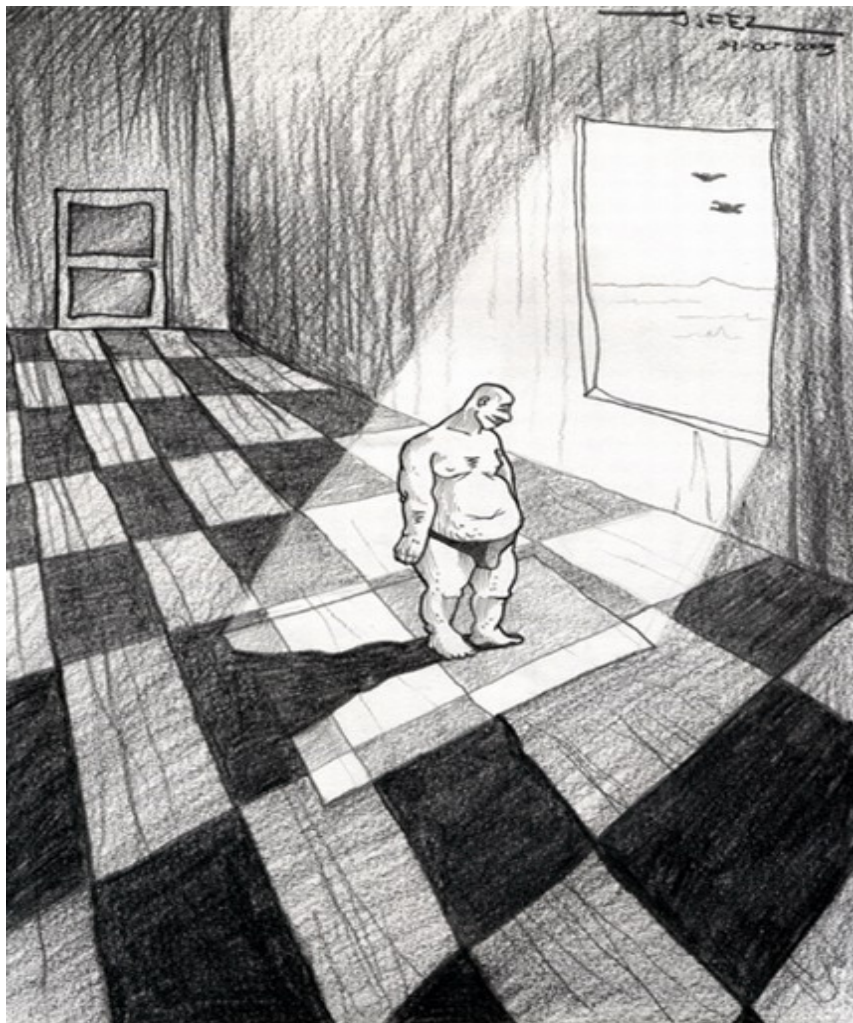


El cordón Inalámbrico



El impacto que las Nuevas Tecnologías y los Cambios Sociales sobre los niños y jóvenes del siglo XXI

Don Javier Miravalles Mejías

I. El Cordón Inalámbrico

En sus viajes por las regiones del río Han, Tsu-Gung vio a un anciano labrando la huerta. Había excavado un caz de riego. El hombre bajaba al manantial, llenaba un recipiente con agua y lo vertía a brazo en el caz. Si sus esfuerzos eran enormes, los resultados parecían muy mezquinos.

Tsu Gung le dijo: “ hay otro medio por el que podrías alimentar cien cazes en su solo día, y podrías hacer mucho más con poco esfuerzo. ¿ quieres que te lo diga?. Alzose el hortelano, lo miró y dijo: “ ¿qué medio puede ser ese?”

Tsu Gung replicó: “ Toma una pértiga de madera, ligera de una punta, con un peso en la otra, de este modo podrás sacar agua tan de prisa que se derramará. Eso es llama una zangaburra”.

El enojo asomó al rostro del anciano, quien dijo: “ He oído decir a mi maestro que cualquiera que emplee una maquina hará todo su trabajo como una maquina. Al que hace su trabajo como una maquina, el corazón se le vuelve una maquina, y el que lleva en el pecho un corazón como una maquina pierde su sencillez. El que ha perdido su sencillez se sentirá inseguro en las luchas de su alma.

“La inseguridad en las luchas del alma no se aviene con el sentido honesto. No es que no conozca tales cosas; es que me avergüenza usarlas”.

