

¿Es hoy el día más triste del año?



FOTOS: Internet

Hilo de media

Por Elisa Morales Viscaya

La Paz, Baja California Sur (BCS). Si este día te has levantado con un desánimo inusual o una tristeza extraordinaria, no estás solo. En teoría, el **tercer lunes de cada año** es el **día más triste del año**. Esto lo determinó [en el 2005](#) el psicólogo británico **Cliff Arnall**, quien incluso elaboró una cuestionada fórmula para llegar a esta conclusión.

*De acuerdo a este cálculo, después de la euforia de los **festajes navideños** y de **fin de año**, muchas personas se dan cuenta de que los propósitos que se esbozaron para el nuevo año son en realidad muy difíciles de alcanzar. Sumado al clima frío de la temporada, las deudas contraídas, las metas planteadas que se antojan imposibles de lograr y la falta de motivación, en esta fecha los seres humanos se sienten más desgraciados que en cualquier otro día.*



También te podría interesar: [El peligro de los “antivacunas”](#)

Cabe preguntarse, ¿para qué o por qué alguna persona buscaría determinar tan desalentadora fecha? Con fines comerciales, por supuesto. Todo el asunto del día más triste del año (*Blue Monday*), nació como parte de una estrategia publicitaria para la compañía de viajes *Sky Travel* –ya desaparecida–, realizada por la empresa de comunicación *Porter Novelli*. **Cliff Arnall** [contó al diario británico](#) *The Telegraph* en 2010, que éstos al

principio le pidieron que calculara “cuál sería el mejor día para planificar las vacaciones de verano”.

Pero el psicólogo, pensando en lo que le cuentan sus pacientes, analizó los factores que estresan a sus pacientes y concluyó que el tercer lunes de enero “es particularmente deprimente”, para así enfocar la publicidad de modo que se aproveche el sentimiento de infelicidad de este día y ofrecerle a las personas viajes, quienes estarán más dispuestos a adquirirlos para levantarse el ánimo.

La fórmula que determinó **Arnall** incluye los factores que supuestamente afectan el estado anímico de las personas, de acuerdo a su experiencia como psicólogo y es la siguiente:

$$(C+(D-d) \frac{3}{8}xTI \text{ MxNA})$$

Donde:

‘C’ es el factor climático.

‘D’ las deudas adquiridas durante las fiestas.

‘d’ el dinero que se cobrará a finales de enero.

‘T’ es el tiempo transcurrido desde la Navidad.

‘I’ hace referencia al período desde el último intento fallido de dejar un mal hábito.

‘M’ las motivaciones que quedan.

‘NA’ es la necesidad de actuar para cambiar la vida.□

No hace falta ser un matemático para notar que los factores difícilmente son cuantificables y no tienen sustento científico. Tan sólo considerando el factor climático, al respecto de la influencia del frío en el estado de ánimo, quedaría fuera la mitad del planeta.

Pero a pesar de que la fórmula de la tristeza y su autor han sido severamente criticados y desestimados por la comunidad científica, lo cierto es que el impacto del “Blue Monday” persistió en el tiempo y desde entonces, cada año, las redes sociales se inundan de mensajes sobre este día, tanto como para darse ánimos como para fundirse en el sentimiento de desánimo que se augura para este día.

Con el paso del tiempo, **Arnall**, que se ha convertido que un ‘coach’ de la felicidad, admitió que esta fórmula era más bien una opinión personal, y en 2016 se unió a otra campaña publicitaria pero ahora en el sentido contrario, de la mano del Departamento de Turismo de Islas Canarias quienes utilizando el lema [#StopBlueMonday](#), evocan a no permitir que la etiqueta de un “mal día” impidan al consumidor a viajar a sus costas en esta fecha... Los mismos fines pues, pero utilizando el mensaje al revés.



Si este día te encontraras con mensajes que intentan sumergirte en la ola de la tristeza, recuerda, lo que realmente buscan es **venderte** la felicidad. Como lo han hecho siempre.

—

AVISO: CULCO BCS no se hace responsable de las opiniones de los colaboradores, ésto es responsabilidad de cada autor; confiamos en sus argumentos y el tratamiento de la información, sin embargo, no necesariamente coinciden con los puntos de vista de esta revista digital.