

ALABANZAS A LA EPIDEMIA DEL NARCISISMO

«Los hechos que han recogido Twenge y Campbell son convincentes y abrumadores».

—*The New York Times*

«Excelente».

—*Newsweek*

«Este libro es sin duda entretenido; y sus teorías, atractivas, porque todos podemos reconocernos en los hechos que presenta, e incluso aportar algunos de nuestras propias vidas».

—*Chattanooga Times Free Press*

«Anoche, mientras leía este oportuno y excelente libro de Twenge y Campbell, mi esposo andaba atareado creando una portada de pega de *Sports Illustrated* con una foto de nuestra hija, de siete años, sobre el texto «Jugadora del año». La epidemia del narcisismo creará sarpullidos, despertará conciencias y provocará a muchos porque ilumina una tendencia importante —y muy costosa— de nuestras vidas. *La epidemia del narcisismo*, construida sobre sólidos datos e ilustrada con anécdotas, historias y soluciones, resulta placentero e instructivo. Pero dejemos el libro de lado y hablemos de mí».

—*Dra. Sonja Lyubomirsky, autora de The How of Happiness: A Scientific Approach to Getting the Life You Want*

«Un libro ilustrativo e importante. Los doctores Twenge y Campbell analizan con pericia los muchos entresijos de la cultura americana y revelan un alarmante dibujo del narcisismo psico-cultural. También ofrecen estrategias convincentes para combatir esta epidemia».

—*Jean Kilbourne, Ed.D., autora de Can't Buy My Love: How Advertising Changes the Way We Think and Feel, y coautora de So Sexy So Soon: The New Sexualized Childhood and What Parents Can Do to Protect Their Kids*

«*La epidemia del narcisismo* se basa en investigaciones pertinentes e inquietantes que detallan la alarmante extensión cultural del narcisismo presente, serio problema social al que muchos contribuyen inadvertidamente, inconscientes de sus desastrosas consecuencias. Este libro proporciona consejos sólidos y constituye un recurso importante para familias, padres, profesores y, en general, personas que tengan interés por la compasión, la empatía y la cercanía emotiva, en vez de la extendida atención a MÍ, MÍ, MÍ».

—*Dra. Karyl McBride, autora de Will I Ever Be Good Enough? Healing the Daughters of Narcissistic Mothers*

«Qué secuela más fenomenal a *Generation Me. La epidemia del narcisismo* no solo identifica clara y sucintamente una peligrosa enfermedad y las vías por las que amenaza catástrofe para nuestra sociedad y nuestro futuro, sino que también revela las soluciones que necesitamos urgentemente y en todo nivel. Ya solo el capítulo sobre la paternidad hace que este libro tenga un valor incalculable. Tendría que ser lectura obligatoria para todo padre».

—*Dr. Patrick Wanis, Coach vital de famosos, experto en comportamiento y relaciones humanas, y autor de How to Find Happiness*

«Este inteligente libro nos muestra cómo la epidemia del narcisismo devasta nuestra cultura, alcanzando casi todos los aspectos de nuestras vidas y de la sociedad.

Mediante un análisis perspicaz y unas anécdotas vívidas, Twenge y Campbell consiguen radiografiar la naturaleza del problema y el alto peaje que nos impone. También indican posibles vías de acción para sacudirnos el yugo de esta cruel epidemia y muestran cómo el futuro bienestar de la sociedad humana depende de que lo hagamos».

—*Dra. Diane E. Levin, profesora de Educación de Wheelock College y coautora de So Sexy So Soon: The New Sexualized Childhood and What Parents Can Do to Protect Their Kids*

«Este libro debiera ser lectura obligatoria para cualquiera que tenga hijos o mantenga una relación estable, en la fuerza laboral, en un colegio o en el mercado de trabajo. Twenge y Campbell no solo definen el narcisismo, sino que explican sus antecedentes, sus consecuencias y los procesos que le subyacen, de forma que integran mucho de lo que uno ve en la cultura occidental moderna. Basado en investigación académica y trufado de anécdotas e historias de los medios, *La epidemia del narcisismo* ofrece soluciones prácticas y necesarias para navegar en la era de la pretensión».

