

Sonríe o Muere. La Trampa del Pensamiento Positivo (2012, 2º edición), de Barbara Ehrenreich.
Editorial Turner, 271 páginas

Mónica de Celis
Ámbito privado, España



Barbara Ehrenreich, periodista *free-lance* y autora de más de una decena de libros, algunos de los cuales ofrecen una acerada crítica de los fundamentos ideológicos de la sociedad estadounidense, se adentra en este libro, publicado originalmente en 2009, y editado en español en 2011 (con reedición en 2012), en el universo del pensamiento positivo. No nos encontramos ante un texto de psicología, sino frente a un ensayo que trata de dar cuenta de cómo el pensamiento positivo, movimiento originalmente filosófico-religioso, ha ido impregnando diversos ámbitos de realidad: los de la salud, la empresa, las finanzas y, por supuesto, el de la psicología, dando lugar en este caso a la psicología positiva, enfoque que en los últimos años se extiende en el campo de la clínica y aspira a consolidarse en el ámbito académico.

La descripción del estado de la cuestión que Ehrenreich realiza es extensa y elocuente, aderezada con una ironía que ayuda al lector a no dejarse aplastar por el panorama abrumador que dibuja: el de la felicidad como deber.

En el primer capítulo del libro, *Sonríe o muere. El lado bueno del cáncer*, la autora nos hace acompañarla al momento en que se enfrenta a un inesperado diagnóstico de cáncer de mama. Tras la biopsia ha de someterse

a cirugía, radioterapia y quimioterapia, con unos efectos secundarios a veces difíciles de soportar. Como muchas personas en su misma situación, Ehrenreich busca en las redes de apoyo un espacio donde poder compartir su experiencia, su malestar y sus dudas. Pero pronto se encuentra con la imposibilidad de poner en común los sentimientos negativos acerca del proceso. Lo que prevalece en los foros a los que recurre es un discurso de forzado optimismo basado en la convicción de que sólo una actitud positiva permitirá enfrentar y superar la enfermedad, convertirse en una “superviviente” (p.33). Los sentimientos asociados a la ira y a la tristeza son considerados obstáculos para la recuperación, cuando no posibles favorecedores de un curso negativo. Pero eso no es todo, intentando transformar la vulnerabilidad en fortaleza, el hecho de padecer un cáncer se llega en algunos casos a considerar un “don” (p.36), la oportunidad de convertirse en una persona mejor, un regalo de la vida que te permitirá apreciarla y disfrutarla más. Los libros de autoayuda dan cuenta de esta resignificación del cán-

cer que deviene de amenaza en oportunidad, como nos muestra a modo de ejemplo el título de uno de ellos: *El regalo del cáncer: Una llamada al despertar [The Gift of Cancer: A Call to Awakening]*.

Ehrenreich trata de entender en qué se basan estas creencias tan arraigadas en la conexión entre ánimo positivo y supervivencia al cáncer, y se encuentra con que existe la convicción de que hay estudios científicos que avalarían de manera inequívoca esta conexión. Sin embargo, en una lectura crítica, encuentra que los estudios que a finales de los 80 establecieron una relación entre la intervención psicoterapéutica grupal y la supervivencia en pacientes con cáncer de mama, y que se han utilizado profusamente como evidencia de la relación entre ánimo positivo y supervivencia, han sido cuestionados por estudios recientes (alguno de ellos dirigido por el autor de las primeras investigaciones, el psiquiatra David Spiegel), lo que supone que al menos la evidencia es contradictoria y que sería necesaria más investigación al respecto. Es importante notar que no se pone en cuestión que la participación en grupos de apoyo o la intervención psicoterapéutica aporte grandes beneficios a estas pacientes, y tenga un impacto favorable en su calidad de vida. Lo que habría que someter a crítica es que esta mejoría subjetiva afecte al curso del cáncer de mama de manera objetivable. Y que se considere probado que esta relación está mediada por un supuesto fortalecimiento del sistema inmunológico. Ehrenreich, con una licenciatura en biología celular, se siente cómoda para cuestionar las imágenes de un sistema inmunológico a modo de gran ejército luchando contra el cáncer, las “visualizaciones” (p.48) de las heroicas defensas peleando contra el enemigo. Puesto que la amenaza del cáncer es una amenaza interna, y el sistema inmunológico “está diseñado para detectar invasiones externas” (p.47) y ya que parece que investigaciones de los últimos años apuntan a que “el sistema inmunológico funciona como una espada de doble filo (...) Unas veces promueve el cáncer y otras lo dificulta” (p.48).

Se podría argumentar que, en cualquier caso, este tipo de intervención que favorece el pensamiento positivo, sea través de grupos de apoyo o de una intervención psicoterapéutica sistematizada, en el peor de los casos podría ser inocuo, pero Barbara Ehrenreich no es de ese parecer. Porque, argumenta, cuando las cosas van mal, y el cáncer se resiste al tratamiento, o progresa, la paciente solo puede culparse a sí misma por no estar siendo lo suficientemente positiva, de manera que se favorece un proceso de “culpabilización de la víctima” (p.52).

