, se consumía en el autodesprecio.

El grueso de la profesión médica carecía de remedio para ayudar a los postrados, y de hecho el remedio solía ser peor que la enfermedad. Muchos síntomas aún se trataban sangrando al paciente, a veces con sanguijuelas, y uno de los medicamentos favoritos de la época era el cloruro de mercurio, o calomelanos, tan tóxico que podía ocasionar putrefacción de la mandíbula. Uno de los médicos más famosos del país, que ejercía en Filadelfia, trataba a las inválidas con dieta blanda y semanas de reposo en cama, en una habitación a oscuras, prohibiéndoles leer o charlar. El criterio médico predominante dictaba que la postración era natural, y quizá hasta inevitable en las mujeres, porque el mero hecho de serlo ya era una especie de dolencia que necesitaba tantos cuidados como pudiera permitirse la familia. Nadie sabía por qué algunos hombres sufrían igualmente, pero también a ellos se les trataba con sangrías, purgas y largas temporadas de reposo forzoso.

El fracaso de la medicina tradicional ante aquella epidemia de invalidez, y las trágicas consecuencias de muchos de sus tratamientos, les abrieron el camino a los curanderos alternativos. Y aquí es donde entra en escena Phineas Parkhurst Quimby, al que se suele considerar el padre del Nuevo Pensamiento y por tanto abuelo de los pensadores positivos de hoy. Para él, la profesión médica carecía de utilidad alguna y solo causaba males mayores. En 1859, tras una etapa dedicado al mesmerismo —que compatibilizaba con la metafísica y su oficio de relojero—, empezó a ejercer como curandero. Quimby, que era un pensador arriesgado, aunque en absoluto antirreligioso, llegó enseguida a la conclusión de que muchas de las dolencias de sus pacientes tenían su origen en el calvinismo. En su opinión, según le cita el historiador Roy M. Anker, “el calvinismo a la antigua deprimía a la gente, su moralidad constreñía sus vidas, y los sometía a una culpa debilitante y morbosa.”²¹ Quimby empezó a ganarse una discreta fama gracias a su “charla curativa”, con la que intentaba convencer a

los pacientes de que el universo era fundamentalmente benévolo, de que ellos eran una unidad con la “Mente” que los había creado, y de que podían utilizar sus propios poderes mentales para curar o “corregir” sus dolencias.

En 1863, Mary Baker Eddy, que entonces tenía cuarenta y dos años, se embarcó en un azaroso viaje hasta Portland para consultar con Quimby; al llegar estaba tan débil que la tuvieron que subir hasta la consulta en brazos.²² Eddy llevaba postrada desde su infancia, y quizá no le hubiera importado seguir así, leyendo o escribiendo un poco en los ratos buenos, si alguien hubiera podido financiárselo. Pero era viuda de su primer marido, y el segundo se había dado a la fuga, dejándola prácticamente desahuciada en la mediana edad, obligada a vivir de pensión en pensión, a veces sin poder pagarle al casero. A ella debió de gustarle Quimby, que era atractivo y muy cordial, y es posible que él la correspondiera. A la mujer de Quimby, desde luego, no le dio ninguna confianza aquella nueva paciente tan

pretenciosa y que exigía tanta atención. La cuestión es que, dejando de lado lo que sucediera entre ellos, Eddy declaró enseguida que estaba curada, y cuando Quimby murió, tres años después, hizo suyas las enseñanzas de él (aunque hay que reconocer que los seguidores de Eddy siguen recalcando hoy que ella fue la creadora del Nuevo Pensamiento). En cualquier caso, Quimby había demostrado que el Nuevo Pensamiento tenía también aplicaciones terapéuticas, y estas fueron las que Eddy empezó a difundir como escritora y profesora, profesiones ambas para las que tenía facilidad y carisma.

Con el tiempo, Eddy se hizo rica gracias a la religión nueva que fundó: la Ciencia Cristiana, cuyas “salas de lectura” aún se encuentran por todo Estados Unidos. El eje de sus enseñanzas era que no existía el mundo material: no había más que Pensamiento, Mente, Espíritu, Divinidad, Amor o, según el término económico al que ella solía traducirlo: “Suministro”. De aquí se deducía que conceptos como la enfermedad o el anhelo no eran sino ilusiones negativas y pasajeras. Esa misma

noción mística es la que encontramos hoy en las charlas de “entrenadores” como Sue Morter: el mundo se puede diluir en Mente, Energía y Vibraciones, y las tres cosas están potencialmente sometidas a nuestro control consciente. Esta es la “ciencia” de la Ciencia Cristiana, igual que la “física cuántica” (o el magnetismo) son la “ciencia” que subyace al pensamiento positivo. Pero en el siglo XIX se consideró una verdadera religión, que era lo opuesto a la versión calvinista del cristianismo.

Sin embargo, a largo plazo, el más influyente de los conversos al Nuevo Pensamiento como cura no fue Mary Baker Eddy, sino William James, el primer psicólogo estadounidense, que era además un verdadero científico. James fue a consultar sus múltiples padecimientos con una de las discípulas (y pacientes) de Quimby, Annetta Dresser.²³ La mujer debió de conseguir curarle, porque James se explayó en su libro más conocido, *The Varieties of Religious Experience*, cantando las alabanzas del Nuevo Pensamiento como terapia: “Los ciegos han

recobrado la vista, los impedidos caminan. Personas que llevaban postradas toda su vida han recuperado la salud.”²⁴ A James le dio igual que el Nuevo Pensamiento fuera un batiburrillo filosófico; la cuestión es que *funcionaba*. De hecho, consideró que era como un homenaje al pragmatismo típicamente norteamericano el hecho de que “su única contribución verdaderamente original a la filosofía sistemática de vida”, el Nuevo Pensamiento, hubiera triunfado gracias a las “terapias concretas” en vez de a las argumentaciones filosóficas. El Nuevo Pensamiento había ganado su gran batalla práctica. Había curado una dolencia: la del calvinismo o, como decía James, la “morbilidad” asociada con “esa vieja religión del fuego del infierno.”²⁵

James entendió también que el Nuevo Pensamiento brindaba algo más que una forma de curar las enfermedades: era una cosmovisión completa, capaz de abarcar un campo tan amplio, escribió “que a uno le cuesta captar su espíritu a la primera”:

Uno oye hablar del ‘Evangelio de la Relajación’, del movimiento ‘No Te Preocupes’, de gente que se repite a sí misma el mantra ‘Juventud, salud, vigor’ cuando se viste por la mañana. En muchas casas empieza a estar prohibido quejarse del tiempo que hace, y cada vez son más quienes creen que no está bien hablar de sensaciones desagradables, o darles demasiada importancia a los inconvenientes o los pequeños achaques de la vida diaria.²⁶

A James, como científico que era, le repelía gran parte de la literatura del Nuevo Pensamiento, que consideraba “llena de un optimismo tan poco cuerdo y escrita en términos tan vagos que a la mente con formación científica le resulta casi imposible leerla”. Aun así, consideraba que pensar de esa forma nueva era propio de personas “con buena salud mental”, y citaba las palabras de otro autor, para quien sería “casi inconcebible” que tanta gente inteligente se sintiera atraída por la Ciencia Cristiana y demás escuelas del Nuevo Pensamiento, “si todo ello fuera una fantasía.”²⁷

A principios del siglo XX, el auge de la medicina científica, a la que dio alas el éxito de sus ideas sobre los gérmenes como causantes de

las enfermedades, empezó a dejar obsoleta la forma de curar del Nuevo Pensamiento. Las señoras de clase media empezaron a levantarse de la cama para ponerse a combatir los microbios de la casa, como enseñaban las “ciencias del hogar” de Ellen Richards. Teddy Roosevelt, que fue investido presidente en 1901, era el ejemplo viviente de la nueva doctrina de la actividad muscular, que prescribía incluso echarse una siestecita de vez en cuando. Solo la Ciencia Cristiana, de entre las diversas corrientes del Nuevo Pensamiento, mantuvo su concepto de “la mente por encima del cuerpo” y siguió afirmando que todas las enfermedades podían curarse con “el pensamiento”; esto tuvo resultados desastrosos en muchas ocasiones, porque incluso ya bien avanzado el siglo XX había quien seguía optando por leer y releer a Mary Baker Eddy en vez de tomar antibióticos o dejarse operar. Los acólitos del Nuevo Pensamiento más vanguardistas, por su parte, abandonaron el campo de la salud y empezaron a dedicarse a promover el éxito y la riqueza. Los pensadores positivos estadounidenses

ya no osaron, hasta la década de 1970, afirmar que las enfermedades físicas, como el cáncer de mama por ejemplo, caían también dentro de su jurisdicción.

Por muy “llenas de optimismo poco cuerdo” que pudieran considerarse sus creencias, el pensamiento positivo salió del siglo XIX con el marchamo científico de William James y la aprobación del “filósofo favorito de Estados Unidos”, Ralph Waldo Emerson. Norman Vincent Peale, el hombre que popularizó la expresión “pensamiento positivo”, los citaba mucho en sus escritos, a mediados del siglo XX, casi tanto como a la Biblia. James, en especial, convirtió el pensamiento positivo en algo respetable, no porque le convenciera intelectualmente, sino porque había visto su éxito innegable en la “cura” de las pobres víctimas del calvinismo. Es graciosa la ironía de todo esto: el calvinismo se había labrado su propia ruina por causar una invalidez generalizada. Le había puesto en bandeja al Nuevo Pensamiento —o a lo que iba a llamarse pensamiento positivo— la soga con la que

ahorcarle.

Pero la historia no acaba aquí. Si una de las mejores cosas que se pueden decir del pensamiento positivo es que consiguió erigirse en alternativa al calvinismo, una de las peores es que acabó manteniendo algunos de los rasgos calvinistas más tóxicos: la forma despiadada de juzgar, similar a la condena del pecado que hacía la religión, y la insistencia en hacer una constante labor de autoexamen. La alternativa norteamericana al calvinismo no iba a ser el hedonismo, ni siquiera la defensa de las emociones espontáneas, no. Para el que piensa en positivo, las emociones siguen siendo sospechosas, y uno debe pasarse el día supervisando atentamente su propia vida interior.

De hecho, en muchos aspectos importantes, la Ciencia Cristiana nunca rompió del todo con el calvinismo. Sus seguidores, durante el siglo xx, eran por abrumadora mayoría blancos de clase media, de costumbres muy morigeradas y muy poco dados a concederse caprichos. El escritor

inglés V. S. Pritchett, hijo de un “cristiano científico”, escribió: “renunciaban al alcohol, al tabaco y al café, que eran drogas peligrosas; y al sexo, lo que destrozaba los matrimonios [...] Era una religión notoriamente menopáusica.”²⁸ En sus últimos años, Mary Baker Eddy llegó incluso a resucitar el personaje del demonio para explicar que, en aquel universo perfecto, las cosas no siempre le salieran como esperaba. Si hacía mal tiempo, se le perdía algún objeto o uno de sus libros salía defectuoso de la imprenta, Eddy le echaba la culpa al “Magnetismo Animal Malicioso” que emanaban sus enemigos invisibles.

En mi propia familia, la bisabuela que crio a mi madre se había convertido, ya mayor, del credo presbiteriano a la Ciencia Cristiana, pero al parecer la transición fue tan fluida que mi abuela, en un carta escrita años después, hablaba de ella como “simplemente, una buena cristiana”. Mi madre no mostró excesivo interés en ninguna de esas dos religiones, pero sí le afectó una de sus prescripciones más rígidas, a saber: que las

enfermedades, o eran totalmente imaginarias, o eran algo que les pasaba a personas más sugestionables y debiluchas que nosotros. Los dolores de regla o la indigestión no eran más que bobadas de señoras ociosas, y no se faltaba al colegio a menos que una estuviera, como poco, vomitando o con fiebre. En otras palabras: estar enfermo era una forma de fracaso, y hasta pecado de algún modo. Recuerdo lo mucho que me costó confesarle a mi madre que no veía bien la pizarra en el colegio: *nosotros* no éramos el tipo de gente que necesita gafas.

Pero la continuidad más llamativa entre la vieja religión y el nuevo pensamiento positivo es la de que ambas insistieran por igual en el *trabajo*, en esa constante tarea de vigilancia interna. El calvinista analizaba lo que pensaba y sentía buscando síntomas de lasitud, pecado o autocomplacencia, mientras que el pensador positivo se pasa la vida al acecho de “pensamientos negativos”, lastrado de dudas o ansiedades. El sociólogo Micki McGee ha escrito, hablando de la literatura de autoayuda propia del

pensamiento positivo, que su lenguaje nos retrotrae a sus antecedentes religiosos: “Se invita a realizar una tarea continuada e infinita sobre el interior de cada uno, no solo para triunfar, sino como una especie de salvación laica.”²⁹ El yo interno se convierte en un antagonista con el que uno está siempre en perpetua lucha; el calvinista combate sus inclinaciones pecaminosas, el pensador positivo su “negatividad”. Este antagonismo queda en evidencia en un consejo común para ambas: ponerse una goma elástica en la muñeca para superar los pensamientos negativos. “Cada vez que tengas una idea negativa, estira la muñequera y suéltala con fuerza... ¡ay! Duele. Hasta puede que te deje una marca si es demasiado gruesa. En fin, no se trata de quedarse manco, sino de crear un dolorcito que sirva de reflejo para evitar los pensamientos negativos.”³⁰

Para hacer este tipo de esfuerzos se necesita conseguir una extraña alienación de uno mismo: existe un yo interno en el que hay que trabajar, y otro yo interno que es el que ejecuta ese trabajo.

De ahí que en la literatura de autoayuda positiva todo sean “reglas”, listas de tareas, formularios de “autoevaluación” y ejercicios. Se trata de instrucciones prácticas para realizar un tipo de condicionamiento o de reprogramación que el yo interno debe conseguir sobre sí mismo. En el siglo XX, mientras la mayoría de los pensadores positivos aún le dejaba a los médicos los asuntos de la salud, todo este trabajo se centraba en conseguir el éxito y el dinero. El gran libro de pensamiento positivo de la década de 1930, *Piense y hágase rico*, de Napoleon Hill, ya ponía las bases de la metafísica del Nuevo Pensamiento: “Los pensamientos son cosas”, decía; de hecho, son cosas que atraen su propia realización. “TODOS LOS IMPULSOS DE PENSAMIENTO TIENEN TENDENCIA A VESTIRSE CON LOS ROPAJES DE SU EQUIVALENTE FÍSICO”. Hill le aseguraba al lector que “no le iba a costar demasiado” dar los pasos necesarios para conseguir que sus pensamientos se transformaran en realidad, pero que si se saltaba uno solo de esos pasos “¡fracasará!”. El método, muy resumido, consistía en escribir una declaración, en

la que consignaba la cifra exacta de dinero que la persona quería recibir y la fecha en que debía llegarle, y esa declaración debía leerla “en voz alta dos veces al día, una justo antes de irse a la cama y otra nada más despertar”. Si uno seguía esta pauta de forma estricta, sería capaz de manipular la “mente subconsciente”, que es como llamaba Hill a la parte del yo interno en la que había que trabajar, consiguiendo generar en ella una “agitación cargada de DESEO de dinero”. Y para afianzar aún más la codicia consciente en el yo inconsciente, al final le sugiere al lector que le vendría bien “LEER ESTE CAPÍTULO ENTERO EN VOZ ALTA UNA VEZ CADA NOCHE.”³¹

Pero el libro que empujó a los norteamericanos del siglo XX (y de paso a la población mundial) a realizar este incesante trabajo de pensar en positivo fue *El poder del pensamiento tenaz*, de Norman Vincent Peale, publicado en 1952. Peale era un pastor protestante normal y corriente, al que ya de joven le atraía el pensamiento positivo, gracias, según escribió años después, a un

seguidor de esta corriente llamado Ernest Holmes. “Solo quienes me conocieron de pequeño”, escribió, “pueden apreciar en lo que vale lo que hizo Ernest Holmes por mí. Me convirtió en una persona que piensa en positivo, nada menos.”³² No parece, por lo demás, que a Peale se le planteara ningún conflicto entre las enseñanzas del pensamiento positivo y las del credo reformista de inspiración holandesa, basado en el calvinismo, que acabó predicando. A Peale, que había sido un alumno mediocre, los estudios religiosos le ocasionaron una profunda aversión a los debates teológicos, y tomó la decisión de hacer del cristianismo algo “práctico”, capaz de ayudar a la gente a resolver sus problemas económicos, matrimoniales o laborales. Como muchos de sus antecesores del Nuevo Pensamiento, Peale se consideraba sanador, al menos en parte; eso sí, la enfermedad del siglo ya no era la neurastenia, sino algo que él identificó como “un complejo de inferioridad”, ese contra el que él mismo se había pasado la vida luchando. En otro de sus libros, escrito bastante después del superventas que le ha

dado fama, dice:

Un hombre me contó que tenía muchos problemas consigo mismo. ‘No es usted el único’, pensé yo, acordándome de las muchas cartas que recibo, de gente que me pide ayuda para sus problemas. A la vez pensaba en mí mismo, porque debo admitir que la persona que más problemas me ha causado en la vida ha sido Norman Vincent Peale [...] Así que si nosotros somos nuestro principal problema, habrá que buscar la razón en el tipo de pensamientos que nos suelen ocupar y que dirigen nuestra mente.³³

En otras palabras: que ya conocemos al enemigo, y somos nosotros mismos, o al menos nuestros pensamientos. Menos mal que tenemos la suerte de que los podemos dirigir y corregir hasta que, parafraseando el resumen de las enseñanzas de Peale que hizo el historiador Donald Meyer, los pensamientos positivos se vuelven “automáticos” y el individuo queda completamente “condicionado.”³⁴ A esto lo llamaríamos hoy “reprogramación” y, dado que los individuos recaen en la negatividad con cierta frecuencia (como ya notaba Peale, para su desaliento), hay

que hacerlo una y otra vez. En *El poder del pensamiento tenaz*, el autor ofrecía “diez reglas simples y fáciles de cumplir”, que empezaban por estas tres:

1. Formule y grábese de forma indeleble en la mente una imagen mental de sí mismo consiguiendo el éxito. Mantenga con tenacidad esta imagen; no permita que se difumine. Su mente buscará siempre que se haga realidad [...]
2. Cuando le asalte un pensamiento negativo sobre sus capacidades personales, diga en alto deliberadamente un pensamiento positivo que anule la idea anterior.
3. No se construya obstáculos imaginarios. Desprecie todo lo que le parezca un obstáculo. Minimícelo. [35](#)

Peale confiaba en que el lector sería capaz de fabricarse sus propios pensamientos tenaces, pero con el tiempo los predicadores de lo positivo se han ido dando cuenta cada vez más de que a la gente hay que darle un guión con “afirmaciones” o “declaraciones”. Por ejemplo, en *Los secretos de la mente millonaria*, Harv T. Eker le brinda al lector estas instrucciones para superar cualquier resistencia que aún le quede en el fondo contra la

riqueza que merece:

Póngase una mano en el corazón y diga:

‘¡Admiro a la gente rica!’

‘¡Bendigo a la gente rica!’

‘¡Amo a la gente rica!’

‘¡Y yo también voy a ser una de esas personas ricas!’³⁶

Uno no acaba nunca. Hay recaídas, o pasos atrás, se vuelve al estado de negatividad, y se hace necesario lo que un gurú contemporáneo, M. Scott Peck, denomina “un proceso de autoexamen continuado e infinito.”³⁷ O, formulándolo en positivo, puede ser necesario realizar un trabajo incesante que le levante a uno la moral cada día. Si uno está satisfecho con lo que tiene, nos dice el escritor de autoayuda Stephen Covey, habrá que “ponerse manos a la obra” y admitir que con lo que hay no basta. Un famoso profesional de la motivación, Tony Robbins, lo formula así: “Cuando usted se fija un objetivo, se compromete con una Mejora Continua e Infinita. Usted reconoce que todo ser humano necesita mejorar

siempre, sin límites. La insatisfacción, la incomodidad pasajera, tienen poder de presión. Producen el tipo de dolor que usted *quiere sentir* en la vida.”³⁸

Pero el relato más extenuante del trabajo interno que requiere pensar en positivo nos lo brinda Jeffrey Gitomer, orador motivacional, que cuenta cómo consiguió y cómo mantiene su actitud positiva. Ya hemos hablado antes de Gitomer, el que invitaba a purgar nuestro entorno de “gente negativa”, en términos parecidos a cómo los calvinistas exigían la expulsión de los pecadores; pero lo cierto es que Gitomer no siempre ha tenido tanta confianza positiva en sí mismo. A principios de la década de 1970, su negocio tenía “un éxito poco más que moderado”, su matrimonio iba “mal” y su mujer esperaba gemelos. Pero entonces entró en contacto con una empresa de *marketing* llamada Dare to Be Great [Atrévete a ser genial], cuyo fundador asegura hoy que se anticipó en treinta y cinco años al libro *El Secreto*, ese gran superventas que no se publicó hasta 2006. Sus

nuevos colegas le dijeron: “Vas a conseguir una actitud positiva [...] y vas a ganar dinero a espuertas. ¡Vamos, vamos, vamos!”, así que vendió el negocio, y se tiró de cabeza al mundo del crecimiento personal. Se dedicó a ver una película de motivación llamada *Challenge to America* [Reto a Estados Unidos] cinco veces por semana, y a leer y releer obsesivamente el libro de Napoleon Hill *Piense y hágase rico* junto a sus compañeros. “Cada uno tenía la responsabilidad de escribir y exponer cada día un informe de lectura sobre un capítulo del libro. Los capítulos eran dieciséis, las personas que nos reuníamos diez, y lo hicimos durante un año: saque usted mismo la cuenta de cuántas veces leí ese libro.”³⁹ Al principio, Gitomer no conseguía sino fingir la actitud positiva: “Los amigos me preguntaban qué tal me iba, y yo levantaba los brazos y decía a voz en cuello: ‘¡Genial!’, aunque me sentía una mierda”. Hasta que de repente, “un día me levanté, y tenía actitud positiva:⁴⁰ ¡LO CONSEGUÍ! ¡LO CONSEGUÍ!”.

Póngase la Biblia en el lugar del libro de Hill y tendrá la historia de una conversión, comparable en drama y emoción a las mejores del cristianismo. Igual que el héroe del libro del siglo XVII *El progreso del peregrino*, que es un gran clásico del calvinismo, Gitomer se encontró atrapado por la situación familiar y a punto de ser engullido por “el abismo insondable” del que habla el libro (en este caso sería el de la mediocridad, más que el del pecado); y, también como el personaje, se quitó de encima su negocio y a su primera esposa para reconstruirse a sí mismo. De la misma forma que la religión calvinista exigía no una experiencia transitoria de conversión, sino una vida entera de autoexamen, la actitud positiva de Gitomer necesita “mantenimiento constante”, que implica: “leer algo positivo cada mañana, tener pensamientos positivos cada mañana [...] decir cosas positivas cada mañana”, y así siempre.⁴¹ Esto es trabajo, y para que quede claro, en la solapa de la edición norteamericana de su *Libro Amarillo de la actitud ¡SÍ!*, vemos al autor vestido con un mono azul de

mecánico, cuyo escudo reza “Departamento de Mantenimiento de Actitud Positiva”.

Recitar afirmaciones, ir poniendo cruces en un formulario de tareas pendientes, releer compulsivamente libros de “hágase-rico-ya”... creo que no era esto lo que tenía Emerson en la cabeza cuando instaba a sus compatriotas a sacudirse las cadenas calvinistas y dejarse acoger por un nuevo mundo de abundancia, lleno de “tierras nuevas, hombres nuevos e ideas nuevas”. Emerson tenía una vena mística, y a veces experimentaba raptos de iluminación trascendente: “Me convierto en un ojo universal. No soy nada; lo veo todo [...] todo el egotismo mezquino se difumina.”⁴² En esos momentos, el yo interno no está trabajando, sino que desaparece. El universo no puede ser “suministro”, ya que tal concepto implica un ego calculador, anhelante; y cuando entra el ego en escena, el sentimiento de pertenecer a un Ser único se hace añicos. La pertenencia trascendente al Ser único no exige autoexámenes, autoayuda ni autotrabajo; exige el

olvido de sí mismo.

Aun así, seguramente sea mejor andar obsesionado con las oportunidades de éxito que con la cercanía del infierno o la condenación, y mejor buscar en el interior de uno las resistencias que los pecados. La cuestión es qué necesidad hay de preocuparse tanto por uno mismo. ¿No será mejor tenderles la mano a los demás con amor y solidaridad, o volver la vista hacia la naturaleza y tratar de comprenderla? ¿Qué razón justifica el dedicarse a esa introspección angustiada cuando, como hubiera dicho Emerson, ahí fuera hay un ancho mundo que explorar? ¿Qué sentido tiene trabajar tanto en uno mismo cuando quedan tantas cosas reales que hacer?

Estas preguntas tienen, desde mediados del siglo XX, una respuesta muy práctica: cada vez más gente tiene empleos que parecen requerirles pensamiento positivo, así como el trabajo de mejora personal y de mantenimiento que conlleva. De esto ya se dio cuenta Norman Vincent Peale: el trabajo de los norteamericanos, especialmente el

del proletariado de oficina (grupo que no ha dejado de expandirse), es en gran medida un tipo de trabajo que se hace sobre uno mismo, para convertirse en una persona más aceptada por lo demás y más del gusto de los empresarios, los clientes (reales y potenciales) y los compañeros. El pensamiento positivo ya no era solo un bálsamo para los angustiados o una cura para los que sufrían de dolencias psicosomáticas. Empezaba a ser una obligación que se les imponía a todos los estadounidenses adultos.

IV

MOTIVAR EL NEGOCIO Y EL NEGOCIO DE LA MOTIVACIÓN

Hoy día, ya no hay excusa para que la negatividad te ponga palos en las ruedas. Alrededor del pensamiento positivo ha surgido toda una industria cuyo producto, del que hay versiones para todos los bolsillos, se llama “motivación”. Se puede comprar en el formato tradicional de libro, junto con cedés y devedés protagonizados por el autor; o puede optar uno por la experiencia más intensa de que lo “entrenen”, o por la de asistir a un “seminario” de una semana. Si se lo puede pagar, quizá prefiera pasar esa semana en algún lugar exótico con un orador motivacional intensivo. O puede limitarse a consumir motivación en alguna de sus muchas modalidades inorgánicas, en forma de fetiche: carteles y calendarios, tazas de café o accesorios para el despacho, todos adornados con mensajes inspiradores. En Estados Unidos, la empresa

Successories (mezcla de *success* y *accesories*: éxito y accesorios), que se dedica en exclusiva a los artículos de motivación, tiene una línea de “Positive Pals” [colegas positivos], por ejemplo un cojín con forma de estrella de mar y un chaleco salvavidas con las palabras “Aspira a las Estrellas”. Hace poco, un avispaado fabricante ha sacado al mercado la línea de productos “Life is Good” [Qué bello es vivir], con camisetas, sábanas, banderines, etiquetas para el equipaje, collares de perro y embellecedores para los neumáticos del coche.

Da igual por dónde se empiece a comprar: un producto, ineludiblemente, te lleva a otro. Los gurús de la motivación escriben libros para conseguir que les contraten conferencias, y estas a su vez se convierten en oportunidades de vender sus libros, más los demás artículos a los que el gurú dé su nombre, muchos de los cuales no tienen una relación visible con la búsqueda del pensamiento positivo. Uno de los conferenciantes superestrella de este mundillo, Tony Robbins, por ejemplo, vende en su página web complementos

nutritivos, al lado de sus libros, y en una época promocionaba el colgante Q-Link, que supuestamente protege contra la radiación del teléfono móvil. A lo largo de Estados Unidos, se celebran cada año unos treinta festivales “Get Motivated!” [¡Motívate!], que atraen a muchos miles de compradores potenciales; por el módico precio de unos cincuenta dólares la entrada, se puede oír a famosos como Colin Powell o Bill Cosby. En estos *rallies* suceden todo tipo de cosas (un periódico hablaba de “charlas llenas de lugares comunes, arengas, chistes como de despedida de soltera, *spots* publicitarios en vivo, patriotismo prefabricado, cristianismo a la antigua”), pero en general sirven como escaparate de docenas de artículos, como libros, cintas, entrenamiento personal, así como de los últimos avances en el arte del pensamiento positivo.¹ Según John LaRosa, de Marketdata Enterprises Inc., la empresa que mide los resultados de este sector, “el negocio se hace sobre todo entre bastidores, como se suele decir”, gracias a la venta de “libros, cintas y paquetes multimedia.”²

Son millones las personas que compran este tipo de artículos. Los más fáciles de convencer son quienes están luchando con una enfermedad grave, y también los que se hallan en el paro o en empleos poco estables. En 2007 conocí a una mujer llamada Sue Goodhart, una agente inmobiliaria que me enseñó varias casas, y le mencioné de pasada que estaba investigando sobre los oradores motivacionales. La mujer sonrió como disculpándose y me señaló el asiento de atrás de su coche, donde vi una pila de cedés de motivación. Yo le tomé el pelo un poco, diciéndole que si era “adicta” a ellos, y me contestó que su familia era de clase obrera, y que a ella nadie la había animado nunca a ponerse objetivos ambiciosos. En cierto momento, durante la década de 1990, la inmobiliaria donde trabajaba había contratado a una empresa de motivación llamada Pacific Institute, que les dio un cursillo de cinco días sobre “fijación de objetivos, pensamiento positivo, visualización y establecimiento del entorno personal adecuado”, y ahí fue donde ella empezó a verse como alguien con voluntad propia

y capaz de triunfar. Pero aquellos cinco días no le bastaron, ni mucho menos, y por eso seguía poniéndose cedés de motivación en el coche mientras iba de una casa a otra, primero porque “vender es un trabajo en el que te sientes muy sola”, y segundo porque esos cedés la ayudaban a “subir de nivel”.

Pero el sector de la motivación no se habría convertido en la industria que es hoy, capaz de mover miles de millones de dólares, si contara solo con los consumidores individuales.³⁴ Hay un mercado mucho mayor, y que gasta mucho dinero, en el que se ha hecho un hueco: el de los negocios en general, y el de las grandes empresas en particular. Las multinacionales compran productos de motivación al por mayor (los libros, sin ir más lejos, por miles de ejemplares), para regalárselos a sus empleados, y tienen dinero para pagar a los oradores motivacionales, que suelen cobrar honorarios de cinco cifras por charla (como poco). Las páginas web de los conferenciantes más famosos citan con orgullo su nómina de clientes, y

allí aparecen casi todas las mayores empresas del país. Esas empresas, por su parte, pueden exigirles a sus empleados que asistan a las sesiones de entrenamiento, que vean los deudeds o que vayan a los eventos de motivación. A muchos de los participantes en los festivales “Get Motivated!” les ha pagado la entrada su empresa.

La patronal ha convertido el pensamiento positivo en algo que probablemente nunca imaginaron sus adeptos del siglo XIX: ya no es una exhortación a levantarse y ponerse manos a la obra, sino una forma de control social del empleado en el centro de trabajo, un aguijonazo para que sus resultados alcancen niveles cada vez más altos. Entre los primeros empresarios que vieron este potencial, ya en la década de 1950, estaban los de la editorial de *El poder del pensamiento tenaz*, de Norman Vincent Peale; que imprimieron un anuncio en las páginas finales del libro diciendo: “EJECUTIVOS: regálenles este libro a sus empleados. ¡Les saldrá a cuenta!”. Sus vendedores adquirirían “nueva fe en lo que venden y en su empresa”, y además, prometía el anuncio,

la obra les reportaría “más eficiencia *en su personal de oficina*. Notará cómo miran menos el reloj.”⁵ El pensamiento positivo, con la motivación a modo de látigo, se ha convertido en la marca del empleado deseoso de agradar. A partir de la década de 1980, en que empezó en las empresas la era del *downsizing* [reestructuraciones, fusiones o reducción del tamaño], y a medida que las condiciones de trabajo se iban haciendo más exigentes, la mano que empuña ese látigo se ha ido haciendo de hierro.

LA SOLEDAD DEL VENDEDOR

Se entiende muy bien que los comerciales o viajantes no necesitaran que la empresa los empujara hacia el pensamiento positivo. Como me dijo Sue Goodhart, la agente inmobiliaria, el suyo es un oficio muy solitario; normalmente no están en la oficina, sino que se les arroja al exilio de la carretera, los hoteles o los aeropuertos. Su vida es un reto constante, más que la de ningún otro cargo

de la empresa; cada día tienen que pasar un examen que probablemente cosechará algún rechazo o fracaso. Pero el vendedor, por mucho que se sienta solo y dolido, tiene que estar siempre listo para sobreponerse y empezar de cero, lleno de entusiasmo, con otro cliente, en otra ciudad, o frente al siguiente “no”. El comercial –cada vez más a menudo en femenino, “la” comercial, según avanzaba el siglo XX–, necesitaba con urgencia algo que le ayudase a superar las dudas y a generar optimismo.

En internet hemos leído el testimonio de un vendedor llamado Rob Spiegel, que, según cuenta, al principio veía el pensamiento positivo con escepticismo: “Mi principal duda era que el pensamiento positivo me parecía igual que el pensamiento mágico [...] Y aún me preocupaba más la idea de que el pensamiento positivo podía ser una forma, y de las peores, de hacerte ilusiones que al final te convirtieran en una persona poco realista, que incluso probablemente tuviera menos oportunidades de triunfar”. Pero cuando puso en marcha su propio negocio –no dice de qué–,

empezó a entender que a su mentalidad le hacía falta una reprogramación intensiva:

Cuando uno se arremanga y empieza a cargar con el peso de levantar un negocio, enseguida vienen los pensamientos negros a llenarte el vacío del cerebro. Cada vez que haces una llamada a un posible cliente y oyes un 'no', es como si se hubiera celebrado un referéndum sobre tu capacidad de sacar adelante ese negocio. Si te enfrentas a estas decepciones sin pensamiento positivo, empiezas a creer que quienes te rechazan tienen razón. Y en esa primera etapa siempre hay más 'noes' que 'sies.'⁶

No podemos subestimar la importancia del trabajo de los comerciales en la economía de consumo: si queremos que la economía prospere, la gente tiene que decidirse a comprar cosas que no necesita, o que no sabe que necesita, y el que se decidan es trabajo de la fuerza de ventas, junto con las agencias de publicidad. Pero, a pesar de que hacen esta enorme contribución al desarrollo económico, a los comerciales se les respeta poco. En una película de Woody Allen, *Toma el dinero y corre*, al personaje que interpreta Allen lo torturan

encerrándolo en una habitación con un vendedor de seguros. El entusiasmo de los comerciales nos resulta falso; se les considera la quintaesencia de la persona vacía. Durante el siglo pasado se escribieron dos grandes obras de teatro con un vendedor como protagonista: *Muerte de un viajante*, de Arthur Miller; y *Glengarry Glen Ross*, de David Mamet, y en ambas el drama está en que el alma reseca de ese hombre aún conserva unos retazos de humanidad.

Pues a este grupo de desheredados decidió dedicar sus prédicas Norman Vincent Peale en los años cincuenta. Aunque le encantaba codearse con los grandes ejecutivos, donde más disfrutaba Peale era en sus charlas con los comerciales de a pie, porque incluso se veía como uno de ellos: “representantes de Dios”, le gustaba llamarlos. Y la verdad es que su vida se parecía a la de uno de esos comerciales a los que adoctrinaba sobre pensamiento positivo, con la diferencia de que a él casi nadie le decía “no”. Tras el éxito de su primer libro, Peale ya no paró de viajar dando charlas, dejando a su mujer a cargo de los niños y a sus

ayudantes atendiendo la parroquia, de modo que sí compartía “esa existencia nómada, en movimiento constante, siempre pendiente de cada transacción, que es como un logro y un reto personal”, según dijo su biógrafa.⁷ En *El poder del pensamiento tenaz*, la mayor parte de las anécdotas que se cuentan suceden en hoteles o salas de conferencias, donde hay vendedores angustiados y muertos de cansancio que le acorralaban pidiéndole consejos. Este era el público que Peale había elegido: “el hombre solo en la habitación de un motel.”⁸

Hoy día, los comerciales ya no están tan solos ante esa necesidad de llenarse de entusiasmo: los empresarios les brindan toda la ayuda que pueden, y con métodos cada vez más ingeniosos. Un primer paso, que practican por ejemplo las empresas farmacéuticas, es contratar a personas que ya de por sí, en cierto sentido, tengan cualidades de motivador, como el típico líder estudiantil; han resultado ser tan buenos vendedores que entre ciertas universidades y algunas empresas de este

sector ya hay acuerdos estables de contratación. “No te preguntan ni en qué te has licenciado”, dice un asesor de la Universidad de Kentucky; les basta con que el candidato haya demostrado ser buen líder. “Aprenden los movimientos exagerados, las sonrisas exageradas y el entusiasmo exagerado”, dice el mismo asesor; “y con eso consiguen que la gente haga lo que ellos desean.”⁹ Otro método de lo más directo para motivar a los comerciales es dar grandes recompensas a cambio de buenos resultados. En la empresa de cosméticos Mary Kay, a las mejores vendedoras les regalan un Cadillac rosa; muchas empresas le cambian al “empleado del mes” su plaza de aparcamiento por otra mejor. Según afirma una consultora para directivos, “las empresas de Estados Unidos se gastan unos cien mil millones de dólares cada año en incentivos: camisetas, jornadas de golf o viajes gratis a Florida, en la creencia de que así motivan e inspiran de algún modo a sus empleados.”¹⁰

Pero no todos los métodos de motivación del personal consisten en recompensas o incentivos.

Dado que el empleado tiene cada vez menos derechos, si es que tiene alguno, en el lugar de trabajo algunas empresas recurren a formas de motivación que pueden resultar crueles, si no morbosas. Por ejemplo, una mujer denunció en 2006 a una compañía californiana de alarmas para el hogar por someterla a lo que ellos llamaban “azotes motivacionales”. Al personal de ventas los dividían por equipos y a los de peores resultados les daban unos azotes, generalmente con los soportes metálicos de los rótulos de la competencia. Un comercial de la empresa testificó en el juicio: “Básicamente, tienes que ponerte de pie frente a tus compañeros, apoyar las manos en la pared, inclinarte, y te dan con el rótulo”. Había otros castigos para quien no alcanzara los objetivos, como romperle huevos en la cabeza, echarle nata montada en la cara o hacerle ir con pañales (por cierto, se dictaminó que los azotes no se podían considerar agresión sexual, porque hombres y mujeres los sufrían por igual, así que la demandante perdió el juicio).

Y todavía más increíble es el caso de una

empresa de Provo (Utah) llamada Prosper, donde en mayo de 2007 un supervisor le hizo a un empleado “el submarino”, durante un ejercicio motivacional. Al vendedor, que se había prestado voluntario sin saber qué iba a pasar, le hicieron salir al exterior y tumbarse con la cabeza más baja que los pies; entonces, lo sujetaron entre varios compañeros para que no pudiera moverse, mientras el supervisor le metía agua a la fuerza por la nariz y la boca. Al acabar, según contaron los presentes, el jefe les dijo: “Ya visteis con qué fuerza luchaba Chad para respirar: así que quiero que entréis ahí y peleéis igual que él para conseguir ventas.”¹¹ Los directivos de esta empresa dijeron no tener nada que comentar sobre los métodos de su gerente, que además de la citada incluían prácticas como pintarles bigotes a los empleados o prohibirles sentarse durante toda la jornada; aunque afirmaron que no eran partidarios de la tortura. Curiosamente, la compañía Prosper se dedica a darles servicios de “motivación” a otras.

