



SILVIO WAISBORD

# EL IMPERIO DE LA UTOPIÍA

MITOS Y REALIDADES  
DE LA SOCIEDAD ESTADOUNIDENSE

**PENÍNSULA**

# El imperio de la utopía

Mitos y realidades de la sociedad norteamericana

Silvio Waisbord

© Silvio Waisbord, 2020

Queda rigurosamente prohibida sin autorización por escrito del editor cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra, que será sometida a las sanciones establecidas por la ley. Pueden dirigirse a Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos, [www.cedro.org](http://www.cedro.org)) si necesitan fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra ([www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com); 91 702 19 70 / 93 272 04 47).  
Todos los derechos reservados.

Primera edición: octubre de 2020

© de esta edición: Edicions 62, S.A., 2020  
Ediciones Península,  
Diagonal 662-664  
08034 Barcelona  
[edicionespensula@planeta.es](mailto:edicionespensula@planeta.es)  
[www.edicionespensula.com](http://www.edicionespensula.com)

REALIZACIÓN PLANETA - fotocomposición  
DEPÓSITO LEGAL: B. 15.784-2020  
ISBN: 978-84-9942-920-5

# ÍNDICE

PRÓLOGO	13
1. LA MARCHA PRÓSPERA DEL OPTIMISMO	27
¿Qué es el optimismo?	30
La triste realidad del optimismo	37
Optimismo individual	42
La promesa de la felicidad	45
De sueños y pesadillas	51
Optimismo de exportación	54
El sueño que no muere	57
Mañana será un día mejor	62
2. EL TRIUNFO DEL YO	67
Los significados del individualismo	71
Orígenes del individualismo	73
La mano visible del Estado	81
El contrapeso al individualismo	84
El individualismo expresivo	90
El individualismo como nihilismo	94
3. SOLOS EN LA MUCHEDUMBRE	99
El pecado original	107

Presuntas causas de la soledad	112
¡Viva la soledad!	114
La sociabilidad de ser <i>nice</i>	119
Curas ilusorias para la soledad	127
La soledad digital	129
4. ARMAS, LA CURA NACIONAL	135
Un pasado violento	137
El presente de la violencia	145
La devoción por las armas	152
La naturalización de la violencia	162
5. FE, RAZÓN Y FANTASÍA	169
La sociedad de la ciencia	169
Paradojas en el país de las fantasías	178
La libertad de creer	184
Las expresiones contemporáneas del irracionalismo	198
Pensamiento mágico contra científicismo	209
6. UNA NACIÓN DE NACIONES	213
Inmigración y racismo	232
La doble conciencia	242
7. EL ABISMO ENTRE RICOS Y POBRES	251
El fin del excepcionalismo	255
Burbujas sociales	263
Ilusiones y ofuscaciones	266
Individualismo y soluciones políticas	272
8. LA ESENCIA ESTADOUNIDENSE	281
Buscando «América»	281
La esencialidad americana	290
Trabajar y consumir	293

«América» como idea	301
El nacionalismo excepcional	306
Los significados del excepcionalismo	311
¿Quién define la «americanidad»?	315
EPÍLOGO. La expresión de lo distinto	323
AGRADECIMIENTOS	333

## LA MARCHA PRÓSPERA DEL OPTIMISMO

Es fácil encontrar señales del optimismo estadounidense. Se trasluce en la amabilidad cotidiana: las sonrisas francas de los vecinos al pasar, los sonoros «buen día» y «hola» de los colegas de trabajo, la buena disposición de los empleados de supermercado y tiendas. Sonreír, sonreír y sonreír es el mandato fundamental del *management* de la atención al cliente. Mi banco anuncia con enormes carteles que siempre me recibirán con una sonrisa y que el servicio es sorprendentemente humano. Pareciera que la sonrisa es la respuesta a la incógnita: «¿Qué es ser humano?». Es el pasaporte diario a una mejor vida y la forma de evitar el ostracismo social. La preocupación por la salud dental, aunque sea obtenida a menor precio en incursiones en México o Canadá, está ligada a la necesidad de tener amplias y blancas sonrisas. La compañía Kodak fue quien insistió, en su publicidad temprana, en sonreír y presentarse como personas felices que lo están pasando de maravilla. Esta es la razón que explica por qué las personas tienden a sonreír más en las fotos del siglo xx que en el pasado.

Estados Unidos se tomó en serio la sentencia de Thomas Jefferson de que la búsqueda de la felicidad es el principio rector de la vida. El optimismo es la utopía maestra. Si bien para Jefferson la frase aludió a la riqueza como sinónimo de felici-

dad, quedó como estandarte que define el horizonte de la vida estadounidense.

Tal convicción desconoce lo que en otras sociedades se considera el carácter trágico de la condición humana, premisa ignota en la sociedad estadounidense. La prioridad es la felicidad, así que la gente está feliz de ayudar o de atender a otra persona, se pregunta si están contentos o si lo están pasando bien. «No te preocupes, sé feliz» es el estribillo de un éxito musical que se convirtió en mantra nacional a finales de los ochenta y describe inmejorablemente la visión central de la «norteamericanidad» frente a la vida. El *pathos* no tiene lugar en la sociedad de la eterna promesa de superación personal, convencida de que el futuro siempre será mejor que el presente. Decir la «angustia estadounidense» es una frase discordante, como «Centro Metallica para la Meditación Trascendental» o la «duda fascista».

El optimismo es una «estructura de sentimiento», un elemento afectivo central en una sociedad que actúa como filtro para entender cuestiones fundamentales, como dijera Raymond Williams. No es casualidad que el país haya sido la cuna de un abanico de filosofías de la felicidad en su corta vida. Produjo la economía de la felicidad y la psicología positiva. Es el país donde médicos recomiendan el pensamiento positivo para obtener mejor salud, los asesores financieros deslumbran con promesas de riquezas a sus clientes y los directores de empresas destellan entusiasmo feliz en sus presentaciones públicas. Es la fábrica constante de sueños fílmicos de finales felices. Es la industria que promete un futuro venturoso para el mundo en el camino seguro hacia el paroxismo de la felicidad.