A partir de este encontronazo tan dramático con el poder del pensamiento positivo, la autora nos conduce a través del panorama cultural estadounidense, donde el pensamiento positivo se ha ido convirtiendo en una especie de religión laica.

En el siguiente capítulo, *Los años del pensamiento mágico*, Ehrenreich nos muestra los rasgos predominantes de este pensamiento, que empieza a investigar fuera de “la cultura del lacito rosa del cáncer de mama” (p.55) y encuentra en seminarios de motivación para desempleados, en grupos que siguen el “enfoque positivo de la pérdida de peso” (p.56), en páginas *web* para encontrar pareja, en los cientos de libros de autoayuda que orientan acerca de cómo ganar dinero y tener éxito en la vida, o en la floreciente industria del *coaching*.

Las negras raíces del optimismo estadounidense, el capítulo tercero del libro, traza los orígenes de esta tendencia, que derivaría de una reacción en la primera mitad del siglo XIX frente al calvinismo originario de los pioneros, que Ehrenreich define como una “depresión obligatoria” (p.91). La cultura religiosa norteamericana de estos años, influenciada por el pensamiento del filósofo Ralph Waldo Emerson, deriva en una corriente llamada Nuevo Pensamiento que postula un Dios amoroso y sitúa al hombre en su espiritualidad como participante de una “Mente Única” (p.97). En la segunda mitad del siglo se fundaría una nueva religión, la Ciencia Cristiana, que sostenía que no existía el mundo material, sino que no había más que “Pensamiento, Mente, Espíritu, Divinidad, Amor” (p.105). Desde ella la enfermedad se entendía como una ilusión negativa, y se postulaba que el Nuevo Pensamiento tenía, por ello, aplicaciones terapéuticas. Entre los seguidores de esta tendencia, se encontraría William James, el “primer psicólogo estadounidense, que era además un verdadero científico” (p.106) que a pesar de mostrarse escéptico en cuanto a sus bases teóricas y reacio a su literatura, consideraba pragmáticamente que el Nuevo Pensamiento “funcionaba”.

Así entra el Nuevo Pensamiento, que habría de tornarse en la corriente del pensamiento positivo, en el siglo XX, con el aval de James y Emerson, aparentemente como solución al sufrimiento que la exigencia del calvi-

nismo habría causado en las gentes. Pero “si una de las mejores cosas que se pueden decir del pensamiento positivo –concluye Ehrenreich- 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” (p.108).

En el capítulo cuarto, *Motivar el negocio y el negocio de la motivación*, Ehrenreich nos describe la industria de la “motivación” (p.119), ya sea en forma de libro de autoayuda, de entrenador personal o *coach* o de “seminario” motivacional, industria que abastece no sólo al consumidor individual sino, sobre todo, a las grandes empresas, que según la autora, la utilizan como forma de influir y controlar a sus trabajadores. La idea, ahora obsoleta, de que la empresa se gestionaría racionalmente, habría sido sustituida por una “cultura corporativista espiritual” (p.137), donde la realidad se considera un “subproducto de la conciencia humana”. En época de reestructuraciones y recortes de personal, se transmite a los trabajadores que todo depende de ellos, que son los responsables de su situación y que un despido o un recorte salarial puede ser una gran oportunidad para trabajar más duro y superar la negatividad haciendo nuevos esfuerzos.

En *Dios quiere que seas rico*, sexto capítulo del libro, nos encontramos una nueva versión de los mismos temas, ahora aplicados al fenómeno de los predicadores y la gestión de la iglesia como una empresa, con el concomitante uso de las técnicas motivacionales para inducir a creer a los feligreses en que de su fe y confianza se derivan automática y mágicamente la prosperidad no sólo espiritual, sino sobre todo económica.

Llegados al capítulo sexto, *Psicología positiva: la ciencia de la felicidad*, la autora se centra en la influencia del pensamiento positivo sobre la psicología académica, haciendo una dura crítica de la figura más representativa de este enfoque, Martin Seligman. Desde el nombramiento de Seligman como presidente de la APA en 1997, el pensamiento positivo habría empezado a “cotizar” (p. 177) en el mundo académico estadounidense, donde con anterioridad no había sido tomado en serio, sino más bien considerado una suerte de charlatanería. A partir de ese momento aparecen muchos trabajos científicos que relacionan el optimismo y la felicidad con la salud y el trabajo, y que son recibidos con entusiasmo en los medios de comunicación y utilizados por conferenciantes y profesionales del *coaching* como base científica para explicar el vínculo entre el pensamiento positivo y el éxito.