Pero lo cierto es que casi todas las empresas se contentan con controlar la mente de sus empleados sin tocarles un pelo. En 1987, el sociólogo Robin Leidner hizo un curso de comercial en una empresa llamada Combined Insurance, y allí encontró “mucho énfasis a la hora de enseñar actitudes y técnicas, y muy poco en dar formación sobre los seguros del hogar”. El primer día, todos los que asistían al curso tuvieron que ponerse en pie y cantar a coro: “Me siento en forma, me siento feliz, me siento genial”, mientras lanzaban al aire “el puñetazo del ganador”. Según le contaron, esta filosofía se llamaba “Actitud Mental Positiva” y la había desarrollado personalmente el fundador de la empresa, W. Clement Stone (que hacía grandes donaciones al partido Republicano y, junto con Napoleon Hill, escribió el libro *La actitud mental positiva: el camino hacia el éxito*). También les pasaron un vídeo con eslóganes como “Te reto a que desarrolles mentalidad de ganador” que, según dice Leidner, “deja claro que querían convencer a los nuevos empleados de que su personalidad era algo en lo que debían trabajar, algo que se podía

ajustar para promover el éxito.”¹²

No hay muchas empresas que se hayan esforzado tanto por promover el pensamiento positivo entre sus comerciales como Amway, una gran mayorista norteamericana de productos de limpieza, purificadores de agua y cosméticos. Los recién llegados pasan por un proceso de adoctrinamiento intensivo, que se pagan de su propio bolsillo, y en el que se usan cintas o libros y se hacen seminarios o festivales. A principios de la década de 1980, sus comerciales tenían que comprar cada mes un libro de la lista que les daban, con títulos como el clásico *El poder del pensamiento tenaz* o el *Piense y hágase rico* de Napoleon Hill.¹³ En los seminarios, que también tenían que pagarse, aprendían cosas como “Dios es positivo y el Diablo es negativo”. Un ex comercial de la empresa contaba: “Cualquier influencia que pueda debilitar tu fe y tu compromiso con el negocio es Negativa [...] Si te niegas a comprar una cinta que te recomiendan los de arriba, eres Negativo”. Este mismo hombre

describía las convenciones de ventas de Amway como una especie de concierto de rock: Y, por supuesto, quien no se metía de cabeza en la juerga era considerado Negativo.

Por todo el pasillo se oían voces que se interpelan y contestan. Uno grita: ‘¿A que es genial?’, y el otro responde: ‘¡Ya te digo!’ En la convención de zona, son miles los que encienden su mechero Bic (Amway no los fabrica aún) y hacen un círculo con las llamas, simbolizando la fuerza mística del Plan [de ventas de la empresa]. En el centro del escenario hay una pantalla de vídeo donde se leen eslóganes y salen círculos de colores de luces de discoteca, al ritmo de la música.¹⁴

Como sabe bien quien haya asistido a un evento deportivo, una reunión de antiguos compañeros o un verdadero concierto de rock, no es fácil resistirse a las emociones de la masa. Cuando hay música a todo volumen y nos rodea gente de pie, cantando o siguiendo el ritmo, nos dejamos llevar queramos o no, y puede que experimentemos cierta exaltación, la de ser “parte de algo más grande que nosotros”. Es un rasgo humano que los oradores motivacionales –y quienes se dedican a la

planificación de eventos— conocen y explotan muy bien; por eso suelen pedirle a la gente que se levante, y muchas veces que cante o baile desde su sitio. Jonathan Black, en su libro sobre el negocio de las charlas de motivación, describe al público de un orador como “empleados *transformados*”, que hasta se echan a llorar. Tras su presentación, “se agarran con fuerza a las manos [del conferenciante], y le dicen que es su salvador; luego lo abrazan, temblando y llorando.”¹⁵ Para un vendedor angustiado o alguien que trabaja todo el día en un cubículo, este tipo de evento puede ser una experiencia catártica y emocionante; no se vive como un intento de controlarte la mente, sino como lo esperable de una reunión de empresa, incluso algo a lo que se tiene derecho, para olvidarse un poco de la presión diaria.

En estos primeros años del siglo XXI, la motivación enlatada ya no es un añadido al mundo de los negocios: ha penetrado hasta el mismo corazón de la actividad empresarial norteamericana. Afecta no ya solo a la red de

ventas, sino también a los que trabajan en las oficinas e incluso a los del departamento de comunicación, a los ingenieros y al personal de administración: a todos hace falta motivarles para generar en ellos pensamiento positivo y que mejoren los resultados. Por lo visto, en el mundo de la empresa todo el mundo está al borde de abandonarse a la improductividad a menos que se le espolee sin cesar con nuevas dosis de adrenalina motivacional. Pero lo más sorprendente de todo es quizá que también se hayan convertido al pensamiento positivo los que de verdad toman las decisiones: los ejecutivos y cargos intermedios.

LA ERA DE LA IRRACIONALIDAD

Cuando hablo con gente del mundo de la motivación para los negocios, me parece que a muchos de ellos les incomodan sus facetas más disparatadas: esas convenciones de ventas que parecen mítines políticos o reuniones de antiguos alumnos, o la promesa de que uno podrá

conseguirlo todo gracias a la ley de la atracción. James Champy, consultor empresarial y autor del superventas *Reingeniería de la dirección: el imperativo del nuevo liderazgo* (1993), dijo que en su opinión gran parte de la literatura de motivación es “ilusoria”, y muchos de los que la llevan a la práctica unos golfos. Clarke Caywood, profesor de *marketing* en la Universidad Northwestern, reconoce: “tengo demasiada información y me falta ingenuidad” para hacer trucos motivacionales como la visualización, por ejemplo. Pero afirma que “no vienen mal”: “con que aprendas un truco de esos –por ejemplo, pegarte en el espejo la foto del barco que quieres– quizá ya consigas cerrar una venta”. Él y yo (profesor y escritora, respectivamente) nos damos cuenta de que visualizar un barco no va a conseguírtelo, pero para él sería “arrogante” negar que la mayor parte de los que trabajan en grandes empresas, sobre todo en el área de ventas, necesitan confiar en este tipo de “trucos”, aunque solo sea para soportar la jornada laboral.

Los cargos medios se han considerado a sí

mismos, durante gran parte del siglo XX, profesionales con la cabeza en su sitio, versados en las “ciencias empresariales” y capaces de hacer un servicio público: conseguir que las empresas funcionen de forma ágil y eficiente. La gestión empresarial profesional, que empezó a despuntar en las primeras décadas del siglo XX, en la época en que también la medicina y la ingeniería se organizaban de forma corporativa, refleja una creencia muy extendida entre la clase media: la de que todos los problemas se pueden enfocar de forma sistemática y racional (creencia que, de hecho, es lo opuesto al pensamiento positivo). ¿Quién necesitaba ponerse a hacer castillos en el aire cuando la ciencia y la tecnología estaban generando innovaciones tan fantásticas como el automóvil, el teléfono o la radio? La clase media universitaria norteamericana creía en una idea básica: la de que se trataba de progresar en conjunto, no solo de triunfar cada uno por su lado, y que ese progreso se lograría gracias al trabajo de unos especialistas bien preparados, racionales y objetivos.

Lo cierto es que nunca hubo un cuerpo doctrinal de las ciencias empresariales como el que hay, digamos, en la ciencia médica; existen “casos prácticos” que se pueden analizar, así como lo que ahora se llaman “buenas prácticas”. Pero el concepto de que la gestión era una tarea racional que se podía llegar a dominar mediante el estudio tenía un importante poso meritocrático: ya no valía aquello de reemplazar al patrón por su hijo o su yerno. Acabada la Segunda Guerra Mundial, el número de personas que trabajaban en gestión empezó a multiplicarse exponencialmente; la carrera de Empresariales se convirtió en la más demandada, y el MBA en el máster de moda. Ambos se basaban en la idea de que la empresa se podía gestionar de una forma impersonal y racional.

Luego, en la década de 1980, apareció la tendencia del *downsizing* corporativo, que vino a poner en duda la propia naturaleza empresarial. Todo empezó casi como una anécdota, pero enseguida llegó a su apogeo: las empresas se pusieron a hacer “reestructuración” o

“reingeniería”, y en general a eliminar todos los puestos de trabajo posibles, tanto en las oficinas como en los talleres. Entre 1980 y 1985, el presidente de General Electric, Jack Welch, se ganó el apodo de “Neutron Jack”, en alusión a la bomba de neutrones: despidió a 112.000 trabajadores, y anunció que cada año se irían a la calle el diez por ciento menos productivo. Luego vinieron los accionistas, exigiendo continuas “reducciones en la fuerza de trabajo” (RIFs, por sus siglas en inglés) para que subiera el precio por acción (al menos a corto a plazo). Este nuevo orden empresarial lo resumió muy bien el *New York Times* en 1987: “destruye la lealtad a los trabajadores, los productos, las estructuras empresariales, los negocios, las fábricas, las comunidades, e incluso la lealtad al país. Bajo las nuevas reglas, todos estos elementos se consideran prescindibles. Cuando se trata de sobrevivir, solo importan el liderazgo en el mercado, los beneficios sólidos y el precio de las acciones.”¹⁶

Las grandes empresas fueron en algún momento

entidades centradas en la tarea que llevaban a cabo: aparecieron durante el siglo XIX para desarrollar proyectos específicos, como la construcción de un canal o de una línea férrea. El término “corporación” tiene aún resonancias de grupo que se une con un objetivo común (y no solo el de darles más rentabilidad a los accionistas); ya bien pasada la Segunda Guerra Mundial, la definición de las grandes empresas seguía basándose en lo que fabricaban y en cómo contribuían a la sociedad. Pero llegó el “capitalismo financiero” de los ochenta y a partir de entonces ya no se pensaba más que en el beneficio de los accionistas. Rakesh Khurana, un profesor de la Harvard Business School que ha escrito la crónica del declive de la gestión empresarial, dice que el punto de inflexión fue la declaración de principios que emitió la Business Roundtable en 1990. Esta “mesa redonda”, a la que se sientan los directivos de las mayores multinacionales estadounidenses, afirmó que “las grandes empresas tienen el compromiso de servir tanto a sus accionistas como a la sociedad en su

conjunto”, y entre los públicos de la empresa se hallaban los empleados, los clientes, los proveedores y las localidades donde estaban sus centros de trabajo. Pero en 1997 la Roundtable ya no admitía más responsabilidad que la que debía a sus accionistas, afirmando que: “el concepto de que la dirección debe encontrar alguna forma de equilibrio hacia los intereses de sus públicos refleja una falta de entendimiento básico de la tarea del directivo”. A partir de entonces, las grandes empresas, ya aliviadas de la responsabilidad hacia sus empleados, clientes o “la sociedad en su conjunto”, degeneraron en “meros agregados de activos financieros”, que se podían explotar, desagregar o fusionar entre sí a placer. Hubo teóricos de la gestión que incluso empezaron a hablar de la empresa como de “una ficción legal, un constructo intelectual”, porque el producto cada vez importaba menos, y los vínculos entre empresa y empleado se hacían cada vez más frágiles.¹⁷ Se publicaron libros de consejos de gestión, como *Nade entre tiburones sin que se lo coman vivo*, en los que se recalca que, dentro

del nuevo entorno corporativo, lo que primaba era el “sálvese quien pueda”.

Los ejecutivos de nivel superior llegaron a darse cuenta entonces de que eran tan prescindibles como el que más: podían verse recogiendo sus cosas en cualquier momento, a consecuencia de una OPA hostil o de que se decidiera de un día para otro eliminar una línea de productos; hasta los presidentes perdían el empleo o cambiaban de empresa a toda velocidad. Pero estos altos ejecutivos tenían una gran ventaja sobre el empleado medio al que le amenazaban los recortes: como su paquete salarial incluía muchas veces acciones de la empresa, y gran parte había firmado además contratos blindados, de alguno de esos vuelcos corporativos podían salir ricos.

Esa combinación de peligro extremo y ganancias potencialmente inmensas dio lugar a un cóctel explosivo: una ola de temblor de piernas recorrió la clase empresarial norteamericana. Los métodos de dirección antiguos, lentos y bien pensados, ya no servían: los ejecutivos se

rindieron a la intuición, el juicio instantáneo y las corazonadas. Tom Peters, gurú empresarial, afirmaba: “Las cosas se mueven a tal velocidad que no somos capaces de llegar a una conclusión lógica sobre qué está pasando.”¹⁸ Un artículo de la revista *Fast Company* se quejaba de que “hay un gran fallo en los libros de gestión empresarial, incluso en los más conocidos y los que dan más información. El mundo que intentan describir es tan complejo, tan tumultuoso, tan regido por el azar a veces, que en él no hay nada predecible, ni siquiera racional.”¹⁹ O, como dijo la revista *Business Week* en 1999: “¿Quién tiene tiempo aún de hacer gráficos de decisión o planes a cinco años? Esto ya no es el mundo de los negocios de hace dos décadas: hoy la economía está dominada por la información y por los servicios, y todo se basa en tomar decisiones inmediatas.”²⁰ Para entonces, ya se criticaba a quien dudaba o se lo pensaba mucho antes de tomar una decisión: eso era “analizar demasiado” o “intelectualizar demasiado”. El único “paradigma” operativo era

el del cambio por el cambio, y la supervivencia solo se cifraba en abrazar ciegamente este cambio continuo o, como decía Peters, “prosperar en el seno del caos”.

Los presidentes de las empresas, desde su cima del mundo empresarial, se forjaron una nueva imagen de líderes carismáticos, a los que se les daba por supuesta la intuición, esas buenas corazonadas imprescindibles para los negocios. El presidente de antes había ido escalando desde los puestos inferiores de la compañía, dominando las facetas del negocio una por una, hasta llegar a lo más alto; al de ahora probablemente lo habían contratado por su fama en el mundillo, aunque proviniera de un tipo de negocio totalmente distinto. Khurana describe así la transformación: “La imagen del presidente de la empresa ya no era la de un gran gestor, sino la de un *líder* –un líder capaz de motivar, exuberante–, muy similar de hecho a la de un orador motivacional.”²¹ Para algunos profesores de las escuelas de negocios, esta nueva autoimagen del presidente de la

empresa tenía perturbadores rasgos de divinidad. Según afirma un artículo publicado en 2002 en la revista *Human Relations*, muchos líderes empresariales “desarrollan la convicción monomaniaca de que solo hay un modo correcto de hacer las cosas, y creen poseer una percepción de la realidad casi propia de un dios”. De pronto muchos de ellos estaban convencidos (gracias en parte a los gurús motivacionales que habían reemplazado a los “consultores” de antes), de que eran “visionarios carismáticos, y no meros tipos con traje.”²²

Y así, enterrando las “ciencias de la gestión”, los directivos empezaron a buscar con frenesí algo nuevo que explicara ese mundo cada vez más incierto; y que lo explicara todo, desde la teoría del caos hasta la sabiduría de los indios, pasando por la “excelencia” y las religiones orientales. Ya no valía con rechazar el enfoque antiguo; en el mundo de los negocios norteamericano se impuso la antirracionalidad. La revista *Business Week*, con una especie de gesto de respeto hacia el

antiguo análisis racional de la gestión, reconocía que “el pensamiento espiritual en el mundo de la empresa parece tan fuera de lugar como un máquina de escribir en una firma de tecnología punta”. Pero, como contaba luego el artículo, que fue portada de la publicación, la nueva forma de pensar lo había invadido todo. En una reunión celebrada en 1999, por ejemplo, entre “varios de los directivos más jóvenes y carismáticos del mundo”, hubo un “viaje sanador chamánico”:

Allí, en una habitación iluminada con velas y aroma a incienso, diecisiete números uno del sector se vendaron los ojos y se tumbaron en una toalla, para sumergirse en su ‘mundo profundo’ al ritmo de un tambor tribal. La sesión la dirigía Richard Whiteley, un escritor superventas, ex alumno de la escuela de negocios de Harvard y asesor externo para empresas, que en sus ratos libres oficia también de chamán urbano. ‘Visualizad una entrada a la tierra, un hueco por donde penetrar nadando’, susurra Whiteley, y luego les da instrucciones para conectarse con lo más oculto, con sus ‘poderes animales, que llevarán a tu empresa al triunfo del siglo XXI.’²³

Durante la última década del siglo XX y la

primera del XXI, en el mundo de los negocios norteamericano proliferaron no solo los sanadores chamánicos sino otras muchas formas de espiritualidad: se celebraban “concursos de visualización” y había círculos de sanación india para los ejecutivos de máximo nivel, ejercicios de “narración tribal” y de “escucha profunda”. A principios de los noventa, Esalen, un gran balneario de la región californiana del Big Sur, que en los años sesenta y setenta había sido un bastión de la contracultura, organizó una colecta para convertir su edificio principal en un lujoso retiro para hombres de negocios, y las grandes multinacionales, como Ford, DuPont o Procter & Gamble, empezaron a pagarles a sus directivos las prácticas espirituales. “Las grandes empresas están llenas de místicos”, decía un libro de autoayuda publicado en 1996. “Si quieres conocer a uno de verdad, es más probable que lo encuentres en un consejo de administración que en un templo.”²⁴

En esta nueva cultura corporativa “espiritual”,

nadie veía nada preocupante en el pensamiento positivo, ni en que te prometa que la ley de la atracción te permitirá controlar el mundo con tus pensamientos. Como escribió la revista *Fortune*, esa nueva espiritualidad de los negocios ofrecía “una visión del mundo en la que [...] la realidad no es algo absoluto, sino un subproducto de la conciencia humana.”²⁵ Los consultores ejecutivos de antes, con los que no se podía hablar más que de números, dieron paso a los autodenominados “gurús de la gerencia”, como Peters o Tony Robbins: famosos, escritores superventas que podían poner de pie al público con sus inspiradas arengas en contra de las viejas panaceas de la gestión.

La carrera de Peters, al que *Los Angeles Times* denominó “el supergurú de los ejecutivos”, sirve para seguir el declive de la gestión de empresas como tarea racional. Peters empezó como analista de la consultora McKinsey, una firma hiperracional y totalmente de la vieja guardia; allí descubrió “el elemento humano”, y en 1982, junto

a otro autor, publicó sobre ello un libro de gran éxito: *En busca de la excelencia*. Según contaban en él, no bastaba con gestionar una empresa “por el libro de contabilidad”, y en esto nadie podía quitarles la razón. Había que motivar a los empleados, y recompensarlos cuando hacían un esfuerzo extra por complacer a un cliente; todo lo cual pasaba por darles un “salario emocional”. Las grandes empresas estaban hechas de personas, y las personas son seres con sentimientos, así que la gestión debía ser capaz de adentrarse en este nuevo territorio movedizo. En otras palabras, Peters promovía un cambio de enfoque, pero con argumentos racionales: el nuevo estilo de dirección tendría que basarse en motivar al personal, generar buen ambiente y promover el pensamiento positivo.

Pero, a medida que fue avanzando la era del *downsizing*, este mensaje se fue llenando de matices nihilistas y amenazantes. Ya no bastaba con “prosperar en el seno del caos”, como decía en otro libro que publicó en 1998: el ejecutivo con una visión vanguardista debía ser capaz de

generarlo. “¡Destruye tu empresa antes de que lo haga la competencia!”, escribía en 1992: “¡Desorganiza! ¡Y luego desorganiza más!”²⁶ No había ni una frase a la que le faltara la marca de fábrica de Peters: un signo de exclamación en rojo. Luego empezó a posar para las fotos en calzoncillos. La revista *Fortune* publicó en el año 2000 un artículo sobre Peters que empezaba diciendo: “Si usted sabe una sola cosa sobre Tom Peters, conocerá su primer libro; si sabe dos cosas, sabrá que no ha escrito nada igual de bueno desde entonces; y si son tres cosas las que sabe de él, la tercera es que, en algún momento de los dieciocho años que han pasado desde aquel primer libro, ha perdido la chaveta.”²⁷

Quizá fue el verle en calzoncillos, y sus discursos de iluminado, lo que hizo que *Fortune* le diera la espalda; pero, por mucho que hubiera perdido la chaveta, aún tenía predicamento en el sector de los negocios. Durante la década de 1990 su mensaje fue: “Reducid”, destruid la gran empresa tal como la conocemos; y eso fue

exactamente lo que hicieron los directivos. En 2001, cuando Jack Welch se retiró como presidente de General Electric, finalizó su despedida con un mensaje tan nihilista como los de Peters: “y decidle a todo el mundo que ponga su empresa patas arriba, que le den un buen meneo, que hagan saltar los cristales de las ventanas.”²⁸ Todos aquellos despidos, ¿les dieron más fuerza a las empresas, o lo que hicieron fue debilitarlas? Un estudio realizado a mediados de la década de 1990 por la American Management Association no halló que hubieran tenido un impacto positivo en la productividad.²⁹ Pero lo cierto es que eso era casi lo de menos, porque los recortes de plantilla sí que sirvieron para que las acciones subieran, al menos a corto plazo. Si en aquella “nueva espiritualidad” del mundo de los negocios había alguna figura divina, era Shiva, la diosa bailarina de la destrucción.

GESTIONAR EL DESALIENTO

Entre 1981 y 2003, unos treinta millones de

oficinistas norteamericanos perdieron su trabajo en las reestructuraciones empresariales.³⁰ Y ni las empresas privadas ni las públicas tenían gran cosa concreta que ofrecerles a las víctimas de aquel desmantelamiento masivo. El subsidio de paro generalmente se agotaba a los seis meses, y la cobertura sanitaria expiraba a la vez que el contrato de trabajo. Muchos de aquellos empleados consiguieron reponerse del golpe y encontraron otro puesto, aunque con un sueldo un 17% más bajo de media, o se resignaron a organizar su vida como trabajadores eventuales o “consultores” de algún tipo.³¹ Pero también hubo muchas personas que habían pertenecido a la clase media y que, perdida la red de seguridad, se vieron abocados a trabajos muy mal pagados o a la pobreza. Yo he conocido, o he oído hablar, de muchos de ellos: una mujer de Atlanta que trabajaba en *marketing* de tecnologías de la información y que, mientras encontraba algo de lo suyo, pasó seis meses como conserje; un chófer por horas de Minneapolis que les daba a los pasajeros su tarjeta de cuando era ejecutivo de

medios, por si buscaban a uno; o el ingeniero químico cuyo despido acabó dando con él en un albergue para los sin techo. Aquellos trabajadores de oficina, que habían conocido la estabilidad y habían crecido en la fe de que sus estudios y sus competencias eran una garantía, se veían dando tumbos.

Las reestructuraciones de empresas, por supuesto, no hicieron crecer el número de comerciales, pero sí el de personas a las que se animó a *verse como* comerciales. Todo el mundo tenía que hacer un esfuerzo continuo para venderse a sí mismo, porque el nuevo entorno de trabajo era un lugar de lo más impredecible. Para el antropólogo Charles N. Darrah, el empleado se había convertido “en un conglomerado de aptitudes [...] que se puede desplazar sin problemas por diferentes entornos [de trabajo], sin más equipaje que sus propias competencias.”³² Pero a este hombre o esta mujer la esperanza de poder “desplazarse sin problemas” solo se le concedía si realizaba una constante labor de

pulido sobre lo que Tom Peters llamó “esa marca llamada tú”. Uno ya no se consideraba “un empleado”: era “¡una marca que habla claramente de diferencia, compromiso y pasión!”³³ Ahora todo el mundo, desde el informático hasta el contable, estaba sometido a aquella inseguridad del “vendedor solitario” a la que hacía referencia Norman Vincent Peale.

El sector de la motivación, por su parte, no podía hacer nada para reparar esta nueva realidad. Como mucho, podía ayudar a cambiar la *percepción* que uno tenía de ella, insistiendo en que la reestructuración empresarial era un “cambio” al que había que darle la bienvenida, pues suponía un estímulo para progresar. De este modo, quedarse sin trabajo era una oportunidad para la autotransformación, y de aquellos vaivenes saldría una nueva hornada de “triunfadores”. Las empresas les pagaban a los oradores motivacionales por difundir ese mensaje. Un artículo publicado en 1994 en el diario *Washington Post* sobre los productos de

motivación decía: “Las multinacionales están buscando formas innovadoras y baratas de subirles la moral a sus empleados, desmoralizados por los despidos masivos.”³⁴ Según una “historia del *coaching*” que se puede leer en internet, el sector de los *coaches* o entrenadores le debe su enorme crecimiento en la década de 1990 a “que se acabó ‘el empleo vitalicio’.”³⁵ La gran telefónica AT&T organizó en 1994 un evento de motivación para su personal de San Francisco, llamado “Éxito 94”, que empezó el mismo día en que la empresa anunció un plan para despedir a quince mil trabajadores durante los dos años siguientes. Richard Reeves, reportero del *Times*, contó que el mensaje central del orador más destacado de aquel evento, un animadísimo predicador cristiano llamado Zig Ziglar, fue: “Tú eres el responsable; no le echas la culpa al sistema; no le echas la culpa al jefe: trabaja más y reza más.”³⁶

Hay otros artículos, como los calendarios o los pósters, que también le deben su éxito de ventas a lo que una representante de Successories llamó,

con sutileza digna de agradecer, “la cantidad de negatividad que hay en el mundo”. “Hacen falta [productos de Successories] porque muchas empresas están haciendo recortes de plantilla, y muchas otras no pueden permitirse las subidas de sueldo que les piden”, dijo. Así que sus artículos brindaban “una forma de llevar mejor la situación.”³⁷ Ralph Whitehead, profesor de Periodismo en la Universidad de Massachusetts en Amherst, apuntaba: “Quienes están haciendo las reestructuraciones despiden a una persona de cada tres y luego ponen un póster inspiracional en el pasillo para tapar la herida psicológica.”³⁸

Se podría hablar de un experimento masivo sobre el control mental. “La realidad es una mierda”, me dijo un informático, con la carrera superior y un máster terminados, que no encontraba más que trabajos temporales sin seguro médico ni complementos. Pero la realidad no se puede cambiar, o al menos no hay ningún modo sencillo y obvio de hacerlo. Puede uno unirse a una asociación que abogue por una red de

seguridad social adecuada, o por que se implanten unas políticas empresariales más humanas, pero conseguir algo de eso te puede llevar la vida entera. Por ahora, no puedes sino cambiar tu percepción de la realidad: que de negativa y amarga pase a positiva y afirmadora. Y este fue el gran regalo que le hizo el mundo de la empresa a sus empleados despedidos y a los que se quedaron trabajando el doble: el pensamiento positivo.

Los empresarios empezaron cada vez más a invitar a conferenciantes motivacionales a sus actos de empresa.³⁹ Y, por mucho que el evento en sí estuviera consagrado a otra cosa (dar premios o presentar a nuevos ejecutivos), el orador de marras se ocupaba casi siempre de la “animación”. Vicky Sullivan, analista del sector de estos conferenciantes, afirmó en el congreso de la NSA de 2007 que las multinacionales eran las grandes “madrinas” del ramo. En una entrevista, Sullivan me dijo que “hubo un momento” en que la patronal se dio cuenta de que no bastaba con que la gente recibiera los conceptos básicos de la

motivación, como “No lees periódicos ni hables con gente negativa”. Entonces, añadió, “aprendieron que tienes que ir un poco más lejos, porque cada vez los cambios suceden con más rapidez. Tienes que usar a los oradores motivacionales para que la gente se agarre a lo que tiene”.

Estos conferenciantes y entrenadores ya se hacían publicidad como herramienta para el “cambio”, lo que significa para los despidos y la carga de trabajo extra que se imponía a los supervivientes de un recorte. Cierta empresa de *coaching*, por ejemplo, prometía sanar el ambiente tóxico que hubiera quedado tras una reestructuración: “El programa es perfecto para empresas y corporaciones que hayan pasado por vaivenes como el recorte de plantilla, una fusión o una adquisición. Si su personal está reaccionando con resistencia al cambio, con rumores por los pasillos, descenso del rendimiento, mala comunicación o estrés, nuestro programa de cambio de gestión les ayudará a mantener su

motivación positiva y a concentrarse.”⁴⁰ En un ataque de sinceridad poco frecuente, una profesional de las charlas me contó que no se sentía muy a gusto con el papel que le tocaba desempeñar, porque, según me contó, los empresarios utilizan a los oradores más o menos para “atizarles a los empleados” si no alcanzaban los objetivos fijados. “A lo mejor les dicen: ‘¿Es que no escuchaste al conferenciante que trajimos?’”.

Otro recurso para que los oficinistas aprendieran a vivir con las reestructuraciones empresariales fue el boyante sector de los libros de autoayuda. Entre ellos, el clásico de la propaganda en favor de los recortes fue *¿Quién se ha llevado mi queso?*, que vendió diez millones de ejemplares en Estados Unidos, y no pocos de ellos a empresas que lo compraron al por mayor para regalárselo a la plantilla. El libro es una cosita de nada, menos de cien páginas (quizá asumiendo que iba a caer en manos de personas que no tendrían ningunas ganas de leerlo), y cuenta su historia en

forma de fábula, como si fuera para niños. Dos personitas que comen queso y viven en un laberinto, Kif y Kof (que, según se dice, “tenían capacidad de pensar y aprender”) llegan a su “Central Quesera” y se encuentran con que no hay queso. Las “personitas” se quedan entonces despotricando y quejándose de “lo injusto de la situación”, como ya apunta el título del libro. Pero en el laberinto viven también dos ratones, que se dan la vuelta sin más y se aventuran pasillo adelante buscando un sitio nuevo donde haya queso, porque, al ser ratones, “no se perdían en análisis profundos de las cosas. Y tampoco tenían que cargar con complicados sistemas de creencias.”⁴¹

Al final, las personitas aprenden de los ratones que quizá tengan que adaptarse a un queso *nuevo*. Kof usa lo que viene a ser la ley de la atracción para encontrarlo: empieza a “hacer un dibujo en su mente [...] con gran realismo, [viéndose] sentado en medio de un montón de sus quesos favoritos, desde el cheddar al brie.”⁴² Y entonces, en vez de

seguir quejándose de que ya no tenía el queso de antes, se da cuenta, con espíritu más positivo, de que “el cambio te puede llevar a algo mejor”, y enseguida lo vemos comiendo unos trocitos de un queso nuevo “delicioso”. Lección para el afectado por un recorte de plantilla: esa peligrosa tendencia humana a “perdersse en análisis profundos de las cosas” y quejarse ha de cambiar; hay que adoptar la visión de la vida propia de los ratones. Cuando uno pierde un trabajo, ha de callarse y mover el trasero hasta que encuentre otro.

Las empresas utilizaron todo tipo de eufemismos para los despidos, desde “adelgazamiento de recursos” hasta “oportunidades para cambiar de carrera”, pero el proceso en sí fue expeditivo y brutal.⁴³ En la década de 1990, gestionar reestructuraciones ya se había convertido en un arte, que muchas veces practicaban unos expertos externos contratados al efecto. Para empezar, el recorte de plantilla había que hacerlo de repente y todo de una vez, para que no hubiera tiempo de que las quejas de los

afectados contaminaran a los que se quedaban. Lo normal era que el propio servicio de seguridad de la empresa se ocupara de que los despedidos se fueran, y de que no armaran mucho lío. Se le decía a alguien que estaba despedido, y a continuación un guardia de seguridad lo acompañaba hasta la puerta; a veces, el afectado podía pararse a recoger sus efectos personales (las fotos de la familia, por ejemplo), pero en muchas ocasiones se los mandaban a casa.

La patronal intentaba compensar un poco los daños —y quizá de paso evitarse demandas, o que los despedidos les crearan mala fama—, recurriendo a firmas de *out-placement* [reubicación] para sus nuevos parados; empresas que, además de enseñarles a redactar el currículum, les daban servicios de motivación. El dueño de una de estas asesorías en Portland (Oregón), afirmaba en 1994 que, gracias a ellos, la gente llegaba a darse de cuenta de que “perder el trabajo era un paso adelante en la vida [...] una experiencia que servía para crecer, para conocerse mejor a uno mismo, una pausa que les hacía mucha

falta”. El periódico *Los Angeles Times* publicó un artículo sobre un hombre llamado Primalde Lodhia, informático e ingeniero técnico de origen indio, que en 1991 fue despedido con esta sucinta explicación: “Estamos muy contentos con tu trabajo, pero te tienes que ir. No encajas en nuestro esquema de empresa”. Sus jefes le ofrecieron asistir a unas sesiones de *out-placement* y, aunque él hubiera preferido que le dieran el dinero, no tuvo más remedio que aceptar. En sus declaraciones al *Times*, tiempo después, decía: “Fue un buen consejo, porque yo sentía tanta amargura que hubiera dicho cosas que no me convenían.”⁴⁴

Lo cierto es que no todas las empresas recurren a estos servicios de reubicación, que además pueden llegar a costar diez mil dólares por persona; muchas esperan que el nuevo parado los busque por su cuenta y se los pague de su bolsillo. Yo asistí a una docena de reuniones de *networking* y seminarios para ejecutivos en busca de empleo durante el año 2005, y llegué a la conclusión de

que el mensaje central de todos ellos era que había que pensar en positivo: lo que te pase a ti, sea lo que sea, es consecuencia de tu actitud y, si superas el resentimiento y te conviertes en alguien que piensa en positivo, alguien con mentalidad “ganadora”, puede que el trabajo de tus sueños esté a la vuelta de la esquina. A principios de la década de 2000, Carrie Lane, profesora de estudios norteamericanos, hizo una investigación sobre trabajadores en paro en el sector de la tecnología, y llegó a una conclusión muy parecida. Las reuniones dirigidas a parados “les exhortaban con sutileza a soltar lastre y empezar a portarse como buenos buscadores de trabajo: de forma optimista e industriosa.”⁴⁵

Y después, cuando ya los despedidos estaban desperdigados por ahí y quizá aún más aislados, como Lodhia, tras el consejo de que no debían ponerse en contacto con otros, todavía faltaba vérselas con los que se habían quedado, angustiados y aturdidos aún... y volvieron a hacer falta los servicios de los motivadores. Jill

Andresky Fraser, periodista de medios económicos, llama a la motivación “relaciones públicas internas”, que se usan para crear “nuevos acólitos motivados, llenos de empuje, que estarán dispuestos a medrar incluso bajo el ambiente de trabajo más hostil y amenazante”. Por ejemplo, en plena ola de recortes de mediados de la década de los noventa, la telefónica NYNEX obligaba a su plantilla a realizar, entre otros ejercicios, una demostración de cuántas formas diferentes encontraba para saltar por una habitación. “Así que [...] saltaban a la pata coja, con los dos pies, con las manos arriba, tapándose los ojos con una mano... Saltaban y saltaban, y venga a saltar [...] Y luego los que organizaban el ejercicio les decían: ‘¿Veis qué creativos sois? Os las habéis arreglado para encontrar muchas formas distintas de recorrer la habitación a saltos’.”⁴⁶

Pero la técnica preferida para motivar a los supervivientes de los recortes fue la “creación de equipos”, una práctica que se extendió hasta el punto de dar pie a un sector propio, que se ha

solapado con el de la motivación. Justo en el momento en que los despidos masivos se burlaban del concepto mismo de equipo, a los trabajadores se les pedía que hallaran un sentido de la camaradería y del objetivo común en ese reducido nivel suyo, el de “equipo”. Cuanto menos sentido de grupo tenía la empresa, bajo la amenaza continua de que los recortes siguieran, más insistían los jefes en que el individuo le debía entrega total a esa unidad casi siempre ficticia. Un experto en “cambio estructural” y consultor de gestión escribió: “Las empresas deberían tener en cuenta, antes de eliminar o reducir equipos, los beneficios que les brindan estos durante un periodo de reestructuración”. Y continuaba: “Los equipos fomentan una camaradería que contribuye al trabajo en común y a conseguir los objetivos, y permite que las personas se sientan conectadas a algo menos grande y más fiable que una enorme empresa. Casi todo el mundo siente de forma innata la necesidad de estar conectado con un grupo íntimo [...] Eso es lo que aportan los equipos al entorno de trabajo.”⁴⁷

Así que, todo sea por el espíritu de equipo, las empresas del ramo empezaron a organizar ejercicios “divertidos” para estrechar lazos entre la plantilla, al aire libre o en interiores; los más sencillos con globos, vendas en los ojos y algún cubo de agua, y los más intensivos con excursiones de hasta una semana perdidos en la naturaleza. La idea era fomentar a golpe de silbato un sometimiento ciego hacia la empresa, por mucho que estuviera amenazando con borrararte del mapa. Un trabajador despedido de AT&T declaraba al informativo de la televisión pública en 1996: “Nos pasamos una semana en Outward Bound, todos los de atención al cliente, y allí en el campo llegabas a hacer amistad con todos. Fue la cosa más increíble que he vivido. Éramos como una familia; la gente más implicada del mundo. Hombre, si tus hijos no se ponían de pie cuando veían un anuncio de la empresa y le juraban fidelidad con la mano en el corazón, entonces....”⁴⁸

Así que el espíritu de equipo, con otras palabras, es una forma de motivación; la

diferencia es que, en el ambiente fúnebre de aquellas multinacionales reestructuradas, se suponía que tal motivación debía generarla la plantilla o el “equipo”, que tenía que venir de dentro. En la página web de una empresa dedicada tanto a motivar como a crear equipos lo vemos claro (aunque no del todo claro, porque la redacción farragosa es otra característica del entorno corporativo postracional): “En este seminario de creación de equipos, aprenderá tanto las habilidades básicas para crear equipos como las técnicas de motivación que le garantizan la cohesión de los mismos, generar buen ambiente, y motivados. Aprenderá a crear equipos que se quejan menos y trabajan más, donde hay más recompensas que castigos, organizar reuniones más centradas y productivas y ganarse el reconocimiento de la empresa.”⁴⁹

Y ahí viene la conexión con el pensamiento positivo a la antigua, al estilo Peale: la persona que sabe trabajar en equipo es, por definición, alguien “positivo”. Alguien que siempre luce una

sonrisa, que no se queja, que no les da demasiadas vueltas a las cosas, y que se somete con buen humor a lo que le pida el jefe.

Aunque también hubo ocasiones, sobre todo cuando los recortes seguían adelante, en que los esfuerzos de motivación salieron por la culata. A mediados de los noventa, mientras reducía la plantilla en un veinte por ciento, NYNEX puso en marcha un programa llamado “Winning Ways” [formas de ganar], destinado a fomentar “la mentalidad ganadora” entre sus trabajadores, que a cambio lo recibieron con sarcasmo y se referían a él como “Whining Ways” [formas de quejarse].⁵⁰ E. L. Kersten, que trabajaba para un proveedor de internet en Dallas, se fijó en el tipo de artículos de motivación que le gustaban al jefe y tuvo la brillante idea de comercializarlos parodiándolos. En uno de los pósters “desmotivacionales”, que puso a la venta en su web despair.com [angustia.com], se veía a un oso a punto de echarle la zarpa a un salmón que remonta un río, con la frase “Un viaje de miles de kilómetros puede

acabar muy muy mal”. En otro aparece una preciosa playa con una puesta de sol, y se lee: “Si te basta con una foto chula y una frasecita para motivarte, es que tienes un trabajo muy fácil... uno de esos que dentro de poco harán los robots”.