Las encuestas suelen mostrar una alta proporción de estadounidenses que piensan que tienen un buen día. Las cifras son particularmente altas comparadas con otros países. A pesar de los sube y baja económicos y la profundización de las



desigualdades sociales, el espíritu de felicidad se mantiene como rasgo definitorio, aun cuando las oportunidades de acceder a un porvenir próspero no están distribuidas equitativamente. Hay cierto fundamentalismo del optimismo que llama la atención y hasta incomoda a quienes no están acostumbrados a la abierta expresión de tanta alegría e ilusión por el futuro. En su crónica sobre Estados Unidos, Simone de Beauvoir describe cómo estaba rodeada de sonrisas en las calles, el metro, los quioscos, las farmacias, los carteles de publicidad. El efecto «pasta dentífrica» une a la nación más fuertemente que cualquier valor moral, observó Jean Baudrillard; el efecto de la eterna sonrisa que comunica el vacío, la ausencia de algo que decir, la indiferencia hacia otros... En sus palabras: «los americanos no tienen identidad, pero tienen dientes maravillosos».

Tales ejemplos reflejan no solamente las expectativas de buenas maneras que se lee en el diario cotidiano, sino que también simbolizan la noción de que hay que ser optimista y transmitir optimismo. Estas no son simples maniobras pergeñadas por los entrenadores personales ni las palabras de los mentores o los consejos familiares. Son parte del tejido social de una sociedad donde el optimismo y la sonrisa como símbolos inequívocos son causa común, bandera alzada y derrotero a seguir.

Asimismo, la estadounidense es una sociedad constantemente sometida a discusiones sobre el optimismo. Se discute a menudo si Wall Street es optimista (su humor fluctúa con enorme frecuencia durante el mismo día y se mide minuto a minuto), si los consumidores son optimistas, si los políticos irradian suficiente optimismo, si los presidentes de grandes empresas ofrecen un panorama optimista. El optimismo es como el tiempo: aquello sobre lo que se habla constantemente, un tema válido e inevitable de conversación. Y del mismo modo que se hace con el tiempo, no faltan los informes me-

teorológicos sobre el clima de optimismo. Hay un fundamentalismo del optimismo imperceptible que recorre la vida cotidiana.

### ¿QUÉ ES EL OPTIMISMO?

El optimismo es la confianza en que el futuro es mejor que el presente y el pasado. En que no se debe pensar en la derrota o el fracaso. En que cualquier problema venidero será resuelto. En que un mundo mejor es posible. En que uno finalmente saldrá adelante. Esta confianza se basa en la idea de que, pase lo que pase, el futuro será mejor y de que no existe ningún motivo de enorme preocupación. El optimismo asume el deseo de la mejoría individual y colectiva y de que la felicidad es un bien al alcance de cualquiera.

El optimismo eterno se funde con la idea pragmática de que todo se puede hacer y se debe hacer y con la constante visión puesta en el futuro. Como señalara Saul Bellow, Estados Unidos es «la tierra del presente orientada hacia el futuro». Hay una fijación con el futuro y, en consecuencia, el pasado se considera un desecho y el presente se piensa en términos de proyección hacia adelante.

«Tenemos el poder de comenzar el mundo», observó Thomas Paine al inicio de la lucha por la independencia de Estados Unidos. «Somos americanos. Saldremos de esto», afirman con absoluta confianza residentes de barrios destrozados por fenómenos naturales —huracanes en Florida y Luisiana, tornados en Kansas y Oklahoma, incendios en Oregón y California— en medio del dolor. Enfrentados a un panorama laboral sombrío, con pocas expectativas de conseguir un empleo con un salario digno, los estudiantes universitarios rara vez se quejan, pierden su entusiasmo o caen en reflexiones

profundas sobre su vida o el futuro del país. Piensan que les aguarda un futuro pródigo. No hay tiempo —ni necesidad— para las deliberaciones, la reflexividad, las ansiedades o las contemplaciones sobre el propósito de la vida más allá de la generalizada búsqueda de la felicidad, aun cuando el presente plantea enormes dificultades y desafíos. La felicidad «es el momento antes de que necesites más felicidad», sentenció Don Draper, el personaje central de la serie *Mad Men*.

«La felicidad es pasajera. Se escurre como el agua entre las manos», como observara el cineasta Michelangelo Antonioni. Es temporal, nunca se materializa completamente. Lo que nos hizo felices en el pasado no necesariamente es fuente de felicidad presente. La felicidad que nos dieran unos cálidos momentos familiares, unas excepcionales comidas o unos triunfos deportivos es solo un recuerdo. Y estos recuerdos no son suficiente para ser felices ahora. De ahí que la felicidad como horizonte seguro deba ser constantemente alimentada. Es un eterno norte cotidiano que seguir y la ambición diaria cuando se postula como derrotero social en la sociedad estadounidense.

De ahí que la duda y el escepticismo sean actitudes que bordean el antipatriotismo, ya que cuestionan valores centrales que aglutinan una sociedad de enormes diferencias. Titubear sobre el optimismo es como dudar de la bandera nacional. El optimismo asume que todo se puede hacer y que obsesionarse con cualquier obstáculo que se interponga o derribe las ilusiones de progreso es «antiamericano». Todo es superable. Todo problema tiene solución. La mala noticia solo es el comienzo de un recorrido venturoso.

Quien diga lo contrario evidentemente no leyó el manual que indica que la prosperidad, la abundancia y la felicidad no tienen fecha de caducidad. Desde los libros de autoayuda, que ofrecen consejos rebosantes de posibilismo para superar difi-

cultades en el trabajo o el matrimonio, hasta los tratamientos para gente que padece de adicciones se celebra permanentemente la felicidad y la llegada de mejores tiempos que están por venir. La mejoría está a la vuelta de la esquina, sin importar el pasado o el presente, el sufrimiento o las desgracias propias o ajenas.

Si lo que hace posible la felicidad es, como dijera Nietzsche, el padre del nihilismo moderno, «la capacidad de sentir de manera no histórica», la cultura norteamericana refleja el convencimiento de que es posible ignorar los problemas y alcanzar la dicha. El optimismo implica entender la posibilidad de felicidad pese a una realidad adversa, en el «país del futuro» que mira al futuro, donde no hay espacio para el pasado ni para admitir las dificultades del presente. Siempre se puede hacer borrón y cuenta nueva y regenerarse, reinventarse, encontrar otras formas para conseguir la prosperidad. Como asevera triunfalmente la canción *Happy* de Pharrell Williams, «aplaude si sientes que la felicidad es la verdad». Pocas frases resumen tan brevemente la filosofía del optimismo como guía permanente y omnipresente.