Chuang-Tzu

Filosofo Chino. 500 a.c

Introducción

... él se enfrasco tanto en su lectura, que se le pasaban las noches leyendo de claro en claro, y los días de turbio en turbio: y así del poco dormir y del mucho leer se le seco el cerebro, de manera que vino a perder el juicio...

Don Quijote de la Mancha

El cambio de siglo ha traído consigo importantes modificaciones tanto en el modelo económico, político como social en Occidente. Internet y los nuevos avances en las telecomunicaciones han hecho posible este cambio. En una década hemos pasado de un sistema capitalista *clásico*, regido por la ley de la oferta y la demanda a un *nuevo capitalismo*, donde prima el consumo de productos, muchas veces compulsivo, para que el sistema siga funcionando.

En los albores de la Revolución Industrial C. Marx planteaba que existía una relación fetichista¹ con la mercancía, es decir *que realizamos una sustitución inapropiada del objeto deseado, reemplazando la meta normal por algo que guarda relación con ella. El sustituto es, en general, una parte poco apropiada para el fin concreto, o bien es un objeto que mantiene una relación demostrable con la meta*, y nos sigue diciendo Freud, *se ha comparado este sustituto con el fetiche en que el salvaje ve encarnado a su Dios*.

Si la mercancía es el Dios de los *salvajes*, los Medios de Comunicación son los transmisores del mensaje divino. Pasamos una media de cuatro horas viendo la televisión, cuando se dirige o regresa del trabajo escucha la radio en su coche, por la noche lee el periódico y en sus ratos libres navega por Internet buscando información o entretenimiento.

La última variable, es el mensaje. La máxima en psicología que *tras toda queja hay una demanda* se puede aplicar en este contexto como *tras todo Medio de Comunicación hay una demanda.. de consumo*. Por ver la televisión, por ejemplo, no pagamos nada y tampoco nos obliga a comprar ningún producto, aunque es evidente que cualquier programa que vemos tiene un costo bastante alto. Son las empresas mediante la publicidad las que pagan la programación, convirtiendo como explica **Javier Echevarría**² (1999) el ocio en trabajo productivo normalmente sin conciencia por parte de los ociosos-trabajadores ya que el espectador frente al televisor no compra lo que se le ofrece en la pantalla, sino que consume gratuitamente y a distancia una imagen (auditiva o visual de la mercancía).

¹ Este término deriva de **Fetiche** (del portugués *fetiço*: hechizo) que alude a un ídolo u objeto de culto, de ciertos pueblos primitivos. A este objeto, al fetiche, se le atribuían propiedades mágicas derivadas de un Dios o de determinada persona.

² Los señores del aire: telépolis y el tercer entorno. Echevarría, Javier Ediciones Destino (1999)

El consumo se materializa en un disfrute de la imagen, una adicción y la interiorización de la marca, del logotipo o del lema publicitario que acompaña al producto, que posteriormente le dará un valor subjetivo, frente a otros productos y marcas de iguales características.

Esta asimilación se lleva a cabo por profesionales de marketing y publicidad que visten a sus mercancías con bellas modelos, personas famosas, creando lo que se denomina una *imagen de marca*, y cuya producción y distribución es muy costosa. Sin embargo resulta gratuita para el consumidor que durante sus horas de ocio frente a la televisión, o en las vallas publicitarias que hay camino del trabajo, consume de una manera subliminal.

Esta gratuidad, muy costosa para las empresas, solo puede explicarse porque su consumo por parte de los *Telepolitas*³ produce una nueva mercancía que elaborada, administrada y vendida por las empresas televisivas, radiofónicas, telefónicas o de Internet les resarce de los costes productivos.

La nueva materia prima se denomina *telesegundo*, es infinitesimal y por tanto despreciable, es la conversión del tiempo en mercancía, y aunque cada persona, o familia frente a la televisión solo aporta un granito de arena (por lo que no puede reivindicar la parte proporcional de los beneficios que produce), el mercado engendrado por cada telefamilia en su conjunto es muy considerable.

Aunque la imagen del producto es vendida por las grandes compañías de televisión, el *teletiempo* solo tiene valor en tanto es consumido por una gran masa de espectadores, lo cual lo relaciona a su vez con el mercado que es capaz de crear. Este mercado tiene un precio y la capacidad de crearlo es una materia prima puede ser manufacturada y vendida a distintas empresas.

La buena o mala gestión de ese capital creado decidirán si es rentable o no la empresa; pero el mercado existe porque el tiempo de ocio ha crecido tanto que se ha convertido en tiempo de trabajo. En el *telemercado* el hecho de estar frente al escaparate produce mercancía, basta con recordar los angustiosos mensajes de los presentadores de programas al dar paso a la publicidad “No se vayan, enseguida volvemos”.