Pero estos alardes de ironía creativa no fueron lo más frecuente. La gran mayoría de los oficinistas despedidos se tragaron el sapo, como se suele decir, y aceptaron que les dieran pensamiento positivo en vez de la nómina mensual y la seguridad de antes. No tomaron las calles, no forzaron ningún cambio en la política, no se presentaron en su ex oficina con una pistola. Como me dijo un ejecutivo en paro, con discreto orgullo: “He superado mis sentimientos negativos, que eran de lo más disfuncionales”. El pensamiento positivo les prometía cierta sensación de tener las cosas bajo control, cuando el “queso” cambiaba de sitio casi a diario. Puede que su capacidad para hacer planes de futuro se estuviera quedando en nada, pero se les había dado una cosmovisión –un sistema de creencias, casi religioso– que les aseguraba el poder infinito sobre sí mismos, con la

única condición de que supieran ser dueños de su mente.

DIOS QUIERE QUE SEAS RICO

*U*no de los movimientos religiosos más sorprendentes de finales del siglo XX en Estados Unidos fue el renacimiento de ese calvinismo apocalíptico que ahora se conoce como “la derecha cristiana”. Sus representantes más conocidos, los telepredicadores Jerry Falwell y Pat Robertson, condenan a voz en grito los pecados de los gays o las feministas, y predicen que el fin del mundo está próximo; pero también existe otra rama, que va ganando terreno por días, con un estilo más amable: el del pensamiento positivo, ahora disfrazado de cristianismo. El calvinismo y el pensamiento positivo ya se habían visto las caras en el siglo XIX, aunque al segundo se le llamaba entonces Nuevo Pensamiento; cuando volvieron a encontrarse, cerca ya del cambio de milenio, la confrontación ya no fue pública sino que tomó la forma de batalla silenciosa por el dominio del mercado: la

audiencia de televisión, las ventas de libros y la asistencia a las iglesias. Así, el mensaje del pensamiento positivo, divulgado desde el púlpito, llegó a los oficinistas de los barrios residenciales, que hasta entonces solo se lo habían encontrado en el trabajo, a la vez que a millones de obreros y subempleados que aún no se lo habían encontrado en ninguna parte.

Se mida como se mida, los predicadores estadounidenses más populares de hoy día son los pensadores positivos, que ya no hacen referencia alguna al pecado, ni se explayan sobre los dos caballos de batalla de la derecha cristiana, que son el aborto y la homosexualidad. Ya nadie amenaza con el infierno ni promete la salvación, ni narra la lúgubre historia de la tortura de Jesús en la cruz; de hecho, no se ven casi cruces en los templos favoritos del nuevo credo evangélico, las megaiglesias. Entre 2001 y 2006, la cantidad de megaiglesias –las que tienen un público semanal de dos mil personas o más– se ha multiplicado: hoy son 1.210, y entre todas suman una parroquia

de 4,4 millones de personas.¹

La nueva teología positiva ya no se dedica a hacer juicios de valor tajantes ni a contar historias desgarradoras de sufrimiento y redención: lo que ahora se ofrece en las megaiglesias (y en muchos templos normales) es la promesa de dinero, éxito y salud en esta vida, ahora mismo o dentro de muy poco. *Puedes* comprarte ese coche nuevo, o esa casa, o ese collar, porque Dios quiere “que prosperes”. En 2006, la revista *Time* hizo una encuesta en la que resultó que el diecisiete por ciento de los cristianos estadounidenses (sumando las diversas denominaciones) se consideraba partícipe de la corriente del “evangelio de la prosperidad”, y que el sesenta y uno por ciento, nada menos, estaba de acuerdo con la frase: “Dios quiere que la gente sea próspera.”² ¿Y cómo se consigue que esa “prosperidad” se manifieste en la vida? Pues no precisamente con la antigua técnica de las oraciones, sino con el pensamiento positivo. Otro periodista nos deja este comentario sobre los mensajes de una megaiglesia:

Los sermones, que muchas veces parecen discursos de motivación, suelen versar sobre cómo triunfar en la vida: vienen a ser una mezcla a partes iguales del mensaje de Jesús y el del pensamiento positivo. Son charlas entusiastas, muy animadas, que siguen a una presentación musical o de vídeo (después de lo cual, lógicamente, nadie quiere oír un sermón lleno de tinieblas). Uno oye frases como: ‘Mantén la buena actitud’, ‘No te vuelvas negativo ni amargado’, o ‘Suelta lastre y da un paso adelante.’³

La televangelista Joyce Meyer escribe: “Creo que, más que ninguna otra cosa, es nuestra actitud la que determina el tipo de vida que llevamos” (no nuestra devoción religiosa ni nuestra fe: nuestra *actitud*). “Es especialmente importante mantener una actitud positiva”, explica en su página web, “porque Dios es positivo”.

Como muchos otros adeptos a esta nueva teología, Meyer tiene buenas razones para ser “positiva”. Su ministerio –que se extiende a otros campos, como el adelgazamiento o la autoestima– la ha hecho cien veces millonaria: posee avión privado y un cuarto de baño *vintage* en mármol valorado en veintitrés mil dólares. La fortuna de

los evangelistas estrella del pensamiento positivo es tan escandalosa (y, en gran parte, exenta de impuestos), que en 2007 un senador de Iowa, Chuck Grassley, inició una investigación sobre Meyer y otros telepredicadores como Creflo Dollar, Benny Hinn, y el matrimonio formado por Kenneth y Gloria Copeland. Todos ellos han mostrado sus riquezas sin pudor porque, como los oradores motivacionales profanos, quieren que se note su éxito y que sirva de modelo de vida. Es como decir: “Sígueme, dame dinero, págale el diezmo a mi iglesia, cumple con las normas que doy en mis libros, y llegarás a ser como yo”.

Joel Osteen, de la iglesia Lakewood de Houston (Tejas), no es uno de los predicadores positivos más ostentosos: vuela en líneas aéreas comerciales y solo posee una vivienda, pero se le ha llamado “la estrella del rock” del nuevo evangelio, y “el cristiano más influyente de Estados Unidos”, según un artículo de la revista *Church Report*.⁴ Y, al contrario que muchos otros de los que viven de motivar a la gente, Osteen no va contando ninguna

historia sobre los enormes obstáculos que superó a base de agallas y fuerza de voluntad. Heredó la iglesia de su padre, y dejó sus estudios en la Universidad cristiana Oral Roberts para subirse al púlpito, sin haber estudiado teología. Una vez que tomó posesión, eso sí, su iglesia empezó a crecer a toda máquina, hasta que hoy puede jactarse de acoger a cuarenta mil personas cada semana y de ingresar un millón de dólares en ese mismo periodo. Osteen no cobra un sueldo por trabajar en su iglesia, aunque tiene ya a más de trescientas personas en nómina: le basta con vivir de los derechos de autor. Su primer libro, *¡Mejore su vida ya!* vendió unos cuatro millones de ejemplares, lo que al parecer le proporcionó un anticipo de trece millones de dólares para el segundo, una secuela llamada *Become a Better You* [Conviértete en tu mejor Tú].

Los libros de Osteen son fáciles de leer, demasiado fáciles incluso: como zamparse un montón de gominolas. No hay argumento, ni hilo narrativo; solo una anécdota tras otra, casi todas protagonizadas por el propio Osteen, sus

familiares, algún personaje bíblico o diversas personas a las que solo se hace referencia por su nombre de pila. Una crítica que se le hacía a Norman Vincent Peale en los años cincuenta sirve también hoy para Osteen: “Podrían cambiarse de sitio los capítulos de sus libros, poner el primero en la mitad, o el último al principio, o uno de un libro en otro. Los párrafos podrían cambiarse de orden o alterarse enteros.”⁵ Una de las mejores anécdotas de Osteen es la del hombre que va a hacer un crucero y se lleva una maleta llena de queso y pan tostado, porque no se da cuenta de que el precio incluye las comidas. En otras palabras: aquí hay de todo para todos, dinero y un bufé libre delicioso, siempre que hagamos profesión de fe con generosas donaciones a la iglesia. Pero sus peores anécdotas pueden dormir a las ovejas; hay una que empieza: “Cuando yo era pequeño, en casa teníamos un perro llamado Scooter. Era un pastor alemán grande, castaño, el rey del barrio. Scooter era fuerte y ágil, se pasaba el día persiguiendo ardillas, siempre de un lado para otro. Todo el mundo sabía que Scooter hacía lo que le daba la

gana. Un día, iba mi padre en su bicicleta....”⁶

¿Cómo se consigue el éxito, la salud y la felicidad que Dios quiere para uno? Osteen difunde una técnica que ha sacado directamente de los pensadores positivos laicos: la visualización. Hay otros predicadores que recomiendan también decir las cosas en alto, y consideran una necesidad que se verbalicen los sueños en forma de “confesiones positivas de fe y de éxito en la vida”. Kenneth Hagin, uno de los primeros predicadores positivos, y el espejo en que se mira Osteen, lo contaba así: “En vez de hablar en consonancia con tu situación vital y con tu cabeza, aprende a decir la Palabra de Dios que te sale del alma. Empieza a confesar las promesas de vida, salud y éxito de Dios para ti. Entonces podrás empezar a disfrutar de la vida en abundancia de Dios, porque uno tiene lo que uno dice.”⁷ Para Osteen y Hagin, como antes para Napoleon Hill o Norman Vincent Peale, el éxito es sobre todo una consecuencia de haberse “reprogramado” la mente hasta llenarla de imágenes positivas, es decir, lo que viene a ser la

ley de la atracción. “Conseguirás lo que estás viendo continuamente dentro de ti”, promete Osteen. “Casi como un imán”, escribe, siguiendo las teorías de Hill, “atraemos lo que estamos pensando continuamente”. Y pone como prueba los muchos pequeños “éxitos” de su vida, como conseguir que no le pongan multas, o encontrar sitio para aparcar... y no cualquier sitio, sino “el mejor hueco de todo el *parking*”. Al parecer, la técnica también funciona en restaurantes llenos: “Puedes decir, ‘Padre, gracias por concederme el favor de esta señorita, que me va a dar una mesa enseguida’.”⁸

Pero el mundo de Osteen no está del todo libre de tensiones, porque en ese universo de deseos concedidos también hay un “enemigo” que acecha, el pensamiento negativo: “El enemigo te dice que vas a fracasar; Dios te dice que puedes conseguirlo todo gracias a Jesús [...] El enemigo te dice que nunca llegarás a nada; Dios te dice que Él te elevará y dará significado a tu vida. El enemigo te dice que tus problemas son demasiado

graves, que no hay esperanza; Dios te dice que Él te los resolverá.”⁹ Robert Schuller, otro predicador positivo de los más famosos, habla de ese mismo “enemigo”, y les aconseja a sus lectores que “nunca verbalicen un pensamiento negativo”, porque hacerlo significa “tirar la toalla, y rendir la voluntad al enemigo.”¹⁰ Ninguno de ellos personifica al “enemigo” como el demonio ni dice que el pensamiento negativo sea pecado; de hecho, nunca hacen referencia alguna ni a uno ni a otro. Pero en su visión de color de rosa pervive el antiguo maniqueísmo calvinista: por un lado tienes lo bueno, lo divino, la luz; por el otro la oscuridad... y la duda.

EL DIOS DE LA VICTORIA

En Lakewood, la iglesia de los Osteen, que fui a visitar en el verano de 2008, no hay ningún signo externo que la señale como un lugar sagrado: ni cruces, ni vidrieras, ni imágenes de Jesucristo. Desde la ventana de mi motel, que estaba justo enfrente del templo, pero con una autopista de seis

carriles en medio, parecía un edificio totalmente anodino, como un almacén, cuadrado y muy similar a los que lo rodean, típicas construcciones de oficinas. De hecho, antes era el estadio Compaq Center, del equipo de baloncesto Houston Rockets, hasta que en 1999 Osteen lo compró y transformó el interior en una megaiglesia de dieciséis mil asientos. Al entrar, desde el aparcamiento subterráneo, lo primero que vi fue una zona infantil de lo más alegre, con personajes de los dibujos animados, a la que solo le faltaban las palomitas para ser como la de los multicines. Hasta la iglesia propiamente dicha, lo que antes era la pista de baloncesto, resulta totalmente laica. En vez de altar, hay un escenario con una lámpara redonda que da vueltas, y a los lados piedras falsas decoradas con un falso manantial de agua. Nada hablaba de religión hasta que llegué a la segunda planta, donde hay una librería —una especie de Fnac desnaturalizada y pasada por una férrea censura—, que exhibe las obras de Osteen en los lugares más visibles, junto con cientos de objetos, entre ellos velas perfumadas y vajilla decorada

con citas bíblicas. Aquí, por fin, había cruces: algunas enormes para colgar en la pared, y otras más discretas en jarrones, llaveros y tazas de café, o bordadas en corbatas y calcetines de cuadros escoceses.

Cuando los señores Osteen –Joel y su esposa y pastora adjunta, Victoria– salen a escena durante la celebración del domingo, delante de una multitud que los aplaude puesta en pie, parecen una pareja atractiva de cuarenta y tantos años, pero lo cierto es que Joel no tiene aspecto de ser el “anuncio viviente del credo del éxito” que, según he leído, se le considera.¹¹ Es más bajito que ella, aunque en la portada de sus libros le saca al menos media cabeza; lleva un traje que parece quedarle grande; y, otra cosa que no se aprecia en las fotos editoriales, se peina el pelo negro y rizado, con mucha gomina, al estilo huno: corto por arriba y por los lados y con melena detrás. Ella lleva una blusa blanca arrugada, con un chaleco y pantalones de *sport* que no se ajustan bien a la cintura, dejando una zona visible blanca que distrae un

poco a su interlocutor. Pero, en cierto modo, hacen una pareja perfecta, o al menos simétrica: el hombre tiene fija en la boca su sonrisa “marca de la casa”, en forma de triángulo invertido, mientras que a ella las cejas marcadas le dan una expresión hosca, aunque esté sonriendo.

Pero la sofisticación que les falta en persona la tienen de sobra en la producción de su espectáculo. Hay música en vivo, rock cristiano a todo volumen, despojado de cualquier ritmo remotamente africano, para alternar con los sermones, discursos rápidos que dan paso a la música siguiendo una coreografía bien cuidada. Joel, Victoria, o bien otro pastor destacado de la congregación, hablan entre tres y cinco minutos – se ve su rostro ampliado en las inmensas pantallas que hay encima y a los lados del escenario–, y acaban presentando la siguiente canción; entonces se retiran y sale a escena el coro con el solista principal. Las luces del techo cambian de color sin parar, se atenúan y luego ganan intensidad, y en ocasiones destellan, como las de una discoteca, llevando el ritmo. La música no es de baile, pero

aun así una parte de la congregación se pone en pie, se mueve o levanta los brazos durante estos interludios musicales, quizá con la intención de que los enfoquen y puedan verse en la pantalla. La amiga que me acompaña, que está casada con un pastor baptista de esta ciudad, me dice al oído: “Disney”. Pero esto no es más que una grabación, y las aproximadamente doce mil personas que nos hallamos en la iglesia (en ninguno de los dos servicios del domingo se llena) somos solo público de estudio. El verdadero espectáculo, una versión resumida de lo que estamos presenciando, es el que les llega a sus siete millones de televidentes.

Sin saberlo, he llegado aquí en un domingo de inmensa importancia para el matrimonio Osteen, uno de los grandes puntos de inflexión, nos dicen, de su vida. En esa misma semana, se ha desestimado la demanda por agresión y daños que le había puesto a Victoria una azafata. El incidente tuvo lugar en 2005, cuando el matrimonio Osteen embarcó en un avión que se dirigía a Vail, una estación de esquí, y no llegaron a despegar: se

bajaron (o los hicieron bajar) después de que Victoria armara un follón porque había una mancha pequeña, o una salpicadura, en el reposabrazos de su butaca de primera clase. La mujer le exigió a una azafata que limpiara la mancha inmediatamente, y esta se negó porque estaba ocupada con los pasajeros que aún seguían embarcando. Victoria insistió, y según parece llegó a intentar meterse en la cabina para quejarse a los pilotos. Al final, acabó pagando una multa de tres mil dólares que le impuso la autoridad de aviación civil, y la cosa hubiera quedado ahí si la azafata no se hubiera empeñado en llevar a Victoria a juicio, exigiéndole el diez por ciento de sus ingresos brutos en concepto de compensación por los daños causados (entre ellos, unas hemorroides, y la pérdida de la fe tras verse agredida por una de las predicadoras más conocidas del país).

El marido de mi amiga, el pastor baptista, había dicho mientras tomábamos café el día anterior que estaba seguro de que los Osteen no harían mención de todo este feo asunto durante el servicio del

domingo. ¿Qué interés iban a tener ellos en revivir la imagen de Victoria comportándose, como testificó una compañera de la azafata, en plan diva caprichosa? Pues se equivocó. Los dos actos de domingo se dedicaron enteros a la “victoria” de Victoria ante la justicia. Joel sale al escenario y se tapa los ojos con la mano, como si fuera a decir luego “cucú”; así se queda durante varios segundos, y cuando se los destapa tiene los ojos rojos y la sonrisa se le ha borrado por un instante. Entonces se saca un pañuelo blanco del bolsillo y se frota los ojos vigorosamente, aunque en la pantalla no hemos apreciado rastro alguno de lágrimas. “No solo es una victoria para nosotros”, dice, “sino para el reino de Dios”, y por eso todo el servicio va a ser una “celebración”. Ya avanzado el acto, nos cuenta que durante el juicio se pasó todo el tiempo copiando frases de las Escrituras, y nos muestra el bloc amarillo que usó para ello. Nos narra una anécdota larga y liosa sobre el traje que llevaba el día en que tuvo que declarar, que era el que había decidido ponerse para la ocasión, pero lo llevaba un día en que no

sabía que iban a llamarlo al estrado porque no había encontrado “el otro” (la audiencia se queda entonces con la impresión de que no tiene más que dos trajes). Y al final, con cierto tono amenazador, afirma que “Dios está contra los que están contra nosotros”.

Cuando ella sale al escenario, se la ve tan triunfante como David bailando la danza de la victoria por las calles de Jerusalén; incluso da algunos saltitos de alegría. La “situación”, como lo llama, fue difícil y le hizo pasar mucha vergüenza, pero “me coloqué una cinta de ganadora en la cabeza” (figurativamente, me imagino). Lo raro es que no parece haber aprendido ninguna lección, ni muestra humildad alguna tras pasar por tantas adversidades; ni siquiera, qué menos, le expresa agradecimiento a su marido por haber estado a su lado. Es una actitud un poco miserable, aunque se mida con el rasero de otro predicador positivo, Robert Schuller, de la megaiglesia Crystal Cathedral, que tuvo un altercado similar con una azafata de vuelo en 1997 (son los riesgos de tomar vuelos comerciales cuando se está acostumbrado a

tener servicio propio) y acabó disculpándose ante el juez. Pero para Victoria las únicas conclusiones de esto son: “no puedes dejar que te abrumen las circunstancias” y “no hay que lamerse las heridas”, mientras Joel apunta que hay que ser “el vencedor, no la víctima”. De hecho, tras el incidente Dios le reveló a Victoria que deseaba que ella escribiera un libro y, qué buena noticia, saldrá en octubre, pocos meses antes que otro libro para niños que también tiene ya casi en imprenta.

Miro a mi alrededor discretamente para ver cómo reaccionan los demás ante esta celebración de que una millonaria le haya ganado un juicio a una trabajadora, que da la casualidad además de ser afroamericana. Dos tercios de la audiencia son latinos o negros, y no parece que muchos de ellos hayan firmado nunca un lucrativo contrato editorial ni que vuelen a menudo en primera. Pero aplauden a Victoria con entusiasmo, y muchos levantan los brazos, con las palmas hacia el cielo, en homenaje a esa figura divina que se ha ocupado de que triunfe. Quizá no hayan seguido mucho el caso, o

quizá quieran simplemente hacer un poco suyo el triunfo de esta mujer, porque el mensaje básico que está recibiendo este público de clase obrera es que ellos también pueden triunfar, ya que eso es lo que Dios les promete. Puede que no sea enseguida, porque su Dios parece algo olvidadizo y hay que “recordarle” lo prometido, como nos dijo Joel. La letra de una de las canciones dice: “Recuerda tus promesas, recuerda a tu pueblo, recuerda a tus hijos”, como si se dirigiera a un padre muerto de cansancio. En otras palabras: concéntrate en lo que deseas y tarde o temprano, tras diversos infortunios, Dios te lo dará.

En la iglesia de Lakewood hay algún resto del antiguo cristianismo (quizá debería decir, de religión en general), que pervive como los ecos de los antiguos cultos ctónicos que aún se pueden encontrar en la mitología y los ritos clásicos griegos. “Dios” aparece a menudo, muchas veces como “Dios en Jesucristo”, y Victoria hace referencia a la unción con óleos (cosa que, según nos dice, tuvo ganas de hacerle “a toda la sala”). Joel le da mucha importancia a algún suceso clave

del juicio, que tuvo lugar “el 8 del 8 del 08”, lo que parece tener algún significado numerológico bíblico. El día anterior, por la tarde, yo había asistido a una pequeña reunión (pequeñísima, de hecho: doce personas en una sala con más de cien asientos), en la que el orador nos recordó las leyes dietéticas judías, insistiendo en que evitáramos al menos el cerdo y el marisco, aunque la mayoría de los cristianos cree que esas restricciones ya las levantaron hace dos mil años san Pedro y san Pablo. Pero, ¿qué tiene todo esto de cristiano? ¿Dónde queda aquello de la humildad y el amor sacrificado hacia el prójimo? Sobre todo, ¿qué ha pasado con el Jesús que dijo: “Y al que quiera ponerte a pleito y quitarte la túnica, déjale también la capa”?

Pues Dios es uno más de los que apoyan a los Osteen, y no parece que sea de los más indispensables. Sin misterio ni temor reverencial, ha quedado reducido a una especie de mayordomo o secretario, que me quita las multas, me consigue buena mesa en los restaurantes o me brinda contratos para escribir libros. Y hasta en estas

tareas auxiliares se reconoce el papel de Dios más como cortesía que como necesidad. Una vez que uno ha aceptado la ley de la atracción, es decir, el hecho de que la mente actúa como un imán que atrae aquello que visualiza, a los seres humanos se les ha concedido también la omnipotencia.

Todas estas desviaciones de la tradición cristiana ya las han notado, criticado y lamentado los propios cristianos. Mis amigos baptistas de Houston niegan tristemente con la cabeza cuando oyen a los Osteen desgranar su teología de autoservicio. Y existen multitud de páginas web religiosas en las que se acusa a esta pareja y a sus otros pastores de “herejes”, “falsos cristianos” e incluso de socios del demonio, a veces con argumentos de lo más técnicos (Joyce Meyer tiene la teoría, bastante heterodoxa, de que Jesús pasó una temporada en el infierno para evitarnos a nosotros la experiencia), pero casi siempre por la razón más obvia: para ellos, su Dios es el dinero; pasan por alto la existencia del pecado; reducen a Dios a siervo del hombre; trivializan una religión de gran complejidad espiritual. El programa de

televisión *60 Minutes* les dedicó en 2007 un reportaje, en el que apareció el teólogo Michel Horton, afirmando que la cosmovisión de los Osteen era “un evangelio de algodón de azúcar”, que omite sus temas más antiguos y centrales: el pecado, el sufrimiento y la redención. Y, hablando del credo básico de la teología positiva, el de que Dios está al quite para darte lo que deseas, el reverendo Horton dijo que eso es una “herejía”, porque “hace que la religión trate de nosotros, cuando la religión trata de Dios”.

LAS RAÍCES LAICAS

Por mucho que los predicadores positivos conserven algún rasgo decorativo de la verdadera tradición cristiana, a sus ideas se les puede seguir el rastro más o menos en línea recta desde el Nuevo Pensamiento del siglo XIX. El Nuevo Pensamiento ha tenido y tiene distintas denominaciones, como la Ciencia Cristiana o la rama menor de la Iglesia de la Unidad, que apareció en 1891 también a partir de las

enseñanzas de Phineas Pakhurst Quimby. Will Bowen, un pastor de Kansas y autor del libro *Un mundo sin quejas*, aquel que se había inventado la pulsera morada anti-quejas, es ministro de la Unidad, igual que Edwene Gaines, que ilustra su libro *The Four Pillars of Prosperity* [Los cuatro pilares de la prosperidad] con varios ejemplos de su actitud hacia Dios, al que mangonea con un desparpajo que te deja boquiabierto. En cierta ocasión, necesitaba doscientos dólares para un billete de avión y, como no aparecieron: “Me senté y le di una buena charla a Dios. ‘A ver si nos entendemos, Dios: por mi parte, si no me equivoco, he hecho todo lo que hay que hacer, sin faltar una coma, para que se manifieste este viaje a México DF. He cumplido con mi parte del trato. Así que ahora me voy a bajar a la agencia de viajes y, para cuando llegue, más vale que el dinero esté allí’.”¹²

Pero estas corrientes no son las únicas de la teología positiva moderna que se remontan a las enseñanzas del relojero Quimby. Como ya hemos

visto, Norman Vincent Peale también bebía de las fuentes del Nuevo Pensamiento, y de entre sus actuales seguidores el más conocido es Robert Schuller, que en 1958 contó con la colaboración del propio Peale para construir su Crystal Cathedral. Como su maestro, Schuller enseña una forma de reprogramación mental basada en la visualización, la afirmación y la repetición; aunque le pone un sello propio, porque la llama “pensamiento posibilista” en vez de “pensamiento positivo”.

Hoy tenemos a los predicadores contemporáneos de la Palabra de la Fe, que predicán sin ambages que uno tiene derecho a las cosas. Lo vemos en este comentario de Milmon Harrison, historiador de las religiones, sobre un anuncio de la serie de vídeos *Laying Hold of Your Inheritance: Getting What's Rightfully Yours* [Recoger tu herencia: cómo conseguir lo que te pertenece por derecho], de un predicador de Atlanta, Creflo Dollar:

‘¡Yo quiero lo mío!’, pide una joven hispana muy

resuelta. Parece que me está mirando a los ojos, aunque ella está en la pantalla del televisor y yo solo soy un espectador medio dormido, que se ha puesto a hacer *zapping* a primera hora de un domingo, antes de misa. ‘¡Yo quiero lo mío, y LO QUIERO AHORA!’’, exige un afroamericano muy elegante, dando saltitos como de boxeador para reforzar la frase. Otra mujer negra repite lo mismo, con una intensidad a la medida de las palabras. Transmiten tanta autoridad y tanta *urgencia*, pidiendo lo suyo, que me dejo llevar sin querer por la efervescencia colectiva del momento. Y bastante hago con no decir yo también, a coro con ellos: ‘Es verdad, ¡YO TAMBIÉN QUIERO LO MÍO Y LO QUIERO AHORA MISMO!’’¹³

Mary Baker Eddy no lo hubiera dicho con tanta crudeza, pero hace más de un siglo también ella había articulado esta imagen de un Dios o un universo que conceden todo lo que se les pide, y que solo están esperando órdenes.

Así que hace más de cien años que los pensadores positivos se han hecho un hueco en el seno del protestantismo, a través del Nuevo Pensamiento y de la Iglesia de la Unidad. Entonces, ¿por qué se han convertido en una fuerza

tan potente a finales del siglo XX? Se podría decir que por simple contagio: a las iglesias les llega la influencia de la calle, y ciertamente a finales de la década de 1990 no había más que pensamiento positivo en los manuales de gestión empresarial, en los de autoayuda y hasta en los libros de dietas. Joel Osteen, por ejemplo, pudo sacar las bases del pensamiento positivo de su padre, o de sus conversaciones con ejecutivos de Houston, o de los libros que se comprara en los aeropuertos. Sin embargo, la mayoría de los observadores coincide en que se ha dado *dentro del* protestantismo cierta tendencia a enfrentarse cada vez más con el Antiguo Testamento, y que esa tendencia es la del “movimiento por el crecimiento de la iglesia”. Desde la década de 1980, y cada vez a más velocidad en las dos siguientes, las iglesias han ido sacrificando su faceta doctrinal y embarcándose en el crecimiento por el crecimiento, para el que el pensamiento positivo ha resultado ser un poderoso catalizador. De las cuatro mayores megai Iglesias de Estados Unidos, tres difunden el “evangelio de la prosperidad”¹⁴.

La otra, la Saddleback Church de Rick Warren, aunque desapruera ese credo del lucro grosero, se inscribe sin duda en el campo de la teología positiva: se habla mucho de “propósito” y de oportunidad, y poco de pecado o de redención.

LA IGLESIA EMPRESA

El tamaño siempre ha sido uno de los criterios por los que se ha medido el éxito de un credo. Los sacerdotes, sobre todo en las denominaciones más extendidas, se contentaron durante años con predicar la misma fe, dentro del mismo edificio y con la misma música, aunque fueran viendo cómo menguaba o se les iba muriendo la parroquia. A finales del siglo XX, la asistencia a las iglesias había bajado tanto que apareció una nueva generación de pastores-emprendedores, intentando darle un nuevo enfoque a su trabajo con “pensamiento estratégico” y “fijación proactiva de objetivos.”¹⁵ Estos nuevos pastores se concentraron en los barrios estadounidenses como misioneros en tierra extraña: había millones de

personas que afirmaban ser creyentes y sin embargo no acudían a la iglesia. Así que, dentro de esa corriente del “movimiento por el crecimiento de la iglesia” que empezó a emerger en la década de 1950, los ministros más ambiciosos volvieron los ojos a sus compañeros de las misiones, en la India por ejemplo, y se preguntaron: “¿Qué podemos hacer para que la religión les resulte más atractiva a los nativos?”. O, en términos más americanos: “¿Cómo podemos conseguir que se nos llene el *parking*?”. Son muchos los que critican este crecer por crecer – por ejemplo, véanse los programas “¿El crecimiento está llevando a la Iglesia camino del infierno?”, en una página web llamada Church Marketing Sucks [El *marketing* de la Iglesia da asco]–, pero un templo baptista de Atlanta editó un folleto donde les respondía en estos términos: “Si una iglesia se hace grande, es porque es grande de espíritu [...] Nadie ha puesto en marcha nunca un negocio sin la esperanza de que algún día, con mucho trabajo, se convirtiera en un éxito. Ese es el sueño americano, ¿no?”.¹⁶

En este nuevo enfoque empresarial de la religión, ya no se empieza por abrir una iglesia y anunciar en los periódicos las horas de misa, esperando que la gente vaya sin más. Se empieza averiguando qué *quiere* la gente. Algunos de los pastores más conocidos, como Robert Schuller, Rick Warren o Bill Hybels pusieron los cimientos de sus megaiglesias encargando un estudio de mercado sobre los potenciales parroquianos, y observaron que el público no quiere “iglesia”, o al menos nada que se parezca a la que conocieron de pequeños. Si se hubiera tratado de un negocio normal, el estudio hubiera hecho que el empresario tirara la toalla y dejara de fabricar su producto, pero los pastores-emprendedores llegaron a la conclusión de que bastaba con reconfigurar la antigua oferta. Quitaron los bancos incómodos y colocaron butacas de cine, empezaron a intercalar música entre los sermones, y aparecieron las guitarras en vez del órgano. Y, realizando una enorme concesión hacia los que no pisaban un templo (o “buscadores”, como también los llamaban), se deshicieron de todos los iconos y

símbolos convencionales: las cruces, el campanario y las imágenes de Jesucristo. Según el historiador Randall Balmer, las cruces en especial deben de causarles a los no practicantes el mismo efecto que a los vampiros: podían “intimidar o asustar a quienes las visitaran.”¹⁷

Además, para seguir aplacando la “templofobia” del público, casi todas las megaiglesias se han diseñado intentando que parezcan un edificio corporativo más y se mimeticen con el entorno. Las catedrales góticas se construían como lo opuesto a lo mundano, con visión trascendente, y para deleitar el espíritu con su riqueza ornamental. La reforma protestante borró las gárgolas y las imágenes de santos torturados, pero conservó un diseño austero de los lugares santos que los hacía totalmente distintos de los profanos. Pero esto se ha acabado con las megaiglesias, que parecen querer camuflarse de banco o de colegio. Al arquitecto y escritor Wytold Rybczynski, que hizo un estudio sobre las megaiglesias en el año 2005, le parecieron, como

Lakewood, “totalmente laicas”. Hablando de la iglesia comunitaria Willow Creek, que está en las afueras de Chicago, decía: “No parece un lugar de culto, pero, ¿qué parece? ¿Quizá un centro artístico, una universidad pública, o las oficinas centrales de una empresa? [...] Pero no inspira nada. Es el equivalente arquitectónico al traje de tres piezas que gustan de llevar los pastores sin filiación confesional determinada.”¹⁸

Y este parece ser el objetivo: “borrar el umbral que separa la iglesia del mundo profano”, como escribió el periodista Frances Fitzgerald, y tranquilizar al “buscador” con la impresión de que no se ha metido sin querer en una dimensión espiritual, que no ha entrado en un sitio muy distinto de un banco o unas oficinas. Y eso es precisamente lo que le parece un error a Bruce Bezaire, artista cristiano: “Aunque es legítimo preguntarnos si el sentido cultural de la Belleza no se degrada al volverle la espalda a Dios, me preocupa pensar qué entiende una iglesia por Dios si se aleja de la Belleza. ¿En qué nos ayuda un

edificio gris con forma de cubo y paredes lisas a sentir la reverencia, la alegría, o la exaltación de la fe?”¹⁹ Aunque hay quien parece considerar que sí funciona: una mujer de la congregación de Lakewood, profesora semijubilada, me contó que de pequeña le obligaron a ir a un colegio católico y que, como “le espantaba todo lo de allí”, la desnudez de la iglesia de Lakewood la hacía sentirse muy a gusto. Y añadió: “La iglesia no es un edificio, es lo que llevas en el corazón”.

Las encuestas realizadas alrededor de las iglesias hicieron ver a los pastores que lo que la gente quería era espectáculo –música rock, por ejemplo–, y una buena oferta de servicios complementarios: guardería, grupos de apoyo ante el divorcio, contra las drogas o para adolescentes difíciles. Los misioneros en el Tercer Mundo han aprendido hace mucho a atraer público con música de la región y dando servicios educativos o médicos. Así que las megaiglesias de hoy, respondiendo a la demanda, se han convertido en centros multiservicio, con actividades para antes y

después del colegio, deportes, grupos para adolescentes, programas para dejar las drogas o el alcohol, bolsas de trabajo, ferias de salud, grupos de apoyo a las mujeres maltratadas o para divorciados, y hasta clases de aeróbic y sala de pesas. Las iglesias norteamericanas –las mega y las no tan mega– se han convertido en proveedoras del tipo de servicios que en otros países más generosos brinda el Estado del bienestar.

Pero luego los pastores de las megaiglesias dieron un paso que a ningún misionero se le hubiera ocurrido dar. En una misión, las novedades estilísticas o la oferta de servicios sociales eran medios para difundir mejor la “palabra”, el credo básico del cristianismo sobre el pecado o la salvación; ni siquiera por el buen fin de atraer a más parroquianos se aceptaría la reencarnación o la existencia de diversos dioses. Pero los pastores-emprendedores son otra cosa: no han tenido ningún problema en ir abandonando las enseñanzas tradicionales de su religión, cuando resultaban difíciles de seguir o molestaban a alguien. Una de las cosas que aprendieron de los

estudios de mercado es que la gente no quería que le estuvieran dando la lata con el pecado, ni en general con nada que les hiciera sentir culpables. Si uno solo dispone de un día a la semana en que no tiene que trabajar, ni hacer recados o poner lavadoras, no está dispuesto a que se lo amarguen con la amenaza del infierno. Las megaiglesias (y las que aspiran a ese estatus) necesitaban sustituir las bases del cristianismo por otra cosa, y la mayoría de ellas lo ha sustituido por el pensamiento positivo; no porque sea bíblicamente “verdadero” o lo apoyen las Escrituras, sino porque garantiza la satisfacción del “cliente”, que es como muchos pastores se refieren a su parroquia. Un asistente a una de estas megaiglesias declaraba al periódico *Christian Science Monitor*: “Nos encanta. No faltamos ni un domingo. Siempre dan mensajes positivos y la música es genial.”²⁰ Y la mayor parte de los sacerdotes no ve colisión alguna entre su mensaje y la doctrina cristiana tradicional. Como dice Joyme Meyer, Dios es bueno, así que quiere lo mejor para nosotros: “Creo que Dios quiere

darnos cosas bonitas.”²¹

El mensaje positivo no solo se vendía mejor cara al público que “la religión de antes”, sino que cada vez tenía más relevancia personal para los predicadores, que ya no se consideraban críticos del mundo laico y materialista, sino participantes activos de ese mismo mundo; hombres de negocios, presidentes de la firma. Y no es una presunción vana. Mientras que las iglesias de antes –las miniiglesias, podríamos decir– manejaban un presupuesto de seis cifras o menos, las megaiglesias se gastan sin reparos millones de dólares al año y dan trabajo a cientos de personas, de forma que el pastor efectivamente es como el presidente de una de esas empresas a las que miran como ejemplo. La gestión de una iglesia se rige solo por el tamaño, de ahí que casi todos los responsables de ellas basen su organización en unas reglas corporativas. Por ejemplo, la revista *The Economist* decía sobre la iglesia comunitaria Willow Creek, del pastor Bill Hybel:

El parecido con una empresa no es solo aparente.