No hay lugar o institución inmune al desbordante optimismo. Hay *happy hours* en bares y restaurantes. *Friday* es el día dedicado a la diversión. McDonald's ofrece el Happy Meal. Otras marcas líderes en Estados Unidos como Coca-Cola, Google, Johnnie Walker, Pampers, Starbucks y Target aspiran a generar en los consumidores un estado de regocijo y a estampar una gran sonrisa en sus caras. En restaurantes de comida rápida, la gente aguarda pacientemente en fila bajo un cartel que reza «Aquí comienza la diversión». De manera regular, la publicidad nos recuerda el mundo inmejorable que nos aguarda con el consumo. Cualquier pena puede ser superada con la ayuda de soluciones de fácil acceso. De este modo, la palabra *shopping* (comprar) encarna la mercantilización de la

alegría, el atajo hacia la felicidad y el pasaje a la satisfacción con un puñado de dólares (ya sean de papel, plástico o digitales).

Por otra parte, en las campañas electorales, el futuro se pinta como un tesoro de enormes oportunidades. En una larga lista histórica de eslóganes efusivos, el «*Yes We Can*» («Sí, podemos») de Barack Obama y el «*Make America Great Again*» («Hacer América grande otra vez») de Donald Trump son ejemplos visibles del optimismo latente, que rápidamente brota a la superficie, en medio de promesas plenas de sonrisas y expectativas. Estas consignas capitalizan una reserva inagotable de determinación absoluta que confía en el futuro brillante, a pesar de que la realidad sea dura, gris, agotadora. Incluso aquellos desilusionados con la vida y el país continúan siendo optimistas: no se dan por vencidos, siguen abrazando la ilusión de que vendrán tiempos mejores y no abandonan la esperanza.

No es casualidad que la icónica imagen de la cara sonriente o *smiley* fuera creada por un publicista estadounidense. Originalmente, fue parte de una campaña para levantar el ánimo a empleados de una compañía de seguros decaídos y apesadumbrados debido a los despidos y a la incertidumbre sobre su futuro. Fiel al principio de que los problemas de trabajo, seguridad y salarios pueden ser superados con recetas psicológicas más que con mejores sueldos o seguridad laboral, la empresa decidió levantar el ánimo de sus empleados desparramando imágenes sonrientes. Así se daba una inyección de «norteamericanidad» al personal. Nunca quedó claro si la imagen cumplió su objetivo, pero se convirtió en un símbolo global de la inconfundible actitud positiva frente a la vida típica de Estados Unidos.

Tal estrategia perversa —el optimismo frente a los despidos— se convirtió en el arma empresarial favorita. El argumento de que las malas noticias son una oportunidad para crecer se

transformó en un mantra corporativo inspirado en el espiritua-  
lismo de filosofías y religiones orientales. Las empresas suelen  
obsequiar libros a sus empleados que mezclan libremente la  
autoayuda, el *coaching* y el *management* con la idea de que la vida  
es cambio. Se incentiva a los empleados a aceptar la realidad de  
que el trabajo es precario e incierto y a prepararse para vivir una  
vida con inseguridad laboral. El capitalismo tritura la esperanza  
y causa ansiedad, pero se recomienda mantener la cabeza ergui-  
da y no perder el optimismo (algo que parece resultar especial-  
mente sencillo para quienes escriben libros que se distribuyen  
de forma masiva en empresas).

El optimismo es central en los libros de autoayuda, género  
literario —cuyo pionero fue un escocés apropiadamente lla-  
mado Samuel Smiles— que se ha convertido en una miniin-  
dustria y que dispone de secciones bien nutridas en cualquier  
librería. El optimismo es la piedra angular de la autoayuda,  
que apela a tener una mirada positiva, a fortalecer la intelligen-  
cia emocional y a orientarse hacia soluciones. Este género for-  
ma parte de la industria de la automejora, que maneja alrede-  
dor de 10.000 millones de dólares anuales, cifra comparable a  
la de la industria de la marihuana legal y que solo está unos  
peldaños por debajo de la de armas pequeñas. La automejora  
obtiene sus ganancias con la venta de libros en diferentes for-  
matos, cursos, universidades con reputación dudosa y aplica-  
ciones en teléfonos inteligentes.

El éxito de la industria de la felicidad es impensable sin una  
buena dosis de optimismo social. Es el capital más seguro. Los  
pesimistas no creen que puedan mejorarse. Los optimistas  
creen que es posible. En un país de gente triste y melancólica  
afecta a escuchar música romántica, la industria de la autoayu-  
da tendría un notable mercado potencial para extender la ilu-  
sión de la sonrisa, pero quizás le faltaría la base cultural que  
sostiene que el mejoramiento es posible y deseable. Vender

optimismo es más redituable en una sociedad de optimistas que en una sociedad de pesimistas o de gente convencida de que la vida es una tragedia. En sociedades donde se asume que la ausencia de felicidad es inevitable, un rasgo esencial de la vida como la incertidumbre, la transitoriedad, la muerte y la injusticia, vender recetas infalibles para ser feliz es un desafío mayor.

Parte de la industria de la felicidad es la filosofía del *coaching* como enfoque y práctica tanto en la vida personal como en la empresarial. Según cálculos recientes, esta filosofía tuvo una expansión notable a nivel mundial en las últimas décadas. El discurso motivacional que circula en sesiones personales y públicas capitaliza la reserva inacabable de optimismo nacional mediante docenas de latiguillos, viejos y nuevos, que refuerzan la idea de la mejora a través de pensamientos positivos, la fe en el éxito, la esperanza y la confianza. Estos elementos forman el cóctel de la promesa inagotable; el imán que atrae éxito, oportunidades, personas con buena energía, trabajo, dinero. Es, en suma, un cóctel multiplicador de la felicidad.