La importancia social de este cambio estratégico en el sistema económico actual y los Medios de Comunicación han producido una asociación semejante a la de los perros de Pavlov, asociando un estímulo ambiguo como era una campana o es ver la televisión, con otro positivo como era la comida, o nuestro caso, el de consumir.

Al igual que en el experimento, los televidentes llegan crear una relación de dependencia, sintiendo una liberación a estar frente a ella y una gran frustración ante la imposibilidad de consumir la dosis diaria de la televisión en particular, pero cualquier Medio de Comunicación en general.

³ Persona que pertenece a la nueva Sociedad de la Comunicación como define J. Echevarria.

Los nuevos productos

Junto con las nuevas *prácticas* de consumo, se han creado una serie de productos y servicios nuevos. Nacidos al abrigo de la informática e Internet, son los que califican de virtuales. La característica principal es la desaparición del objeto como tal para centrarse en el contenido emocional. Disociando la realidad física de la virtual, eliminando las limitaciones físicas. Crea una actitud de conducta sin consecuencias reales. Un mundo personalizado que perfectamente puede complementarse con el mundo real.



«En Internet nadie sabe que eres un perro.»

Dibujo de Peter Steiner. © 1993, The New York Magazine, Inc. Allrights reserved.

Así cuantas mas satisfacciones nos ofrezca el *mundo real*, menos requeriremos de un *mundo virtual* que nos complete. Y al contrario cuanta mas frustración nos ofrezca la realidad cotidiana, mas acudiremos a la cibernética⁴ para liberarnos.

Freud encontró que dentro del ser humano conviven lo que denominó: el yo ideal y el ideal del yo. La disonancia entre ambas, entre lo que se quiere ser y lo que se es, causa un estado de ansiedad y cuando la distancia entre ambas entidades es excesivamente lejana provoca frustración, un sentimiento de impotencia provocado por la incapacidad de cumplir las expectativas puestas en la obtención de un logro.

La frustración es un sentimiento que aunque se produzca en un área de la persona (como por ejemplo en la faceta laboral) se extiende hacia otros campos del sujeto llegando a considerarse una personalidad frustrada.

Aunque el mecanismo del que habla Freud ha existido desde siempre, es ahora cuando mas podemos hablar de una Sociedad frustrada, debido en gran medida a que los modelos elegidos son fundamentales personajes de los medios de comunicación, personajes virtuales, no por el hecho de salir en la televisión, sino porque sus imágenes son manipuladas por ordenador en una postproducción que elimina ojeras, superpone músculo, rejuvenece a los protagonistas, etc. Ante un modelo tan perfecto, en un mundo imaginario hecho a su medida, con un guión perfectamente estructurado, ¿cómo podemos competir?

⁴ Término acuñado por Norbert Wiener en su libro del mismo nombre de 1948, para denominar el “control y la comunicación en el animal y en la máquina”

Es normal que las jóvenes se sientan gordas viendo la televisión, es normal que los jóvenes sientan la necesidad de ser otras personas en Internet, se sienten vacíos frente a los que los demás esperan de ellos en comparación con sus héroes de ficción. Y en general es normal que todos sintamos que nuestras vidas cada vez son un poco más aburridas por culpa de unos Medios de Comunicación, que tan solo usan nuestra frustración para continuar vendiéndonos remedios milagrosos y elixires de la eterna juventud.

II. La vinculación primaria del niño: La Ciberniñera

No conocían el mar

y se les antojó más triste que en la
tele

pájaros de Portugal

sin dirección, ni alpiste, ni papeles

“Pájaros de Portugal”

Joaquin Sabina

Alivio de Luto (2005)

Así empieza la canción que narra la historia real de una pareja de menores que jamás habían visto el mar, y que recorrieron en autostop media España para llegar a una playa de Portugal y tras ser hallados por la policía, sus padres y diversos Medios de Comunicación (siempre omnipresentes en este tipo de eventos), confesaron que estaban desilusionados que pensaban otra cosa, que parecía más bonito a través de la *tele*. Y es que la televisión, como gran canalizador de deseos puede ejercer mayor poder que cualquier otra forma de cultura.

Elisha Babad (2006)⁵ ha comprobado como los gestos del presentador de un programa de televisión, bien con sonrisas o movimientos de cabeza de aprobación, o con leves gestos de desaprobación o enarcando la cejas, mientras que realizaba una entrevista a diversos políticos modificaba de manera inconsciente la opinión que los espectadores tenían de dicho político. Los participantes juzgaron más amable a la personalidad política si el periodista sonreía y más hostil y desagradable si el periodista daba gestos discretos (no verbales) de desaprobación

Es posible que un Medio de Comunicación, a priori tan frío, como es la televisión pueda transmitir tanta información subliminal y emociones. Y ¿puede tener tanto poder de convicción en una Sociedad cada vez más ilustrada?