Willow Creek tiene un posicionamiento (“convertir a los no religiosos en seguidores devotos de Jesucristo”), un equipo de gestión, una estrategia de siete puntos y una lista de diez valores fundamentales. En la iglesia trabajan dos personas con másters de negocios (uno de ellos por Harvard y el otro por Stanford), y hablan con orgullo de sus consultores externos. Hasta han recibido el espaldarazo empresarial definitivo: en la escuela de negocios de Harvard se estudia esta iglesia como caso práctico.^{[22](#)}

Los pastores de las megaiglesias incluso se codean con los verdaderos superejecutivos, y les encanta verse a sí mismos como iguales de estos personajes tan mundanos y pragmáticos. Rick Warren, de la iglesia Saddleback, lleva años asistiendo a las reuniones de Davos junto a los “másters del universo”, y el escritor Malcolm Gladwell citaba en la revista *New Yorker* estas palabras suyas:

‘El pasado domingo cené con Jack Welch [...] Vino a la iglesia y luego cenamos juntos. He estado siguiendo un poco su progreso espiritual. Me dijo: “Rick, eres el mejor pensador que he conocido en mi vida. Solo conozco a otra persona que sea capaz de pensar de forma tan global como tú, y es Rupert Murdoch”. Y yo

le dije: “Qué interesante. ¡Rupert viene a mi iglesia! ¡Si es el editor de mi libro!”. Entonces sacudió la cabeza y soltó una de esas carcajadas tan de Rick Warren.’²³

No hay duda de que estos sacerdotes siguen guiándose por Jesucristo, o por lo menos mencionan mucho su nombre, pero también consultan con asesores de *marketing* y gurús. En su libro *PastorPreneur* [Pastor-emprendedor], el reverendo John Jackson cita a Stephen Covey, una estrella del pensamiento positivo. Bill Hybels, por su parte, es admirador de Peter Drucker y tiene, o tenía en 1995, un póster a la puerta de su oficina con las preguntas que según este gurú debe plantearse el buen directivo: “¿Cuál es nuestro negocio? ¿Quién es nuestro cliente? ¿Qué es lo que valora ese cliente?”. Existen todo tipo de consultorías de orientación cristiana, dedicadas a asesorar a los pastores en el “crecimiento de la iglesia”; de hecho, hasta ha surgido un minisector económico que se ocupa de guiar a los aspirantes a pastor en los aspectos prácticos: desde el *parking* de su iglesia hasta la gestión de eventos; algunas

de las megaiglesias más importantes, como la de Willow Creek, han expandido el negocio convirtiéndose a su vez en consultoras para las que desean crecer, y organizan cursos, diseñan páginas web o dan conferencias a los pastores de esas iglesias menores. Y ya nadie niega que estas megaiglesias se inspiran en los negocios profanos; de hecho, quizá ya ni siquiera se pueda hablar de separación entre lo religioso y lo profano. A Robert Schuller le encanta invitar a famosos a compartir púlpito con él, como al presidente de Amway por ejemplo. Otro pastor con altas miras declaró al *New York Times*: “Las multinacionales nos están enseñando a mirar al futuro y a soñar.”²⁴

Así que, cuanto más funcionan los responsables de las iglesias como ejecutivos, cuanto más hacen vida social con ejecutivos y cuanto más se vinculan con el mundo de la gestión, más se ven a sí mismos también como ejecutivos de elite. Los grandes hombres de negocios necesitaban pensar en positivo para vender sus productos y aumentar su cuota de mercado; y lo mismo se puede decir

ahora de los pastores-emprendedores. Además, cada vez dependen menos de un credo en concreto, de forma que no pueden contar con una burocracia centralizada que les dé apoyo financiero ni de ningún otro tipo. Se ven delante de un territorio virgen, frente a una población escéptica y poco religiosa, y dependen totalmente de su carisma y de sus dotes comerciales, que a su vez dependen del pensamiento positivo. Osteen, por ejemplo, dice que si se pudo comprar el Compaq Center fue no solo porque Dios le ayudara, sino porque fue capaz de visualizar esa decisión improbable: “Empecé a ‘ver’ a nuestra congregación alabando a Dios en el Compaq Center, en el corazón de Houston”. Y aconseja a quien quiera prosperar que haga lo mismo: “Deshazte de tus odres viejos. Libérate del pensamiento en pequeño, y empieza a pensar como piensa Dios. Piensa en grande. Piensa en más. Piensa en abundancia. Piensa en más que en bastante.”²⁵

Las iglesias no son las únicas instituciones que en las últimas décadas se han ido haciendo más

“corporativas” en imagen, gestión y técnicas de crecimiento. Las universidades privadas norteamericanas contratan a personas con máster en negocios para administrarlas, adoptan un diseño minimalista en lugar de su estilo gótico de antes, utilizan técnicas de *marketing* punteras y, como ya se ha dicho, contratan a oradores motivacionales de vez en cuando. Hace unos años, en una reunión de una ONG de otro sector –dedicada a fomentar las oportunidades económicas para la mujer–, me sorprendí al ver que había un “facilitador”, un asesor de creación de equipos externo, que nos hizo dividirnos en grupos, para “crear lazos” contándonos nuestros sueños y los momentos más embarazosos de nuestra vida. Hasta los sindicatos, el oponente histórico de la empresa, emplean hoy muchas veces el estilo corporativo de la gestión y encargan encuestas o hacen reuniones de grupo para sondear las inquietudes de sus posibles afiliados; quién se lo iba a decir a aquel sindicalista de la vieja guardia que se iba a charlar con los obreros a los bares o a la puerta de la fábrica. Mires a donde mires, te encuentras con la

jerga empresarial: “incentivos”, “valor añadido”, “pasos adelante”; las mismas cadenas de mando, las mismas oficinas con iguales mesas y cubículos, la misma funcionalidad neutral, sin concesión alguna a la estética; la misma fe en la motivación y en el espíritu de equipo prefabricado.

Podría decirse que entre las empresas y las megaiglesias se ha desarrollado una afinidad especial, que va más allá de esas semejanzas superficiales. En los últimos veinte años, mientras que las iglesias se iban pareciendo cada vez más a las multinacionales, en estas se daba el proceso opuesto: las empezaban a dirigir unos personajes carismáticos que desplegaban (o aspiraban a desplegar) poderes de liderazgo casi místicos. Sobre esta tendencia hacia el liderazgo carismático o, como ellos lo llaman, “transformacional”, dos profesores de empresariales han escrito que “de hecho, gran parte de las prácticas de gestión se están desplazando, y no es un parecido puramente metafórico, hacia los rituales y los patrones mentales de la devoción religiosa”. En su opinión,

las grandes empresas cada vez se parecen más a lo que llamamos sectas: organizaciones que exigen total sumisión a un líder de inspiración divina.”²⁶ Y no es solo que los pastores de las megaiglesias se inspiren en los grandes ejecutivos, sino que estos a veces les devuelven la cortesía, como he visto que sucede entre Rick Warren y sus amigos. La revista *The Economist*, hablando sobre el fenómeno de las megaiglesias, comentaba:

De hecho, en un simpático movimiento de reciprocidad, el mundo de los negocios ha empezado a aprender del de la iglesia. El fallecido Peter Drucker señalaba que estas iglesias tienen mucho que enseñarles a las empresas normales. Consiguen resultados excelentes en la motivación a sus trabajadores y voluntarios, y a estos voluntarios, que empiezan como aficionados llenos de buena intención, los convierten en profesionales bien entrenados. Las mejores iglesias (como algunas de las sectas más famosas) han descubierto el secreto para crecer sin pausa gastando poco: transformar a sus ‘buscadores’ en discípulos que saldrán a buscar más seguidores.²⁷

Así que, desde el punto de vista de un “buscador”, ¿qué diferencia hay entre una

megaiglesia y la compañía en la que trabaja? Visualmente, casi ninguna: la megaiglesia parece un complejo de oficinas o una sede central; su pastor llevará seguramente traje, antes que sotana, y han quitado los símbolos religiosos y las imágenes. Además, ambas instituciones ofrecen, a modo de filosofía básica, un mensaje de motivación que habla de seguir siempre adelante, superar obstáculos y conseguir grandes cosas gracias al pensamiento positivo. Más parecidos aún: algunos pastores hacen suyo el credo capitalista, y apoyan todas las exigencias que se les imponen a los trabajadores. Schuller nos aconseja que no usemos la baza de pertenecer a sectores “desfavorecidos” ni la del racismo, porque no son más que “excusas para no esforzarse.”²⁸ Osteen escribe que “los empresarios prefieren trabajadores a los que les haga ilusión trabajar en su compañía”, y a aquellos que sienten que no cobran tanto como para ilusionarse, les aconseja: “Con esa actitud, vas a recibir pocas bendiciones. Dios quiere que lo des todo en tu trabajo. Sé entusiasta. Conviértete en un

ejemplo.”²⁹

Pero sí que hay una diferencia evidente y obvia entre la megaiglesia y el centro de trabajo: la iglesia es *agradable*. Nadie te grita, nadie te pone plazos imposibles ni te hace sentir que no vales. Hay unos voluntarios sonrientes dándote la bienvenida cada domingo, y tras el servicio te dejan estrecharle la mano al presidente, esto es, al pastor. Hay guardería para los niños, grupos de apoyo y otros servicios. Y lo mejor es que, aunque no dones el diez por ciento de tus ingresos como te piden, aunque cometas absentismo muchas veces o no tengas tiempo de hacer trabajo voluntario, incluso en el caso de que caigas en lo que antes se llamaba pecado y ahora conocemos como “negatividad”, nadie te despide. Puede que este sea uno de los factores más importantes del atractivo de las megaiglesias: son como simulacros de oficina, con todos los símbolos visuales del poder y la eficiencia, pero sin abusos ni miedo. De la iglesia no te pueden echar con un expediente de regulación.

Así que ese “buscador” que adopta la teología positiva se encuentra en un mundo donde todo fluye, un mundo bien acotado que va del despacho al centro comercial pasando por la iglesia. Vaya a donde vaya, recibe el mismo mensaje: puedes *tener* todo lo que ves en el centro comercial, y también la casa estupenda y el coche; basta con que creas que puedes. Pero siempre, en un susurro, le llega también el mensaje ominoso de que, si no tienes lo que deseas, si te encuentras mal, desanimado, o derrotado, la culpa es solo tuya. La teología positiva ratifica y culmina un mundo sin belleza, sin trascendencia y sin piedad.

VI

PSICOLOGÍA POSITIVA: LA CIENCIA DE LA FELICIDAD

Corría el año 1997, y Martin Seligman aguardaba con nerviosismo los resultados de un drama electoral que les pasaba inadvertido a casi todos sus compatriotas: se votaba al nuevo presidente de la American Psychological Association (APA). Seligman, prestigioso investigador y organizador bien conocido en el seno de la APA, estaba convencido de que, a pesar de todos sus méritos, perdería. Él mismo reconoció que era “un pesimista de tomo y lomo”, un “cenizo” y “una nube de tormenta andante.”¹ Pero, al parecer, esta negatividad no jugó en su contra, ganó, y pocos meses después hizo saber que el tema central de su mandato iba a ser “la psicología positiva”: el estudio de las emociones “positivas” y de ciertas actitudes mentales como el optimismo, la felicidad, la realización y la

“fluidez”.

Hasta que Seligman empezó a ejercer su influjo en la práctica de la psicología, el pensamiento positivo no cotizaba en el mundo académico. Los intelectuales de la década de 1950 se habían tomado a broma a Norman Vincent Peale, y cuarenta años después sus colegas seguían considerando ese tipo de ideas como corrientes populares pasajeras, cosa de charlatanes baratos. Pero a partir de que Seligman asumiera el mando – consiguiendo además atraer un bonito y nutritivo río de dinero que le proporcionaban las fundaciones–, los psicólogos más respetables, con su licenciatura y su doctorado a la espalda, empezaron a generar una cantidad impresionante de trabajos científicos, que se publicaban a veces en el nuevo *Journal of Happiness Studies* [Boletín de Estudios de la Felicidad], vinculando el optimismo y la felicidad con todo tipo de consecuencias deseables para la salud y el trabajo. La nueva psicología positiva (o la “ciencia de la felicidad”) les encantó a los medios de comunicación desde el primer momento: las

revistas publicaban en portada todo tipo de historias ejemplares, y las buenas noticias (para los optimistas, al menos) ganaban espacio hasta en los periódicos. Para cualquier conferenciante motivacional sin carrera, *coach* o profesional autónomo de la autoayuda, aquello fue como una bendición: ya no había que andar invocando figuras divinas ni fuerzas paranormales como la ley de la atracción, para explicar que los pensamientos positivos tienen un vínculo con que las cosas salgan bien; ya podían apoyarse en ese *leitmotiv* del discurso racional y objetivo: “Hay estudios que demuestran...”.

Los psicólogos positivos suelen tener cuidado de distanciarse un poco respecto a las versiones populares del pensamiento positivo. “Lo consideramos algo distinto a lo que hacemos nosotros”, declaró Sonja Lyubomirsky, investigadora de la felicidad en la Universidad de Stanford, a la revista *Elle*. “Pensamos: ‘Lo nuestro es ciencia, mientras que esa gente se limita a soltar sus ideas’”. En el mismo artículo, Seligman tachaba a los pensadores positivos populares de

“fraudulentos” y prometía que en el plazo de diez años “tendremos libros de autoayuda que funcionen de verdad.”² Porque los psicólogos positivos no apoyan la ley de la atracción ni prometen hacer ricos a sus lectores. De hecho, sienten cierto desprecio hacia el dinero –lo que no es raro en el mundo académico– y en cambio se centran en ese objetivo más noble que es la *felicidad* y en los beneficios de orden elevado, como la salud, que supuestamente brinda.

Pero los psicólogos positivos se han dado prisa en tomar prestadas las prácticas de sus primos los entrenadores y profesionales de la motivación. Publican libros destinados al público general cuyo título lleva las palabras “tú” o “ti” (que es el sello de la autoayuda), como los de Seligman: *What You Can Change... And What You Can't* [Lo que tú puedes cambiar... y lo que no] o *Using the New Positive Psychology to Realize Your Potential for Lasting Fulfillment* [La nueva psicología positiva: cómo puedes usarla para desarrollar todo tu potencial y llegar a realizarte]. Entran en el

negocio de los *coaches*, como ha hecho Seligman, por ejemplo, que hasta el año 2005 daba charlas de motivación por videoconferencia a grupos de cientos de personas a la vez, cobrando unos dos mil dólares por cabeza. También fundó una página web con pasarela de pago, reflectivehappiness.com, dedicada a recomendar “ejercicios mensuales para aumentar la felicidad”, asegurando, al mejor estilo de feriante: “Estamos tan convencidos de que este programa te va a ayudar, que solo ahora te ofrecemos que pruebes sin compromiso el eficaz programa del Dr. Seligman gratis durante un mes.”³

Luego, en la línea del sector de la motivación, los psicólogos positivos han empezado a reclamar su parte del pastel corporativo. Un libro publicado en 2007, *Positive Psychology Coaching: Putting the Science of Happiness to Work for Your Clients* [Entrenamiento en psicología positiva: haz que la ciencia de la felicidad trabaje para tus clientes], admite que “la idea de venderles felicidad a las grandes empresas puede sonar absurda”, pero da

enseguida una lista de las ventajas que proporciona esa felicidad: hará que los trabajadores pongan más energía y produzcan más, y llega a la conclusión de que “la felicidad no necesita vendedores [...] Se vende sola.”⁴ El propio Seligman estuvo en la nómina de consultores de David’s, una cadena de tiendas para novias, a la que según se dice proporcionaba beneficios sostenidos, y asesoraba además a varias compañías de entre las 500 de la revista *Fortune*, ofreciéndoles “ejercicios” para mejorar el optimismo de su plantilla y en consecuencia, según parece, su salud.⁵

La psicología positiva, sea lo que fuere – hallazgo científico o palmaria tentativa de conseguir repercusión y dinero– ha venido a resolver los problemas más prácticos de la profesión. Desde finales de la década de 1980 existen en el mercado antidepressivos eficaces, que puede recetar un médico de atención primaria tras una consulta de diez minutos, así que, ¿qué les quedaba a los psicólogos? En la década de 1990,

las empresas de sanidad privadas y las compañías de seguros norteamericanas le dieron la espalda a la psicoterapia tradicional, y dejaron de cubrir los tratamientos de esos profesionales que ofrecían cursos y terapias habladas largas. La asociación de psicólogos de Michigan afirmó que la suya era una “profesión en peligro”, y un psicólogo californiano declaraba al diario *San Francisco Chronicle* que “por culpa de los seguros privados, muchos psicólogos clínicos ya no pueden tratar a sus pacientes como creen que deberían. Pero, dado que desean seguir trabajando para ayudar a la gente, están dejando la terapia para dedicarse al *coaching*.”⁶ Mientras que el tratamiento de los enfermos no lo cubría nadie, sí que había todo tipo de posibilidades para “entrenar” a gente normal y ayudarles a conseguir más felicidad, optimismo y éxitos personales. “Cuando no puedes dormir por la noche”, escribía Seligman en la introducción de su libro *La auténtica felicidad*, “probablemente te preguntas, como hacía yo, qué forma habrá de que tu vida vaya de más dos a más siete; no te conformas con que ascienda de menos cinco a

menos tres.”⁷

Claro que Seligman no planteó este abandono de la psicología “negativa”, centrada en lo patológico, como una nueva estrategia profesional para los psicólogos. Según decía, la consideraba una respuesta a las circunstancias. En una entrevista del año 2000 hacía estas declaraciones, quizá excusables porque aún no habían estallado la burbuja “puntocom” ni la guerra en Irak:

Es sorprendente que tengamos unos niveles tan altos de pesimismo y depresión cuando el mundo de hoy está más lejos de la amenaza nuclear que nunca, cuando vivimos en un país cuyos indicadores económicos y de bienestar, sin excepción, siguen mejorando; en un mundo en el que caen menos soldados en combate que en ningún momento desde la Segunda Guerra Mundial, y en el que el porcentaje de niños que mueren de hambre es el más bajo de la historia.⁸

¿Por qué tanta negatividad en una era tan estupenda? Para Seligman, la culpa la tienen los peligros de nuestra evolución: “Tenemos un cerebro catastrófico, porque es un cerebro que evolucionó en tiempos de glaciaciones,

inundaciones y hambrunas, y opera buscando lo malo. El problema es que eso funcionaba muy bien en el Pleistoceno, cuando te hacía falta, pero no en el mundo de hoy.”⁹ En 2004, junto a su colaborador habitual Ed Diener, escribía también: “Dado que en las sociedades modernas hay abundancia de bienes y servicios, y dado que las necesidades básicas están cubiertas para casi todos, hoy la gente se permite el lujo de concentrar su atención en ‘la buena vida’.”¹⁰ Según su punto de vista, que apoyaba acriticamente el reseñista de dos libros sobre la felicidad en el número de febrero de 2006 de la revista *New Yorker*, a nuestros antepasados del Paleolítico les debió de venir muy bien sospechar que había un gato con dientes de sable agazapado detrás de cada matorral, pero hoy nos iría mejor visualizando un tesoro.¹¹

VAMOS A LAS FUENTES

En mayo de 2007 tuve la oportunidad de entrevistar a Martin Seligman, y me enfrenté a la

ocasión con bastantes nervios: solo hacía tres meses que había publicado un artículo en la revista *Harper's* criticando tanto la psicología positiva como el pensamiento positivo popular. Como me esperaba, la primera vez que vi a Seligman, me lo encontré con el ceño fruncido. “¡Ahí lo tiene!”, me dijo el vigilante de seguridad que atendía la recepción de la Universidad de Pensilvania (un edificio que parece una caja), señalándome a un hombre no muy alto, cuadrado, con la cabeza ahusada, que me miraba desde la barandilla del segundo piso. Yo le sonreí y le saludé con la mano, y la única respuesta de Seligman fue: “Tendrá que tomar el ascensor”.

Pero cuando llegué al segundo piso ya no le vi: se había metido en su despacho. Su secretaria me informó de que iba a estar ocupado durante unos instantes y, mientras tanto, quería que yo conociera a dos señoras del ejército australiano que estaban allí. Tras saludarlas, y enterarme de que el objetivo de su viaje era “prevenir los problemas antes de que lleguen a plantearse como quejas”, por fin me hicieron pasar a la oficina, donde vi

que aún tendría que esperar porque Seligman estaba al teléfono; me dijo que no importaba que estuviera allí mientras hablaba y que podía sentarme, aunque no me señaló dónde.

Al parecer, la conversación telefónica –para diseñar un plan de “entrenamiento optimista” e impartirlo en los colegios privados británicos– le levantó los ánimos, así que, tras unos minutos de charla, me anunció que hacía un día tan hermoso que sería una pena pasarlo allí dentro. “Tengo un plan”, me dijo: “iremos al museo de arte. Seguro que las flores ya han salido y podemos ver los Monet”. Yo me resistí un poco, diciéndole que si dábamos ese paseo no podría tomar notas, aunque no me molesté en señalarle la incoherencia entre no querer estar dentro de un edificio e irse a un museo. Pensé que estaba siguiendo sus propias instrucciones, las que da en *La auténtica felicidad*: “Elige tu propio entorno y ajusta tu estado de ánimo a la tarea que tienes entre manos.”¹² En cuanto nos subimos a un taxi para ir al museo, me confesó que lo de ver los Monet

había sido idea de su mujer: “La pondrán de buen humor”, le había dicho. Ahí empecé a preguntarme si las dos australianas y la llamada de la BBC no estarían también organizadas para mi disfrute.

Ya en el interior del museo, que es famoso porque sus escaleras de entrada salen mucho en la película *Rocky*, los obstáculos para la entrevista no hicieron sino multiplicarse. Primero insistió en que diéramos una vuelta rápida al edificio; luego, en la taquilla, se me cayó el alma a los pies al oírle preguntar por una conferencia que según parece iba a celebrarse. Como resultó que no coincidía, empezó a preguntar por una exposición de fotografías antiguas de Santa Monica; yo ya me veía corriendo detrás de él la tarde entera por las salas más remotas del museo. Es imposible, llegados aquí, no detenerse en el hecho de que los primeros trabajos de Seligman, antes de lanzar la psicología positiva, versaban sobre la “indefensión aprendida”, demostrando que cuando se tortura a un perro de forma arbitraria, el animal se vuelve depresivo, pasivo e incapaz de defenderse.

Aunque no hubiera forma de tomar notas, intenté mantener una conversación sobre *La auténtica felicidad*, que me había parecido tan impenetrable como me lo estaba pareciendo él. Como la mayor parte de los libros de psicología positiva para profanos, es un compendio de anécdotas (casi siempre autobiográficas, en el caso de Seligman), referencias a filósofos y textos religiosos, y tests que permiten al lector ir controlando si progresa hacia una perspectiva mental más sana y feliz. Tuve que leerlo dos veces para empezar a percibir un hilo narrativo; no se puede decir que le encontrara una progresión lógica, pero sí al menos cierto tipo de argumento. El libro empieza con lo que los psicólogos positivos llaman “la historia-origen”: él estaba en el jardín de su casa, quitando malas hierbas, cuando su hija de cinco años le dijo que por qué no dejaba de ser tan “gruñón”. Entonces se da cuenta de que eso de gruñir es una enfermedad muy extendida entre los académicos: “Tras pasarme treinta años asistiendo a reuniones de departamento en la facultad de psicología (que se celebran en salas sin ventanas, grises y

deprimidas, llenas de gruñones recalitrantes), me di cuenta de que la temperatura ambiente estaba bajo cero”. Gracias al acicate de su hija, decide que “merecía la pena intentar darle un poco de emoción positiva a mi vida”, y entonces empieza a abrirse ante sus ojos una especie de nuevo mundo de placeres, que ejemplifica en “un día de primavera despejado, el final de la canción ‘Hey, Jude’ de los Beatles, fotografías de bebés y corderitos, o sentarme frente a un magnífico fuego al anochecer, mientras cae la nieve.”¹³

Pero, cuando parece a punto de dejarse arrastrar por el hedonismo, o al menos por una versión *kitsch* del relajado, se frena en seco, lleno de desaprobación calvinista de sí, y le urge al lector a “poner más énfasis en perseguir la gratificación, y menos en el placer”. Las “gratificaciones”, nos enteramos luego, son formas de placer que exigen cierto esfuerzo, como “jugar tres sets de tenis, participar en una conversación inteligente o leer a Richard Russo”. Por el contrario, cosas como “ver una serie de televisión, masturbarse, o disfrutar

del olor de un perfume” no constituyen desafío alguno, y de ahí que se las catalogue de simples “placeres”. Quizá esto sea juzgar demasiado, y no solo porque Richard Russo tampoco es Marcel Proust, sino porque más adelante el lector se entera, para su total confusión, de que todo lo que entra en la categoría de las “emociones positivas”, sean gratificaciones o placeres, resulta sospechoso: “Cuando dedicamos la vida entera a perseguir las emociones positivas, sin embargo, ya no encontramos nada auténtico ni significativo”; por eso, lógicamente, no hallamos “la auténtica felicidad.”¹⁴

El libro de Seligman abandona entonces las emociones positivas y se lanza a buscar el “carácter”, concepto que él mismo admite que suena un poco a calvinismo: “victoriano, reprimido y como del protestantismo del siglo XIX”. Para encontrar las raíces del carácter, él y sus colegas analizan unos doscientos “catálogos de virtud” (entre ellos Aristóteles, Platón, san Agustín y santo Tomás, el Antiguo Testamento, Confucio,

Buda y Benjamin Franklin), de los que destilan las “seis virtudes”: sabiduría y conocimiento; valor; amor y humanidad; justicia; templanza; y espiritualidad y trascendencia.”¹⁵ Entonces, mientras subíamos las escaleras que llevaban a la exposición de Monet, le dije que ese era el punto del libro en el que me había perdido. El valor, por ejemplo, puede hacer que uno se aleje mucho de las “emociones positivas”, y de sus efectos esperables en la salud o en el éxito, para adentrarse en situaciones arriesgadas o dolorosas; igualmente, la espiritualidad te puede conducir a aislarte de los demás, al ayuno y a la automortificación. De hecho, recalqué, la idea convencional de tener “carácter” parece implicar la capacidad de olvidarse de sí mismo, de sufrir incluso, en aras de un objetivo superior. Para mi sorpresa, Seligman desvió la crítica implícita de mis comentarios hacia su coautor de siempre, Ed Diener. Según dijo, Diener “siempre está con el dibujo de la carita sonriente”, y solo va a “que la gente se sienta mejor”; mientras que él, Seligman, se ocupa “de que todo sea significativo y tenga un

propósito”. La lealtad, concluyo yo, no debió de puntuar lo suficiente como para figurar en su lista de virtudes.

Por fin llegamos a los Monet, donde después de que él los disfrutara intensamente durante un rato por fin nos sentamos en un banco y saqué mi libreta de taquígrafa para entrevistarle en serio. Pero al instante teníamos encima a un guardia de seguridad, que nos avisó de que no se podía usar un bolígrafo en presencia de los cuadros de Monet. La verdad es que a mí este pintor no me gusta mucho, aunque solo sea porque sus pinturas han pasado a formar parte de lo que se suele considerar “mono”, junto a la lavanda, los bollitos de leche y las “fotografías de bebés y corderitos”. Pensé en protestar, diciendo que tampoco los odiaba tanto como para apuñalarlos con un rotulador de escribir, pero preferí obedecer y coger uno de los lápices de mina gruesa que vendían en un mostrador, allí mismo. Llegados a ese punto, la entrevista se me había ido completamente de las manos: Seligman era el psicólogo y yo una paciente con problemas

mentales, desposeída de sus objetos puntiagudos.

Pero seguí adelante, concentrándome a continuación en el “Inventario de la Auténtica Felicidad”, un test que figura en una de sus páginas web.¹⁶ Yo lo había hecho, obteniendo una nota muy poco jubilosa, un 3,67 sobre 5, y una de las preguntas que me habían bajado la puntuación había sido la que obligaba a elegir entre “A. Me avergüenzo de mí mismo” y “E. Estoy extraordinariamente orgulloso de mí mismo”. Yo no siento ni una cosa ni otra y, ya que estábamos hablando de virtudes, me pareció lícito preguntar: “Pero, ¿el orgullo no es un pecado?”. Su respuesta: “Quizá el orgullo sea malo, pero tiene un alto valor predictivo”. ¿Predictivo de qué? ¿De una buena situación económica? “Nuestro test no está lo suficiente afinado como para decir que el orgullo predice una buena situación económica”. Frustrada y, para entonces, ya completamente estupefacta, pasé a otra pregunta que me había quitado puntos, porque había confesado ser “pesimista ante el futuro”,

asumiendo que se hablaba del futuro de la humanidad, no solo del mío. Mencioné que existía la posibilidad de una gran catástrofe ecológica, como la extinción o la vuelta a las cavernas, pero Seligman se limitó a mirarme fijamente y decir que, si yo conseguía aprender “optimismo”, como se enseñaba en su anterior libro, *Aprenda optimismo: haga de su vida una experiencia gratificante*, siguiendo sus instrucciones para reprogramar los pensamientos en una dirección más optimista, mi productividad como escritora iba a mejorar mucho.

Pero la verdad es que las cosas no se pusieron feas hasta que volvimos a su oficina, ya lejos de los Monet tan euforizantes. Yo saqué de nuevo el tema del “Inventario de la Auténtica Felicidad”, señalando que muchas de sus preguntas parecían un poco arbitrarias, momento en el que me respondió bruscamente: “Eso es un golpe bajo, y solo muestra que usted no entiende cómo funciona un test. Las preguntas son en sí lo de menos, siempre que tengan valor predictivo. La pregunta podría ser si a usted le gusta el helado de tutti-

frutti. Lo que importa es que sirva para hacer predicciones”. Pero, vamos a ver, no: primero usted me dice que su test parece medir la felicidad tal como solemos entenderla, y luego que se pueden buscar cosas con las que parece relacionarse la felicidad, como el helado de tutti-frutti por ejemplo. Pero lo que no puede hacer es incorporar el helado a la definición de felicidad.

Pero no dije esto, sino que pasé a una de las afirmaciones pseudocientíficas más irritantes del libro, la de que existe una “ecuación de la felicidad”, que Seligman presenta al lector con el guiño de decirle: “es la única ecuación que te pido que tengas en cuenta”, como si la psicología positiva se apoyara en gruesos volúmenes de fórmulas matemáticas que él le estuviera perdonando graciosamente al lector.¹⁷ La ecuación es esta:

$$H = S + C + V$$

Donde “H es tu nivel de felicidad [en inglés, *happiness*] a largo plazo, S es tu situación de

partida, C son las circunstancias de tu vida y V son los factores que están bajo tu control voluntario”, como, por ejemplo, si decides hacer “entrenamiento optimista” para suprimir los pensamientos negativos o pesimistas. Yo entiendo lo que quiere decir: que la felicidad de una persona viene dada por su disposición innata (S), sus circunstancias del momento (C), como estar en paro o haber perdido a un ser querido, y por los esfuerzos (V) que esa persona haga para mejorar su situación. Esto se podría formular, de forma incontestable, así:

$$H = f(S, C, V)$$

O, dicho en palabras, H es una función de S, C y V, una función cuya naturaleza exacta está pendiente de determinar. Pero expresarlo como una ecuación bordea el ridículo. Le hice entonces la pregunta que se le hubiera ocurrido a cualquier estudiante de primero de física: “¿Cuáles son las unidades de medida?”. Porque, si tienes que sumar estas variables, necesitarás las mismas unidades

para H (¿quizá la cantidad de pensamientos felices al día?) que para V, S y C. “Bueno, necesitarás poner una constante delante de cada una”, respondió, y cuando insistí me aclaró: “C se tendrá que descomponer en veinte factores distintos, como la religión y el matrimonio”, refiriéndose al hecho de que los psicólogos positivos han hallado que las personas casadas y religiosas tienden más a ser felices que los solitarios y escépticos. Y entonces, ¿cómo se reduce C a un único número? Aquí volvió a fruncir el entrecejo y me dijo que yo no entendía lo que eran los coeficientes beta, y que debería irme a casa y buscarlo en Google.

Y eso hice, claro. Averigüé que los coeficientes beta son los que se usan para estandarizar los datos, de forma que sirvan para hacer predicciones y así hallar correlaciones estadísticas entre variables. Bien, pero la ecuación que mencionaba Seligman en el libro era una normal, como $E = mc^2$, no un análisis de regresión ultrasimplificado; él mismo daba pie a que se le entendiera de forma literal y se le hicieran preguntas del tipo: “¿Cómo

sabemos que H es solo una suma de variables, y no algún tipo de relación más complicada, en la que quizá se den efectos de ‘segundo orden’, como CV o V multiplicado por C?”. Claramente, Seligman quería poner una ecuación, porque eso da una pátina científica a lo que se dice; y la quería rápido, así que optó por lo simple, una mera suma. Nadie duda de que poner ecuaciones hace que un libro parezca mejor apoyado y con más rigor matemático, pero la que Seligman ha elegido es propia de un prestidigitador.

Dentro del propio campo de la psicología hay también críticos del enfoque positivo, y ninguno tan franco como Barbara Held, profesora de la Universidad Bowdoin. Held es una mujer muy atractiva, de larga melena negra y humor incisivo, que ha escrito su propio libro de autoayuda con un título que es un desafío: *Deja de sonreír y empieza a refunfuñar*. En 2003 la invitaron a una mesa redonda en un congreso internacional de psicología positiva y se presentó con unas cuantas camisetas en las que se veía una carita sonriente amarilla, el *smiley*, tachada por encima; le dio una

Seligman y otra a Diener. Una de sus quejas de mayor calado es que la psicología positiva apoya que se usen las “ilusiones positivas” para conseguir felicidad y bienestar. Y cita a Seligman: “La tarea de la psicología positiva no es decirte que debes ser una persona optimista, o espiritual, o amable y bienhumorada; más bien, es describir las consecuencias de estos rasgos de carácter (en la mejora de la salud física o en los resultados, *quizá sacrificando un poco el realismo*)” (las cursivas son de ella).¹⁸ Si, como dice, “los psicólogos positivos de todas las ramas declaran que la suya es una ciencia rigurosa”, ¿cómo pueden decir que están dispuestos a prescindir “del realismo y la objetividad”? Para Held, algunos psicólogos positivos están aplicando “un doble rasero epistémico”: apoyan la ciencia objetiva y sin sesgos, mientras justifican que se aplique un “sesgo positivo” a la vida diaria.¹⁹

FELICIDAD Y SALUD

La afirmación básica de la psicología positiva,

y del pensamiento positivo en particular, es que la felicidad –o el optimismo, las emociones positivas, el afecto positivo y *lo positivo* en general–no es solo algo deseable, sino útil, algo que te lleva a tener mejor salud y a conseguir más éxitos. Hay un libro que afirma que “la felicidad [...] no solo es agradable:²⁰ es beneficiosa”; y Seligman empieza *La auténtica felicidad* resumiendo una serie de estudios que demuestran que las personas felices (o positivas) viven más años que los infelices. En otras palabras, deberíamos hacer un esfuerzo por ser felices, aunque solo sea porque el no serlo tiene consecuencias como la mala salud o el fracaso. ¿Dejaríamos de ver la felicidad como algo tan atractivo si estuviera asociada con la enfermedad o con no llegar a nada? ¿No podemos imaginar sentirnos felicísimos llevando una vida de costumbres insanas y hedonistas, pasándolo tan bien como se supone que lo pasan “los cerdos revolcándose en su propia mierda”? Porque nada delata más las trazas calvinistas que perviven en la psicología positiva que esa necesidad de trabajar

para ser feliz, y para alcanzar así la salud y conseguir los objetivos, que es lo que los pensadores positivos llaman “el éxito”.

A las personas felices, o positivas (si es que hay forma de valorar quién lo es y quién no) sí parece irles mejor en el trabajo. Las llaman más a menudo para la segunda entrevista cuando buscan empleo, consiguen que sus jefes los valoren más, aguantan mejor el estrés y reciben más ascensos. Pero quizá esto signifique simplemente que existe un sesgo a favor de la actitud positiva y en contra de los gruñones en el trabajo. Un artículo que se ha mencionado mucho fue uno publicado en una revista, con Ed Diener entre los autores, titulado “The Benefits of Frequent Positive Affect: Does Happiness Lead to Success?” [Los beneficios del afecto positivo sostenido: ¿conduce la felicidad al éxito?]; pero en él no se menciona tal sesgo, lo que quizá viene a confirmar que existe.²¹

Cuando se trata de los supuestos beneficios para la salud, parece que los psicólogos positivos pisan terreno más firme. Como hemos visto, la actitud

positiva no cura el cáncer, pero ante cosas más sencillas sí tendemos a sospechar que los melancólicos, los que se quejan mucho y los que les dan vueltas obsesivas al menor síntoma pueden estar causándose su propia dolencia. Solo hay que recordar las curaciones milagrosas que al parecer conseguía Phineas Quimby con algunos inválidos en el siglo XIX: lo único que hacía era animarlos a levantarse de la cama y empezar a verse como personas llenas de salud. Hoy ya no hay “neurasténicos”, pero sí muchas enfermedades de componente psicosomático, en gran parte de las cuales, efectivamente, viene bien ese enfoque de “la mente por encima de la materia”. En uno de sus libros, John E. Sarno, profesor de fisiatría, desarrollaba la teoría de que el dolor lumbar estaba causado por la rabia reprimida y no por un problema físico, y decía que se podía curar con ejercicios mentales; miles de personas declararon que este libro les había ayudado, entre ellas un gurú sanador muy famoso, Andrew Weil.²²

Mientras que la investigación sobre el vínculo

entre actitud y supervivencia al cáncer es muy endeble, existen toneladas de artículos que demuestran que las personas optimistas o felices suelen tener mejor salud que las amargadas y pesimistas. Sin embargo, la mayoría de estos estudios se limitan a establecer correlaciones, pero no dicen nada sobre la causalidad: ¿esas personas están sanas porque son felices, o son felices porque están sanas? Harían falta estudios longitudinales a largo plazo para saber cuál es la causa y cuál la consecuencia. De estos estudios hay tres que se suelen citar por parte de los psicólogos positivos, y ninguno de ellos llega a conclusiones definitivas.

El primero, conocido como “el estudio de las monjas”, se realizó en 2001, y Seligman se refiere a él como “el estudio de la felicidad y la longevidad más extraordinario que se ha hecho nunca”. En este estudio se trataba de demostrar que las monjas más felices vivían más años que las menos felices (las primeras llegaban a cumplir los noventa o más, mientras que las otras se quedaban en los setenta y tantos u ochenta y

tantos).²³ Aquí, el aspecto más cuestionable es la forma de medir esa felicidad. A principios de la década de 1930, cuando estas mujeres tenían unos veinte años, habían escrito un texto breve hablando de sí mismas y de su compromiso con la vida religiosa. Algunos de estos textos transmitían un alto “bienestar emocional positivo”, a juicio de sus investigadores, con frases como: “Estoy ansiosa y llena de júbilo por recibir [los hábitos] y empezar una vida de unión con el amor divino”. Y resultó que quienes habían manifestado ese bienestar emocional positivo habían vivido más que quienes habían escrito frases tan planas como “tengo la intención de hacer todo lo que pueda por ayudar a la Orden, difundir la religión y santificar mi vida, con la gracia de Dios”. Pero, dado que no todo el mundo tiene la capacidad de expresar sus emociones por escrito de forma gráfica, hay una diferencia notable entre “bienestar emocional positivo” y felicidad subjetiva. También se podría llegar a la conclusión de que la clave de la longevidad está en saber escribir, como parecía implicar otro estudio anterior de uno de los

investigadores de las monjas: las que, de jóvenes, escribían frases complejas con más “densidad de ideas” resultaron menos propensas a padecer de Alzheimer en la vejez.²⁴

El segundo estudio longitudinal, que también cita Seligman al principio de *La auténtica felicidad*, es uno que ni siquiera se centraba directamente en la premisa de que ser feliz proporciona mejor salud. En este caso, la felicidad se medía a partir de la aparente sinceridad de la sonrisa. Los investigadores analizaron las fotografías de la orla en dos promociones de la Universidad de Mills (un centro femenino privado de carreras de letras) a mediados del siglo XX, y hallaron que más o menos la mitad de las jóvenes sonreían “de verdad”, con los ojos y con la boca; varias décadas más tarde, aquellas chicas de la sonrisa auténtica declaraban más a menudo que estaban felizmente casadas y satisfechas con su vida. Quizá este hallazgo tuviera su relevancia, pero no se repitió en un estudio similar, hecho más adelante con los anuarios de varios institutos de

Wisconsin.²⁵ Para aquellos chicos, de clase más humilde, las sonrisas felices no predecían una vida feliz.

Por último, los psicólogos positivos gustan de citar un estudio hecho sobre mayores (sesenta y cinco años o más) estadounidenses de origen mexicano, que demostró que las personas que declaraban ser felices tendían a vivir más y a sentirse menos frágiles que los demás.²⁶ En *La auténtica felicidad*, Seligman escribe que este estudio, junto con el de las monjas y el de las universitarias, crea “un cuadro sin ambigüedades de la felicidad como factor que prolonga la vida y mejora la salud.”²⁷ Pero, aunque así fuera, aún podría hacerse una pregunta. El estudio controlaba las variables de los ingresos, el nivel de estudios, el peso y el consumo de tabaco o alcohol, pero no la actividad física, que como se sabe es un buen parámetro para anticipar la salud y el vigor en la tercera edad. Es posible que esos ciudadanos México-americanos tuvieran mejor salud simplemente porque quizá caminaban y bailaban

más, o hacían más ejercicio o más actividades manuales que los otros; uno de los investigadores me dijo que estaban comprobando si se trataba de eso.