El *coaching* predica la filosofía de vida que recomienda pequeñas acciones cotidianas que producen chispas de pensamiento positivo. Pregona las virtudes de acciones cotidianas, como hablar con extraños en el supermercado o en el transporte público y felicitarlos por el color de la corbata o los zapatos. Se trata de conexiones sociales de bajo coste y bajo compromiso que provocan una inyección de dopamina, dibujan una sonrisa e iluminan con felicidad cortoplacista el día a día.

La industria del optimismo tiene parentesco con la versión del evangelismo de la prosperidad económica, la denominada teología de la prosperidad, con sus predicadores millonarios y aspirantes a ricos que recitan el góspel de la riqueza. Es pariente del optimismo incansable de asesores financieros que

siempre prometen excelentes recompensas a largo plazo en virtud de la historia del mercado bursátil del país. El evangelismo de la prosperidad está ligado a la corriente médica de promover pensamientos positivos que supuestamente contribuyen a una mejor salud. Esta creencia de raíz cristiana tuvo su encarnación en personas como Norman Peale, pastor metodista y autor del libro *El poder del pensamiento positivo*, un éxito de ventas mayúsculo publicado en 1952. La recomendación era simple: la felicidad consiste en ser dueño de tu propio destino y estar convencido de la infinita autocreación. Cualquier persona con la actitud correcta frente a la vida puede ser un triunfador.

Se puede argumentar, con justificada razón, que ser optimista es un mito, un espejismo basado en ambiciones irreales, una ilusión perpetrada por intereses que apelan a la ilusión de la mejoría para ganar votos, aumentar ventas, recibir donaciones y obtener ventajas a costa de otros. El optimismo puede estar distribuido igualitariamente, como muestran estudios y encuestas de opinión pública, pero tal información pasa por alto el hecho de que las oportunidades de un mejor porvenir sean desiguales y de que persistan enormes diferencias sociales. Es otra forma del sueño americano que imagina un futuro venturoso para absolutamente todos, ignorando las disparidades que sugieren que los mejores tiempos por venir no están igualmente distribuidos.

La confianza está sostenida en la idea del sueño americano de convertirse, en el futuro, en un país aún mejor que el actual. Como observaba el siempre mordaz Terry Eagleton, los estadounidenses utilizan la palabra «sueño» más asiduamente que los freudianos o las empresas de colchones. Estados Unidos es un sueño permanente, la convicción de que el país es mejor que cualquier otro, la satisfacción presumida de pensar que la vida es más confortable que en el resto del mundo, por más



que el conocimiento que se tenga sea mínimo, limitado y distorsionado.

### LA TRISTE REALIDAD DEL OPTIMISMO

Como identidad, visión y actitud, el optimismo es tangible y concreto. No es puramente una ilusión, sino que se trata de una ilusión hecha realidad. No es solo propaganda repetida sin cesar o el resultado de un gran lavado de cerebro colectivo, perpetrado por el poder para seducir con optimismo mientras oculta de forma páfida la realidad sombría del presente y los malos tiempos del futuro. No es solamente algo que uno lee en libros o que le cuentan sobre el pasado. Considerando la relativa ausencia de caras largas y miradas penosas, amigos míos me suelen preguntar si, en efecto, los estadounidenses son felices y optimistas tal como parecen. La respuesta es afirmativa. El optimismo no tiene fin. Es un sentimiento común instalado en la sociedad estadounidense, aun cuando el país figura en el puesto decimonoveno en los *rankings* del Informe de Felicidad Mundial de las Naciones Unidas de 2019. Que los países escandinavos suelen encabezar estas estadísticas no parece causar mayor consternación en un país largamente desinteresado en el resto del mundo.

El optimismo cruza barreras sociales como las económicas, las raciales y las educativas. Que los ricos sean optimistas no llama la atención. Lo remarcable es el optimismo entre personas cuya situación actual es peor que la de sus padres y viven en condiciones en las que es difícil entrever mejores condiciones de vida, trabajo y salud.

Por supuesto, en oposición ferviente al burdo optimismo existe una larga tradición de pesimismo que muestra las zonas ciegas del mito del ser independiente y feliz con un próspero

futuro. Desde Herman Melville hasta Ralph Ellison, han llovido las críticas a la sociedad del optimismo y se ha puesto atención en la maldad, el salvajismo y las falsas ilusiones de la realidad. Según Melville, la vida es sufrimiento, una lucha constante con un propósito desconocido. Para Ellison, el optimismo es propiedad de hombres blancos y ricos de una sociedad que deshumaniza al resto.

Pero el pesimismo está rezagado, escondido en rincones de la sociedad. Es un sentimiento barrido debajo de la alfombra, como si fuera algo que las visitas no debieran ver. No es digno de medalla de honor ser escéptico, dudar sobre el porvenir o poner bajo sospecha la buenaventura venidera. Se considera directamente un ataque al alma estadounidense que sostiene el optimismo de forma blindada. Los pesimistas son sancionados informalmente: se los acusa de aguafiestas, de arruinadores del espíritu, de traer mala energía. Terribles insultos en el país de la confianza eterna en el futuro. Dudar del entusiasmo está visto como una expresión de que algo anda mal con la persona, como señal de depresión, de menosprecio personal, de dudas que deben ser superadas, de autoconfianza lastimada. En la política o en Wall Street, en las escuelas o en los lugares de trabajo, deben disfrazar sus dudas o rematar su pesimismo con un mensaje esperanzador. El pesimismo está limitado a ciertos lugares y a ciertas culturas, por lo que no es una opción legitimada en público.

Con todo, hay idas y venidas en el optimismo social. Sobre la base de una sólida confianza en el futuro, siempre han existido épocas de enorme confianza seguidas de otras más dudosas que, al poco, han sido arrolladas por nuevas olas de euforia. El optimismo fue declarado muerto o en estado de coma después de graves guerras, crisis y descontento social; sin embargo, parece reflotar contra los agoreros.