Este capítulo está dedicado al vínculo que se genera entre la televisión y otros Medios de Comunicación basados en la tecnología de la pantalla con los niños. Y como los valores que ellos captan ahora de estos medios provocan un cambio de mentalidad, un cambio generacional tan importante como patológico. Estamos cambiando de una Sociedad neurótica a una Sociedad dependiente.

⁵ Universidad de Jerusalén. Publicado en Español en *Mente y Cerebro* 18/2006

La Televisión en el Siglo XXI

La estructura familiar actual dista mucho de la hace escasas décadas. La segunda generación de mujeres ya ha accedido al mercado laboral, lo que limita mucho el uso de la *abuela esclava*⁶

Un creciente número de **familias** son monoparentales debido al aumento de separaciones matrimoniales, surgen familias amplias donde se conjugan parientes ascendentes con hijos de anteriores relaciones. También empieza a ser considerable el grupo de mujeres que desean (y pueden permitirse) ser madres solteras. Por otro lado se ha reducido el número de hijos que por familia, existiendo cada vez más hijos únicos⁷.

El **empleo** en la actualidad, está cada vez más centralizado en las grandes empresas que buscan abaratar costes saliendo de las urbes, lo que causa que además del horario laboral se requiera un tiempo considerable en acudir y volver del puesto de trabajo. Los nuevos modelos de capacitación también obligan a los empleados a realizar cursos de reciclaje y actualización, para poder desempeñar su puesto de trabajo con mayor eficacia. Todo este tiempo extra, se resta de una vida hogareña, limitando el tiempo compartido con los hijos, la transmisión de valores y conocimientos.

El otro pilar de la **educación** del niño, es la escuela, El Periódico el Faro de Vigo (Junio del 2006), ha publicado las estadísticas más recientes sobre los trastornos que sufre el profesorado en España: un **12 por ciento** de los docentes ha tenido bajas laborales por **depresión** a causa de

⁶ El *síndrome de la abuela esclava* es un cuadro clínico patológico (establecido por la O.M.S) muy frecuente, grave, potencialmente mortal, que afecta a amas de casa responsables. Es inducido por factores **extrínsecos** (estrés familiar, enfermedades intercurrentes) e **intrínsecos** (sentido excesivo del orden, la dignidad y el pudor).

El **perfil** más común es de una mujer mayor (en nuestra cultura androcéntrica la mujer es la cuidadora natural). que ha vivido los años de posguerra o estrecheces. Aprendió desde niña a trabajar y obedecer, sin rechistar. Siendo adolescente no le enseñaron casi nada, pero se le inculcó un excesivo sentido de la dignidad y el pudor.

Ahora es un ama de casa con responsabilidades familiares que le sobrecargan inadecuadamente, llegando a la extenuación. Pero no se queja. Durante años ha asumido como propio un trabajo equivalente a la jornada laboral de dos o más personas, habituándose a hacer en un día las labores que normalmente precisarían dos o más jornadas. Con el paso del tiempo y el crecimiento de la familia llega un momento en que son incapaces de responder adecuadamente a todo lo que sus familias le demandan a diario. Se amarga porque saben que su incapacidad decepcionará de alguna forma a los seres queridos. Comienzan a sentir la incomprensión de aquellos a quienes ha entregado lo mejor de sí misma durante los mejores años de su vida. Le aterra vislumbrar que acabarán sufriendo el desamor, y quizás el desprecio, de aquellos seres que más quiere en este mundo, que a la vez son quienes más le están decepcionando. Jamás se queja con la debida elocuencia. Considera humillante, incluso indigno, la petición vehemente de socorro. Prefiere un final adelantado para sus vidas antes que gritar, "escandalosamente", pidiendo auxilio.

⁷ En España la media de natalidad es de 1,2 niños por mujer, mientras que el promedio mundial es de 2,7 hijos por mujer. Datos del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de la ONU (DESA) 2004.

conflictos escolares y un **15 por ciento** sufren **burn out**, el síndrome del profesor quemado, con síntomas de angustia, impotencia, falta de sentido a su trabajo. Las agresiones o faltas de respeto de alumnos a profesores o de profesores a alumnos son debidas a la situación en la que el sistema escolar: por un lado los maestros se sienten desprotegido por una legislación que no les respalda y por otro lo alumnos se sienten protegidos por unos padres que se sitúan instintivamente a favor de los hijos.