Y otra posible ambigüedad en el “cuadro de la felicidad como factor que prolonga la vida y mejora la salud” es el número de estudios que muestran que posiblemente la felicidad y demás estados mentales positivos no ejerzan efecto alguno en la salud. Como vimos en el capítulo I, el que una esté en mejor disposición mental –gracias a que participa en grupo de apoyo o a la psicoterapia– no le prolonga la vida si sufre de cáncer de mama; lo mismo sucede también, según se ha demostrado, con quienes sufren cáncer de garganta o de cuello. Posteriormente se ha visto que el optimismo tampoco añade años de vida a las víctimas de cáncer de pulmón.²⁸ Las pruebas de que las emociones positivas pueden proteger a quienes padecen dolencias coronarias, sin embargo, parecen más sólidas, aunque no estoy en condiciones de evaluarlas. Seligman recopiló para

mí una serie de estudios sobre cardiopatías y estados emocionales, y en varios de ellos se hallaba que el optimismo y los demás estados positivos pueden proteger contra la enfermedad coronaria, y también fomentar la recuperación en quienes han sufrido un ataque.²⁹ Pero otros parecían más equívocos, y uno de ellos, que cita Barbara Held, comprobó que las personas que mostraban un alto grado de “afecto negativo” se quejan más cuando sufren angina de pecho, pero no tienen más riesgos de sufrirla que las personas alegres.³⁰

Algunos de los estudios que ha revisado Held incluso llegan a la conclusión de que ciertos rasgos de carácter negativo, como el pesimismo, pueden ser más saludables a largo plazo.³¹ Por ejemplo, un ensayo hecho en el año 2002 concluyó que las mujeres que padecen depresión moderada tiene más posibilidades de vivir más años que las que no están deprimidas y que las que están severamente deprimidas. Otro estudio longitudinal hecho sobre más de un millar de escolares

californianos halló, alarmantemente, que el optimismo podía conducir a perder la vida antes de tiempo, durante la edad adulta o la tercera edad, debido quizá a que los optimistas tienden a correr más riesgos. Otro estudio, más reciente, argumentaba que los preadolescentes que se mostraban más realistas sobre su situación social respecto a los compañeros tenían menos posibilidades de acabar deprimidos, en comparación con quienes se hacían ilusiones sobre su popularidad.³² Pero el argumento más sorprendente a favor del pesimismo nos lo da un estudio del que es coautor Seligman, realizado en 2001, donde se establece que las personas pesimistas tienden menos a caer en una depresión cuando sufren una desgracia, como la muerte de un familiar.³³ Este estudio no se menciona en *La auténtica felicidad*, pero en su momento Seligman declaró al *New York Times* que “es importante que el optimismo no sea desfundado [quizá quiso decir “infundado”] ni gratuito.”³⁴ O sea que, después de todo, el pesimismo sí que sirve para algo.

Aun así, los resultados que le llegan al público general casi siempre son los que dicen que las emociones positivas tienen efectos positivos sobre la salud. En parte, esto sucede porque siempre ha habido una tendencia mediática en contra de los “no hallazgos”: si un estudio, por ejemplo, llega a la conclusión de que no hay diferencias entre chicos y chicas a la hora de correr cien metros o de resolver una ecuación de tercer grado, probablemente saldrá menos en las noticias que si uno de los sexos le da una paliza al otro en algún tema. En el caso de la psicología positiva, el *New York Times* publicó en 2002 un artículo citando dos estudios que vinculaban el optimismo con la longevidad; y cuatro que analizaban la relación de la longevidad con otros rasgos de carácter como la escrupulosidad en las tareas, la tranquilidad, el pesimismo e incluso la irascibilidad. Y sin embargo, el titular era: “El poder del pensamiento positivo parece extenderse hacia el envejecimiento.”³⁵ Algunos psicólogos positivos ya reconocen que existe cierta presión por parte de los medios para obtener resultados que suenen

bien; los editores del *Handbook of Positive Psychology* [Manual de psicología positiva], por ejemplo, advierten:

Este nuevo enfoque [el pensamiento positivo] puede llevar asociado un cierto efecto euforizante, de forma que se tienda a extrapolar y a transmitir la sensación de que se están haciendo grandes progresos. Esto puede suceder, aún con más probabilidad, debido a que las noticias de los medios de comunicación están casi poniendo en nuestra boca palabras que hablan de supuestos descubrimientos que ya habrían tenido lugar.³⁶

Pero ese fervor informativo acerca de la psicología positiva no es culpa solo de que haya periodistas que se emocionan demasiado. En 2005, por ejemplo, se publicó un artículo que revisaba diversos estudios médicos con este título: “¿Afecta lo positivo a la salud?”. Y la entradilla decía textualmente:

Esta revisión viene a resaltar los patrones hallados en las publicaciones apuntando a que existe una relación sólida entre el afecto positivo (AP) y la salud física. Sin embargo, también plantea algunas reservas importantes, conceptuales y metodológicas. Las

pruebas apuntan a que existe una asociación del rasgo de AP con la baja morbilidad; y del estado y el rasgo AP con unos síntomas y dolores menos intensos. El rasgo de AP se asocia asimismo con una mayor longevidad entre individuos que viven en residencias de mayores. La literatura disponible sobre el AP y la supervivencia a enfermedades graves ofrece datos contradictorios. Cuando se han inducido brotes intensos de estado AP se han desencadenado incrementos a corto plazo de la excitación física, y algunos efectos asociados (potencialmente perjudiciales) sobre las funciones inmunitaria, cardiovascular y pulmonar. Sin embargo, los efectos excitantes del estado de AP no se encuentran de forma general en los estudios ambulatorios, en los cuales los brotes de AP suelen ser menos intensos y a menudo se asocian con respuestas encaminadas a proteger la salud. Se propone un marco teórico que pueda servir de guía a futuros estudios.³⁷

Sin embargo, cuando entrevisté a los autores de este artículo pidiéndoles que “resumieran lo más significativo en un lenguaje para no especialistas”, dejaron de lado todas sus “reservas” y cautelas sobre los “datos contradictorios” de las publicaciones disponibles y sobre los efectos “potencialmente perjudiciales”, y me respondieron alegremente que “el estudio brinda pruebas

preliminares de que las personas que suelen experimentar emociones positivas, como la felicidad, el entusiasmo o la calma, tienen menos posibilidades de desarrollar una gran gama de enfermedades, viven más, y experimentan menos síntomas y menos dolor.”³⁸

Otro caso de autoconvencimiento positivo es el que nos brinda Suzanne Segerstrom, investigadora de la Universidad de Kentucky, que ganó en 2002 el premio de psicología positiva que concede la Templeton Foundation por su trabajo en lo que puede ser el santo grial de este campo: el posible vínculo entre las emociones positivas y el sistema inmunológico. Aunque no está claro el papel que juega el sistema inmunológico en el cáncer, sí se sabe que tiene importancia a la hora de defendernos contra los resfriados y demás enfermedades infecciosas. Pero que exista una relación directa entre las emociones positivas y el sistema inmunológico es otro tema. Martin Seligman afirma que sí existe tal vínculo, y ha escrito que “la gente feliz” tiene un “sistema

inmunológico más combativo que la gente menos feliz”. Segerstrom escribió en 1998 un trabajo en el que informaba de que el optimismo estaba correlacionado con una mayor competencia inmunológica, según podía medirse a partir de los niveles de las células clave de este sistema. Pero tres años más tarde, en otro estudio, la misma investigadora vio que “habían aparecido algunos hallazgos contradictorios” y que, en ciertas circunstancias, las personas más optimistas “se defienden peor, en términos inmunológicos” que las pesimistas.³⁹

Pero, leyendo los periódicos, el lector jamás habría dicho que los resultados eran negativos, o como mucho “mitad y mitad”. En una entrevista que concedió al periódico *New York Daily News* en 2002, Segerstrom declaraba que el ser optimista tenía beneficios “significativos” para la salud, y que los optimistas “no solo suelen experimentar mejor ajuste emocional” sino que “la mayoría de los optimistas muestra mejor respuesta inmunitaria ante las enfermedades.”⁴⁰ En 2007 le

hice una entrevista por teléfono a Segerstrom, y me aseguró que ni los medios ni nadie le habían sometido a ninguna presión para que les quitara importancia a los resultados negativos. Pero cuando, un poco más avanzada la conversación, saqué el tema del premio, me dijo: “Claro, que el premio Templeton... no te lo dan si tus resultados salen nulos”.

LA CONEXIÓN TEMPLETON

La fundación Templeton –que entre 2000 y 2010 ha donado más de 2,2 millones de dólares al centro de psicología positiva que dirige Seligman, más otros 1,3 millones a diversos proyectos de investigación en campos como la gratitud, la humildad y las conexiones humanas– quizá sea conocida sobre todo por sus esfuerzos para que la religión figure en pie de igualdad intelectual con la ciencia. La fundación nació en 1972 gracias a un inversor multimillonario, sir John Templeton, y concede cada año el premio Templeton a los Progresos en Religión, con el que intenta llenar el

hueco que dejan los premios Nobel; y pagan, por cierto, más que los suecos. (En 2002, quizá tras haber llegado a la conclusión de que la religión no progresaba tanto, el galardón fue rebautizado como Premio Templeton al Progreso en Investigación o Descubrimientos sobre Realidades Espirituales). Esta fundación lleva a cabo una campaña destinada a darle legitimidad científica a la religión, que le ha hecho embarcarse en varias aventuras inciertas; por ejemplo, en 1999 patrocinó un congreso sobre diseño inteligente, como alternativa a la evolución. En los últimos años se ha hecho más cauta, y se ha desmarcado un poco del diseño inteligente, destinando las donaciones, que expresan su orientación “espiritual”, a proyectos como investigar la eficacia de las plegarias –otro resultado nulo– y varias cuestiones más abstractas, como los conceptos de “carácter” y de “humildad”. A sir John Templeton, que falleció en 2008, siempre le gustó unir a los científicos con los teólogos, con el objetivo de hallar un terreno común, que para él solía encontrarse en *resorts* vacacionales de lujo.

Es posible que lo que le atrajera a Templeton hacia la psicología positiva fuera la afirmación de que las emociones positivas pueden afectar a la salud física (una proposición del tipo “la mente por encima de la materia” que aparece en prácticamente todas las variantes de espiritualidad norteamericana desde el siglo XIX). Pero hay otra conexión que parece más misteriosa. Templeton fue un ferviente seguidor de Norman Vincent Peale, y él mismo llegó a ser gurú, aunque de menor rango, en el pensamiento positivo. Según el folleto corporativo de la fundación en 2004, Templeton “reconocía que el libro *El poder del pensamiento tenaz*, de Norman Vincent Peale, leído hacía setenta años, le había hecho darse cuenta de que ‘lo que había conseguido en mi corta vida dependía sobre todo de mis actitudes mentales, porque una buena actitud mental te llevará a lo bueno, y una actitud mental llena de amor hará que el amor vaya a ti.’”⁴¹ Templeton escribió varios libros de autoayuda, algunos de los cuales tuvo la suerte de que le publicara su fundación, entre ellos: *The Templeton Plan: 21*

Steps to Personal Success and Real Happiness [El plan Templeton: el éxito y la felicidad en 21 pasos]; *Worldwide Laws of Happiness: 200 Eternal Spiritual Principles* [Las leyes universales de la felicidad: 200 principios espirituales eternos]; y *Discovering the Laws of Life* [Descubrir las leyes de la vida]. Este último tenía en la cubierta una recomendación de Robert Schuller, y dentro un prólogo del propio Norman Vincent Peale, que describía a Templeton como “el seglar más importante para la iglesia cristiana de nuestro tiempo”. Seguramente, a Templeton no se le pasó por alto la posibilidad de que con el tiempo la psicología positiva llegara a darle cierta pátina científica al pensamiento positivo.

Pero este hombre no era solo un potentado más de los que piensan en positivo. Tenía también algo de ideólogo político, rasgo que heredó aumentado su hijo John Templeton junior, su sucesor al frente de la fundación desde 1995. El hijo es uno de los grandes donantes al Partido Republicano estadounidense, y activista y donante de un grupo llamado The Freedom Ring [El anillo de la

libertad], que hizo campaña entre los creyentes evangélicos para que votaran a George Bush en 2004. Tres años después, contribuyó a Freedom's Watch, una organización que financió *spots* de televisión en apoyo a la guerra de Irak, donde a menudo se equiparaba a Irak con Al Qaeda. En los últimos años, ha apoyado las campañas presidenciales de Romney y luego la de McCain; en California, fueron los principales donantes individuales de la campaña a favor de la proposición 8, que modificó la constitución del estado para prohibir el matrimonio homosexual.⁴²

Por supuesto, la fundación en sí es apolítica, pero tiene una acusada inclinación hacia la “libertad de empresa”. A lo largo de los años, ha dado grandes premios en metálico a diversos investigadores de talante conservador, como Milton Friedman y Gertrude Himmelfarb, y ha becado a todo tipo de organizaciones conservadoras de entre las más prominentes de su país.⁴³ Una de ellas, la Association of Private Enterprise Education [asociación de estudios de la

empresa privada], afirma en su página web que “existe un peligro muy real de que los demagogos, criminalizando a ‘los ricos’, lleguen a saquear la riqueza privada que es la base del progreso social. Defenderse contra la demagogia es entender los principios de la empresa privada, y comprometerse con ellos. Y son unos principios abstractos, que no le resultan obvios a todo el mundo”. En su memoria de 2006, leemos que la fundación Templeton “apoya una amplia gama de programas e iniciativas de investigación destinadas a estudiar los beneficios de la competencia, específicamente la forma en que la libre empresa y otros principios del capitalismo pueden beneficiar a los pobres, como de hecho sucede.”⁴⁴ Esto de “como de hecho sucede” ya da pistas de cuál es la conclusión a la que llegan, aunque no se diga de forma explícita. En la memoria, sin embargo, se plantea en tono lastimero la siguiente pregunta: “*¿Por qué tiene que vivir la mitad de la población mundial en condiciones de relativa penuria, cuando se ha demostrado que las leyes del mercado y la*

libertad de empresa pueden conducir a un desarrollo económico sostenido?”. [Las cursivas están en el original].

Tampoco quiero decir que la psicología positiva, ni lo positivo en general, forme parte de una conspiración de la derecha. El pensamiento positivo popular tiene orientación política de todo tipo. Norman Vincent Peale se mostraba como un activo conservador (al menos hasta que fue acusado de intolerancia por sus ataques a John F. Kennedy, debido a su catolicismo, cuando era candidato a presidente). Y quizá la adalid más famosa de esta corriente de pensamiento sea la presentadora de televisión Oprah Winfrey, a la que se suele considerar progresista. En cuanto a la psicología, Seligman se inclina indudablemente a la derecha; ha declarado repetidamente que no tiene paciencia con las “víctimas” ni con la “victimología”, y en una entrevista realizada en 2002 decía: “En general, cuando las cosas salen mal, nuestra cultura de hoy apoya la creencia de que la culpa la tiene alguna fuerza superior, en vez de ver la causa en ti mismo, en tu carácter o en las

decisiones que has tomado.”⁴⁵ También se sabe que ha dado conferencias sobre sus experimentos con perros y la “indefensión aprendida” en la escuela militar del ejército estadounidense que forma a las tropas para posibles situaciones límite en manos del enemigo (supervivencia, evasión, resistencia o fuga); y que a partir de los atentados del 11 de Septiembre se dedica a diseñar nuevas formas de tortura para los sospechosos de terrorismo.⁴⁶ (Aunque Seligman niega que haya contribuido en nada al estudio de la tortura; en 2008 decía por correo electrónico: “desapruebo con todas mis fuerzas la tortura y nunca he contribuido ni nunca contribuiré a sus métodos”). En cuanto a los psicólogos positivos de a pie, una de las estrellas emergentes del sector, Jonathan Haidt, de la Universidad de Virginia, me dijo estar convencido que la mayor parte de ellos profesan ideas personales progresistas. Y, ciertamente, muchos se consideran rebeldes contra un “establishment” psicológico anclado en el pasado, que aún se centra obsesivamente en lo “negativo”, como la depresión, la neurosis y el sufrimiento.

Pero la psicología positiva parece haber agotado ya el espíritu de rebelión contra la “psicología negativa”, y hoy día ofrece muchas razones para alegrar el corazón de los más conservadores: por ejemplo, ese hallazgo de que las personas casadas y religiosas (sobre todo, si esa religiosidad es integrista) son más felices que las demás.⁴⁷ Al final, la felicidad se mide a partir de la satisfacción que una persona declara sentir sobre su propia vida, y quizá sea más sencillo estar satisfecho con ella si uno tiene dinero, se ciñe a las normas sociales, acomoda sus juicios a lo que diga la iglesia y no se preocupa demasiado por las injusticias. Una cosa que llama la atención es que cuando se tienen niños —como es de esperar en un matrimonio de profunda religiosidad—, disminuye la felicidad de los padres; según el psicólogo Daniel Gilbert, de la Universidad de Harvard, “el único síntoma conocido del ‘síndrome del nido vacío’ es la tendencia a sonreír más.”⁴⁸

Lo que de verdad tiene el pensamiento positivo

de ideología conservadora es su apego al sistema, con todas sus desigualdades y sus abusos de poder. Los tests que hacen los psicólogos positivos sobre la felicidad y el bienestar, por ejemplo, se apoyan especialmente en la satisfacción que uno dice sentir sobre lo que le rodea. Por ejemplo, la famosa “Escala de Satisfacción con la Vida”, uno de cuyos autores es Diener, pide que se diga si uno está de acuerdo o no con las siguientes frases:

En la mayor parte de los aspectos, mi vida se acerca a mi ideal.

Las condiciones de mi vida son excelentes.

Estoy satisfecho con mi vida.

Hasta ahora, he conseguido las cosas que para mí son importantes en la vida.

Si volviese a nacer, no cambiaría casi nada de mi vida. [49](#)

Uno podría suponer que la psicología positiva, o al menos una versión más liberal de ella, encabezaría un movimiento dirigido a cambiar las costumbres sociales para que brinden más felicidad, pidiendo por ejemplo que los centros de

trabajo se organicen de forma más democrática. Pero esta corriente psicológica más bien parece haberse alineado con la patronal. Un colaborador de Seligman, Chris Peterson, declaraba al diario *Cleveland Plain Dealer* en 2008 que los ejecutivos son los mayores entusiastas de la nueva ciencia de la felicidad: “A la cultura empresarial más pragmática lo que le interesa hoy día es tener menos trabajadores, pero que trabajen más. De ahí que se estén dando cuenta de que si esos trabajadores son felices, trabajarán más y serán más productivos. Por eso llevan la batuta.”⁵⁰ En cuanto a las iniciativas sociales contra la injusticia, el *Monitor*, el boletín de la American Psychological Association, informaba en 1998: “Seligman afirma que [...] quienes les hacen reproches a los demás y se ponen del lado de los desamparados, pueden sentirse mejor en el momento [...] pero esos buenos sentimientos son transitorios.”⁵¹ Pero no se explica por qué esos buenos sentimientos que produce el activismo social se pasan tan pronto, en comparación con los que se obtienen de otras buenas acciones como

contemplar cuadros de Monet o leer a Richard Russo.

La psicología positiva, como la corriente de pensamiento popular que lleva asociada, se fija sobre todo en los cambios que puede obrar una persona sobre su interior, ajustando su mentalidad. El propio Seligman rechaza explícitamente el cambio social. Según ha escrito, hablando del papel que juegan las “circunstancias” en la felicidad humana: “La buena noticia es que las circunstancias a veces cambian la felicidad para mejor. La mala es que cambiar esas circunstancias generalmente no sirve para nada y sale caro.”⁵² No hará falta señalar que este es el mismo argumento (“no sirve para nada y sale caro”) que se ha utilizado siempre contra las reformas sociales, sea la abolición de la esclavitud o la equiparación salarial de hombres y mujeres.

Pero la principal contribución de los psicólogos positivos al sistema establecido es su afirmación de que se ha “hallado” que las circunstancias juegan un papel secundario en la felicidad. En

aquella fraudulenta ecuación que planteaba Seligman ($H = S + C + V$), el valor de C , es decir, de las circunstancias, solía considerarse pequeño respecto al total, generalmente de entre el ocho y el quince por ciento.⁵³ Existen varios estudios que se suelen citar para apoyar la idea de que C no es lo más importante; estudios que han llegado a la conclusión, por ejemplo, de que las personas que pierden el empleo o se quedan parapléjicas vuelven rápidamente a los niveles de felicidad que tenían antes de esos sucesos. Cuando yo entrevisté a Seligman, me dijo que hay pruebas de que ni los parados ni los inválidos “vuelven a donde estaban”, y que su estimación era que C venía a suponer un veinticinco por ciento; añadió que “existe gran controversia sobre el peso de C , ya que viene a plantear la cuestión de si la política social importa”.

Y desde luego, si las circunstancias juegan un papel menor –aunque suponga el veinticinco por ciento– en la felicidad humana, entonces la política es un ejercicio marginal. ¿Qué sentido

tiene reivindicar las mejoras laborales o educativas, la seguridad ciudadana, la cobertura sanitaria universal y demás puntos del credo progresista, si tales medidas apenas van a hacer a la gente un poco más feliz? Los que abogan por la reforma social, los activistas políticos o los funcionarios partidarios del cambio ya pueden irse a dormir una siesta, que buena falta les hará. Y, dado que nadie menciona el factor S (el “punto de partida” de la ecuación de la felicidad), solo nos queda centrarnos en V, es decir, los esfuerzos voluntarios que haga cada cual. Tras muchos siglos de lucha para mejorar el mundo, hoy llevan el testigo los practicantes del “entrenamiento positivo”, los psicólogos positivos y los adalides del pensamiento positivo popular.

La siguiente ocasión en que coincidí con Martin Seligman, estaba mucho más amable y cordial de lo que esperaba. Fue durante un congreso de psicología positiva que se celebró en el centro de Washington, en la espectacular sede de la

Fundación Gallup. Seligman me invitó a sentarme a su lado y me preguntó si me había gustado la “pausa energética” de la sesión matinal. Esa mañana, unas chicas recién licenciadas habían hecho una presentación sobre cómo enseñar psicología positiva a estudiantes de posgrado, y durante la charla se había hecho un receso de cinco minutos; nos pidieron entonces a los asistentes que nos pusiéramos de pie, que hiciéramos unos cuantos giros con los hombros y estiramientos de cervicales, que sacudiéramos todo el cuerpo y que por fin profiriéramos un gran “aaaaaahhhh” colectivo. Acabados los ejercicios, sonó a todo volumen el himno del mundial de fútbol cantado por Ricky Martin, y las chicas que daban la charla empezaron a bailar desde el estrado, siguiendo unos pasos que parecían ensayados y que quedaban muy raros, mientras parte del público movía el esqueleto a su aire y algunos, sobre todo los hombres más mayores, daban pataditas al suelo como si quisieran apagar una hoguera. Le respondí a Seligman que me había encantado la pausa energética, y no me molesté en

señalarle cuánto se había parecido a los ejercicios que nos invitaban a hacer los oradores motivacionales de la National Speakers Association.

Este congreso tuvo lugar en octubre de 2007, y por entonces la psicología positiva estaba de enhorabuena. En los círculos académicos estadounidenses iba ganando terreno, y ya eran más de doscientos los centros universitarios y de posgrado que ofrecían cursos de esta materia, con nombres como “Felicidad I”. En el temario, a los alumnos se les pedía que reflexionaran sobre sus momentos más felices y que hicieran ejercicios como escribir “cartas de gratitud” a las personas de su vida. En Harvard, el curso de introducción a la psicología positiva tuvo 855 estudiantes matriculados en 2006; fue con diferencia el más solicitado de toda la universidad, más incluso que los de economía. A principios de 2007, el suplemento dominical del *New York Times* le dedicaba un reportaje a un curso similar de la Universidad George Mason.⁵⁴ Luego, los cursos de

posgrado, como el máster de psicología positiva aplicada que ofrece la Universidad de Pensilvania, empezaron a extenderse por el mundo. Según una de las ponentes de aquel congreso, Ilona Boniwell, de la Universidad de East London, se esperaba que experimentarían un “rápido crecimiento” en Argentina, Australia, España, India, Israel, México y Singapur.

Además, a quienes completaran estos estudios avanzados de psicología positiva parecía esperarles una prometedora carrera. El máster mencionado de la Universidad de Pensilvania afirma que uno de sus alumnos ya es coautor de un famoso libro de autoayuda para hombres de negocios, *¿Está lleno su cubo?*, y que otros dos han fundado una consultoría para llevar la psicología positiva a los colegios públicos, a través de talleres sobre temas como “medir y fomentar las fortalezas y virtudes del carácter” y “herramientas para desarrollar el optimismo y la capacidad de adaptación.”⁵⁵ Otro ex alumno, David J. Pollay, es asesor de empresas y

columnista de la página web Happy News [noticias felices]. La mayor parte de las oportunidades laborales parecen por tanto centradas en la aplicación de la psicología positiva a empresas y organismos, a través de consultorías o actividades de *coaching*. En una de las sesiones de grupo del congreso, ante un público tan nutrido que parte de los asistentes se tuvo que sentar en el suelo, un consultor británico que dijo haber ayudado a compañías como Wells Fargo y Microsoft a crear “organizaciones basadas en sus puntos fuertes”, nos puso un audiovisual en el que se enumeraban términos como “natural y auténtico”, “energizante”, “atrayente”, “aprender y desarrollar”, “resultados excelentes” y “bienestar y realización personal”. Este tipo de listas enervantes, confeccionadas a base de adjetivos y sustantivos sin coherencia interna, son iguales a las que aparecen como “teoría” en la mayoría de los libros de pensamiento positivo popular dirigidos a ejecutivos. Cuando las veo, me pregunto qué distingue a un entrenador en psicología positiva titulado respecto a los miles de

motivadores y “entrenadores” sin formación a los que da de comer el mundo de los negocios.

Sin embargo, incluso en un “congreso” lleno de autocomplacencia como este hubo cierto resquicio para la preocupación sobre las bases científicas de la psicología positiva. Ilona Boniwell, hablando de los “retos” a los que se enfrentaba el máster de su universidad londinense, mencionó “el escepticismo británico”. A mí esto me llamó la atención: ¿no le encantaría a cualquier profesor de física o de sociología tener alumnos escépticos y preguntones? Se lo fui a plantear durante un descanso, y me respondió: “Muchos de los resultados [de la psicología positiva] se presentan como más acusados de lo que son; por ejemplo, a veces el vínculo es de correlación, no de causalidad. La ciencia de la psicología positiva no siempre llega a los mismos niveles que la promesa de la psicología positiva”. Esta “promesa” es la de encontrar una profesión bien pagada como *coach* para ejecutivos, y por lo visto la ciencia lo único que tenía que hacer era llegar a ese nivel.

De hecho, la presencia en los medios de esta corriente psicológica durante el año 2007 no había sido del todo positiva. Un artículo del suplemento dominical del *New York Times* sobre los cursos de “Felicidad I” denunciaba el “sentir sectario que rodea a la psicología positiva”, y apuntaba que “la publicidad sobre este campo se ha puesto por delante de la ciencia, lo que no parece un buen síntoma”. Más adelante, el mismo reportaje mencionaba que “la idea de que su parte científica no sea muy de fiar también incomoda a Seligman. ‘Yo tengo esa misma preocupación. Es lo que me tiene despierto a las cuatro de la mañana’, dijo.”⁵⁶

Al final del congreso, tras una sesión plenaria vespertina dedicada a “El futuro de la psicología positiva”, con la participación de los patriarcas del sector, Martin Seligman y Ed Diener, afloraron estas preocupaciones. Seligman enganchó a la audiencia empezando su intervención con estas palabras: “He llegado a la conclusión de que mi teoría sobre la psicología positiva es totalmente errónea”. ¿Por qué? Porque trata de la felicidad,

que es un concepto científicamente “inmanejable”. Sin embargo, el problema podía corregirse en cierto modo, añadiéndole los conceptos de “éxito” y “realización personal”. Yo pensé, sin poder evitarlo, que de este modo los psicólogos positivos se ponen al nivel de Norman Vincent Peale o de cualquier otro gurú para ejecutivos. Pero si se trataba del éxito, añadió Seligman, uno ya no estaba hablando de *psicología* positiva, sino de una “teoría plural” que abarcaba la antropología, las ciencias políticas y las económicas, y esa era la dirección hacia la que iba a dirigirse él: las “ciencias sociales positivas”.

Estas declaraciones de Seligman causaron la esperable consternación entre el público, formado por varios cientos de psicólogos positivos, licenciados y *coaches*. Para ellos, debió de ser como si su padre les hubiera anunciado que la familia se le estaba quedando pequeña y que se sentía muy constreñido, así que iba a pasar página y buscarse otra. Durante el turno de preguntas y respuestas, algunos se centraron en que Seligman había reconocido que la base científica de la

psicología positiva es muy frágil. Un chico preguntó: “¿Cómo podemos hallar un equilibrio entre el lado empírico del pensamiento positivo y la materia aplicada?”, refiriéndose por ejemplo al *coaching*. Diener le respondió primero, diciendo que “cuando la gente hace cosas para las que no hay pruebas irrefutables”, por lo menos está “cubriendo una necesidad”. Luego intervino Seligman, que se mostró de acuerdo, y añadió que la psicología positiva estaba sometida a mucha presión para conseguir resultados prácticos porque “la gente quiere ser feliz”. Si eso en ocasiones hace necesario que las aplicaciones prácticas, el *coaching* por ejemplo, vayan por delante de la ciencia... pues en fin, “la ciencia parte de la práctica”, dijo, invocando a los hermanos Wright, “que consiguieron volar cuando los científicos aún no sabían ni cómo vuelan los pájaros”.

Pero la idea de pasar a hablar de unas “ciencias sociales positivas” provocó todavía más preocupación. Diener defendió el concepto de “psicología positiva”, porque, según dijo, “es ya una marca”. Además, añadió, él “odia” la idea de

unas ciencias sociales positivas, dado que las ciencias sociales incluyen la sociología, un campo “débil” y lleno de infundios, como todo el mundo sabe. La discusión, llegados a este punto, ya no parecía tratar de ciencia, sino, sin más, de lo que resultaba más conveniente. Otra persona del público se levantó y propuso darle a la psicología positiva el nuevo nombre de “economía conductista aplicada”, porque “gusta en las escuelas de negocios, y encaja con quienes ganan más”. Nadie soltó la carcajada.

VII

CÓMO EL PENSAMIENTO POSITIVO DESTRUYÓ LA ECONOMÍA

Mediada la primera década del siglo XXI, el pensamiento positivo flotaba por el universo en un volumen sin precedentes, desbordando el sistema solar, mezclándose con los gases interestelares, orillando los agujeros negros, acompasándose a las mareas de planetas lejanos. Si alguien –algún dios, o algún alienígena– hubiera poseído la capacidad de descodificar estas emanaciones, se hubiera quedado abrumado ante aquella cantidad de cuerpos más delgados, casas más grandes, ascensos fulminantes y adquisiciones súbitas de grandes fortunas.

Pero el universo no quiso jugar su papel de “gran departamento de venta por correo”. Por mucho que dijera lo contrario la “ley de la atracción” que difundían los gurús del pensamiento positivo, para la mayor parte de los ciudadanos las

cosas iban peor, no mejor. Los pobres, incluso los pobres que buscaban asesoría espiritual en predicadores de la prosperidad como Joel Osteen o Creflo Dollar, seguían siendo pobres, y eran cada vez más. Entre 2002 y 2006, mientras la economía crecía desatada, el número de familias estadounidenses que entraban en la categoría de “bajos ingresos” aumentó hasta alcanzar el veinticinco por ciento del total.¹ La clase trabajadora tradicional, que en cierto momento había llegado a solaparse con la clase media, vio cómo bajaban sus ingresos y cómo iban desapareciendo los empleos con un sueldo decente, por ejemplo en las fábricas. Para muchos, el mundo operativo parecía ir “encogiéndose”, como se analizaba en dos libros de esos años: *Crunch: Why Do I Feel Squeezed?* [Contracción: ¿por qué me siento exprimido?] de Jared Bernstein, y *The Big Squeeze: Tough Times for the American Worker* [El gran estrujón: malos tiempos para el trabajador estadounidense], de Steven Greenhouse.

La clase media de los trabajadores de oficinas –

la base de clientes de los libros de autoayuda, los artículos de motivación y los servicios de *coaching* – se vio sometida a las mismas fuerzas de compresión, porque las empresas estaban haciendo recortes o eliminando los beneficios sociales.² A mediados de la década, no había mucho paro, pero los trabajos cada vez duraban menos, debido a los recortes, reorganizaciones, deslocalizaciones y demás medios con que la patronal trataba de maximizar beneficios. En *High Wire: The Precarious Financial Lives of American Families* [En la cuerda floja: la precaria vida financiera de las familias estadounidenses], Peter Gosselin contó cómo la clase media, que tiempo atrás se sentía tan a salvo, sufría ahora los bandazos de la “volatilidad de los ingresos”: un despido súbito podía dejar a la familia sin seguro médico o sin posibilidad de seguir pagando la casa. En 2006 escribí un libro sobre esta situación que tenía a tanta gente con el estómago encogido: *Bait and Switch: On the (Futile) Pursuit of the American Dream* [La falsa ganga: sobre la búsqueda (infructuosa) del sueño americano],

recogiendo las experiencias de personas con estudios y experiencia que se veían atrapados en el desempleo o encadenando contratos breves, con todas las papeletas para acabar compitiendo con los pobres crónicos por los empleos de menor rango en el sector servicios.

Pero no todo el mundo veía perdidas sus ilusiones ni amenazado su nivel de vida. Al otro extremo del espectro económico, se estaba produciendo una escalada inimaginable de la riqueza. En términos de ingresos y patrimonio, Estados Unidos se convirtió en la nación más polarizada del mundo desarrollado; la sima que separaba a ricos y pobres era más profunda que en la década de 1920. Los ingresos brutos del uno por ciento más rico subieron siete puntos porcentuales entre 1979 y 2007, hasta alcanzar el dieciséis por ciento, mientras bajaban los del ochenta por ciento de abajo, cayendo siete puntos porcentuales. Como dijo David Leonhardt en el *New York Times*, “es como si cada hogar del ochenta por ciento que menos gana le estuviera mandando cada año un cheque de siete mil dólares al uno por ciento que

más gana.”³ Y, ¿qué hizo este uno por ciento con su exponencial riqueza? La invirtió con grandes beneficios, por supuesto, pero también se la gastó en un nivel de consumo que hubiera dejado estupefactos a los magnates ladrones y corruptos de antes. Los ricos viajaban en avión privado, mantenían varias casas abiertas y contrataban a un ejército de asistentes personales, algunos con la única función de asesorarles sobre vinos o arte. En 2008, un periodista de la revista de negocios *Portfolio* echaba la vista atrás, asombrado:

Las habitaciones de hotel de 34.000 dólares por noche, la hamburguesa cubierta de polvo de oro, que ofrecía Richard Nouveau en el Wall Street Burger Shoppe por 175 dólares, el martini de 10.000 dólares del hotel Algonquin, que se servía con un diamante en la copa... El término ‘ostentación’ apenas empieza a definir ese estilo de vida, aquel ‘no te lo vas a creer’ que rodeaba la vida y el trabajo de los hipercapitalistas que se iban diseminando por el mundo.⁴

Justo antes de la Gran Depresión, en la década de 1920, una época de grandes desigualdades, existían todo tipo de sindicatos y activistas

encargados de denunciar los excesos de los ricos y la penuria de los pobres. Pero en el siglo XXI había una camarilla mucho más numerosa, de signo totalmente opuesto, promulgando un mensaje muy distinto: que en esa sociedad tan desigual todo iba bien y que, para quienes estuvieran dispuestos a hacer un esfuerzo, las cosas iban a ir todavía mejor, muchísimo mejor. Los motivadores y demás abogados del pensamiento positivo tenían siempre una buena noticia que darle a quien se enfrentaba a la ruina por culpa de la continua reducción del mercado de trabajo: podía tomarse la situación, por muy terrorífica que fuera, como una “oportunidad”. En 2004 se publicó un libro de autoayuda, escrito por Harvey Mackay, con un título que era todo un desafío: *We Got Fired!... And It's the Best Thing That Ever Happened to Us*. [¡Nos despidieron!... Y es lo mejor que nos ha pasado nunca]. Como vimos en el capítulo IV, los empresarios confiaban en que el pensamiento positivo aplacara a las víctimas de las reestructuraciones y fomentara en los supervivientes las ganas de hacer un esfuerzo aún

más heroico.