—*Dra. Kathleen Vohs, profesora McKnight Land-Grant de la Universidad de Minnesota, y coeditora de Self and Relationships: Connecting Intrapersonal and Interpersonal Processes*

«Este notable libro resulta un antídoto esencial para una cultura que ha entrado en barrena. Fácil de leer y lleno de hechos y de ejemplos fascinantes, este extraordinario libro de Twenge y Campbell muestra la creciente preponderancia del narcisismo y cómo ha llegado a colonizar todos los aspectos de nuestra vida. Debiera leerlo cualquiera interesado en el futuro

de nuestro país y en cómo podemos rescatarlo de nuestras propias manos. Un logro extraordinario de dos personas profundamente preocupadas por la debacle producida por la adoración a nosotros mismos».

—*Dr. Robert L. Leahy, autor de Anxiety Free: Unravel Your Fears Before They Unravel You*

PRÓLOGO

La respuesta a la publicación inicial de *La epidemia del narcisismo* excedió con mucho nuestras expectativas. Parece que hemos dado con un resorte cultural, que hemos puesto por escrito ideas que muchos otros tenían también. Con este libro queríamos iniciar una conversación nacional sobre el narcisismo y sobre la sensación de tener derecho a todo que imperan en nuestra cultura. Muchas personas han aportado sus ideas y opiniones a esta discusión, por lo que hemos avanzado mucho hacia nuestra meta. Nuestro agradecimiento más profundo va para los que pensaron y discutieron estos temas, tanto con nosotros como entre sí. Cuando, hace unos años, comenzamos a escribir *La epidemia del narcisismo*, gran parte de nuestras ideas resultaban controvertidas. Los estadounidenses se estaban dando la gran vida y se sentían encantados de haberse conocido. Resultaba difícil apreciar los problemas que acechaban bajo nuestros pies, hasta tal punto que muchos nos preguntaron: «¿Qué problema hay con el exceso de confianza y con el narcisismo?» Durante estos últimos años, tal controversia no ha hecho sino menguar. Tras el pinchazo de la burbuja crediticia y la profunda recesión que la ha seguido, los estadounidenses han visto con claridad las inquietantes desventajas del exceso de confianza. Basados en nuevos datos científicos (ver capítulo 2), podemos decir con mayor convicción que el narcisismo sigue en auge. Además, una encuesta nacional de junio de 2009 ha revelado que 2 de cada 3 universitarios opinaba que su generación era más narcisista que la

de sus antecesores: una admisión notablemente sincera de una semblanza poco halagadora. Sin embargo, como hemos afirmado en múltiples ocasiones, los jóvenes no se han educado a ellos mismos. Esos cambios comenzaron con las personas mayores que han conformado más directamente la cultura. Además, no han sido los de veintitantos los que han arruinado al país, sino los de la generación anterior, que han resultado bastante efectivos en tal tarea.

También nos ha interesado explorar cómo el Trastorno Narcisista de la Personalidad se ha convertido en un término popular para «diagnosticar» a los políticos, incluyendo (por citar los más recientes) al adúltero gobernador de Carolina del Sur, Mark Sanford, a la ex candidata a vicepresidente, Sarah Palin, y, según un correo electrónico ampliamente difundido, a Barack Obama. Estamos de acuerdo en que se debe ser bastante narcisista para pretender gobernar el mundo libre (o incluso un solo estado). Y es verdad que una mezcla de encanto, necesidad de adulación, falta de honradez e infidelidad son claras alertas de narcisismo (téngase en cuenta que ni Palin ni Obama encajan en tal perfil). Sin embargo, no creemos que el uso del diagnóstico clínico del Trastorno Narcisista de la Personalidad contra los responsables públicos, sea la mejor estrategia para el debate político. Limitémonos a los asuntos y comportamientos de los políticos, porque seguro que hay material de sobra para discrepar.