Ha habido momentos cumbres del optimismo estadouni-

dense: el desarrollo agrícola de 1820 que transformó la economía de un país en expansión territorial y abrió nuevos horizontes políticos; las últimas décadas del siglo XIX, con el notable desarrollo industrial acompañado de extraordinarios cambios sociales y políticos; tras la Segunda Guerra Mundial, con el triunfalismo militar y la emergencia de una sociedad con riquezas inigualables en el mundo moderno; los programas de la Gran Sociedad durante el Gobierno de Lyndon Johnson, con su paquete de mejoras en bienestar social que alimentaron la esperanza de resolver enormes deudas sociales; las expediciones Apolo, que fueron producto del espíritu posibilista y ambicioso de conquistar el espacio y de la estrategia militar en plena disputa con la Unión Soviética; el fin de la Guerra Fría en 1989, que certificó la victoria frente al comunismo y coronó al capitalismo como el mejor sistema económico y, por último, las burbujas inmobiliarias, con sus promesas de vivienda propia e inversiones con futuras cosechas.

También han existido periodos de dudas y abrupta caída del optimismo. La guerra civil estadounidense entre los estados del Norte y los del Sur —que tuvo lugar desde 1861 hasta 1865— reflejó profundas divisiones políticas, económicas y sociales. Hizo tambalear la unidad del país y que predominara el pesimismo sobre el futuro, especialmente en vista de la terrible destrucción que padeció el Sur secesionista. La guerra dejó tras de sí la trágica cifra de más de 750.000 muertos en más de doscientas batallas. «Murieron en cantidad, fueron enterrados en fosas comunes», escribe la historiadora Jill Lepore.

Otras etapas de pesimismo fueron las crisis financieras de 1929 y 2008, que dejaron al descubierto problemas económicos estructurales. Derrumbaron los sueños de riquezas infinitas y seguras cuando se evaporaron los ahorros e inversiones de millones de personas. Por otra parte, la derrota en Vietnam

derribó el mito de la invencibilidad militar y la superioridad geopolítica estadounidense en Asia. Asimismo, los atentados del 11 de septiembre de 2001 asestaron una estocada a la convicción de la seguridad eterna en territorio propio.

Pero más allá de temporales sacudidas, el optimismo vuelve al fin a asomar, superando dudas e incertidumbres. Vuelve a sellar la visión nacional sobre el presente y el futuro. Tantas veces el optimismo fue dado por muerto que los pronunciamientos sobre su declinación o muerte no suenan creíbles. Quedan sepultadas por las constantes olas de ilusiones y confianza y nuevas inyecciones de entusiasmo. En un territorio donde constantemente se declara que el optimismo define al país como una «gran nación», las dudas no duran mucho tiempo. No deben perdurar. Son melancolías pasajeras de glorias pasadas, sea cual sea el tinte: partidario o ideológico. Así como hay un pasado brillante, siempre hay un futuro promisorio. La idea de que no hay reto que no pueda ser enfrentado con éxito es invocada cada vez que alguien propone ideas ambiciosas: aterrizar en la Luna, construir una grandiosa red vial nacional, derrotar al nazismo y el comunismo, reconstruir países después de invadirlos militarmente... Una nación convencida de estas glorias por mérito propio jamás puede caer en un pozo de angustia y tristeza.

Sembrar dudas se considera casi una traición a la patria; es demostrar que no se comparte el rasgo esencial que define la visión del futuro estadounidense; es descreer de la idea rectora y poner piedras en el camino. Focalizarse en problemas es transmitir energía negativa. Encontrarse con vecinos, colegas de trabajo y transeúntes afligidos y preocupados es tan inusual como ver a un cantante gótico con una diáfana sonrisa. Por lo general, la gente exhibe confianza y tranquilidad. Quizás detrás de bambalinas expresan dudas, problemas y dolores, pero hacia afuera se debe transmitir estabilidad, ilusión, pasión y

confianza. Hacer alarde del buen estado de ánimo y destilar efervescencia con una amplia sonrisa es el llamado nacional, como si estuviéramos en un musical de Broadway. La confianza desbordante y la personalidad exuberante son esenciales; la duda y la introversión es de perdedores.

La idea de la presentación de la persona en la vida cotidiana desarrollada por el sociólogo Erving Goffman es clave para entender las expectativas de irradiar las sensaciones de optimismo, posibilidad, oportunidad y bienestar, tanto a nivel individual como institucional. En la vida pública, la puesta en escena individual requiere una personalidad activa, que muestre tener buena actitud, iniciativa y entusiasmo. Tal expectativa social de estar siempre entusiasmado con la vida, sembrando optimismo por doquier, se manifiesta en las expectativas sobre las apariciones públicas de cualquier persona en posición de autoridad, ya sea un alcalde, un director de empresa, un presidente de una asociación del barrio, un decano de universidad o un técnico deportivo. Más allá de los detalles de su trabajo, debe ser un *cheerleader*, como si fueran animadores de *shows* televisivos o los gimnastas que entretienen en los espectáculos deportivos. Debe ser un incansable motor de júbilo, de promesas, de energía y de pensamiento positivo. No hay lugar para la actitud reflexiva, el escepticismo o el tedio. Se espera que cumpla el rol de presentador carismático, portador insignia del espíritu optimista, incansable proveedor de buenas noticias y fuente eterna de entusiasmo. Debe iluminar con su presencia salas de reuniones y eventos, como si en efecto hubiera venido del futuro y sepa que solamente habrá buenas noticias.

Esta es la demanda tácita en la descripción de cualquier puesto de trabajo. Los anuncios de empleo buscan gente dinámica, con empuje y llena de energía. Ningún personaje de las obras de Beckett o Chéjov podría conseguir empleo. La cara

pública de una institución debe rebosar ilusión y pintar un futuro mejor. Cualquiera en roles públicos fácilmente se convierte en especialista en relaciones públicas: anuncia constantemente buenas noticias, mejoras, oportunidades y pone buena cara al mal tiempo. Los problemas u obstáculos se mencionan como cuestiones a superar, no como asuntos definitorios de una institución. No hay «problemas» sino, como se dice en la jerga empresarial, «puntos de dolor», remediables como cualquier dolor.

Como observara Phil Knight, fundador de Nike y autor de una exitosa autobiografía mezcla de autoayuda con consejos empresariales, «cuando ves solamente problemas, no ves claramente». Esta sucinta frase resume la «norteamericanidad» tanto como el fútbol que se juega con las manos, los carteles de publicidad de abogados en las carreteras, la cantidad exorbitante de hielo en las bebidas y las porciones desmesuradas de comida en los restaurantes.