Para los pensadores positivos, las desigualdades económicas tampoco eran motivo de preocupación, ya que cualquiera, absolutamente cualquiera, podía hacerse millonario en cualquier momento si se concentraba en esa idea. En la campaña de las elecciones presidenciales estadounidenses de 2008 se hizo famoso de la noche a la mañana un hombre de Ohio llamado Joe Wurzelbach, “Joe el fontanero”, porque interpeló a Barack Obama oponiéndose a su plan de aumentarles los impuestos a quienes ganaran más de 250.000 dólares al año. El hombre afirmó que estaba pensando en comprar la empresa de fontanería para la que trabajaba, y pasaría entonces a formar parte de ese grupito privilegiado. Luego resultó que era un fontanero totalmente autodidacta, y que su pequeña empresa tenía solo dos empleados, por lo que no parecía probable que el aumento de impuestos que proponía Obama le fuese a afectar. Pero claro, ¿quién va a sentir rencor alguno hacia la clase opulenta, la de los consejeros delegados que se

embolsan once millones de dólares al año y poseen islas privadas y yates, si uno está deseando unirse a sus filas? En realidad, el “ascensor” entre clases sociales funciona mucho menos en Estados Unidos que en países como Alemania, Canadá, Finlandia, Francia, Suecia, Noruega o Dinamarca.⁵ Pero el mito, reforzado con grandes dosis de pensamiento positivo, seguía vivo. Dos investigadores de la Brookings Institution comentaban en 2006, con cierta ironía: “Se suele hablar de la arraigada creencia en la oportunidad y en la movilidad social para explicar la alta tolerancia de los estadounidenses ante la desigualdad. La mayoría de los estadounidenses encuestados cree que en el futuro ganará más que la media (a pesar de que eso sea una imposibilidad matemática).”⁶

Y casi nadie, ni economista ni no economista, predijo el colapso financiero. A fin de cuentas, la economía estadounidense se había recuperado hábilmente de traumas como el estallido de la burbuja “punto.com” o los atentados del 11 de

Septiembre, y ascendía hacia nuevas cotas gracias al sector inmobiliario y a la Bolsa. Los optimistas profesionales dominaban el mundo de las predicciones económicas; James Glassman, por ejemplo, coautor de un libro publicado en 1999 sobre cómo beneficiarse del previsible *boom* de los mercados,⁷ pasó a ser columnista de plantilla en el *Washington Post* y aparecía cada tanto como invitado en programas de debate de la televisión estadounidense. Los precios de la vivienda subían sin parar, y daban alas a la economía porque la gente podía usar su casa, como decían los comentaristas, “a modo de cajero automático”: les servía de aval para pedir créditos al consumo, y se creía que sus precios serían resistentes para siempre a la ley de la gravedad. El economista jefe de la asociación estadounidense de empresas inmobiliarias, David Lereah, publicó en 2006 un libro defendiendo la idea de que el sector inmobiliario nunca podría fallar, y se convirtió en “el experto más citado por los medios generalistas durante los años más calientes de la burbuja inmobiliaria.”⁸ Por su parte Frank Nothaft, el

economista jefe de la hipotecaria Freddie Mac, aseguraba a los televidentes que los precios de la vivienda nunca podrían bajar de forma significativa. A finales de 2008, uno de los escasos pesimistas, Paul Krugman, colaborador del *New York Times*, se preguntaba retóricamente por qué nadie había visto que todo era “un negocio piramidal de dimensiones descomunales”, y se contestaba: “a nadie le gusta un aguafiestas.”⁹

El optimismo casi unánime de los expertos contribuyó ciertamente a la escalada de la deuda de mala calidad y de los préstamos dudosos, pero también tuvo su parte de la culpa el optimismo irredento de la mayoría de los estadounidenses de a pie. Robert Reich dijo una vez, con cierta ambigüedad, que “el optimismo estadounidense se contagia a la economía; de ahí que siempre hayamos sido un país de inventores y ‘manitas’, visionarios y experimentadores [...] El optimismo explica por qué gastamos tanto y ahorramos tan poco [...] Nuestra disposición a endeudarnos hasta el cuello y seguir gastando está íntimamente

relacionada con el optimismo.”¹⁰ Y está en el espíritu de este optimismo el que una persona acumule deudas en la tarjeta de crédito como si tal cosa, a base de gastos prescindibles, firme una segunda hipoteca o compre su casa con un préstamo a interés creciente. Y la ideología del pensamiento positivo vino a darle alas a este optimismo, a la sensación de “yo lo valgo” que lo acompañaba. Una periodista de *Los Angeles Times*, hablando de *El Secreto*, contaba: “Mi hermana, al volver de las vacaciones en Nueva York, entró en mi casa y dejó caer en el taburete del piano una bolsa de viaje de cuero, hecha a mano, diciendo: ‘¿Has visto qué bolso tan precioso me he manifestado para mí misma?’”. Tras ver el devedé de *El Secreto*, la chica había llegado a creer que merecía ese objeto, que era suyo y tenía que cogerlo, así que lo cargó en su tarjeta de crédito.¹¹

Y mientras este tipo de textos no religiosos animaban al lector a “manifestar” sus deseos materiales, los clérigos como Osteen o Dollar

insistían en que Dios *quería* que uno tuviera todas las cosas buenas de la vida, entre ellas una casa estupenda. En *¡Mejore su vida ya!*, Joel Osteen contaba que al principio se había resistido a las súplicas de su mujer para que se mudaran a una casa enorme y “elegante”: “Durante unos meses más, siguió hablándome en términos de éxito y fe, y finalmente me convenció [...] No creo que lo hubiéramos conseguido si Victoria no me hubiera persuadido para ampliar mi campo de visión. Dios tiene muchas cosas que darte también a ti.”¹² En 2008, la revista *Time* publicó un artículo con un título curioso: “Quizá el lío de las hipotecas basura sea culpa de Dios”, en el que citaba a varios expertos en credos estadounidenses hablando del papel que habían jugado los predicadores de la prosperidad en la burbuja económica. Jonathan Walton, profesor de religión en la Universidad de California Riverside, aseguraba que los pastores como Osteen habían dado alas a los hipotecados con bajos ingresos, fomentándoles la creencia de que “Dios ha hecho que el banco no preste atención a mi historial de

crédito y me ha bendecido con mi primera vivienda en propiedad”. Anthea Butler, estudiosa de las iglesias pentecostales, añadía: “El pastor no va a decirte: ‘Acércate al banco y pide un crédito’; pero yo he oído: ‘Aunque tengas mal historial crediticio, puedes recibir la bendición de Dios; si muestras aquí un poco de fe [es decir, si haces una buena donación a esta iglesia], conseguirás esa casa, o ese coche, o ese piso’.”¹³ Para Kevin Phillips, la conexión entre el pensamiento positivo y la crisis hipotecaria resulta obvia. En su libro *Bad Money: Reckless Finance, Failed Politics, and the Global Crisis of American Capitalism* [Dinero malo: negocios arriesgados, políticas fracasadas y la crisis global del capitalismo estadounidense], acusa directamente a Osteen, T. D. James y Creflo Dollar, así como a la autora de *El Secreto*, Rhonda Byrne.¹⁴

A muchas personas que nunca habían conseguido un crédito debido a su raza o a sus bajos ingresos, aquellas hipotecas fáciles de mediados de la década debieron de parecerles un

milagro de Dios. Dean Baker, uno de los escasos economistas que previeron el estallido de la burbuja inmobiliaria, afirma que en 2006 el porcentaje de hipotecas basura o de baja calidad llegó a ser el cuarenta por ciento del total, y que muchas de ellas se habían concedido sin información alguna sobre los ingresos del comprador y sin pedir entrada.¹⁵ No es extraño que en el plazo de un año fueran cada vez más los estadounidenses que se encontraban con el agua al cuello. La deuda de los hogares alcanzó entonces un récord: suponía el 133 por ciento de los ingresos, sumando una cantidad total de 14 billones de dólares.¹⁶ Solo en el año 2007, las declaraciones de quiebra familiar se dispararon un cuarenta por ciento.¹⁷ Quienes no estaban preparados para la subida de tipos de interés empezaron a dejar de pagar, y a veces abandonaban sus casas en plena noche para evitar las miradas de los vecinos.

Pero la credulidad y el optimismo de los ciudadanos de a pie no explican por completo la

crisis financiera. Y es que había *alguien* ofreciendo hipotecas con trampa a personas de ingresos dudosos, alguien que empaquetaba esa deuda hipotecaria y la vendía como activos a inversores de todo el mundo... alguien que contaba con obtener sustanciosos ingresos por todo ello. Un colaborador del *Washington Post*, Steven Pearlstein, escribió: “El eje de cualquier burbuja económica es una epidemia de autoengaño que infecta no solo a millones de inversores sin formación, sino también a muchos de los ejecutivos y banqueros más inteligentes, expertos y sofisticados.”¹⁸ De hecho, si se podía acusar de despreocupados a quienes pedían créditos, se podía acusar más aún a quienes los concedían: algunas de las financieras de hipotecas basura llegaron a asumir *ratios* de 30 a 1 entre la deuda y los ingresos.¹⁹ En este punto, conviene recordar aquello de que la cultura corporativa estadounidense había cambiado tiempo atrás la racionalidad deprimente de la gestión profesional por los atractivos emocionales del misticismo, el carisma y las corazonadas. Y así, la empresa

estadounidense, galvanizada por sus motivadores a sueldo y dirigida por personas llenas de inspiración divina, llegó a mediados de la primera década del siglo XXI en pleno éxtasis de expectativas ilusorias, que se contagiaron a la primera línea de mando.

Un espécimen ejemplar de esa gestión irracional tan de moda entonces fue Joe Gregory, ex presidente de la ex compañía de inversiones Lehman Brothers. Según un artículo publicado en la revista *Time* en 2008, Gregory tenía fama de “ser todo amor”, buen compañero de golf y, en sus propias palabras, un hombre de Sentimientos, con ese mayúscula. El tedio de los análisis de riesgo bien detallados no iba con él. “Él era Don Instinto”, contaba otro ejecutivo de Lehman. “Confiar en tus corazonadas, en tu juicio, creer en ti mismo [...] y tomar decisiones respaldadas por esa confianza es algo de una potencia asombrosa”, dijo Gregory en un discurso público, incluso cuando ese instinto se opusiera al examen racional. Otro analista decía que a veces las corazonadas de Gregory llevaban a Lehman “a decidir que

teníamos que hacer exactamente lo contrario de lo que recomendaba un informe.”²⁰

En abril de 2008, entrevisté a una de las escasas voces discordantes de aquel estado de consenso sobre el pensamiento positivo. Eric Dezenhall es un “gestor de crisis” que trabaja en la ciudad de Washington, un profesional al que llaman las empresas cuando se enfrentan a un posible problema grave de relaciones públicas. Dezenhall es un hombre no muy alto, tajante y muy serio, con un intachable currículum republicano (trabajó en la administración Reagan), que más de una vez se ha visto enfrentado con sus clientes: “Hay muchos ejecutivos que no quieren oír lo que tengo que decirles”. De hecho, según me contó, el ser portador de malas noticias puede costarle a uno la carrera. Por muy desesperada que sea la situación, “este país, cuando se trata de negocios, quiere creer que el mensaje final, y el resultado final, van a ser buenos”. Cuando una empresa le llama porque está en crisis, sus primeras palabras son: “Le voy a decir algo que no le va a gustar: una

crisis no es una oportunidad”. Le pregunté si creía que los cargos directivos de las empresas, quienes tomaban las decisiones, habían llegado al punto de creerse la “ley de la atracción”, o la idea de que uno puede controlar el mundo con sus pensamientos, y me contestó que esa forma de pensar era “un virus” en las empresas norteamericanas. “Se lo creen. Las multinacionales pueden ser despiadadas cuando se trata de hacer dinero, pero en cuanto a realismo...”.

Y el sector financiero, otrora tan sobrio, no fue inmune a ese “virus” del pensamiento positivo. Las empresas contrataban a oradores motivacionales o “entrenadores”, y en algunos casos incluso generaron los suyos propios. Chris Gardner, por ejemplo, escribió un libro contando cómo pasó de vivir en la calle a ser uno de los ejecutivos mejor pagados de Bear Stearns, después de lo cual se hizo conferenciante motivacional. Otro colega suyo, Chuck Mills, trabajó durante varios años en la misma compañía manejando una cartera de inversión de trescientos millones de dólares, antes de fundar su propia

empresa de servicios financieros y de conferenciantes. El optimismo del sector era tal, que cuando llegó la crisis en 2008 a la firma Merrill Lynch le costó mucho conseguir que sus analistas bajaran un poco a la tierra y aprendieran a pronunciar de vez en cuando la palabra “vender.”²¹

Otro caso que tiene su interés es el de la hipotecaria Countrywide Mortgage, una empresa que concedió préstamos tan a lo loco que se puede considerar que ella sola dio el pistoletazo de salida a la crisis de las hipotecas basura que precedió al colapso financiero global. Su presidente, Angelo Mozilo, un hombre de perpetua sonrisa sobre un rostro casi naranja de tan bronceado, recibió en 2004 el premio Horatio Alger en calidad de “persona que, a partir de unos orígenes humildes, ha demostrado que el trabajo, la fuerza de voluntad y el pensamiento positivo son la clave del éxito en el sueño americano.”²² Mientras su empresa se desplomaba estrepitosamente a principios de 2008, la prensa

seguía encontrando a Mozilo “animado” y “lleno de energía”. Bruce C. N. Greenwald, profesor de la escuela de negocios de Columbia, dijo de él: “Quienes se meten en líos ellos solos suelen tener habilidad para la autohipnosis. Por eso son tan buenos vendedores: se convencen a sí mismos de la historia que están contando [...] Y [Mozilo] había vivido durante tanto tiempo en un mundo sin *defaults* que no creía que existieran.”²³

Este mismo feliz convencimiento impregnaba Countrywide, la empresa de Mozilo, durante aquellos años en que se daba un préstamo a todo el que lo pedía. Adam Michaelson, un hombre que trabajó en ella durante un tiempo como segundo de a bordo, escribió un libro contando en detalle su experiencia, y hablaba de una “actitud como de secta”, caracterizada por lo que denominó una “cultura del grito de guerra”: choques de palmas, oradores motivacionales, y gritos de “a por ellos”. Según cuenta Michaelson, en 2004 él llegó a poner en cuestión ese lugar común que dice que el precio de las casas nunca baja, y le contestaron: “¿Sabes

qué? Te preocupas demasiado”. Y esa cultura del grito de guerra se mantuvo en vigor mientras estallaba el mercado de las hipotecas basura: “En estos tiempos, esa persona que es capaz de responder con un comentario negativo, o expresando un poco de cautela, es la primera a la que se le hace el vacío. Uno corre muchos riesgos cuando no se acomoda a un entorno febrilmente entusiasta como aquel.”²⁴ Es curioso que, entre los oradores motivacionales en cuyas listas de clientes he encontrado a Countrywide, esté Buford P. Fuddwhacker (que de hecho es un álter ego de un conferenciante real, Roger Reece), a quien se describe como “un orador que habla para que le entienda todo el mundo, que lleva al estrado el fervor y la energía de un predicador de pueblo lleno de entusiasmo. Deje a Buford suelto delante de su público y prepárese: habrá música, risas, matasuegras, karaoke, y una interactividad increíble”.

Un escritor especializado en temas de economía, Michael Lewis, publicó en 2008 un

estupendo reportaje titulado “El fin del *boom* de Wall Street”, donde podemos atisbar cómo se fue convirtiendo en tóxico el pensamiento positivo del mundo financiero. Lewis intentó encontrar a personas de este mundillo que hubieran previsto el desastre y, como era de imaginar, algunas de esas personas habían aguantado durante muchos años todo tipo de presiones para que mejoraran su actitud. Ivy Zelman, una analista del banco Credit Suisse que anticipó el estallido de la burbuja inmobiliaria, “perdía clientes por culpa de su pesimismo, pero no era capaz de fingir que todo iba bien”. Otro analista bancario experto, Steve Eisman, fue criticado por darle una puntuación baja a una compañía, cuyas acciones recomendó vender, porque, según le cita Lewis, “era una mierda. Yo no sabía que no se podía recomendar la venta. Pensé que había tres casillas –comprar, conservar, vender–, y que uno ponía una cruz en la que creía correcta”. Este hombre era, en otras palabras, un anacronismo de aquellos tiempos en que los negocios se llevaban de forma racional, cuando el trabajo de los cargos intermedios no era

simplemente tranquilizar o hacer la pelota a los de arriba. Lewis cuenta que a Eisman “le presionaban siempre para que fuera un poco más alegre, pero Steven Eisman era una persona nada alegre. No tenía ni un pelo de alegre.”²⁵ Yo hablé por teléfono con Eisman un par de semanas después de que se publicara el reportaje de Lewis, y me dijo que el sector financiero había estado “apilando unas ideas preconcebidas encima de otras” –ideas como la de que el precio de las casas no baja– y que “nadie veía motivo alguno para ponerlas en cuestión”. Y había además una buena razón para callarse la boca ante aquella escalada de locuras: “A quien expresara ideas negativas en voz alta lo despedían”.

Uno de estos mártires de la causa del realismo financiero fue Mike Gelband, que dirigió la división inmobiliaria de Lehman Brothers. A finales de 2006, Gelband se empezó a poner nervioso ante lo que le iba pareciendo una burbuja inmobiliaria. “El mundo está cambiando”, le dijo al presidente del banco, Richard Fuld, cuando se

reunió con él para recibir su *bonus* de ese año, “tenemos que replantearnos nuestro modelo de negocio”. Fuld lo despidió casi en el acto, por elemento disolvente. Dos años más tarde, Lehman quebró. La revista *New York* nos cuenta que, todavía a finales de 2008, Fuld seguía sin entender lo que Gelband le había estado intentando decir:

Por las noches, a Fuld le cuesta dormir. Ahora vive casi siempre en Greenwich (Connecticut), en una de las cinco casas que posee. Allí puede deambular por sus veinte estancias, sus ocho dormitorios, el cobertizo de la piscina, la pista de tenis o la de squash. Se pasa casi todo el tiempo sentado, repasando el calamitoso final de Lehman: ‘¿Qué tendría que haber hecho de otra forma?’, piensa [...] ‘¿Cómo es posible que todo haya salido tan desastrosamente mal?’ ²⁶

También se puede citar el ejemplo de Armando Falcon, un alto funcionario al que se acusó de haber hecho la vista gorda ante los problemas de las dos grandes hipotecarias estadounidenses, Fannie Mae y Freddie Mac. Pero este hombre había escrito en 2003 un informe avisando de que esas dos macroempresas estaban en condiciones

financieras muy precarias, que podían traducirse en “una falta de liquidez contagiosa para todo el mercado” –es decir, en un colapso general–, y la Casa Blanca trató de despedirle.²⁷

Resulta casi imposible establecer un vínculo entre las actitudes de los colosos caídos, como Fuld, y alguna aplicación concreta del pensamiento positivo, como uno de esos *coaches* o motivadores que recomendaban purgar a la “gente negativa” de la plantilla; los superejecutivos se guardan con mucho secreto si usan asesores personales o no. En el Reino Unido, por ejemplo, se estima que uno de cada tres directivos de las primeras cien empresas por valor en Bolsa tenía un “entrenador” particular en 2007, pero, como comentaba un colaborador del *Spectator*, “consultar con un asesor aún se ve, por parte de los altos ejecutivos, como un asunto personal, algo que desde luego no se airea.”²⁸ Lo más probable, sin embargo, es que un tipo que estaba en la cima como Fuld no necesitara a nadie que le susurrara al oído que podía tener todo lo que quisiera con solo

concentrarse intensamente en ello. Ganando sesenta millones de dólares al año —que fueron sus ingresos medios entre 2000 y 2008—, esa ya era su realidad; ni siquiera tenía que concentrarse.

Los grandes directivos, tanto del sector financiero como de los demás, habían llegado a elevarse en una burbuja de dinero que flotaba a muchos kilómetros de altitud sobre las preocupaciones y las penurias de los demás. La proporción entre el sueldo del presidente y el de uno de sus trabajadores medios pasó, de ser de 24 a 1 en 1965, a ser de 300 a 1 en 2000; como también aumentó la distancia entre el sueldo del presidente y el de su tercer cargo más alto.²⁹ El escritor Robert Frank documentó esa riqueza fabulosa de los superejecutivos en su libro *Richistan: A Journey through the American Wealth Boom and the Lives of the New Rich* [Riquistán: un viaje por el *boom* de la riqueza norteamericana y la vida de los nuevos ricos]. Digamos, por ejemplo, que uno vivía en Palm Beach y se había olvidado la botella de Château

Latour en la bodega de Southampton: pues mandaba al jet privado a buscarla.³⁰ Tomemos el caso de Jack Welch, el ex presidente de General Electric, a quien dejamos en el capítulo IV aniquilando empleos. Cuando se retiró, Welch ganaba 2,1 millones de dólares al mes, y además la empresa le pagaba el avión privado, un Boeing 737, más un piso en Manhattan de ochenta mil dólares de alquiler al mes, más el personal de seguridad que vigilaba sus diversas residencias.³¹ Tras jubilarse, viajó a Londres, y allí recibió a un periodista del *Independent* “instalado en la suite presidencial del hotel Lanesborough, con vistas a Hyde Park. Está rodeado de tipos con traje oscuro y aire amenazador, que llevan una insignia de General Electric en la solapa, y uno o dos cables les bajan por el cuello desde los oídos, como a los guardaespaldas del presidente de Estados Unidos.”³²

Pero este estilo de vida obviamente se cobra un precio muy alto: el aislamiento extremo, lo que Dezenhall llama “burbujitis”. Los subordinados

sufren de “un deseo irresistible de correr a dar buenas noticias” en vez de contar las cosas como son; el presidente de una empresa, un hombre que ganaba más de mil millones de dólares al año, se quejaba ante Dezenhall de ser “el tipo al que más mentiras le cuentan del mundo”. Dezenhall no pone ejemplos personales de sus clientes, claro está, pero menciona la película *Michael Clayton*, en la que el personaje de Tilda Swinton hace que asesinen al hombre que va a dar la voz de alarma, para no tener que reconocer ante su jefe la situación desastrosa en que se hallan. También en esto Lehman Brothers es un ejemplo. Según el *New York Times*, en el verano de 2008:

Existía una desconexión con el mundo exterior, y un riesgo sustancial. ‘El entorno se ha vuelto como un isla’, decía un ex ejecutivo. Fuld daba el visto bueno a las decisiones, pero [Joe] Gregory le contaba las cosas de forma que no había nada que decidir. Y el comité ejecutivo no servía de contrapeso [...] En realidad, aquel optimismo irredento, tanto fuera como dentro de la empresa, probablemente estaba siendo más dañino que beneficioso. [33](#)

Además, hay que sumar el efecto de estar encerrado en un mundo de lujo desatado. Fuld tenía cinco casas; Gregory iba a trabajar cada mañana en helicóptero, desde una de sus “residencias inmensas de Long Island.”³⁴ El problema de todo esto, escribe Dezenhall en un libro sobre la crisis empresarial del que es coautor, “es que un individuo que sale de su avión privado para meterse en una limusina, de allí se va a un almuerzo que le sirven en un salón de la empresa, y luego a un hotel de cinco estrellas, está viviendo en una burbuja que se refuerza a sí misma de forma constante y acrítica. Se convierte en un semidiós que se alimenta de frases de aliento, sin la fricción de la vida diaria.”³⁵ Y, por supuesto, una cosa que no se ve desde un jet Gulfstream que vuela a varios kilómetros de altitud son las muchas emergencias diarias que les hacían perder pie a quienes pagaban una hipoteca: los hijos enfermos que generan facturas médicas y hacen perder días de trabajo, las averías graves en el coche o los despidos inesperados.

Steve Eisman habla de esta mentalidad de los ejecutivos que llevó al colapso de manera mucho más agria. Lo llama “la enfermedad de los fondos de inversión” y dice que “debería figurar en el último manual de enfermedades psiquiátricas [...] Antes, la sufrían solo los reyes o los dictadores; sus síntomas son: megalomanía, más narcisismo, más solipsismo”. Si uno gana más de quinientos millones de dólares al año, se pregunta Eisman, “¿cómo va a equivocarse en algo? Cualquier cosa que pienses, haces que ocurra. Eres Dios”. Y este es el estado mental que promueven todos los apóstoles del pensamiento positivo, desde Mary Baker Eddy hasta Joel Osteen, pasando por Norman Vincent Peale y llegando hasta Rhonda Byrne. Y los altos ejecutivos, quizá un poco cínicamente, lo promovían a su vez entre sus subordinados, regalándoles libros de motivación o invitándoles a esas conferencias en las que se hablaba de visualizar el éxito, de trabajar más y de quejarse menos. El problema está en que ellos mismos llegaron a creérselo; y así, en un plazo de tiempo muy corto, unos tres billones de dólares

depositados en planes de pensiones y cuentas de ahorro se evaporaron en el mismo éter en el que flotan todos nuestros pensamientos positivos.

“¿Dónde estaban los adultos?”, se preguntaban en 2008 los columnistas, a medida que iba arreciando la crisis. ¿Dónde estaban los reguladores, los supervisores, las agencias de calificación, como Moody's, que en teoría se ocupaban de analizar al milímetro los riesgos de las inversiones? Pues en fin, las agencias de calificación, como hemos aprendido después, estaban en el bolsillo de esas mismas empresas a las que tendrían que haber juzgado... pero que, de hecho, eran quienes las mantenían, en un giro de lo más perverso.³⁶ Y en cuanto al sector público o semi-público, se hallaba maniatado por su propio credo optimista: el capitalismo fundamentalista, o la idea de que los mercados se corrigen a sí mismos, que no necesitan a ningún regulador que venga a meter las narices en ellos. Uno de sus más convencidos creyentes era Alan Greenspan, presidente de la Reserva Federal hasta el año

2006, y que a finales de 2005 hablaba con regocijo de “los impresionantes resultados de la economía estadounidense a lo largo de las dos últimas décadas, que nos dan pruebas claras de que los mercados tienen cada vez mayor flexibilidad”; donde por “flexibilidad” se entendía verse libre de regulaciones y de las pesadeces de los sindicatos. Greenspan tuvo que tragarse sus palabras tres años después, admitiendo que “quienes creía-mos que los prestatarios, por su propio interés, protegerían las inversiones de sus accionistas, nos hallamos en estado de *shock* y de incredulidad.”³⁷

¿Y qué era ese capitalismo fundamentalista sino el pensamiento positivo huyendo hacia adelante? La ideología mayoritaria durante la era de Bush, y hasta cierto punto ya durante la de Clinton, decía que no había necesidad de supervisar las instituciones financieras estadounidenses ni de preocuparse por ellas, porque “el mercado” ya se ocupaba de todo. Este mercado adquirió el estatus de un dios: se parecía mucho a ese universo benevolente, siempre dispuesto a dar, el

“suministrador” perpetuo de Mary Baker Eddy. No había nada que temer: ya vendría “la mano invisible” de Adam Smith a poner orden.

Y cuando, a mediados de la década, las perspectivas de enriquecimiento instantáneo iban desapareciendo, los apóstoles del pensamiento positivo no salieron huyendo en plena noche, como los hipotecados a quienes les embargaban la casa. Ni mucho menos. De hecho, parecieron redoblar sus esfuerzos. El pensamiento positivo siempre ha prosperado ante la adversidad: la Gran Depresión, por ejemplo, fue el momento de *Piense y hágase rico*, de Napoleon Hill, un clásico del autoengaño. A finales de 2008, cuando el colapso financiero empezó a traducirse en un declive global de la economía y un aumento generalizado del paro, cuando ya los columnistas comentaban cuánto iba a durar el capitalismo en sí, se multiplicaba la asistencia a las iglesias evangélicas, incluso a las que predicaban el credo de la prosperidad.³⁸ Joel y Victoria Osteen aparecían en todos los medios, con su mensaje de fe y triunfo; en el programa de

Larry King dijeron que su consejo para los que habían perdido su casa, su trabajo y su seguro médico, era que no se vieran a sí mismos como “víctimas”: “Tienes que ser consciente de que Dios sigue teniendo un plan, aunque te hayas quedado en paro; cuando Dios cierra una puerta, te puede abrir otra”. Y se anunciaba una nueva edición de los festivales “Get Motivated!”, con ponentes como Rudolph Giuliani, Robert Schuller y el veterano Zig Ziglar. Una agencia de conferenciantes informó de que la demanda de oradores motivacionales por parte de las empresas hipotecarias había subido un veinte por ciento en 2007, cuando el sector hipotecario ya estaba en caída libre.³⁹

Si los empresarios volvían los ojos a la industria de la motivación era por la razón de siempre: para mantener la disciplina en una plantilla desmotivada. La farmacéutica Novo Nordisk, por ejemplo, le compró setecientos cedés al orador motivacional Ed Blunt, con la esperanza de que sirvieran “como catalizadores para la

productividad de los empleados.”⁴⁰ En un congreso sobre “La felicidad y sus causas”, celebrado a finales de 2008, una periodista del *New York Times* entrevistó a la presidenta de una empresa hipotecaria, que formaba parte del público. Según el artículo, la mujer declaró que “había despedido a más de quinientas personas en los últimos seis meses, y que estaba allí para aprender a subirles la moral a los que quedaban, trabajando durante los fines de semana y las vacaciones, y conformándose con la mitad de sus comisiones [...] Y añadió que las empresas como la suya no tenían toda la culpa de la crisis de las hipotecas.”⁴¹ El mensaje para los trabajadores hundidos en la miseria podía darse con optimismo almibarado, como Osteen, o con la crudeza de una motivadora que, en una reunión profesional celebrada en St. Petersburg (Florida), dijo que cuando la gente le escribe para decirle “que no pueden aparentar buen humor en el trabajo porque se sienten fatal”, les contesta que “lo finjan”. Y su consejo para los que sufren los “cambios” en su trabajo (es decir, los despidos) es: “Enfrentaos a

ello, quejicas.”⁴²

Ante la desaparición de los empleos de verdad, el consejo de los pensadores positivos se dirigía a trabajar más en uno mismo: controla tus pensamientos, ajusta tus emociones, concéntrate más a fondo en tus deseos. Se invocaban todos los mantras de costumbre: quítate de en medio a la gente negativa y aléjate de los que “se pasan el día llorando junto a la máquina del café.”⁴³ Limita tu consumo de noticias negativas. Incluso en el blog del *Huffington Post*, de tendencia progresista, un colaborador aconsejaba: “Los estudios demuestran que uno duerme mejor si ve menos noticias por la noche. Concentra tu mente en lo positivo.”⁴⁴ Por encima de todo, lo importante era estar atento y aprender a “detectar la negatividad cuando empieza a colarse en tu personalidad”, según rezaba el anuncio de un seminario sobre pensamiento positivo dirigido tanto a directivos como a “particulares que están experimentando una pérdida personal de rumbo, o la sensación de que todo es inútil”. Además, hay que tener en

cuenta que incluso ante la peor de las catástrofes alguien está siempre en la cumbre, como les decía el presentador de televisión Tony Robbins a sus espectadores, refiriéndose a sir John Templeton, “el mayor inventor de todos los tiempos”, que “hizo el grueso de su fortuna en plena crisis de los mercados.”⁴⁵ Con que una sola persona pueda hacerse rica durante una crisis o un vuelco económico, ya no hay razón para andar con lloriqueos.

Algunos recomendaban el pensamiento positivo no ya como cura para las cuitas personales, sino para todo el desastre económico. Porque, ¿qué es una recesión, sino un inmenso brote de pesimismo? El diario *Chicago Tribune* afirmaba en uno de sus editoriales que “ha sido el hablar continuamente en términos catastrofistas, no siempre pegados a la realidad, lo que nos ha conducido a esto: hemos pasado de una economía coja a una economía destrozada, con la amenaza de que la recesión se convierta en depresión”. ¿Y cómo solucionarlo? “Dejemos de hablar de desastres. Borremos las

acusaciones de ser demasiado optimistas, ingenuos y demás [...] Sintamos emoción ante lo que está por venir, entendamos que quizá se puedan inyectar los billones de dólares que hacen falta en la economía, pero que no conseguiremos nada hasta que nosotros, todos y cada uno de nosotros, miremos al futuro con fe y confianza.”⁴⁶ Incluso el asesor que se ocupa de mi menguante plan de pensiones me comentaba melancólicamente:

“Si la gente saliera y volviera a comprar cosas...”. Pero, mientras escribo esto, ya no parece tener vigencia alguna la idea de Adam Smith de que el comportamiento autoprotector de cada individuo se traduciría en un bienestar generalizado para todos. Sabemos que sería un suicidio personal endeudarnos más o comprarnos todos los caprichos, por mucho que pudiéramos darle así un empujón a la economía; así que cada uno se ha apretado el cinturón y ha tratado de conformarse con menos. El crédito fácil murió. El gastar a lo loco nos parece cada vez más destructivo. Y, además, eso es lo que ya hicimos.

VIII

HACIA EL PENSAMIENTO POSTPOSITIVO

¿Y qué podemos ser si no somos positivos? “Yo creo en el poder del pensamiento positivo”, decía recientemente Ben Bradlee, veterano editor de prensa. “Es que, la verdad, no conozco otra forma de vivir.”¹ Llevamos tanto tiempo oyendo himnos a la alegría, que ser positivo no solo parece lo normal, sino lo normativo: es lo que uno tiene que ser. Cerca de mi casa hay un lugar que se llama “La pizzería positiva”, supongo que para distinguirse de los muchos restaurantes italianos sombríos y negativos que debe de haber por ahí. Un ejecutivo del área de los recursos humanos, con muchos años de experiencia, se quedó tan sorprendido por mis preguntas sobre el optimismo en los centros de trabajo que al final se atrevió a preguntarme, dudando: “Pero ser positivo... ¿no era bueno?”. Y el hombre tenía razón: hemos llegado a usar los términos “positivo” y “bueno” casi como sinónimos. Dentro de la ética que nos

rodea, solo hay dos opciones: o ves el lado bueno de las cosas y te pasas el día controlando tu actitud y revisando tus percepciones... o te vas al lado oscuro.

Pero no es cierto que la alternativa al pensamiento positivo sea la desesperanza. De hecho, el pensamiento negativo puede resultar tan engañoso como el otro. Las personas deprimidas tienden a proyectar su angustia a su alrededor y se ponen siempre en la peor de las situaciones, de forma que esas previsiones tan negras les sirven de refuerzo a su angustia. En ambos casos se da una incapacidad para separar la emoción de la percepción, así como un deseo de aceptar lo ilusorio como real, bien porque “te levanta el ánimo”, o bien porque —en el caso del deprimido— refuerza tus neurosis y tus pensamientos negros recurrentes. La alternativa, en ambos casos, es tratar de salir de uno mismo para ver las cosas “como son”, pintándolas lo menos posible con los colores de nuestros sentimientos y fantasías, y entendiendo que el mundo está lleno de peligros y oportunidades casi por igual, y que es posible

vivir la mayor de las felicidades aunque siempre esté ahí la certeza de que vamos a morir.

Y no es fácil. Lo que percibimos afecta a nuestro estado de ánimo, igual que nos afecta el humor de quienes nos rodean; y, por lo demás, ¿hasta dónde podemos fiarnos de nuestras percepciones? Generalmente, viene bien contar con lo que observan los demás, ya que lo que creemos percibir nosotros puede resultar erróneo, y cuanto más información tengamos, más posibilidades habrá de salir con bien de una situación, sea un leopardo que acecha entre la espesura o una posible crisis económica. De hecho, así es como funciona el método científico: se ponen en común las observaciones rigurosas de diversas personas y con ellas se intenta dar una descripción ordenada del mundo, descripción que estará siempre sujeta a revisiones, a medida que se observen cosas nuevas.

Pero el grupo —sea una tribu prehistórica de cuarenta individuos, o el Consejo de Seguridad que asesora al presidente de Estados Unidos, o el

gremio entero de los psicólogos— tampoco es de fiar por completo. Por muy inteligentes y bien informados que sean sus miembros, el grupo puede caer presa del engaño colectivo, de las modas, de los fraudes intelectuales o de eso que, en las últimas décadas, se ha llamado “el pensamiento grupal”. En todo esto parece darse una paradoja evolutiva: enfrentado a todo tipo de peligros, el ser humano dependía para su supervivencia de su capacidad de vivir en grupo; pero el imperativo de mantener la cohesión de ese grupo en ocasiones puede anular el realismo y el sentido común, haciendo que nos lo pensemos mucho antes de enfrentarnos a lo que creen los demás o decidirnos a ser quienes dan las malas noticias. Por eso, tras haber consultado con los demás, cada uno sigue siendo responsable de procesar el conocimiento recibido, hasta donde pueda, y decidir qué parte de este conocimiento merece la pena. Para esto puede hacer falta el valor de Galileo, la iconoclasia de Freud o Darwin, o la minuciosidad de un investigador de homicidios.

Lo que está en juego no es solo nuestro

conocimiento del mundo, sino nuestra supervivencia como individuos y como especie. Todas las tecnologías básicas para alimentarse y cobijarse que han inventado los seres humanos a lo largo de los siglos se han basado en la actitud empírica e inquisitiva: uno no da por supuesto que su punta de flecha será capaz de atravesar la piel de un bisonte, ni que su balsa de troncos podrá flotar, pensando que los hados le son propicios o que tiene la certeza supraterránea de que es así; no, uno lo comprueba. Los seres humanos prehistóricos tuvieron que estudiar con mucho cuidado la naturaleza y los materiales que esta les ofrecía: sus piedras, su arcilla, sus fibras vegetales y sus tendones animales; y luego tuvieron que experimentar con ellos hasta que, tras mucho ensayo y error, aprendieron lo que funciona. No hay duda de que, en estos cientos de miles de años que lleva la Tierra existiendo, el ser humano también se ha dejado guiar por las supersticiones, las visiones místicas o las ilusiones colectivas de todo tipo. Pero si estamos donde hemos llegado, tras partir de África y extendernos por todo el

planeta, es gracias a que supimos hacer nudos bien fuertes, a que conseguimos fabricar cabañas resistentes y balsas que flotaban, a que afilamos bien las puntas de flecha.

El progreso intelectual humano, como se ha dado hasta ahora, es el resultado de una larga lucha por ver las cosas “como son”, o al menos por verlas de la forma más universalmente comprensible, no como proyecciones de nuestros sentimientos. El trueno no es una rabieta del cielo, ni la enfermedad un castigo de Dios, ni la muerte o los accidentes son consecuencia de la brujería. Lo que llamamos Ilustración, eso a lo que apenas nos aferramos –y de puro milagro– con la punta de los dedos, es el lento entendimiento de que el mundo sigue su curso según unos algoritmos internos de causa y efecto, de probabilidad y azar, que no tienen para nada en cuenta los sentimientos humanos.

Ya entiendo que, después de décadas de pensamiento positivo, la noción del realismo, de que las cosas son como son, puede generar cierta

extrañeza. Pero incluso en Estados Unidos, la tierra madre del pensamiento positivo, ha persistido una veta de obstinado realismo durante estos años de falsas ilusiones. Cuando las cosas no pintan bien y hay riesgos obvios, seguimos recurriendo a las personas que mejor pueden entender estos riesgos y ponerse en lo peor. El jefe del estado mayor no quiere oír, por parte del general al mando, que “confía” en ganar la batalla del día siguiente, ni que está “visualizando la victoria”; quiere que los planes de ese general incluyan la posibilidad de que las cosas puedan torcerse, y que tenga un plan de retirada por lo que pueda pasar. Hasta Ronald Reagan, que fue un presidente ultraoptimista, hizo un llamamiento al realismo cuando empezó a negociar con la Unión Soviética, repitiendo como un mantra: “Confía, pero verifica”. Los editores de revistas esperan que sus correctores tengan en mente que no pueden fiarse de la memoria de los redactores. Y confiamos en que los pilotos de avión sepan anticipar un fallo en el motor, no que piensen que siempre aterrizarán sin incidencias.

Todos nosotros, en nuestras vidas diarias, por muy recalcitrantemente optimistas que nos sintamos, nos apoyamos en lo que la psicóloga Julie Norem llama “el pesimismo defensivo.”² No es solo el piloto de avión quien necesita ponerse en el peor de los casos: también necesita hacerlo el que conduce un coche. ¿Es mejor dar por supuesto, con espíritu positivo, que nadie te va a cortar el paso o, en plan negativo, estar preparado para frenar? La mayoría elegiríamos a un médico que esté dispuesto a investigar si el diagnóstico podría ser el peor posible, en vez de uno que llegue enseguida a la conclusión de que todo está fenomenal. Hasta en los asuntos del corazón viene bien un cierto nivel de negatividad y sospecha, como se recomienda universalmente. Si una mujer quiere atraer a un novio potencial, intentará ver en él al príncipe azul, pero todo el mundo le aconsejará que haga una búsqueda en internet con el nombre del tipo. Cuando alguien escribe a un consultorio diciendo que sospecha que su cónyuge le es infiel, no se le responde que pase por alto los signos de alarma y piense positivamente, sino que

se enfrente a la situación hablando claro.

Una de las conductas más esenciales y cotidianas del ser humano, que es la de cuidar a los hijos, requiere asimismo de mucha vigilancia y muchas preocupaciones. No sería inteligente, ni responsable, dar por hecho que un adolescente será capaz de conducir bien y de evitar el sexo sin protección. Para un cuidador concienzudo, el mundo es un campo de minas: hay juguetes con partes pequeñas que los bebés se tragan, alimentos perjudiciales o tóxicos, conductores locos, pederastas y perros agresivos. Puede que los padres intenten ser “positivos” y le digan al nene que si van al pediatra es por los juguetes tan bonitos que tiene en la sala de espera, en vez de avisarle de que le van a poner una inyección; pero nadie se atreve a dar por supuesto que, si los niños llevan un rato callados, es porque están viendo un devedé educativo. No, las madres enseguida piensan que un hermano ha estrangulado a otro, o que han metido un tenedor en el enchufe; así es como se perpetúa nuestro genoma.