Donde hemos centrado nuestra atención es en observar cómo los cambios de los años más recientes han afectado a la epidemia del narcisismo. Como relatamos en la sección dos, imaginamos el narcisismo social como un taburete que reposa sobre cuatro patas. Una pata tiene que ver con la educación, incluyendo la permisividad de padres y madres y una educación centrada en la autoestima. La segunda pata es la cultura mediática de la fama superficial. La tercera es Internet: a pesar de sus muchos beneficios, la red también sirve como conduc-

to para el narcisismo individual. Finalmente, el crédito fácil hace que los sueños narcisistas se hagan realidad. La inflación narcisista del yo fue la hermana gemela de la inflación crediticia. Ambas son burbujas, pero la del crédito reventó antes.

Cada una de estas «patas» ayuda a sostener la posibilidad de vivir la fantasía narcisista en vez de vivir en la realidad. Las familias establecen pocos límites, y los profesores llaman a los niños «estrellas» y «campeones» aunque su rendimiento se estanque. La cultura del éxito y los medios induce a pensar en la fama; y, en muchas ocasiones, en la fama proveniente de la atención recibida, no en la proveniente de logros reales. Internet nos permite presentarnos al mundo desmesurada y egocéntricamente, y nos anima a pasar muchas horas del día contemplando nuestras propias imágenes (Twitter, que se ha popularizado enormemente tras la escritura de nuestra edición de tapa dura, es muy probablemente el ejemplo más espectacular). El crédito fácil sirve como una hada madrina personal que hace que los sueños se hagan realidad, pero solo hasta que llegan las facturas. Y cuando llegan, como sucedió en la recesión iniciada en el 2007, tenemos que olvidarnos de la carroza y apañarnos con la calabaza.

Desde la escritura de la edición de tapa dura, tres de las cuatro patas del taburete que sostienen el narcisismo han mantenido su fortaleza, pero una —el crédito fácil— se ha visto recortada unos centímetros. Resulta muy poco común que un experimento natural ayude a enjuiciar las ideas de la ciencia social, pero el pinchazo de la burbuja crediticia hizo exactamente eso. Como predijimos cuando apuntamos al crédito fácil como una de las causas de la epidemia del narcisismo, el materialismo comenzó a declinar a medida que el crédito fácil comenzó a desaparecer: se desplomó la venta de mansiones, entre 2007 y 2008 se redujo el número de intervenciones de cirugía plástica (aunque el número se mantenga en niveles históricamente altos), e incluso puede que Hummer acabe sien-

do adquirido por capital chino, ya que los estadounidenses están comprando menos vehículos gigantes. En definitiva, un cambio cultural ha llevado a los Estados Unidos desde el materialismo desorbitado de la primera década del siglo XXI hacia una manera de pensar más moderada, e incluso frugal.

Algunos especulan con que la recesión y el consiguiente cambio cultural lleven a una transformación permanente, y a unos niveles menores de deuda y materialismo. Creemos que es demasiado pronto para pronunciarse en este u otro sentido. Las otras tres patas del taburete que sostienen el narcisismo siguen intactas. No se aprecia ningún cambio en la paternidad o en la educación. Por ejemplo, cuando pusimos al día nuestro estudio sobre los nombres únicos de bebé —un indicador comportamental de la fascinación que ejercen el individualismo y el deseo de destacar—, descubrimos que 2008 mostraba la selección más única de nombres de bebé en los Estados Unidos. Nuestros niños aún comienzan sus vidas como pequeños copos de nieve especiales. La telerrealidad sigue en su mejor momento, y los programas materialistas, como *The Real Housewives*, disfrutan audiencias cada vez mayores. Internet está en pura eclosión. Facebook tiene más de 250 millones de usuarios, y el segmento que más crece es el de los mayores de 50.