## OPTIMISMO INDIVIDUAL

El optimismo como concepto rector de la vida está anclado en la noción de que cada individuo es dueño de su futuro. Por lo tanto, el optimismo es inseparable de la idea de absoluta autonomía individual, es decir, la persona decide sobre su presente y su futuro como si no viviera en una sociedad, como si su vida no estuviera anclada en un contexto social determinado. Esto se evidencia en la noción de que «la demografía no es el destino»: quien uno es según las marcas sociales (raza, etnia, religión, género, ingresos, educación) no determina el curso de su vida. Este principio supone que en la vida hay distintas opciones y que se debe seleccionar la correcta para lograr la felicidad. La libertad de elegir posibilidades de vida es tan central

como el optimismo. Son ideas que van juntas. Sin asumir que hay opciones, no hay posibilidad de felicidad. La felicidad no se otorga, no es necesaria e inevitable, sino que se trata de una elección cuya premisa es que los individuos deciden sobre su vida sin ataduras, y que siempre hay selecciones posibles para lograr la buena vida.

Así como se piensa que Estados Unidos es absolutamente responsable de su futuro colectivo, también se cree que no existen trabas u obstáculos que puedan impedir el desarrollo individual. Se sostiene que no hay fuerzas externas que dominen, que pongan en riesgo o influyan el curso de la vida. Aducir que factores fuera del propio control determinan las perspectivas individuales es visto como una artimaña para justificar errores personales, una falsedad que niega el enorme poder generativo y activo de cada persona.

El optimismo se basa en la legitimación de la acción individual como impulsora del cambio y artífice del destino. Cada uno es dueño absoluto de su vida y posee completa soberanía sobre ella. El futuro es una gran hoja en blanco, donde no hay condicionamientos sociales, ya sea de género, raza, etnicidad o religión.

Partiendo de esta convicción se entienden las ideas claves de la sociedad estadounidense como la posibilidad de alcanzar la perfección moral y los logros económicos, las innovaciones científicas y tecnológicas como catalizadoras del progreso humano o la obsesión con el trabajo como lugar de felicidad. Así como el puritanismo impulsó la idea de la construcción del carácter moral de la persona, las historias de éxito económico confirman que el destino está en las manos de cada uno. Las conductas individuales —ya sea la caridad, el ahorro, la benevolencia, la generosidad, el empuje o el trabajo— son las bases sobre las que se construye el futuro, el mito cristalizado en figuras como Horatio Alger, el escritor que pasara a la poste-

ridad con sus cuentos sobre muchachos de humilde condición que lograron vidas prósperas con tesón, dedicación y honestidad.

Según esta certeza, cualquier problema o distancia entre expectativas y realidad es directamente atribuible al individuo. El optimismo no sufre. La sociedad no es culpable. Uno mismo causa las dificultades personales por no haber buscado y capitalizado las oportunidades, por no haber trabajado lo suficiente para superarse y por haber supuesto erróneamente que el progreso es consecuencia de fuerzas externas. Quien afronta dificultades económicas es culpable de su propia suerte y siempre tiene el potencial de revertir su mala fortuna gracias a las incalculables oportunidades que ofrece la sociedad. La idea de que cualquiera es un rico en potencia si juega bien sus cartas, trabaja duro y tiene algún golpe de suerte es fundamental según este punto de vista que mezcla el optimismo con el individualismo exacerbado y exculpa a cualquier otro factor de influir negativamente en las condiciones particulares.

Asimismo, el optimismo refleja la convicción moderna del perfeccionamiento infinito del ser humano, de la mejora individual, del aumento económico y de las posibilidades inagotables. Este no es un rasgo novedoso en la cultura estadounidense. En *La democracia en América*, su carta de amor a Estados Unidos escrita a principios de la década de 1830, Alexis de Tocqueville observó la enorme fe que existe sobre «la perfectibilidad del hombre» y el hecho de que la sociedad está en un «estado de mejora» constante. Este rasgo fue un tema recurrente para viajeros europeos, atónitos por la confianza en el futuro, por la energía optimista de un país convencido de que vendrían tiempos mejores y que atribuía a los individuos la responsabilidad de conseguir un mejor futuro.

Esta convicción subyace a la noción tan esencialmente estadounidense del *self-made man* (hombre hecho a sí mismo), la



persona autorrealizada económicamente producto del empeño y la superación individual aun cuando las circunstancias sean adversas. La realización personal depende de uno mismo, como sentenció Henry Clay, miembro del Congreso y posterior secretario de Estado en 1832: «Somos una nación de *self-made men*». Así planteada, esta idea niega el fatalismo, es decir, la noción de que hay un destino inevitable sobre el cual los individuos tienen poca o nula influencia. Por el contrario, se exagera el optimismo de que no hay barreras a la imaginación ni a la voluntad personal.

El optimismo del *self-made man* plantea que cada persona es artífice de su vida y que debe explotar las inmensas posibilidades para sus logros personales. Cada uno de nosotros puede realizarse por sí mismo y levantarse cuando las circunstancias son difíciles. En consecuencia, la posibilidad de mejorar está siempre disponible para quien elige bien. Las buenas acciones reflejan el autocontrol, ya que la disciplina personal se debe marcar objetivos y maximizar las oportunidades. El optimismo presupone un control individual y la ausencia de obstáculos externos que puedan interferir en las elecciones; niega que el éxito personal sea el resultado de otras fuerzas —fortuna familiar, acciones del Gobierno, apoyo social— y apoya implícitamente el darwinismo social (la visión de que hay una lucha permanente y de que el más fuerte sobrevive y triunfa gracias al mérito propio).

## LA PROMESA DE LA FELICIDAD

Ciertamente, el optimismo estadounidense ha sido tanto una curiosidad antropológica como objeto de ridículo para otras sociedades. La enorme energía y vitalidad norteamericana siempre despertó sorpresa y dudas en países acostumbrados a

ciclos históricos de guerra, violencia y miseria. Algunos observadores europeos han expresado atónitos los inexplicables altos niveles de optimismo; después de lanzar dardos y burlas, muchos concluyeron que tal actitud es una manifestación de la eterna inocencia. No queda otra explicación. Solamente una sociedad que opta por ignorar los acontecimientos de la vida y el sentimiento trágico subyacente a la existencia puede tener una visión recalcitrantemente optimista. ¿Un futuro mejor? ¿Todo tiene una solución? ¿Mañana será un mejor día? Tal convencimiento no puede ser más que una ficción, de acuerdo con la observación de Erich Fromm de que el optimismo es una forma de fe alienada. El optimismo es, pues, una idea pueril que refleja un profundo desconocimiento de las fuerzas que mueven al mundo, de la escasa autonomía individual en un planeta cercado por el poder de grandes intereses y burocracias, y de desigualdades sociales.