Y cuando los hijos crecen, si podemos los enviamos a la universidad, donde a pesar de esos cursos que han aparecido en los últimos años sobre “felicidad” y “psicología positiva”, la intención es que adquieran la capacidad de pensar no positiva, sino críticamente; y el pensamiento crítico es escéptico por definición. Los mejores estudiantes (que son también los que sacan mejores notas en las buenas universidades) son aquellos capaces de hacer preguntas incisivas, incluso a riesgo de poner al profesor en un brete. Un licenciado universitario, tanto de literatura como de ingeniería, debería ser capaz de oponerse a lo que dicen las autoridades en la materia, defender un punto de vista contrario al de sus compañeros, o apoyar una teoría nueva. Y esto no es porque los académicos valoren a quienes llevan la contraria por sistema, sino porque reconocen que la sociedad necesita a gente que haga exactamente eso que los gurús del pensamiento positivo nos instan a evitar: analizar e intelectualizar “demasiado”. Entre las profesiones que requieren más estudios, la de medicina es una

de esas que no pueden correr el riesgo de descansar sobre el pensamiento positivo en su práctica diaria. De ahí que un médico, el cirujano y escritor Atul Gawande, haya escrito:

Cuando uno está luchando contra un cáncer, una insurrección armada o simplemente un problema difícil en el trabajo, el espíritu de la época es decir que el pensamiento positivo será la clave –o ‘el Secreto’– del éxito. Pero a mí me parece que la verdadera clave es el pensamiento negativo: buscar, y a veces incluso esperar, los fallos.³

El ser realista –incluso incurriendo en el pesimismo defensivo– es un requisito básico para la supervivencia, tanto en los seres humanos como en cualquier especie. Basta con observar durante un rato a cualquier animal salvaje para quedarse impresionado, sobre todo, por su actitud de alerta. El cormorán está siempre atento a cualquier salpicadura de agua, el ciervo vuelve la cabeza hacia los ruidos inesperados y levanta una pata por si tiene que echar a correr. Muchos animales, desde los simios hasta los pájaros, viven en grupos para ser capaces de vigilar mejor, para que

sean más los ojos que puedan detectar a los intrusos y más las voces que den la alarma si alguno se aproxima. Esta insistencia del pensamiento positivo en que nos concentremos en que todo va a salir bien, en vez de buscar los peligros que acechan, contradice uno de nuestros instintos más básicos, un instinto que compartimos no solo con los primates y los mamíferos, sino con los reptiles, los insectos y los peces.

El argumento racional de los pensadores positivos ha sido que el mundo no es, o por lo menos ya no es, ese lugar peligroso que imaginábamos. Mary Baker Eddy defendía que el universo era “Suministro” y “Abundancia”, que una figura divina ponía al alcance de todo el mundo. El pecado, el crimen, la enfermedad o la pobreza no eran sino “errores” que atraen sobre sí las mentes que han perdido su conexión con la vibración cósmica de la generosidad y el amor. Un siglo después, Martin Seligman, el fundador de la psicología positiva, se refería a la angustia y el pesimismo como vestigios inútiles de nuestro pasado paleolítico, cuando nuestros ancestros se

defendían a duras penas contra los predadores, “las inundaciones y las hambrunas”. Pero hoy en día, según él, “los bienes y servicios son abundantes” y hay para todos, así que por fin podemos bajar la guardia. Si nos queda cierta insatisfacción, como diría Eddy, se debe a algún tipo de error, que podemos corregir mediante las técnicas adecuadas de autoayuda y con ejercicios de optimismo.

Pero, ¿es cierto que ahora el ser humano está en una situación más beneficiosa que antaño? Para quienes viven económicamente desahogados y en un entorno pacífico, claramente sí; pero en general la situación es tan azarosa como siempre. En los últimos tiempos, incluso los pastores evangélicos más partidarios del pensamiento positivo han reconocido la amenaza del cambio climático. Ya no son solo unos cuantos *hippies* aislados los que piensan que las reservas mundiales de petróleo pueden haber empezado a agotarse; los “apocalípticos” van ganando terreno. Basta mirar a nuestro alrededor, dondequiera que estemos, para ver que los bosques desaparecen, los

desiertos avanzan, las especies animales se extinguen. El mar sube de nivel, y cada vez podremos comer menos pescado.

En los últimos veinte años, a medida que adelgazaban los icebergs y engordaban los niveles de endeudamiento, quienes no comulgaban con el pensamiento positivo dominante se veían aislados, ridiculizados, instados a superar ese apego morboso hacia las ideas negativas. Dentro de Estados Unidos, si hablabas de problemas enquistados como el de la pobreza, te acusaban de atacar la dignidad de la nación. Si te quejabas de la violencia económica, se te podía acusar de ser un “quejica”, una víctima que se había buscado su propia suerte.

Es fácil decir que el pensamiento positivo es una forma de ingenuidad típicamente americana, pero ni es privativo de los estadounidenses ni es del todo ingenuo. De hecho, se ha usado decididamente como instrumento para la represión política. Por lo general, creemos que los dictadores mantienen el poder gracias al miedo —a

la policía secreta, a la tortura, la detención o el gulag—, pero algunos de los regímenes más despiadados y autoritarios del mundo han exigido de sus súbditos un optimismo irredento y un constante buen humor. En su libro *El Sha o la desmesura del poder*, sobre la vida en Irán bajo el régimen del sha que gobernó hasta la Revolución de 1979, Ryszard Kapuscinski cuenta la historia de un traductor que consigue publicar un poema a pesar del contenido sedicioso de uno de sus versos: “Llegó tal hora de tristeza, de noche, negra como el hollín”. El traductor estaba contentísimo de que este poema hubiera pasado la censura “¡En este país, donde todo debe rebosar optimismo, debe florecer y sonreír, aparece de repente ‘llegó tal hora de tristeza’! ¿Puedes imaginártelo?”⁴

El comunismo al estilo soviético, un régimen que no solemos considerar precisamente alegre, es un buen ejemplo de cómo se usa el pensamiento positivo para el control social. Dubravka Ugresic, hablando sobre la ex Yugoslavia a principios del siglo XXI, decía que allí todos, “los comunistas de

antes, los capitalistas de ahora, los nacionalistas, los fanáticos religiosos”, estaban respirando los aires occidentales de la positividad. “Todos se han vuelto optimistas”. Pero esto no era ninguna novedad, comentaba Ugresic, porque “el optimismo tiene una mancha en su expediente ideológico [...] Si algo sobrevivió a Stalin, fue la exigencia estalinista del optimismo.”⁵ En la Unión Soviética, igual que en los países del Este y en Corea del Norte, los censores exigían que el arte, la literatura y el cine estuvieran llenos de alegría, que los héroes fueran felices, que la trama hablara de lograr las cuotas de producción y que el final feliz pasara por un glorioso futuro revolucionario. En la Unión Soviética, “ser acusado de falta de optimismo histórico era igual que ser acusado de distorsionar la verdad o de transmitir falsas ideas. Pesimismo equivalía a tibieza ideológica [...] en el socialismo no se consentía hablar de un héroe solitario o alienado, porque lo que hacía falta era optimismo histórico y un héroe positivo.”⁶

El pensamiento negativo estaba penado en la

práctica. Si uno no era positivo y optimista, es que era “derrotista”, y, como escribe Ugresic hablando de la Unión Soviética, “los *derrotistas* pagaban por el pecado de derrotismo. Acusar a alguien de extender el derrotismo lo condenaba a varios años de internamiento en los campos estalinistas.”⁷ El escritor checo Milan Kundera escribió en 1968 una novela titulada *La broma*, en la que un personaje envía una tarjeta postal con la frase “El optimismo es el opio del pueblo”; por ese delito, al personaje le acusan de enemigo del pueblo y le condenan a trabajos forzados en las minas de carbón. El propio Kundera pagó muy caro el atrevimiento de haber escrito *La broma*: fue expulsado del Partido Comunista, sus libros desaparecieron de las librerías y bibliotecas, y se le prohibió viajar a los países occidentales.

Los sacerdotes que predicán el pensamiento positivo en Estados Unidos seguramente se quedarán desolados si ven que se habla de ellos en el mismo capítulo (y hasta en el mismo libro) que de los censores y propagandistas del estalinismo.

A fin de cuentas, los estadounidenses celebran por encima de todo el éxito individual, que no es precisamente uno de los ideales comunistas, y a nadie le mandan a un campo de trabajo por no seguir la corriente. Pero, incluso entre los apóstoles norteamericanos del pensamiento positivo, se puede detectar una leve incomodidad ante el tema de la disciplina mental, esa especie de autohipnosis que exige afirmaciones, visualizaciones y una concentración férrea del pensamiento. John Templeton tranquilizaba así al lector de uno de sus libros de autoayuda: “No piense que esto es ‘control mental’, ni una especie de herramienta represiva sacada del *1984* de George Orwell; considérela más bien una fuerza positiva que le permitirá conseguir una mente más clara, mejor dirigida y más efectiva.”⁸

La gran ventaja de este pensamiento positivo al estilo americano es que uno puede contar con que sean las personas quienes se lo impongan a sí mismas. Los regímenes estalinistas tenían que apoyarse en el aparato del Estado (escuelas,

policía secreta, etcétera) para imponer el optimismo, pero las democracias capitalistas confían en el mercado para que les haga el trabajo. En Occidente, ya lo hemos visto, los líderes del pensamiento positivo son empresarios por cuenta propia: venden sus discursos, sus libros y sus devedés a quien quiera comprárselos. Puede que las grandes empresas obliguen a sus empleados a asistir a las charlas, y quizá les sugieran leer los libros; en último caso, hasta pueden despedir a quienes persistan en su “actitud negativa”. Pero al final es el individuo quien decide o no abrazar el pensamiento positivo y aplicarse a la dura tarea de ajuste y mantenimiento que le va a requerir. Y, a juzgar por cómo se venden los productos de motivación y por la popularidad de personajes como Oprah Winfrey o Joel Osteen, es una dura tarea que están dispuestos a acometer muchísimos estadounidenses.

Y sin embargo, como reconocía un reportaje que fue portada de la revista *Psychology Today* en enero de 2009, esa chifladura general de los estadounidenses con el pensamiento positivo no

servió para hacerles más felices. El autor de este reportaje habla de un “movimiento de la felicidad” en el que engloba tanto a la facción académica de la psicología positiva como a la cohorte de “autodenominados expertos”, y afirma que “según estudios recientes, los estadounidenses en conjunto se han vuelto más tristes y más angustiados, en el curso de esos años en que ha florecido el movimiento de la felicidad; quizá de ahí que estemos tan ansiosos por creernos todo lo que nos ofrece.”⁹ Lo cierto es que la conclusión no nos sorprende: el pensamiento positivo no elimina la necesidad de estar siempre alerta, lo único que cambia es que uno ha de estar alerta hacia sí mismo. En vez de estar preocupándonos por si se derrumba el tejado o por si nos despiden del trabajo, el pensamiento positivo nos anima a preocuparnos por las propias expectativas negativas, sometiéndolas a revisión constante. Al final, nos impone un tipo de disciplina mental exacta a la del calvinismo, y exige, como dice el historiador Donald Meyer, “una repetición constante de ideas para levantar el ánimo, una

alerta constante contra las perspectivas de que algo será imposible, una supervisión constante para que nuestro cuerpo y nuestra mente no se rebelen ante tanto control.”¹⁰

Es un peso del que ya podemos librarnos, y además con buena conciencia. Ese esfuerzo por ejercer un “control positivo” sobre el pensamiento, que se nos vende siempre como el mejor salvavidas, se ha convertido en una especie de peso muerto, que nos nubla el entendimiento y nos hace obviar informaciones vitales. A veces necesitamos dar rienda suelta a nuestros miedos y nuestros pensamientos negativos, y siempre viene bien estar alerta ante el mundo que nos rodea, aunque eso nos obligue a absorber malas noticias y a prestar oídos a la gente “negativa”. Ya deberíamos haber aprendido que es peligroso no hacerlo.

Un realismo vigilante no nos va a impedir buscar la felicidad; de hecho, es justo eso lo que nos va a permitir. ¿Cómo pretendemos mejorar nuestra situación si no valoramos bien las

circunstancias en que nos hallamos? El pensamiento positivo trata de convencernos de que tales factores externos son puras incidencias, y que lo que cuenta es el propio estado interno, nuestra actitud y nuestro ánimo. Hemos visto que los “entrenadores” y los gurús minimizan los problemas de la vida real, que según ellos son meras “excusas” ante el fracaso, y que los psicólogos positivos tienden a minimizar la C, las circunstancias, en su ecuación de la felicidad. Y es cierto que hay factores subjetivos, como la fuerza de voluntad, que resultan básicos para la supervivencia, y que hay individuos que en ocasiones salen triunfantes de una situación de pesadilla. Pero la mente no domina automáticamente la materia y, si pasamos por alto el papel que juegan las malas circunstancias –o, peor aún, si creemos que esas circunstancias son consecuencia de nuestros propios pensamientos–, corremos el riesgo de caer en la penosa desfachatez que exhibió Rhonda Byrne, la autora de *El Secreto*, cuando, tras el tsunami de 2006, sostuvo que esos desastres, según la ley de la

atracción, les suceden a quienes “están en la misma frecuencia que el evento.”¹¹

Si hablamos en términos globales, el mayor obstáculo para la felicidad es la pobreza. Las encuestas sobre felicidad, hasta donde podemos confiar en ellas, muestran siempre que los países más felices del mundo suelen ser los más ricos. Estados Unidos está en el puesto 23 y el Reino Unido en el 41, por ejemplo; mientras que la India aparece en el nada halagüeño puesto 125 (de 178 países).¹² Algunos estudios recientes muestran además que, dentro de cada país, la gente más rica tiende a ser más feliz; alrededor de un noventa por ciento de los estadounidenses que viven en hogares con unos ingresos de 250.000 dólares anuales dicen ser “muy felices”, afirmación que solo hacen el cuarenta y dos por ciento de quienes ingresan menos de treinta mil dólares al año.¹³ En 2009, *New York Times* hizo una encuesta sobre los barrios de su ciudad y halló que las zonas más felices eran también las más acomodadas, que coincidían como era de esperar con aquellas que

disponían de más cafés, asociaciones ciudadanas, cines y lugares para la interacción social. El vecindario menos feliz era una parte del Bronx llena de edificios abandonados y montones de basura sin recoger, con la tasa de desempleo más alta de la ciudad.¹⁴

Durante siglos, al menos desde la reforma protestante, las elites económicas occidentales se han regocijado en la idea de que ser pobre es una situación voluntaria. Los calvinistas la consideraban una consecuencia de la dejadez y las malas costumbres; y los pensadores positivos la atribuyen a una incapacidad obstinada para abrazar la abundancia. Se ha intentado que quienes cobran las ayudas sociales acepten los trabajos peor pagados, al menos para que suban la autoestima; y a los trabajadores en paro o a punto de perder su empleo se les invita a hacer ejercicios de motivación o asistir a charlas. Pero el colapso económico debería haber convertido en historia esa idea de que la pobreza es un fracaso del individuo, o el fruto de una disfunción interna.

En las colas del paro y las de la beneficencia hay tantas hormigas como cigarras, tantos optimistas habituales como depresivos crónicos. Cuando la economía se recupere, si es que lo hace, no deberíamos permitirnos olvidar lo vulnerables que somos, la facilidad con que se puede caer en la indigencia.

Desde luego, la felicidad nunca está garantizada, aunque uno sea rico, le vaya bien en la vida y tenga amor. Pero que la felicidad no sea un resultado invariable de unas circunstancias felices no significa que vayamos a hallarla por medio de un viaje interior en el que revisemos lo que pensamos y lo que sentimos. Nos enfrentamos a problemas reales, y solo podremos afrontarlos si pensamos menos en nosotros mismos y nos ponemos manos a la obra en el mundo real. Habrá que construir diques, llevar comida a los hambrientos, encontrar remedios y dotar adecuadamente al personal de primeros auxilios. Quizá no todo nos salga bien, seguramente no todo salga bien a la primera, pero —si se me permite terminar confesando mi secreto personal de la

felicidad– podemos pasarlo muy bien mientras lo intentamos.

NOTAS

INTRODUCTION

1 los de Finlandia, supuestamente tan adustos: “Psychologist Produces the First-Ever ‘World Map of Happiness’”, *Science Daily*, 14 de noviembre de 2006, <http://www.sciencedaily.com/releases/2006/11>

2 en el puesto ciento cincuenta de los países del mundo: <http://rankingamerica.wordpress.com/2009/01/11/thus-ranks-150th-in-planet-happiness/>, 11 de enero de 2009.

3 a Estados Unidos le espera un buen batacazo”: Godfrey Hodgson, *The Myth of American Exceptionalism*, New Haven, Yale University Press, 2009, p. 113; Paul Krugman, “America the Boastful”, *Foreign Affairs*, mayo-junio de 1998.

I. SONRÍE O MUERE. EL LADO BUENO DEL CÁNCER

1 de cáncer de mama más famosa de Estados Unidos, la doctora Susan Love: Susan M. Love, con Karen Lindsey, *Dr. Susan Love's Breast Book*, Cambridge, Perseus, 2000, pp. 380-381.

2 Menos de un 10 % de los casos se deben a “malos genes” heredados, y solo un 30 % de las mujeres diagnosticadas de cáncer de mama tienen factores de riesgo conocidos (maternidad o menopausia tardías). Hubo un tiempo en que los médicos hablaban mucho de malos hábitos perjudiciales, como llevar una dieta muy grasa, pero casi todos lo han descartado ya. De ahí que algunos grupos defiendan, como Breast Cancer Action, que hay que buscar al sospechoso en los carcinógenos que nos rodean, como los plásticos, los pesticidas (por ejemplo el DDT y los PCBs, que, aunque están prohibidos en casi todos los países industrializados, todavía se usan en muchos países del Tercer Mundo que exportan alimentos), o los vertidos industriales a aguas subterráneas. Todavía no

se ha encontrado un agente cancerígeno para el que se pueda establecer una relación directa con el cáncer de mama, pero sí se han hallado muchos que causan la enfermedad en ratones; su inexorable crecimiento en los países industrializados –un 1 % anual entre las décadas de 1950 y 1990– apunta también a factores ambientales. Esta tesis se apoya además en el hecho de que las mujeres que emigran a países industrializados se ponen rápidamente a la par en incidencia de cáncer de mama con las del país.

3 ascender al rango de “supervivientes”: Gina Kolata, “In Long Drive to Cure Cancer, Advances Have Been Elusive”, *New York Times*, 24 de abril de 2009.

4 Ahora lo que importa son tus amigos y tu familia”: Stephen C. Fehr, “Cheerfully Fighting a Killer; Upbeat Race for Cure Nets \$3 Million for Cancer Research”, *Washington Post*, 4 de junio de 2000.

5 con otro sentido de las prioridades”: Charla

Hudson Honea, *The First Year of the Rest of Your Life: Reflections for Survivors of Breast Cancer*, Cleveland, Pilgrim Press, 1997, p. 6.

6 buscar el lado bueno de la enfermedad: Jane E. Brody, “Thriving after Life’s Bum Rap”, *New York Times*, 14 de agosto de 2007.

7 el cáncer es tu conexión con la Divinidad”: Ann McNerney, *The Gift of Cancer: A Call to Awakening*, Baltimore, Resonant Publishing, s.f., p. 183, vii.

8 una ‘Lista de cosas por las que me siento bien hoy’: Honea, *The First Year*, pp. 25, 36 y 81.

9 atribuía el seguir vivas a “la actitud positiva”:

<http://www.cfah.org/hbns/newsrelease/women07-01.cfm>

10 [La actitud positiva ayuda a una mujer a combatir el cáncer]:

<http://www.nugget.ca/webapp/sitepages/conte>

[11](http://ezinearticles.com/?Breast-Cancer-Prevention-Tips&id=199110) ‘La gente feliz no se pone mala’: <http://ezinearticles.com/?Breast-Cancer-Prevention-Tips&id=199110>

[12](#) la supresión de las defensas normales del cuerpo”: O. Carl Simonton, Stephanie Matthews-Simonton y James L. Creighton, *Getting Well Again*, Nueva York, Bantam, 1992, p. 43. [Edición en español: *Recuperar la salud: una apuesta por la vida*, Eduardo Roselló Toca, tr., Madrid, Los Libros del Comienzo, 1992].

[13](#) sentirse realizado ayuda a mantener fuertes las defensas”: Bernie S. Siegel, *Love, Medicine, and Miracles: Lessons Learned about Self-Healing from a Surgeon's Experience with Exceptional Patients*, Nueva York, Harper and Row, 1986, p. 77. [Edición en español: *Amor, medicina milagrosa*, Jaime Dóriga, tr., Madrid, Espasa-Calpe, 1996].

[14](#) estaba tonteando con la muerte y tenía que

esforzarse un poco más: Simonton et al., *Getting Well Again*, pp. 144-145.

15 esa literatura anterior estaba llena de “problemas endémicos”: J. C. Coyne, M. Stefanek y S. C. Palmer, “Psychotherapy and Survival in Cancer: The Conflict between Hope and Evidence”, *Psychological Bulletin*, 133, 2007, pp. 367-394.

16 solo por la expectativa de vivir más tiempo”:

<http://www.biomedicine.org/medicine-news-1/Cancer-survival-is-not-influenced-by-a-patients-emotional-status-4214-2/>

17 porque de hecho son parte de él mismo”: John L. Marshall, “Time to Shift the Focus of the War: It Is Not All about the Enemy”. *Journal of Clinical Oncology*, 27, 2009, pp.168-169.

18 hasta que llegan allí los macrófagos dispuestos a ayudar: E. Y. Lin et al., “Macrophages Regulate the Angiogenic Switch in a Mouse Model of Breast Cancer”,

Cancer Research, 66, 2006, pp. 11.238-46.

19 Unas veces promueve el cáncer y otras lo dificulta”: Gary Stix, “A Malignant Flame”, *Scientific American*, julio de 2007, pp. 46-49.

20 también ayudan a la expansión del cáncer: “Instead of Fighting Breast Cancer, Immune Cell Promotes Its Spread”, *Science Daily*, 26 de abril de 2009, <http://www.sciencedaily.com/releases/2009/0>

21 por medio de lo que han denominado “percepción de beneficios”: Howard Tennen y Glenn Affleck, “Benefit Finding and Benefit Reminding”, *Handbook of Positive Psychology*, C. R. Snyder y Shane J. Lopez, eds., Nueva York, Oxford University Press, 2002.

22 hacia un nivel humano mucho más elevado”: Citado en Karen A. Cerulo, *Never Saw It Coming: Cultural Challenges to Envisioning the Worst*, Chicago, University of Chicago Press, 2006, p. 118.

23 minimizar los problemas y los obstáculos que deben superar”: Tennen y Affleck, op. cit.

24 aquellas que no vieron nada de positivo en el diagnóstico”: M. Dittman, “Benefit-Finding Doesn’t Always Mean Improved Lives for Breast Cancer Patients”, *APAOnline*, febrero de 2004.

25 para que llegue el momento en que lo superes: Deepak Chopra, “Positive Attitude Helps Overcome Cancer Recurrence”, <http://health.yahoo.com/experts/deepak/92/positive-attitude-helps-overcome-cancer-recurrence>, 17 de abril de 2007.

26 reconocer que esos sentimientos son válidos y aceptables”: “A Positive Attitude Does Not Help Cancer Outcome”, <http://www.medicalnewstoday.com/medicalnews.php?newsid=5780>, 9 de febrero de 2004.

27 como ha escrito Cynthia Rittenberg, enfermera de oncología: Cynthia Rittenberg, “Positive Thinking: An Unfair Burden for

Cancer Patients”, *Supportive Care in Cancer*, 3, 1995, pp. 37-39.

28 que el tumor crezca más rápido y acortando mi vida’: Jimmie Holland, “The Tyranny of Positive Thinking”, http://www.leukemia-lymphoma.org/all_page?itemid=7038&viewmode=print

II. LOS AÑOS DEL PENSAMIENTO MÁGICO

1 lo importante es pensar en positivo”: Joseph Anzack, *CNN American Morning*, 16 de mayo de 2007.

2 ¡Qué guapa estás hoy!”: Barry Corbet, “Embedded: A No-Holds-Barred Report from Inside a Nursing Home”, *AARP: The Magazine*, enero-febrero de 2007, <http://www.aarpmagazine.org/health/embedde>

3 se molestó en acudir a la charla: Scott McLemee, “Motivation and Its Discontents”, www.insidehighered.com, 8 de febrero de 2007.

4 para todas las relaciones humanas, deben ser sinceras”: Dale Carnegie, *How to Win Friends and Influence People*, Nueva York, Pocket Books, 1982, pp. 70, 61 y 64. [Edición en español: *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*, Román A. Jiménez, tr., Barcelona, Círculo de Lectores, 2007].

5 exigencia de atender a los pasajeros con continuo buen humor”: Arlie Russell Hochschild, *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*, Berkeley, University of California Press, 1983. [Edición en español: *La mercantilización de la vida íntima: apuntes de la casa y el trabajo*, Lilia Mosconi, tr., Madrid, Katz Barpal Editores, 2008].

6 la destreza en ingeniería humana”: William H. Whyte, *The Organization Man*, Filadelfia, University of Pennsylvania Press, 2002, pp. 46, 47 y 14. [Edición en español: *El hombre organización*, Carlos Villegas, tr., México

D.F., Fondo de Cultura Económica, 1961].

7 *Estrategias para potenciar sus emociones positivas*: Tom Rath y Donald O. Clifton, *How Full Is Your Bucket? Positive Strategies for Work and Life*, Nueva York, Gallup Press, 2004, p. 47. [Edición en español: *¿Está lleno su cubo?: Estrategias para potenciar sus emociones positivas*, Carlos Martínez Rueda, tr., Barcelona, Empresa Activa, 2005].

8 la impuntualidad, la grosería, los errores y la alta rotación: Citado en la página web de la American Management Association's, <http://www.amanet.org/books/book.cfm?isbn=9780814405826>

9 Si es alguien de la familia, empieza a verle menos”: T. Harv Eker, *Secrets of the Millionaire Mind, Mastering the Inner Game of Wealth*, Nueva York, HarperBusiness, 2005, p. 101. [Edición en español: *Los secretos de la mente millonaria*, Anna Renau Bahima, tr., Málaga,

Sirio, 2009].

10 (si es tu cónyuge o tu jefe), dedícales menos tiempo”: Jeffrey Gitomer, *Little Gold Book of YES!*, Upper Saddle River, FT Press, 2007, p. 138. [Edición en español: *El libro amarillo de la actitud ¡SÍ!: cómo encontrar, construir y mantener una actitud ¡sí! para vivir una vida de éxito*, Francisco Ortiz Chaparro, tr., Madrid, Pearson Prentice Hall, 2008].

11 te va a ir mejor sin esa persona: <http://guruknowledge.org/articles7255717-The-Power-of-Negative-Thinking/The-Power-of-Negative-Thinking.html>

12 y a trabajar en tu actitud positiva”: Gitomer, *Little Gold Book*, p. 45.

13 nos bombardee incesantemente con negatividad: Judy Braley, “Creating a Positive Attitude”, <http://ezinearticles.com/?Creating-a-Positive-Attitude&id=759618>

14 un columnista del diario *Ottawa Citizen*:

Citado en [http://www.nationmaster.com/encyclopedia/The-Secret-\(2006-film\)](http://www.nationmaster.com/encyclopedia/The-Secret-(2006-film))

15 y *voilà*, encontró un hombre: Rhonda Byrne, *The Secret*, New York, Atria Books/Beyond Words, 2006, p. 116. [Edición en español: *El Secreto*, Alicia Sánchez Millet, tr., Barcelona, Urano, 2007].

16 a través de las ideas y los sentimientos”: Jerry Adler, “Decoding ‘The Secret’”, *Newsweek*, 5 de marzo de 2007.

17 metáfora que, por cierto, también emplea Vitale: Eker, *Secrets*, p. 67; Vitale citado por Byrne, *The Secret*, p. 48.

18 que se convierte en el ritual predominante”: Catherine L. Albanese, *A Republic of Mind and Spirit, A Cultural History of American Metaphysical Religion*, New Haven, Yale University Press, 2007, p. 7.

19 que quería tener para donarlo a obras

benéficas: *Larry King Live*, CNN, 2 de noviembre de 2006.

20 Sentirá cómo llega la magia: <http://www.globalpsychics.com/empowering-you/practical-magic/prosperity.shtml>

21 enviar u ofrecer una vibración, positiva o negativa”: Michael J. Losier, *Law of Attraction, The Science of Attracting More of What You Want and Less of What You Don't*, Victoria, Michael J. Losier Enterprises, 2006, p. 13. [Edición en español: *La ley de la atracción: la ciencia de atraer más de lo que quieres y menos de lo que no quieres*, Núria Pujol i Vals, tr., Barcelona, Planeta, 2008].

22 las circunstancias de la vida que armonizan con ellos”: Napoleon Hill, *Think and Grow Rich!*, San Diego, Aventine Press, 2004, p. 21. [Edición en español: *Piense y hágase rico*, Barcelona, Bruguera, 1971].

23 diez órdenes de magnitud más potente”: Michael Shermer, “The (Other) Secret”,

Scientific American, julio de 2007, p. 39.

24 la mente está dando forma al objeto que percibimos”: Byrne, *The Secret*, p. 21.

25 de nuestras vidas y de nuestro mundo”: <http://ezinearticles.com/?The-Law-of-Attraction-and-Quantum-Physics&id=223148>

26 para que actuaran sobre ellas las fuerzas cuánticas”: Michael Shermer, “Quantum Quackery”, *Scientific American*, 20 de diciembre de 2004.

27 dejando detrás a cientos de grupos: Byrne, *The Secret*, p. 88.

III. LAS NEGRAS RAÍCES DEL OPTIMISMO ESTADOUNIDENSE

1 el odio que alberga hacia sus criaturas, no su amor hacia ellas”: Ann Douglas, *The Feminization of American Culture*, Nueva York, Avon, 1977, p. 145.

2 pensamientos pecaminosos, signo seguro de condenación: Thomas Hooker, citado in Perry

Miller, ed., *The American Puritans: Their Prose and Poetry*, Nueva York, Columbia University Press, 1982, p. 154.

3 no era posible que se le perdonaran los pecados”: Miller, *American Puritans*, p. 241.

4 y una cruz para el alma de demasiadas personas: Citado en Noel L. Brann, “The Problem of Distinguishing Religious Guilt from Religious Melancholy in the English Renaissance”, *Journal of the Rocky Mountain Medieval and Renaissance Association*, 1980, p. 70.

5 acabó con “los nervios destrozados” y se suicidó en 1843: Julius H. Rubin, *Religious Melancholy and Protestant Experience in America*, Nueva York, Oxford University Press, 1994, 161.

6 que Max Weber llamó “la escarcha” del puritanismo calvinista: Max Weber, *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, Nueva York, Dover, 2003, p. 168. [Edición en español: *La ética*

protestante y el espíritu del capitalismo, Joaquín Abellán, tr., Madrid, Alianza Editorial, 2001.]

7 lleno de bestias y hombres igualmente salvajes”: William Bradford, citado en Stephen Fender y Arnold Goldman, eds., *American Literature in Context*, Nueva York, Routledge, 1983, p. 45.

8 significado de Jesucristo, la salvación, la redención, etcétera.)”: Comunicación personal, 10 de enero de 2009.

9 nuestra propia ley, nuestro propio culto”: Citado en Catherine L. Albanese, *A Republic of Mind and Spirit: A Cultural History of American Metaphysical Religion*, New Haven, Yale University Press, 2007, p. 165.

10 hacer que los sucesos se adapten a su carácter”: Citado en Albanese, *Republic of Mind and Spirit*, p. 167.

11 “todo ello añadido a sus dolencias anteriores”: Citado en Gillian Gill, *Mary*

Baker Eddy, Cambridge, Perseus, 1998, p. 43.

12 “histeria mezclada con mal carácter”: Citado en Caroline Fraser, *God’s Perfect Child: Living and Dying in the Christian Science Church*, Nueva York, Metropolitan, 1999, p. 34.

13 No he conocido ni a una sola mujer sana en todo el pueblo”: Citado en Barbara Ehrenreich y Deirdre English, *For Her Own Good: 150 Years of the Experts’ Advice to Women*, Nueva York, Anchor, 1989, p. 103.

14 “sufrió de histeria y de afecciones paralizantes ocasionales”: Douglas, *Feminization*, p. 170.

15 diagnosticó que me aquejaban unas fiebres”: Citado en Anne Harrington, *The Cure Within: A History of Mind-Body Medicine*, Nueva York, Norton, 2008, p. 112.

16 someter regularmente vuestros corazones a [...] escrutinio”: Douglas, *Feminization*, p.

170.

[17](#) que “ser feliz es hacer el mal”: Barbara Sicherman, “The Paradox of Prudence: Mental Health in the Gilded Age”, *Journal of American History*, 62, 1976, pp. 880-912.

[18](#) “un debilitamiento progresivo de su constitución”: Citado en Douglas, *Feminization*, p. 104.

[19](#) a las novelas y las revistas como para saber qué se estilaba”: Gill, *Mary Baker Eddy*, p. 33.

[20](#) “Me odiaré a mí mismo hasta que no consiga un trabajo especial”: Citado en Robert D. Richardson, *William James, In the Maelstrom of American Modernism*, Boston, Houghton Mifflin, 2006, p. 86.

[21](#) y los sometía a una culpa debilitante y morbosa”: Roy M. Anker, *Self-Help and Popular Religion in Early American Culture: An Interpretive Guide*, Westport, Greenwood Press, 1999, p. 190.

- [22](#) la tuvieron que subir hasta la consulta en brazos: Gill, *Mary Baker Eddy*, p. 128.
- [23](#) una de las discípulas (y pacientes) de Quimby, Annetta Dresser: Richardson, *William James*, p. 275.
- [24](#) postradas toda su vida han recuperado la salud”: William James, *The Varieties of Religious Experience: A Study in Human Nature*, Nueva York, Modern Library, 2002, p. 109. [Edición en español: *Las variedades de la experiencia religiosa: estudio de la naturaleza humana*, José-Francisco Ivars, tr., Barcelona, Ediciones Península, 2002].
- [25](#) “esa vieja religión del fuego del infierno”: James, *Varieties*, p. 104.
- [26](#) o los pequeños achaques de la vida diaria: *Ibid.*, p. 109.
- [27](#) “si todo ello fuera una fantasía”: *Ibid.*, p. 109, n111.
- [28](#) Era una religión notoriamente menopáusica”: Citado en Fraser, *God's*

Perfect Child, p. 195.

29 sino como una especie de salvación laica”: Micki McGee, *Self-Help, Inc.: Make over Culture in American Life*, Nueva York, Oxford University Press, 2005, p. 142.

30 para evitar los pensamientos negativos”: <http://www.bripblap.com/2007/stopping-negative-thoughts>

31 “LEER ESTE CAPÍTULO ENTERO EN VOZ ALTA UNA VEZ CADA NOCHE”: Napoleon Hill, *Think and Grow Rich!*, San Diego, Aventine Press, 2004, pp. 52, 29, 71, 28, 30 y 74. [Edición en español: *Piense y hágase rico*, José Manuel Pomares Olivares, tr., Barcelona, Nuevas Ediciones de Bolsillo, 2006].

32 una persona que piensa en positivo, nada menos”: Norman Vincent Peale, citado en la contracubierta de Fenwicke Holmes, *Ernest Holmes: His Life and Times*, Nueva York Dodd, Mead, 1970, <http://self-improvementebooks.com/books/ehhlat.php>

[33](#) que nos suelen ocupar y que dirigen nuestra mente: Norman Vincent Peale, *The Positive Principle Today*, Nueva York, Random House, 1994 (reed.), p. 289. [Edición en español: *Pensamiento tenaz en la actualidad: cómo mantener y potenciar el poder del pensamiento tenaz*, Amparo García Burgos, tr., Barcelona, Grijalbo, 1978].

[34](#) y el individuo queda completamente “condicionado”: Donald Meyer, *The Positive Thinkers, Popular Religious Psychology from Mary Baker Eddy to Norman Vincent Peale and Ronald Reagan*, Middletown, Wesleyan University Press, 1998, p. 268.

[35](#) lo que le parezca un obstáculo. Minimícelo: Norman Vincent Peale, *The Power of Positive Thinking*, Nueva York, Random House, 1994, p. 28.

[36](#) ‘¡Y yo también voy a ser una de esas personas ricas!’: T. Harv Eker, *Secrets of the Millionaire Mind*, Nueva York, Harper

Business, 2005, p. 94.

37 “un proceso de autoexamen continuado e infinito”: Citado en McGee, *Self-Help, Inc.*, p. 143.

38 el tipo de dolor que usted *quiere sentir* en la vida”: Ibid., p. 142.

39 la cuenta de cuántas veces leí ese libro”: Jeffrey Gitomer, *Little Gold Book*, p. 164.

40 tenía actitud positiva :**¡LO CONSEGUÍ!
¡LO CONSEGUÍ!**”: Ibid., p. 165.

41 decir cosas positivas cada mañana”, y así siempre: Ibid., p. 169.

42 todo el egotismo mezquino se difumina”: Citado en Meyer, *Positive Thinkers*, p. 80.

IV. MOTIVAR EL NEGOCIO Y EL NEGOCIO DE LA MOTIVACIÓN

1 los últimos avances en el arte del pensamiento positivo: Steven Winn, “Overcome that Gnawing Fear of Success! Seize Your Share of the American Dream!

You –Yes, You, Ma’am– Can Do It, at a One-Day Gathering That’s Equal Parts Boot Camp, Tent Revival, Pep Rally and Group Therapy”, *San Francisco Chronicle*, 24 de mayo de 2004.

2 gracias a la venta de “libros, cintas y paquetes multimedia”: Rick Romell, “Selling Motivation Amounts to Big Business, Self-Help Guru Finds Success Again with His New Firm”, *Milwaukee Journal Sentinel online*, 21 de mayo de 2007.

3 si contara solo con los consumidores individuales: Jonathan Black, *Yes, you can! Behind the Hype and Hustle of Motivation Biz*, Nueva York, Bloomsbury, 2006.

4 Marketdata Enterprises estima que en el año 2005, el mercado total de los productos de “crecimiento personal” en Estados Unidos (incluyendo libros, cintas y entrenadores de negocios, dietas y relaciones personales) alcanzó los 9.600 millones de dólares, pero dan este dato con la cautela de que “aún

resulta muy difícil obtener información de este mercado y de los competidores privados que participan de él. La mayor parte de las empresas u organizaciones son muy reticentes a brindar información sobre sus ingresos, sobre la cantidad de personas que han participado en sus programas o sobre sus resultados y su tasa de crecimiento”. En el año 2004, la revista *Potentials* estimó que el mercado anual de todos “los productos de motivación” movía unos 21.000 millones de dólares (Steven Winn, “Overcome the Gnawing Fear of Success”, *San Francisco Chronicle*, 24 de mayo de 2004). La International Coach Federation estima que, en todo el mundo, sus profesionales generaron en total unos 1.500 millones de dólares durante el año 2007, y la mayoría de ellos trabajaba al servicio de ejecutivos (Executive Summary, ICF Global Coaching Study, revisado en febrero de 2008).