Por supuesto que los psicólogos positivos se distancian de las versiones más populares del pensamiento positivo, aduciendo que lo suyo se trataría de “ciencia” (p.178) y no de creencias, pero en la práctica se habrían apuntado al negocio del *coaching* y al asesoramiento de empresas para mejorar la motivación de la plantilla. En opinión de la autora, el pensamiento positivo llega al mundo académico de la psicología en un momento en que viene a resolver un problema de la profesión: a partir de los años 80 se habían empezado a usar de manera extendida los antidepressivos y las compañías de seguros y de sanidad privadas estaban dejando de cubrir las terapias largas basadas en lo verbal. En este contexto, muchos psicólogos clínicos abandonan la psicoterapia tradicional para dedicarse al *coaching*.

Queriendo acercarse un poco más a ese mundo, Ehrenreich decide entrevistar a Martin Seligman, recordándonos sus interesantes y controvertidos trabajos sobre el paradigma de la indefesión aprendida allá por los años 70. La semblanza que hace la autora de su libro fundador de la psicología positiva, *La auténtica felicidad*, es demoledora: “un compendio de anécdotas (...), 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” (p.184). Una de las “afirmaciones pseudocientíficas más irritantes del libro” (p.188) es la “ecuación de la felicidad”: $H = S + C + A$, donde H (felicidad) es la suma de S (situación de partida, genéticamente determinada, que aportaría un peso del 50%), C (circunstancias de la vida, un 10%) y A (factores bajo control voluntario, el 40%). La autora considera que una cosa es que la “felicidad” sea planteable como una función “por determinar” de nuestra disposición innata, nuestras circunstancias y los esfuerzos

que hagamos por sobrellevar o mejorar la situación, pero que expresar esto “como una ecuación bordea el ridículo”.

El pensamiento positivo en su versión aplicada a la psicología afirma que la felicidad, entendida como optimismo y las emociones concomitantes, tiene una relación de causalidad con la salud y el éxito. En cuanto al éxito, en lo que se refiere al campo laboral, la autora postula la existencia de un sesgo de tipo ideológico que hace que, efectivamente, a los trabajadores más “positivos (...) sí parece irles mejor en el trabajo” (p.191). Centrándose en el tema de la salud, mientras que en el caso del cáncer, como se ha señalado anteriormente, la relación entre actitud y supervivencia es cuestionable, en relación a otras enfermedades o dolencias existen muchos estudios que muestran que los optimistas tendrían mejor salud. ¿O será – se plantea- que los que tienen mejor salud se muestran más optimistas? Los estudios longitudinales que suelen ser referencia en el campo son, en opinión de la autora, sugerentes pero no aportan nada definitivo. Ni siquiera en relación a otras conexiones que a la autora le parecen más plausibles, como la presunta entre cardiopatía y estado emocional, llega a dejarse convencer del todo, y esto debido a la existencia de otras investigaciones que no encuentran las mismas relaciones o incluso encuentran las opuestas. En este sentido señala el importante sesgo en la publicación y difusión de los resultados que afirman que las emociones positivas influyen favorablemente en la salud. Los medios desestiman los “no hallazgos” (p.196), por lo que la divulgación tiende hacerse de aquellas investigaciones que sí muestran la relación, en muchos casos interpretando las correlaciones como efectos causales. Por último, Ehrenreich introduce una nueva sombra sobre las bases científicas de la psicología positiva denunciando el apoyo de sectores ultraconservadores al desarrollo del pensamiento positivo y a la investigación que lo sustentaría.

En los últimos capítulos, *Cómo el pensamiento positivo destruyó la economía y Hacia el pensamiento post-positivo*, Ehrenreich acusa a la tendencia estadounidense al optimismo infundado de haber contribuido de manera clara a la crisis económica. Resulta como poco chocante que “nadie, ni economista ni no economista, [predijera] el colapso financiero (...) Los optimistas profesionales dominaban el mundo de las predicciones económicas” (p.217). El caso de la burbuja inmobiliaria en EEUU, donde los precios subían sin parar y se afirmaba con convicción que nunca podrían bajar, sirviendo esa vivienda sobrevalorada como aval de créditos al consumo, nos resulta dolorosamente cercano a los lectores españoles. En contra de la culpabilización del crédulo ciudadano, Ehrenreich señala que la responsabilidad esencial recae sobre ese “alguien [que estaba] 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 (la cursiva es de la autora)”. *Alguien* que, si aplicamos la interpretación más benévola, estaba también cegado por su propia fe en el capitalismo fundamentalista, que Ehrenreich define como “el pensamiento positivo huyendo hacia delante” (p.230).

Como antídoto la autora propone un pensamiento crítico y por tanto necesariamente escéptico, que nos permita ver, entender y enfrentar los problemas reales que tenemos delante. Y una apuesta por escapar del “viaje interior” y ponerse a trabajar para mejorar el mundo real, en la convicción de que aunque tal vez no logremos arreglar del todo las cosas, en esa búsqueda hacia lo que podríamos llamar felicidad “podemos pasarlo muy bien mientras lo intentamos” (p. 249).