Esto lleva a preguntarse sobre el origen del optimismo. ¿De dónde viene el peculiar y exuberante optimismo estadounidense? ¿Qué ingrediente le han puesto a la cultura que alimenta la reserva inagotable de optimismo? ¿Cuál es la receta secreta que explica tamaña ilusión?

Las explicaciones habituales atribuyen tal sentimiento al individualismo, a la idea de que cada uno es dueño de su futuro y libertad, sin cortapisas ni restricciones. Este argumento, sin embargo, es poco convincente, ya que no existen semejantes niveles de optimismo en otras sociedades occidentales donde el individualismo también tiene un arraigo importante. Otra posible explicación puede hallarse en que es una cultura forjada históricamente sobre la base del optimismo imbatible que refuerza de forma sostenida la esperanza y reduce el desasosiego. Esta idea está tan enraizada que rechaza de plano cualquier duda sobre la bondad del optimismo. El optimismo es una condición natural, innata e imperceptible;

el ADN de la sociedad norteamericana que se aprende necesariamente.

Algunos historiadores argumentan que el origen del optimismo no es reciente, sino un hecho congénito del país. Se remonta a la fundación de las colonias norteamericanas, en los inicios del siglo XVII. Testimonio de este espíritu es la idea de «una ciudad en la colina» extraída del Sermón de la Montaña, tal como predicara John Winthrop, figura clave en la historia temprana del país, abogado, fundador y gobernador de Massachusetts. Esta frase se refiere a una aldea modelo, emblemática de la perfección puritana, que muestre con sus acciones su pertenencia a Jesucristo. Esta idea se repite constantemente en textos escolares, libros y discursos, sugiere un optimismo de un país prometido, con futuro promisorio, una luz para el mundo europeo de colonizadores que escaparon de la persecución religiosa. Fue enunciada en una época en la que la realidad de los colonos no era exactamente un lecho de rosas, si se consideran las batallas con las poblaciones nativas, la escasez de alimentos y otras penurias. Sin embargo, quedó sellada como idea rectora del país: la gran promesa que depara el futuro, la ilusión persistente de la superación individual y colectiva. Es la convicción de que Estados Unidos fue y es una «nación nueva», abierta a cualquier posibilidad y llena de potencial.

Esta promesa hacia un futuro pleno de confianza sobre el destino colectivo aparece constantemente en voces influyentes y definitorias del horizonte de ideas del país. Se refleja en la idea de Thomas Paine, quien, en su manifiesto *El sentido común*, uno de los libros más populares en la historia estadounidense, sentenció: «Estados Unidos es una nación única en el curso de la historia, con el poder de comenzar el mundo de nuevo». Tamaña aseveración. Poca modestia. Ambiciosa visión.

Partiendo de esa idea, no hay una distancia tan grande a latiguillos como «podemos estar mejor» y «el futuro está

abierto» común en informes corporativos, arengas de equipos deportivos, campañas electorales y discursos de celebridades.

También es una idea central del pensamiento de figuras cumbre de la historia estadounidense. Jefferson sentenció que la «búsqueda de la felicidad» es un derecho inalienable junto a la vida y la libertad. Si las ideas europeas sobre los derechos naturales, específicamente las de la Ilustración escocesa, influyeron a Jefferson, es evidente que pensó que estas podían llevarse a la práctica al otro lado del Atlántico. Jefferson avizoró a Estados Unidos como el lugar para ideas nuevas y revolucionarias. Por otra parte, Ralph Waldo Emerson, hombre de letras fundamental del siglo XIX estadounidense, también creyó que el optimismo era un rasgo esencial del país, la religión secular que señala infinitas posibilidades. Por su lado, en su clásico libro *Walden*, Henry Thoreau expresó que uno tendría éxito si avanzaba en la dirección de sus sueños y trataba de vivir la vida que había imaginado. Además, Thomas Alva Edison, el legendario inventor-empresario del panteón de la creatividad capitalista, observó que los fracasos en la vida ocurren porque la gente no se da cuenta de que estaban cerca del éxito cuando decidieron darse por vencidos. Se trataba de una receta para no ceder jamás y tener la cabeza en alto. Asimismo, William James, una de las voces más originales e influyentes de la filosofía estadounidense, dijo que el pesimismo llevaba a la debilidad y el optimismo, al poder. Así formulada, suena a idea típica de libro de autoayuda, a consejo empresarial y a felicitación de cumpleaños.

En suma, Estados Unidos es la sociedad de la promesa eterna. La sociedad que solamente promete promesas, el resto hay que arreglárselo por uno mismo. Canciones, poemas, películas y novelas hablan de promesas cumplidas, frustradas, eternas y universales. Tom Petty, en su clásica canción *American Girl*, habla de una mujer que fue «criada en promesas»,

frase que sucintamente describe el espíritu de una sociedad permeada de generosas dosis de optimismo.

No es apresurado pensar que este caudal ideológico continúa alimentando la reserva optimista nacional. Está ahí, disponible, ofreciendo principios y frases para ser elevadas como principios rectores, motivadores, guías en cualquier ámbito social. Cualquiera de estas frases suena como si la hubiera dicho un presidente de empresa, un consejero de autoayuda, un gurú de salvación religiosa o un entrenador deportivo. Y suena así porque se repite hasta el cansancio. Es fácil echar mano al estante siempre repleto de ideas sobre el optimismo. Escapar al optimismo discursivo no es fácil. Describir la realidad, dar malas noticias, vislumbrar tiempos aciagos es antitético al espíritu de un estado de ánimo alto que distingue a cualquiera que hable públicamente.

