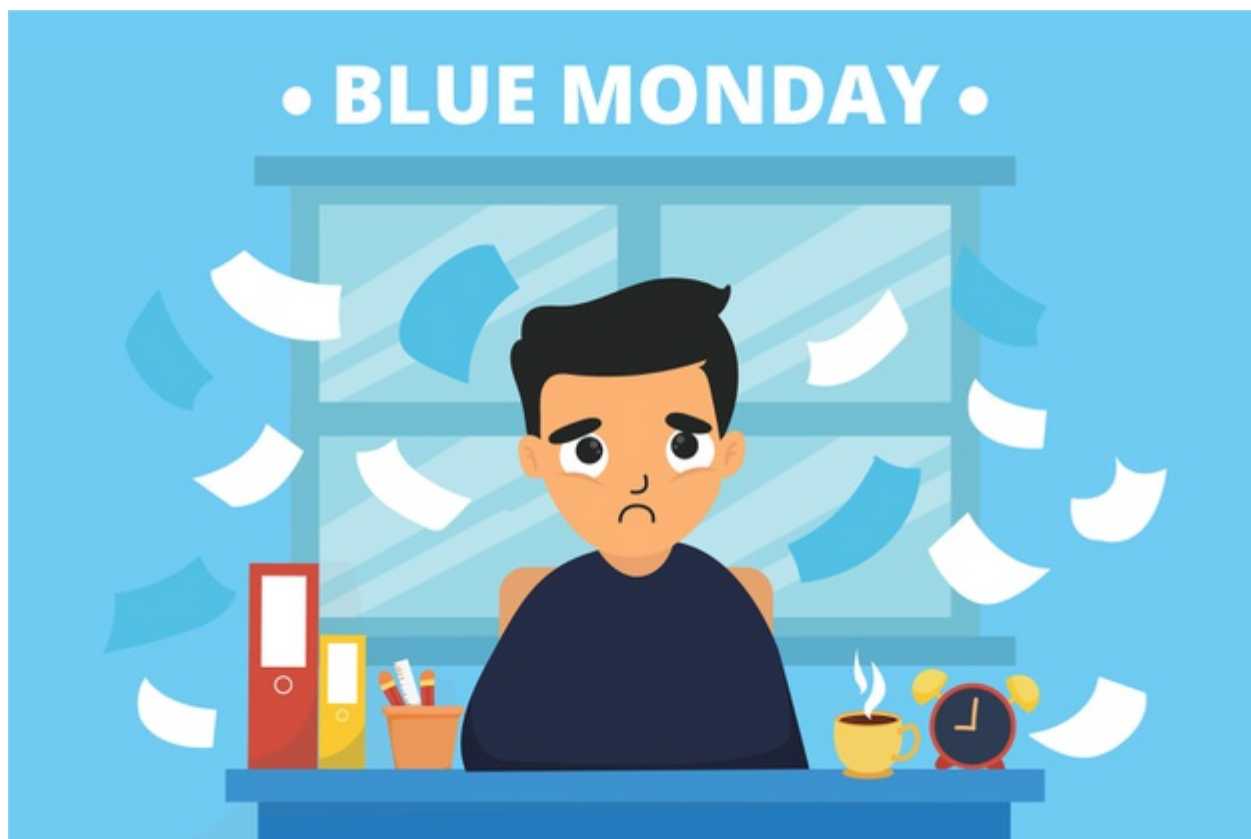


¿Por qué hoy es 'Blue Monday', supuestamente el día más triste del año?



¿Sabías que hoy es el Día más triste del año? Lo llaman Blue Monday y, por increíble que te pueda parecer, está basado en una **fórmula pseudomatemática**. No tiene base científica y la creó en 2005 el profesor de la Universidad de Cardiff, Cliff Arnal, para lanzar una campaña de marketing para la agencia de viajes Sky Travel.

Esta fórmula determina que el tercer lunes de enero es el día más triste del año.

Arnal trató de averiguar a través de un cálculo matemático cuándo había una mayor predisposición de los consumidores a reservar las vacaciones. Fue entonces cuando halló una fórmula que funcionó muy bien en el **ámbito de marketing**. De hecho, 16 años después la siguen aprovechando muchas marcas y establecimientos.

Esta es la fórmula:

$$[W + (D-d)] \times T^Q$$

$$M \times N_A$$

W = weather d = debt T = time since Christmas
Q = time since failing our New Year's resolutions
M = low motivational levels N_A = low motivational levels

Los factores que sitúan el tercer lunes de enero como el día más triste del año son el **clima**, la **deuda**, el **salario mensual**, el tiempo transcurrido desde las **Navidades**, el tiempo desde que se ha fallado en los propósitos del **Año Nuevo**, la **escasa motivación** y la imperiosa necesidad de actuar ante esto.

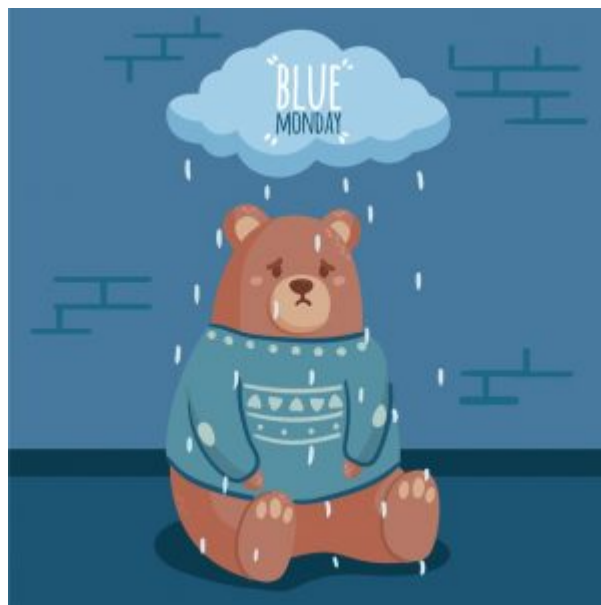


En la cultura anglosajona, 'blue' es algo más que un color y se utiliza para hablar de la tristeza. Por eso el profesor Arnal lo eligió para denominar este día.

Sin embargo, la **falta de rigor científico** de esta fórmula ha llevado a la comunidad científica a pronunciarse para desmentirla.

Y no solo la comunidad científica, el propio Arnall, que se define en redes sociales como psicólogo, coach y consultor de felicidad, es, también, activista del

movimiento **#StopBlueMonday** iniciado en el año 2016 junto a Turismo de las Islas Canarias para desterrar con un mito expandido a lo largo de los años.



A pesar de haberlo desmentido, el concepto de 'Blue Monday' se sigue conmemorando año tras año, y continúa estando muy presente en redes sociales, especialmente, por algunas marcas que aprovechan para promocionar sus productos y servicios e incitar a su consumo.