5 Notará cómo miran menos el reloj”: William Lee Miller, “Some Negative

Thinking about Norman Vincent Peale”, publicado por primera vez en *Reporter*, 13 de enero de 1955, <http://george.loper.org/trends/2005/Aug/1955>.

6 siempre hay más ‘noes’ que ‘síes’: Rob Spiegel, “The Hidden Rule of Positive Thinking”, www.businessknowhow.com/startup/hidden.h

7 un reto personal”, según dijo su biógrafa: Carol V. R. George, *God’s Salesman, Norman Vincent Peale and the Power of Positive Thinking*, Nueva York, Oxford University Press, 1994, p. 233.

8 “el hombre solo en la habitación de un motel”: George, *God’s Salesman*, p. 124.

9 que la gente haga lo que ellos desean”: Stephanie Saul, “Gimme an Rx! Cheerleaders Pep Up Drug Sales”, *New York Times*, 28 de noviembre de 2005.

10 inspiran de algún modo a sus empleados”: Jerry Pounds, “The Great Motivational

Myth”, <http://www.management-issues.com/2006/5/25/opinion/the-great-motivational-myth.asp>

11 peleéis igual que él para conseguir ventas”: Karl Vick, “Team-Building or Torture? Court Will Decide”, *Washington Post*, 13 de abril de 2008.

12 algo que se podía ajustar para promover el éxito”: Robin Leidner, *Fast Food, Fast Talk, Service Work and the Routinization of Everyday Life*, Berkeley, University of California Press, 1993, pp. 65, 100, 101 y 104.

13 o el *Piense y hágase rico* de Napoleon Hill: Stephen Butterfield, *Amway, The Cult of Free Enterprise*, Boston, South End Press, 1985, p. 100.

14 luces de discoteca, al ritmo de la música: *Ibid.*, pp. 28, 29, 36 y 37.

15 lo abrazan, temblando y llorando”: Jonathan Black, *Yes You Can!*, p. 180.

16 los beneficios sólidos y el precio de las acciones”: Citado en Rakesh Khurana, *From Higher Aims to Hired Hands, The Social Transformation of American Business Schools and the Unfulfilled Promise of Management as a Profession*, Princeton, Princeton University Press, 2007, p. 303.

17 entre empresa y empleado se hacían cada vez más frágiles: Khurana, *From Higher Aims*, pp. 320, 321 y 325.

18 una conclusión lógica sobre qué está pasando”: Clive Thompson, “Apocalypse Now, As the Year 2000 Approaches, Politicians and Business Leaders Are Getting Ready for the End of the World. Things Have Never Looked Better”, *Canadian Business and Current Affairs*, enero de 1996, pp. 29-33.

19 en él no hay nada predecible, ni siquiera racional”: Jennifer Reingold y Ryan Underwood, “Was *Built to Last* Built to Last?”, *Fast Company*, 24 de noviembre de

2004, p. 103.

[20](#) todo se basa en tomar decisiones inmediatas”: Michelle Conlin, “Religion in the Workplace”, *Business Week*, 1 de noviembre de 1999, p.150.

[21](#) similar de hecho a la de un orador motivacional”: Craig Lambert, “The Cult of the Charismatic CEO”, *Harvard Magazine*, septiembre-octubre de 2002.

[22](#) y no meros tipos con traje”: Dennis Toruish y Ashly Pinnington, “Transformational Leadership, Corporate Cultism, and the Spirituality Paradigm, An Unholy Trinity in the Workplace?”, *Human Relations*, 55, 2002, p. 147.

[23](#) llevarán a tu empresa al triunfo del siglo XXI”: Conlon, “Religion in the Workplace”.

[24](#) en un consejo de administración que en un templo”: Gay Hendricks y Kate Ludeman, *The Corporate Mystic, A Guidebook for Visionaries with Their Feet on the Ground*,

Nueva York, Bantam, 1996, p. xvii.

[25](#) sino un subproducto de la conciencia humana”: Frank Rose y Wilton Woods, “A New Age for Business?”, *Fortune*, 8 de octubre de 1990, p. 157.

[26](#) ¡Y luego desorganiza más!”: Thompson, “Apocalypse Now”.

[27](#) desde aquel primer libro, ha perdido la chaveta”: Mark Gimein, “Now That We Live in a Tom Peters World... Has Tom Peters Gone Crazy?” *Fortune*, 13 de noviembre de 2000.

[28](#) que hagan saltar los cristales de las ventanas”: Jack Welch, con John A. Byrne, *Jack, Straight from the Gut*, Nueva York, Business Plus, 2003, p. 436.

[29](#) un impacto positivo en la productividad: Jeffrey E. Lewin y Wesley J. Johnston, “Competitiveness”, *Competitiveness Review*, 1 de enero de 2000.

[30](#) perdieron su trabajo en las

reestructuraciones empresariales: Louis Uchitelle, *The Disposable American, Layoffs and Their Consequences*, Nueva York, Knopf, 2006, p. x.

31 trabajadores eventuales o “consultores” de algún tipo: Henry S. Farber, “What Do We Know about Job Loss in the United States? Evidence from the Displaced Workers’ Survey, 1984-2005”, informe 498, Princeton University Industrial Relations Section, 5 de enero de 2005.

32 sin más equipaje que sus propias competencias”: Citado en Carrie M. Lane, “A Company of One, White-Collar Unemployment in a Global Economy”, manuscrito sin publicar, p. 131.

33 habla claramente de diferencia, compromiso y pasión!”: Citado en Gaenor Vaida, “The Guru’s Guru”, *Sunday Times*, Sudáfrica, 6 de julio de 2003.

34 desmoralizados por los despidos masivos”: Lloyd Grove, “The Power of

Positive Buying, Feeling Unmotivated? This Mug's for You", *Washington Post*, 31 de diciembre de 1994.

35 se acabó 'el empleo vitalicio': http://64.233.169.104/search?q=cache:_icxqiKivOoJ, www.workplacecoaching.com/pdf/HistoryofC

36 trabaja más y reza más": Richard Reeves, "Let's Get Motivated", *Time*, 2 de mayo de 1994.

37 "una forma de llevar mejor la situación": Lloyd Grove, "Power Of Positive Buying".

38 en el pasillo para tapar la herida psicológica": William A. Davis, "Stores Cash in on Selling Success", *Boston Globe*, 1 de agosto de 1994.

39 a sus actos de empresa: Rayna Katz, "Planners Face a Different-Looking Future, Reports Say", *Meeting News*, 18 de septiembre de 2000, <http://www.allbusiness.com/transportation->

communications-electric-gas/4227180-1.html

[40](#) su motivación positiva y a concentrarse”: http://www.cprcoaching.com/employee_retent

[41](#) complicados sistemas de creencias”: Spencer Johnson, *Who Moved My Cheese?*, Nueva York, Putnam, 1998, pp. 35 y 71. [Edición en español: *¿Quién se ha llevado mi queso?*, José Manuel Pomares Olivares, tr., Barcelona, Empresa Activa, 2000.

[42](#) desde el cheddar al brie”: Ibid., p. 57.

[43](#) el proceso en sí fue expeditivo y brutal: Jill Andresky Fraser, *White-Collar Sweatshop, The Deterioration of Work and Its Rewards in Corporate America*, Nueva York, Norton, 2001, p. 195.

[44](#) hubiera dicho cosas que no me convenían”: John Balzar, “Losing a Job, From Great Depression to Reinvention, *Los Angeles Times*, 20 de octubre de 1993.

[45](#) de forma optimista e industriosa”: Lane, “Company of One”.

46 recorrer la habitación a saltos”: Fraser, *White-Collar Sweatshop*, pp. 191 y 193.

47 lo que aportan los equipos al entorno de trabajo”: Jennifer M. Howard, “Can Teams Survive Downsizing?”, <http://www.qualitydigest.com/may/downsize.l>

48 juraban fidelidad con la mano en el corazón, entonces...”: Paul Solman, “The Right Choice?” *PBS Online NewsHour*, 22 de marzo de 1996, <http://www.pbs.org/newshour/bb/economy/att22.html>

49 y ganarse el reconocimiento de la empresa”: <http://www.thesykesgrp.com/Teamtrg01.htm>

50 “Whining Ways” [formas de quejarse]: Fraser, *White-Collar Sweatshop*, pp. 191 y 192.

V. DIOS QUIERE QUE SEAS RICO

1 una parroquia de 4,4 millones de personas:

Abe Levy, “Megachurches Growing in Number and Size”, AP, via SFGate.com, 3 de febrero de 2006, <http://www.religionnewsblog.com/13512/megachurches-growing-in-number-and-size>

2 “Dios quiere que la gente sea próspera”: David van Biema y Jeff Chu, “Does God Want You to Be Rich?”, *Time*, 18 de septiembre de 2006, p. 48.

3 o ‘Suelta lastre y da un paso adelante’: Gabriel N. Lischak, “The Rise of the ‘Megachurch’, A New Phenomenon Is Taking Shape in America – One That Is Radically Redefining the ‘Christian Experience’”, 6 de enero de 2006, <http://www.realtruth.org/articles/418-trotm-print.html>

4 de la revista *Church Report*: http://www.thechurchreport.com/mag_article_1mid=875&mname=January

5 cambiarse de orden o alterarse enteros”: William Lee Miller, “Some Negative

Thinking about Norman Vincent Peale”,
publicación original en *Reporter*, 13 de enero
de 1955,

<http://george.loper.org/trends/2005/Aug/955.h>

6 iba mi padre en su bicicleta...”: Joel
Osteen, *Your Best Life Now, 7 Steps to Living
at Your Full Potential*, Nueva York, Faith
Words, 2004, p. 183. [Edición en español:
¡Mejore su vida ya!, Beatriz Castañón
Álvarez, tr., Madrid, Pluralsingular, 2006].

7 porque uno tiene lo que uno dice”: Ted
Olsen, “Weblog, Kenneth Hagin, ‘Word of
Faith’ Preacher, Dies at 86”, 1 de septiembre
de 2003,

<http://www.christianitytoday.com/ct/2003/sep/only/9-22-11.0.html?start=1>

8 que me va a dar una mesa enseguida””:
Osteen, *Your Best Life Now*, pp. 5, 101 y 41.

9 Dios te dice que Él te los resolverá”: Ibid.,
p. 112.

10 y rendir la voluntad al enemigo”: Dennis

Voskuil, *Mountains into Goldmines*, Robert Schuller and the Gospel of Success, Grand Rapids, Eerdmans, 1983, p. 80.

11 que, según he leído, se le considera: Chris Lehmann, “Pentecostalism for the Exurbs, Joel Osteen’s God Really Wants You to Dress Well, Stand Up Straight, and Get a Convenient Parking Space”, 2 de enero de 2008, <http://www.slate.com/id/2180590/>

12 más vale que el dinero esté allí””: Edwene Gaines, *The Four Spiritual Laws of Prosperity, A Simple Guide to Unlimited Abundance*, Nueva York, Rodale, 2005, p. 88.

13 ¡YO TAMBIÉN QUIERO LO MÍO Y LO QUIERO AHORA MISMO!”: Milmon F. Harrison, “Prosperity Here and Now, Synthesizing New Thought with Charismatic Christianity, the Word of Faith Movement Promises Its Members the Good Life”, <http://www.beliefnet.com/Faiths/Christianity/Here-And-Now.aspx>

14 el “evangelio de la prosperidad”: Van Biema y Chu, “Does God Want You to Be Rich?” p. 48.

15 y “fijación proactiva de objetivos”: Véase John Jackson, *PastorPreneur, Pastors and Entrepreneurs Answer the Call*, Friendswood, Baxter, 2003.

16 Ese es el sueño americano, ¿no?: Citado en Scott Thumma, “Exploring the Megachurch Phenomenon, Their Characteristics and Cultural Context”, http://hrr.hartsem.edu/bookshelf/thumma_article

17 “intimidar o asustar a quienes las visitaran”: Bill Hybels, “Commentary, Building a Church on Marketing Surveys”, resumido a partir de *Christian News*, julio de 1991,

<http://www.rapidnet.com/~jbeard/bdm/expose>

18 sin filiación confesional determinada”: Witold Rybczynski, “An Anatomy of Megachurches, The New Look for Places of Worship”, 10 de octubre de 2005,

<http://www.slate.com/id/2127615/>

19 la alegría, o la exaltación de la fe?": Frances Fitzgerald, "Come One, Come All, Building a Megachurch in New England", *New Yorker*, 3 de diciembre de 2007, p. 46; Denis Haack, "Bruce Bezaire, Meticulous Renderings of Glory", <http://ransomfellowship.org/article/detail.asp?AID=21&B=Denis%20Haack&TID=6>

20 dan mensajes positivos y la música es genial": Citado en Lischak, "Rise of the 'Megachurch'".

21 Dios quiere darnos cosas bonitas": Citado en Van Biema y Chu, "Does God Want You to Be Rich?".

22 de Harvard se estudia esta iglesia como caso práctico: "Jesus, CEO", *Economist*, 20 de diciembre de 2005, <http://www.economist.com/world/unitedstates/storyid=5323597>

23 carcajadas tan de Rick Warren': Felix

Salmon, “Market Movers”, 24 de enero de 2008,

<http://www.portfolio.com/views/blogs/market-movers/2008/01/24/davos-surprise-rick-warren>;

Malcolm Gladwell, “The Cellular Church, How Rick Warren’s Congregation Grew”, *New Yorker*, 12 de septiembre de 2005, p. 60.

24 enseñando a mirar al futuro y a soñar”: Gustav Niebuhr, “Megachurches”, *New York Times*, 18 de abril de 1995.

25 Piensa en más que en bastante”: Osteen, *Your Best Life Now*, p. 11.

26 sumisión a un líder de inspiración divina”: Dennis Tourish y Ashly Pinnington, “Transformational Leadership, Corporate Cultism, and the Spirituality Paradigm, An Unholy Trinity in the Workplace?”, *Human Relations*, 55, 2002, p. 147.

27 saldrán a buscar más seguidores: “Jesus, CEO”.

28 “excusas para no esforzarse”: Citado en Voskuil, *Mountains into Gold-mines*, p. 78.

29 “Conviértete en un ejemplo”: Osteen, *Your Best Life Now*, p. 298.

VI. PSICOLOGÍA POSITIVA: LA CIENCIA DE LA FELICIDAD

1 “una nube de tormenta andante”: Martin E. P. Seligman, *Authentic Happiness, Using the New Positive Psychology to Realize Your Potential for Lasting Fulfillment*, Nueva York, The Free Press, 2002, p. 24; Dorothy Wade, “Happy Yet?”, *Australian Magazine*, 22 de octubre de 2005, p. 39.

2 libros de autoayuda que funcionen de verdad”: Strawberry Saroyan, “Happy Days Are Here Again”, *Elle*, diciembre de 1998.

3 el eficaz programa del Dr. Seligman gratis durante un mes”: Jennifer Senior, “Some Dark Thoughts on Happiness”, *New York*, 17 de julio de 2006.

4 Se vende sola”: Robert Biswas-Diener y Ben Dean, *Positive Psychology Coaching: Putting the Science of Happiness to Work for Your Clients*, Nueva York, Wiley, 2007, pp. 12 y 31.

5 y en consecuencia, según parece, su salud: John Templeton Foundation, Capabilities Report, 2002, p. 82.

6 dejando la terapia para dedicarse al *coaching*”: Patrick B. Kavanaugh, Lyle D. Danuloff, Robert E. Erard, Marvin Hyman y Janet L. Pallas, “Psychology: A Profession and Practice at Risk”, julio de 1994, www.academyprojects.org/lempa1.htm; Ilana DeBare, “Career Coaches Help You Climb to the Top: ‘Personal Trainers’ for Workers New Fiscal Fitness Craze”, *San Francisco Chronicle*, 4 de mayo de 1998.

7 que ascienda de menos cinco a menos tres”: Seligman, *Authentic Happiness*, p. ix. [Edición en español: *La auténtica felicidad*, Mercè Diago Esteva y Abel Debritto

Cabezas, trs., Barcelona, Ediciones B, 2003].

8 que mueren de hambre es el más bajo de la historia: Joshua Freedman, “An Interview with Martin E. P. Seligman, Ph.D.”, *EQ Today*, otoño de 2000, <http://www.eqtoday.com/optimism/seligman.h>

9 pero no en el mundo de hoy”: Wade, “Happy Yet?”, p. 39.

10 concentrar su atención en ‘la buena vida’”: Ed Diener y Martin E. P. Seligman, “Beyond Money, Toward an Economy of Wellbeing”, *Psychological Science in the Public Interest*, 5, 1, 2004.

11 nos iría mejor visualizando un tesoro: John Lanchester, “Pursuing Happiness, Two Scholars Explore the Fragility of Contentment”, *New Yorker*, 27 de febrero de 2006.

12 la tarea que tienes entre manos”: Seligman, *Authentic Happiness*, p. 39.

13 mientras cae la nieve”: *Ibid.*, pp. 28, 38,

43 y 103.

14 no hallamos “la auténtica felicidad”: Ibid., pp. 119-121.

15 y espiritualidad y trascendencia”: Ibid., 129 y 133.

16 www.authentichappiness.sas.upenn.edu

17 perdonando graciosamente al lector: Ibid., p. 45.

18 (las cursivas son de ella): Ibid., p. 129.

19 un “sesgo positivo” a la vida diaria: Barbara Held, “The Negative Side of Positive Psychology”, *Journal of Humanistic Psychology*, 44, invierno de 2004, pp. 9-46.

20 no solo es agradable : **es beneficiosa**”: Biswas-Diener y Dean, *Positive Psychology Coaching*, p. 31.

21 lo que quizá viene a confirmar que existe: Sonja Lyubomirsky, Laura King y Ed Diener, “The Benefits of Frequent Positive Affect, Does Happiness Lead to Success?”,

Psychological Bulletin, 131, 2005, pp. 803-855.

22 un gurú sanador muy famoso, Andrew Weil: Mike McGrath, “When Back Pain Starts in Your Head, Is Repressed Anger Causing Your Back Pain?”, <http://www.prevention.com/cda/article/when-back-pain-starts-in-your-head/727b7e643f803110VgnVCM1000001329>

23 en los setenta y tantos u ochenta y tantos): Seligman, *Authentic Happiness*, p. 3; Deborah D. Danner, David A. Snowdon y Wallace V. Friesen, “Findings from the Nun Study, University of Kentucky”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 2001, pp. 804-813.

24 menos propensas a padecer de Alzheimer en la vejez: Gina Kolata, “Research Links Writing Style to the Risk of Alzheimer’s”, *New York Times*, 21 de febrero de 1996, <http://www.nytimes.com/1996/02/21/us/research-links-writing-style-to-the-risk-of>

[alzheimers.html?sec=health](#)

25 anuarios de varios institutos de Wisconsin: LeeAnne Harker y Dacher Keltner, “Expressions of Positive Emotion in Women’s College Yearbook Pictures and Their Relationship to Personality and Life Outcomes across Adulthood”, University of California, Berkeley, [http://ist-socrates.berkeley.](http://ist-socrates.berkeley.edu/~keltner/publications/harker.jpssp.2001.pd)

[edu/~keltner/publications/harker.jpssp.2001.pd](http://ist-socrates.berkeley.edu/~keltner/publications/harker.jpssp.2001.pd)
Jeremy Freese, Sheri Meland y William Irwin, “Expressions of Positive Emotion in Photographs, Personality, and Later-Life Marital and Health Outcomes”, *Journal of Research in Personality*, 2006, <http://www.jeremyfreese.com/docs/FreeseMelIrwin%20-%20JRP%20-%20ExpressionsPositiveEmotionInPhotograph>

26 sentirse menos frágiles que los demás: Glenn V. Ostir, Kenneth J. Ottenbacher y Kyriakos S. Markides, “Onset of Frailty in Older Adults and the Protective Role of

Positive Affect”, *Psychology and Aging*, 19, 2004 pp. 402-408

[27](#) prolonga la vida y mejora la salud”: Seligman, *Authentic Happiness*, p. 40.

[28](#) a las víctimas de cáncer de pulmón: James Coyne et al., “Emotional Well-Being Does Not Predict Survival in Head and Neck Cancer Patients”, *Cancer*, 1 de diciembre de 2007; Merritt McKinney, “Optimism Doesn’t Improve Lung Cancer Survival”, *Reuters Health*, 9 de febrero de 2004.

[29](#) en quienes han sufrido un ataque: Véase, por ejemplo, L. B. Kubansky e I. Kawachi, “Going to the Heart of the Matter, Do Negative Emotions Cause Coronary Heart Disease?”, *Journal of Psychosomatic Research*, 48, 2000, pp. 323-337.

[30](#) más riesgos de sufrirla que las personas alegres: Held, “Negative Side of Positive Psychology”.

[31](#) pueden ser más saludables a largo plazo:

Ibid.

32 ilusiones sobre su popularidad: Melissa Healy, “Truth Is, It’s Best if They Know”, 30 de octubre de 2006, <http://www.latimes.com/features/health/la-he-realists30oct30,0,141646.story?coll=la-home-health>

33 como la muerte de un familiar: Derek M. Isaacowitz, con M. E. P. Seligman, “Is Pessimistic Explanatory Style a Risk Factor for Depressive Mood among Community-Dwelling Older Adults?”, *Behaviour Research and Therapy*, 39, 2001, pp. 255-272.

34 [quizá quiso decir “infundado”] ni gratuito”: Mary Duenwald, “Power of Positive Thinking Extends, It Seems, to Aging”, *New York Times*, 19 de noviembre de 2002.

35 parece extenderse hacia el envejecimiento”: Ibid.

[36](#) descubrimientos que ya habrían tenido lugar: Citado en B. Held, “The ‘Virtues’ of Positive Psychology”, *Journal of Theoretical and Philosophical Psychology* 25, 2005, pp. 1-34.

[37](#) pueda servir de guía a futuros estudios: Sarah D. Pressman y Sheldon Cohen, “Does Positive Affect Influence Health?”, *Psychological Bulletin*, 131, 2005, pp. 925-971.

[38](#) experimentan menos síntomas y menos dolor”: http://esitopics.com/fb_p/2007/june07-Pressman_Cohen.html

[39](#) en términos inmunológicos” que las pesimistas: Seligman, *Authentic Happiness*, p. 40; Suzanne C. Segerstrom, “Optimism, Goal Conflict, and Stressor-Related Immune Change”, *Journal of Behavioral Medicine*, 24, 5, 2001.

[40](#) mejor respuesta inmunitaria ante las enfermedades”: Susan Ferraro, “Never a

Cloudy Day, The Link between Optimism and Good Health”, *New York Daily News*, 17 de junio de 2002.

[41](http://capabilities.templeton.org/2004/pdf/the_41) hará que el amor vaya a ti”: [http://capabilities.templeton.org/2004/pdf/the_](http://capabilities.templeton.org/2004/pdf/the_41)

[42](http://latimesblogs.latimes.com/washington/2006/06/2006-06-20-big-donor-goe.html) para prohibir el matrimonio homosexual: <http://latimesblogs.latimes.com/washington/2006/06/2006-06-20-big-donor-goe.html>

[43](#) entre las más prominentes de su país: Entre ellas, la Heritage Foundation, el Manhattan Institute, la Jesse Helms Center Foundation, la Federalist Society, y la National Association of Scholars, muy conocida por su lucha contra la “corrección política” y el progresismo académico. John Templeton Foundation, Form 990, 2005.

[44](#) beneficiar a los pobres, como de hecho sucede”: John Templeton Foundation, Capabilities Report, 2006, p. 77.

[45](#) o en las decisiones que has tomado”: Freedman, en entrevista con Martin E. P.

Seligman.

[46](#) tortura para los sospechosos de terrorismo: Jane Mayer, “The Experiment, The Military Trains People to Withstand Interrogation. Are Those Methods Being Misused at Guantanamo?”, *New Yorker*, 11 de julio de 2005, p. 60.

[47](#) son más felices que las demás: David Montgomery, “A Happiness Gap, Doomcrats and Republigrins”, *Washington Post*, 24 de octubre de 2008.

[48](#) es la tendencia a sonreír más”: Daniel Gilbert, *Stumbling on Happiness*, Nueva York, Vintage, 2007, p. 243.

[49](#) no cambiaría casi nada de mi vida: Biswas-Diener y Dean, *Positive Psychology Coaching*, p. 229.

[50](#) Por eso llevan la batuta”: Sam Fulwood III, “Poised for Joy, Life Coaches Teach How to Be Happy”, *Cleveland Plain Dealer*, 9 de febrero de 2008.

51 pero esos buenos sentimientos son transitorios”: Sara Martin, “Seligman Laments People’s Tendency to Blame Others”, *APA Monitor*, octubre de 1998.

52 no sirve para nada y sale caro”: Seligman, *Authentic Happiness*, p. 50.

53 entre el ocho y el quince por ciento: Brad Lemley, “Shiny Happy People, Can You Reach Nirvana with the Aid of Science?” *Discover*, agosto de 2006, <http://discovermagazine.com/2006/aug/shinyh>:

54 un curso similar de la Universidad George Mason: D. T. Max, “Happiness 101”, *New York Times Magazine*, 7 de enero de 2007.

55 el optimismo y la capacidad de adaptación”: <http://www.flourishing.schools.org/programs.htm>

56 despierto a las cuatro de la mañana’, dijo”: Max, “Happiness 101”.

VII. CÓMO EL PENSAMIENTO POSITIVO DESTRUYÓ LA ECONOMÍA

1 alcanzar el veinticinco por ciento del total: Michael A. Fletcher, “1 in 4 Working Families Now Low-Wage, Report Finds”, *Washington Post*, 15 de octubre de 2008.

2 o eliminando los beneficios sociales: La tendencia quedó documentada en *The Great Risk Shift: the Assault on American Jobs, Families, Health Care, and Retirement*, de Jacob Hacker.

3 al uno por ciento que más gana”: David Leonhardt, “Larry Summers’s Evolution”, *New York Times*, 10 de junio de 2007.

4 que se iban diseminando por el mundo: Leslie Bennetts, “The End of Hubris”, *Portfolio*, diciembre de 2008, <http://www.portfolio.com/news-markets/national-news/portfolio/2008/11/19/Greed-and-Doom-on-Wall-Street>

5 Francia, Suecia, Noruega o Dinamarca: John Schmitt y Ben Zipperer, “Is the U.S. a Good Model for Reducing Social Exclusion

in Europe?” *Center for Economic Policy Review*, agosto de 2006.

6 que eso sea una imposibilidad matemática): Carol Graham y Soumya Chattopadhyay, “Gross National Happiness and the Economy”, <http://www.americanprogress.org/issues/2006>

7 del previsible *boom* de los mercados,: James K. Glassman y Kevin A. Hassett, *Dow 36,000: The New Strategy for Profiting from the Coming Rise in the Stock Market*, Nueva York, Times Books, 1999.

8 los años más calientes de la burbuja inmobiliaria”: Dean Baker, *Plunder and Blunder, The Rise and Fall of the Bubble Economy*, Sausalito, Polipoint Press, 2009, p. 3; David Lereah, *Why the Real Estate Boom Will Not Bust and How You Can Profit from It*, Nueva York, Random House, 2005.

9 “a nadie le gusta un aguafiestas”: Paul Krugman, “Para que no olvidemos”, *El País*, 30 de noviembre de 2008.

[10](#) está íntimamente relacionada con el optimismo”: Citado en Karen A. Cerulo, *Never Saw It Coming, Cultural Challenges to Envisioning the World*, Chicago, University of Chicago Press, 2006, pp. 61-62.

[11](#) lo cargó en su tarjeta de crédito: Karin Klein, “Wish for a Cake—and Eat It Too”, *Los Angeles Times*, 13 de febrero de 2007.

[12](#) tiene muchas cosas que darte también a ti”: Joel Osteen, *Your Best Life Now, 7 Steps to Living at Your Full Potential*, Nueva York, Faith Words, 2004, pp. 7-8.

[13](#) conseguirás esa casa, o ese coche, o ese piso”: David Van Biema, “Maybe We Should Blame God for the Subprime Mortgage Mess”, *Time*, 3 de octubre de 2008.

[14](#) la autora de *El Secreto*, Rhonda Byrne: Kevin Phillips, *Bad Money, Reckless Finance, Failed Politics, and the Global Crisis of American Capitalism*, Nueva York, Viking, 2008, pp. 92-95.

15 los ingresos del comprador y sin pedir entrada: Baker, *Plunder and Blunder*, p. 97.

16 **14 billones de dólares**: Stephen S. Roach, “Dying of Consumption”, *New York Times*, 28 de noviembre de 2008; Phillips, *Bad Money*, p. 43.

17 se dispararon un cuarenta por ciento: Alan Zibel, “Personal Bankruptcy Filings Rise 40 %”, *Washingtonpost.com*, 4 de enero de 2008.

18 más inteligentes, expertos y sofisticados”: Steven Pearlstein, “A Perfect Storm? No, a Failure of Leadership”, *Washington Post*, 12 de diciembre de 2008.

19 *ratios* de 30 a 1 entre la deuda y los ingresos: Robert J. Samuelson, “The Engine of Mayhem”, *Newsweek*, 13 de octubre de 2008, <http://www.newsweek.com/id/163743>

20 de lo que recomendaba un informe”: Steve Fishman, “Burning Down His House”, *New York*, 8 de diciembre de 2008.

21 de vez en cuando la palabra “vender”:

Jenny Anderson y Vikas Bajaj, “Merrill Tries to Temper the Pollyannas in Its Ranks”, *New York Times*, 15 de mayo de 2008.

22 clave del éxito en el sueño americano”: <http://about.countrywide.com/PressRelease/Pr?id=515497&pr=yes>

23 un mundo sin *defaults* que no creía que existieran”: Gretchen Morgenson y Geraldine Fabrikant, “Countrywide’s Chief Salesman and Defender”, *New York Times*, 11 de noviembre de 2007.

24 a un entorno febrilmente entusiasta como aquel”: Adam Michaelson, *The Foreclosure of America, The Inside Story of the Rise and Fall of Countrywide Home Loans, the Mortgage Crisis, and the Default of the American Dream*, Nueva York, Berkley, 2009, pp. 260, 205 y 261.

25 No tenía ni un pelo de alegre”: Michael Lewis, “The End of Wall Street’s Boom”, *Portfolio.com*, diciembre de 2008.

26 tan desastrosamente mal?": Fishman, "Burning Down His House".

27 y la Casa Blanca trató de despedirle: Jo Becker, Sheryl Gay Stolberg y Stephen Labaton, "White House Philosophy Stoked Mortgage Bonfire", *New York Times*, 21 de diciembre de 2008.

28 algo que desde luego no se airea": Julia Hobsbawm, "The Joy of Coaching", 24 de mayo de 2007, <http://www.spectator.co.uk/the-magazine/business/31040/the-joy-of-coaching.shtml>

29 y el de su tercer cargo más alto: Baker, *Plunder and Blunder*, p. 16; Eduardo Porter, "More Than Ever, It Pays to Be the Top Executive", *New York Times*, 25 de mayo de 2007.

30 pues mandaba al jet privado a buscarla: Robert Frank, *Richistan, A Journey through the American Wealth Boom and the Lives of the New Rich*, Nueva York, Crown, 2007, p.

16.

31 vigilaba sus diversas residencias: David Lazarus, “Wretched Excess Rides High in Many Executive Suites”, *San Francisco Chronicle*, 29 de diciembre de 2002.

32 los guardaespaldas del presidente de Estados Unidos”: <http://www.independent.co.uk/news/business/welch-neutron-jack-flattens-the-bleeding-hearts-748440.html>

33 siendo más dañino que beneficioso: Fishman, “Burning Down His House”.

34 “residencias inmensas de Long Island”: Ibid.

35 sin la fricción de la vida diaria”: Eric Dezenhall y John Weber, *Damage Control, How to Get the Upper Hand When Your Business Is under Attack*, Nueva York, Portfolio, 2007, p. 188.

36 en un giro de lo más perverso: Roger Lowenstein, “Triple-A Failure”, *New York*

Times Magazine, 27 de abril de 2008.

37 en estado de *shock* y de incredulidad”: <http://marketplace.publicradio.org/display/we>

38 las que predicaban el credo de la prosperidad: Paul Vitello, “An Evangelical Article of Faith, Bad Times Draw Bigger Crowds”, *New York Times*, 14 de diciembre de 2008.

39 el sector hipotecario ya estaba en caída libre: *Larry King Live*, CNN, 8 de diciembre de 2008; “When the Economy Gives You Lemons”, *Marketplace*, American Public Media, 26 de noviembre de 2007.

40 para la productividad de los empleados”: Uri Friedman, “Sales Down, So Firms Boost Morale”, *Christian Science Monitor*, 22 de agosto de 2008, <http://www.csmonitor.com/2008/0822/p03s01usec.html>.

41 la crisis de las hipotecas”: Patricia Leigh Brown, “Even if You Can’t Buy It, Happiness

Is Big Business”, *New York Times*, 27 de noviembre de 2008.

42 “Enfrentaos a ello, quejicas”: Jodie Tillman, “If You’re Unhappy and Know It, Shut Up”, *St. Petersburg Times*, 29 de enero de 2008.

43 “Llorando junto a la máquina del café”: Cindy Krischer Goodman, “How to Survive the Economic Crisis, Be Positive, Proactive”, *Miami Herald*, 28 de octubre de 2008.

44 “Concentra tu mente en lo positivo”: Eli Davidson, “How to Get Through the Recession with Less Depression”, 25 de septiembre de 2008, <http://www.huffingtonpost.com/eli-davidson/how-to-get-through-thereb128971.html>

45 “en plena crisis de los mercados”: “Tony Robbins, Life Coach, Gives Suggestions for Dealing with Our Shaky Economy”, *Today*, MSNBC, 13 de octubre de 2008.

46 miremos al futuro con fe y confianza”: Dennis Byrne, “Facts You Just Can’t Believe In”, 30 de diciembre de 2008, www.chicagotribune.com/news/nationworld/coped1230byrnedec30,0,787857.story

VIII. HACIA EL PENSAMIENTO POSTPOSITIVO

1 no conozco otra forma de vivir”: Sally Quinn y Ben Bradlee, “On Faith, Are You Satisfied with Where You Are Now in Your Life?”, *Washington Post*, de mayo de 2007, <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/discussion/2007/05/18/DI200705tid=informbox>

2 “el pesimismo defensivo”: Julie K. Norem, *The Positive Power of Negative Thinking, Using Defensive Pessimism to Harness Anxiety and Perform at Your Peak*, Nueva York, Basic, 2001.

3 y a veces incluso esperar, los fallos: Atul Gawande, “The Power of Negative Thinking”, *New York Times*, 1 de mayo de

2007.

4 ¿Puedes imaginártelo?": Ryszard Kapuscinski, *Shah of Shahs*, Nueva York, Vintage, 1992, p. 89. [Ed. en español: El Shah o la desmesura del poder, Agata Orzeszek Sujak, tr., Barcelona, Anagrama, 2009].

5 fue la exigencia estalinista del optimismo": Dubravka Ugresic, *Thank You for Not Reading*, Chicago, Dalkey Archive, 2003, p. 86. [Ed. en español: Gracias por no leer, Catalina Martínez Muñoz, tr., Madrid, La Fábrica, 2004].

6 optimismo histórico y un héroe positivo": Pekka Pesonen, "Utopias to Norms, From Classicism to Socialist Realism", <http://www.slav.helsinki.fi/studies/huttunen/mperiphery/pp2eng.htm>

7 internamiento en los campos estalinistas": Ugresic, *Thank You*, p. 86.

8 mejor dirigida y más efectiva": John Marks

Templeton, *The Templeton Plan, 21 Steps to Personal Success and Real Happiness*, West Conshohocken, Templeton Foundation, 1997, p. 118.

9 creernos todo lo que nos ofrece”: Carlin Flora, “The Pursuit of Happiness”, <http://www.psychologytoday.com/articles/index.html&fromMod=emailed>

10 no se rebelen ante tanto control”: Donald Meyer, *The Positive Thinkers, Popular Religious Psychology from Mary Baker Eddy to Norman Vincent Peale and Ronald Reagan*, Middletown, Wesleyan University Press, 1998, p. 393.

11 “están en la misma frecuencia que el evento”: Victoria Moore, “Promising You Can Have Anything Just by Thinking about It, It’s No Surprise *The Secret* Has Become the Fastest-Selling Self-Help Book Ever”, *Daily Mail*, Londres, 26 de abril de 2007.

12 el nada halagüeño puesto 125 (de 178 países): “Psychologist Produces the First-

Ever ‘World Map of Happiness’”, *Science-Daily*, 14 de noviembre de 2006, <http://www.sciencedaily.com/releases/2006/11>

13 menos de treinta mil dólares al año: David Leonhardt, “Money Doesn’t Buy Happiness. Well, on Second Thought...” *New York Times*, 16 de abril de 2008.

14 la tasa de desempleo más alta de la ciudad: Fernanda Santos, “Are Nueva Yorkers Happy? Some More than Others”, *New York Times*, 8 de marzo de 2009.

AGRADECIMIENTOS

Escribir libros es una ocupación que puede resultar muy solitaria, pero en este caso he sido capaz de reunir a un grupito de apoyo formado por personas a las que tampoco les convencía el ubicuo pensamiento positivo: Barbara Held, Jim Coyne, Micki McGee, Heather Love, Richard P. Sloan y, en los últimos tiempos, Karen Cerulo. Hablamos largo y tendido por teléfono, por correo electrónico y en nuestro divertidísimo “almuerzo negativo” anual, y les doy las gracias a todos ellos por compartir conmigo sus ideas y por tenerme al día, sobre todo a Barbara Held y a Jim Coyne, que invirtieron su tiempo en leer y comentarme las primeras versiones de los capítulos.

Si hubiera vivido lo suficiente, el historiador Donald Meyer hubiera sido un miembro perfecto que añadir al grupo anterior. He regresado una y otra vez a su magnífico libro *Los pensadores positivos* mientras trabajaba en el mío.

Hay otras personas a las que convencí, no siempre de buenos modos, para que leyeran y comentaran capítulos; entre ellos, Bob Richardson, Ben Ehrenreich, Robert Orsi, Steve Eisman, Gary Long y el encantador Eric Dezenhall. También les doy las gracias a los muchos que dedicaron su tiempo a charlar o a mantener correspondencia conmigo mientras avanzaba el libro; entre ellos, a Catherine Albanese, Rosa Brooks, James Champy, David Collins, Aine Donovan, Marla Frederick, Carol Graham, Jonathan Haidt, Arlie Hochschild, Robert Jackall, Janet McIntosh, Helen Meldrum, Tom Morris, Nomi Prins, Ashley Pinnington, Vickie Sullivan, Howard Tennen y Neil Weinstein. Sanho Tree y Tim Townsend me contaron sus hallazgos sobre la Fundación Templeton; Diana Alexander me prestó su inapreciable apoyo en diversas fases de la escritura.

Para este libro, Kris Dahl ha sido más que una agente literaria: ha sido una fuente de contactos y de ideas importantes. Me siento en deuda con Riva Hochoyman, que me hizo sugerencias muy pertinentes, y con Roslyn Schloss, que realizó la

corrección y edición con mano experta. Y no sé ni cómo darle las gracias a mi editora, Sara Bershtel, cuya calidad humana y cuya lógica más afilada que un láser permean cada renglón de este libro.