Pero hay más: el gobierno estadounidense ha instituido programas que fomentan el exceso de gasto y deuda. El programa «cash for clunkers» («dinero a cambio de cacharros»), tan popular durante el verano de 2009, constituye un ejemplo perfecto. El gobierno tomó prestado un dinero, que habrán de devolver nuestros hijos, para inducir a ciudadanos responsables que conducían vehículos amortizados, a que se endeudasen para comprar un coche nuevo. Luego, en vez de dar esos «cacharros» a familias necesitadas, que los verían como un regalo del cielo, el gobierno ordenó hacer explotar los motores y comprimir las carrocerías. Efectivamente, habrá ventajas

medioambientales, pero también es verdad que el programa condujo a una mayor deuda pública y privada, y que desperdició muchos coches viejos pero útiles.

A veces nos preguntan si ha habido un movimiento de rechazo a la potenciación de la autoestima, a decirles a los niños que son especiales, a los proyectos «todo sobre mí» y a otros programas que (quizás inadvertidamente) enseñan a ser narcisista. Nuestra respuesta en general es «no». De hecho, el día que comenzamos a escribir este prólogo, Jean recibió un correo electrónico de la guardería de su hija con los planes docentes de la semana. Decía lo siguiente: «Queridos padres: los temas de la semana que viene serán ‘Todo sobre mí’ y ‘Soy especial’. Los temas versarán sobre algunas capacidades y conceptos importantes para su desarrollo, como: reconocer [sic] y aprender nuestro nombre, aprender sobre las emociones, higiene personal (e.g., lavarnos los dientes), y principalmente, saber que somos únicos y especiales. Habrá muchas actividades que versarán sobre los temas ‘Todo sobre mí’ y ‘Soy especial’, de forma que los niños puedan apreciar y descubrir sus talentos y capacidades». Nuestra parte favorita es la de lavarse los dientes, aunque, en último término, el plan docente concluya que ser especial resulte más importante que la higiene personal.

Estas y muchas otras tendencias en vigor, sugieren que no nos hemos alejado de nuestra cultura hiperindividualista, sino que, más bien, la mayor parte de padres y profesores parecen ignorar completamente que sentirse especial es narcisista, y que, por tanto, tales mensajes causan más daño que bien. Este efecto resulta particularmente verdadero en el caso de los niños de tres años: lo que les hace falta es ser persuadidos de la necesidad de compartir y de no zurrarse unos a otros, dos acciones que resultan *más* difíciles cuando se consideran especiales.

Para que nuestra sociedad cambie sustancialmente y a mejor, los cambios deben ir más allá de los mercados de crédito. El progenitor podrá retirar la tarjeta de crédito a su mate-

rialista adolescente, pero este, al recuperarla, volverá a darse al gasto. Muchos estadounidenses son iguales: al recuperarse la economía, se darán al gasto excesivo. En vez de eso, lo que necesitamos es dialogar profundamente sobre lo que somos y sobre nuestro punto de destino. Y tenemos que afrontarlo como personas mayores.

Por tanto, querido lector, tenemos un reto para usted: piense con cuidado hacia dónde queremos ir como cultura, y quién quiere ser usted como persona. Podemos tomar el camino del narcisismo, el que nos ha traído hasta aquí. Este camino está plagado de señales de egoísmo, egocentrismo, relaciones superficiales, vanidad, aislamiento social, economía de pacotilla, rescates y culpa. O podemos tomar otro camino, el que está marcado por la responsabilidad hacia nosotros mismos, hacia nuestras familias y comunidades. Este camino valora aquello que nos trae dicha sin perjuicio para los demás: relaciones profundas, comunidades fuertes, trabajo intenso y vacaciones apasionadas. Estas cosas ensalzan la libertad personal, pero también la responsabilidad. Este camino es más difícil, porque está basado en la realidad, no en la fantasía —y es un camino, y no un destino, porque la perfección no existe—, pero, a largo plazo, es el camino adecuado. Esperamos verle en el camino.

J.M.T. y W.K.C.
San Diego (California) y Athens (Georgia)