Si la imaginación política, literaria y filosófica anticipa o capta ideas fuertes en una sociedad o deseos colectivos comunes, queda claro que el optimismo es el lecho fecundo que alimenta diversos ámbitos de la vida. Es la fuente constante de ideologías y mitologías que inspiran y motivan, que sirven como horizontes a seguir, que marcan ambiciones personales.

Como otro de los temas centrales de la sociedad estadounidense, se aduce que el optimismo está enraizado en el puritanismo, definido por el ácido crítico H. L. Mencken como «el obsesivo miedo a que alguien, en algún lugar, quizás sea feliz». La relación causal está lejos de ser simple. Se suele caer en el error de entender el puritanismo como la razón maestra que explica cualquier fenómeno típico, desde la presunta mojigatería, pasando por la política hasta la educación. Asociar al puritanismo con el optimismo es complejo. Es equivocado pensar que este último es producto de elementos del puritanismo. Obviamente, el puritanismo, ya sea visto como virtud celestial o pecado original del país, es el tejido cultural

originario, el hilo ideológico que recorre la historia nacional, el lecho fecundo del alma americana. Pero esto no determina aspectos destacados de una sociedad que atravesó sustanciales cambios desde que los puritanos desembarcaran. Tampoco es claro qué elementos específicos del puritanismo explicarían el optimismo.

Se puede argumentar que la mayor religiosidad estadounidense se vincula con el optimismo. Varios estudios muestran que quienes son más religiosos o asisten con mayor frecuencia a iglesias tienden a ser más optimistas (y felices). Asimismo, se puede argumentar con cierta razón que el puritanismo está ligado al optimismo en el sentido de que la salvación no está determinada, sino que depende de las buenas obras realizadas en esta vida. Esto alienta el mejoramiento individual y colectivo y las buenas acciones que son cruciales para un mejor futuro.

Otra posible explicación del origen del optimismo es que Estados Unidos históricamente siempre ha sido un «país de la abundancia», ya sea durante el periodo colonial o en tiempos recientes. La riqueza dinamizó el optimismo económico a lo largo de la historia. Los recursos naturales, la visión de un país en constante expansión territorial y la ausencia de firmes barreras sociales (para los hombres blancos) animaron la visión de un porvenir venturoso. El mito de la frontera abierta es el mito de la oportunidad económica, es decir, de la innovación y la creación permanente. Quizás el dinero no compra la felicidad completa, pero sí inyecta dosis de optimismo social. Este acceso real o potencial a la riqueza es un tema que recorre el desarrollo estadounidense.

Para los exiliados de las guerras religiosas europeas, las colonias del Atlántico Norte representaron una mejora de vida razonable. Al fin tuvieron acceso a bienes escasos o raros en el Viejo Continente como comida, seguridad o una casa. Asimismo, durante largos periodos de su historia moderna, Estados

Unidos ha sido la mayor economía mundial, llena de recursos e inversiones. El país de la abundancia aparece como hecho tangible tanto para inmigrantes —especialmente en comparación con sus países de origen— como para viajeros asombrados por la enorme disponibilidad de objetos materiales, el tamaño de las casas y los coches y las comodidades domésticas al alcance de sueldos medios. A su vez, la prédica constante de la prosperidad como dogma secular insufló energías al optimismo como creencia certera. Fortaleció la creencia de que cualquiera tiene la posibilidad de acceder al bienestar económico, de que los pobres son ricos en potencia o de que la miseria es una situación temporal que finalmente se superará.

Durante largos periodos del siglo xx se impulsó el optimismo. Hubo un notable crecimiento de la clase media por todo el país. Había oportunidades incluso para aquellos que venían de familias de pocos recursos o con acceso limitado al sistema educativo. El sueño de la casa propia se transformó en realidad para un creciente porcentaje de la población, especialmente, después de la Segunda Guerra Mundial. Eran épocas de alto empleo, buenos salarios y sindicatos fuertes. La educación masiva fue realmente el principal mecanismo de ascenso social. La mayor parte de la población asistía a la escuela. El acceso a las universidades públicas tenía un precio relativamente bajo y podía pagarse en parte o en su totalidad con becas de organizaciones que recaudaban fondos para tal propósito.

## DE SUEÑOS Y PESADILLAS

El optimismo es primordial en el sueño americano que sintetiza las ambiciones y los logros posibles de la buena vida como son el progreso económico, la casa propia, el reconocimiento de derechos políticos y la libertad. La expresión «sueño ame-

ricano» se le atribuye a James Truslow Adams, escritor e historiador que vislumbró el sueño americano de una vida mejor, más rica y feliz en su libro *The Epic of America*, publicado después de la debacle financiera de 1929. Es una idea que cobró popularidad durante el siglo xx hasta convertirse en marca inconfundible del país. Es la idea rectora, obsesiva, repetida hasta el hartazgo por políticos, párrocos, líderes empresariales, profesores y literatos. Se cristaliza en incontables personajes clásicos de la ficción norteamericana —como Willy Loman en *Muerte de un viajante*— y películas, la mayoría de la producción fílmica de Frank Capra. Todos acarician y perpetúan el sueño. Ofrecen y prometen acciones que permitan acercarse a tal objetivo. El sueño americano es justamente tener un sueño: la ambición del éxito, la esperanza de una vida próspera, la ilusión de que cualquier garaje humilde en cualquier casa pueda ser una incubadora de ideas millonarias.

Todos tienen un sueño. Jay Gatsby, el personaje de la clásica novela de Francis Scott Fitzgerald *El gran Gatsby*, encarna el arquetipo de la ambición, la codicia y el optimismo del triunfalismo. Martin Luther King, el líder afroamericano del movimiento por los derechos civiles, constantemente apeló a la retórica del sueño americano para legitimar las demandas del movimiento por los derechos civiles. El consagrado poeta Carl Sandburg advirtió de que nada ocurre sin tener un sueño. Se llama «soñadores» a quienes se benefician por el DREAM Act, una propuesta legislativa que otorga residencia a extranjeros que llegaron al país siendo menores de edad. El sueño americano también fue alabado en la música. Aaron Copland le rindió homenaje en su *Fanfare for the Common Man* [Fanfarria para el hombre común]. Los músicos afroamericanos expresaron confianza en el ascenso social y el reconocimiento de su comunidad, como canta Mahalia Jackson en su versión *May the Work I've Done Speak for Me*.