El mismo día 8 de Junio del 2006, el Diario Vasco, publicó el Estudio Cisneros VIII sobre la violencia en la escuela, realizado en 237 centros publicos de toda España, deonde el **90 por ciento** de los profesores reconoce que se producen actos violentos en sus aulas y el **57 por ciento** ha sido testigo de actos violentos contra otros profesores.

El acosos escolar, como denuncia la Psicologa Nora Rodriguez en su reciente libro (2006), es mas amplio y mas complejo de lo que podemos pensar a simple vista. Se suele originar en el ciclo de educación primaria cuando el cuando el profesor no resuelve un conflicto sin importancia entre alumnos que en muchos casos pueden ser incluso amigos. Los primeros casos se presentam a los 7 años (y no en la adolescencia) y las más violentas son las chicas, sobre todo si estan en aulas mixtas, posiblementene para adaptarse a un modelo masculino que identifican con la fortaleza.

En **España**, el 48% de los escolares de entre 4 y 16 años sufre acoso escolar, según un estudio del Defensor del Pueblo. Entre éstos, el 4,1% reconoce haber padecido alguna agresión física. El 8% de los casos de maltrato es traumático y provoca depresión, insomnio y problemas graves de autoestima.



Ante este panorama es complicado realizar un proceso de enseñanza de calidad, pero casi imposible realizar una educación en valores. M. Twenge⁸ (2000), llego a la conclusión de que los niveles de ansiedad que soportan los menores en la actualidad es tan alto que se equipara al de un niños pacientes de un psiquiátrico en los años cincuenta. Las causas que producen este nivel de ansiedad son factores como el **descenso de los vínculos sociales** y el incremento de los **peligros del ambiente**

sociocultural. Los menores, sin embargo, no le daban mucha importancia a factores de tipo económico, es decir, a ellos les afecta mas la amenaza de violencia, la **desestructuración familiar** o que la familia tenga problemas para llegar a fin de mes. El informe apunta por otro lado que la prosperidad económica es en sí una fuente de ansiedad, ya que se demuestra que cuando a todo el mundo le va bien hay mayor presión por el triunfo y la ansiedad es mayor.

⁸ Publicado por el *Journal of personality and social Psychology* con el título de *Birth Cohort Change in anxiety and neuroticism*.

El **juego**, como transmisor de valores y de relaciones sociales, esta desapareciendo, debido a la sensación un tanto apocalíptica, que los ciudadanos tenemos de la calle. La *agora* griega, como centro socializador a pasado a ser un lugar inseguro para los hijos e intranquilizador para los padres, que ven en él: drogas, violencia, delincuencia y marginalidad. Los hijos han sido trasladados a un entorno seguro o al menos controlado, como es el hogar y el juego como elemento socializador ha pasado a ser un elemento aislante y solitario. Las consolas⁹ de videojuegos, se han convertido en este momento el elemento de juego mas importante, lo que supone transmitirle no solamente las características de ocio que el juego contiene,

sino también la de valores: como imaginación, compañerismo, aceptación de las reglas, etc. Valores que los videojuegos no solamente no poseen, sino que fomentan otros contrarios como individualismo, que la finalidad es ganar siempre, que la violencia funciona, y sobre todo que no eres uno mas, siempre eres el centro o la razón del juego.

Entonces, ¿Quién educa a mi hijo?

Hoy en día el 40 por ciento de los niños de entre 7 y 14 años cuando regresa de la escuela, se encuentra solos en casa sin nadie con los que conversar, ni a quien escuchar, es normal que pasen muchas horas frente al televisor, en su ordenador conectado a Internet, o matando monstruos en su consola de videojuegos. Muchas veces sin el conocimiento materno/paterno. Pero muchas otras también con el consentimiento tácito de los padres que así lo tienen “controlado”, tranquilo y sobre todo les permite realizar sus labores sin molestar.

Del espejo a la Pantalla.

De los 6 a los 18 meses el niño pasa por lo que Lacan (1949)¹⁰ llamó, el estadio del espejo. El niño reconoce por primera vez la imagen de su madre en el espejo, y la percibe diferente a la propia madre, para después observar la suya propia (imagen) independiente a él, pero relacionada. En ese momento comprende la diferencia entre Yo y Mi, entre lo que es y lo que transmite a los demás.

Tras el descubrimiento de la imagen de su madre simbolizando la imago materna, llega la búsqueda y reconocimiento de otros elementos importantes para su desarrollo emocional: el padre, los hermanos, otros cuidadores, etc. El niño ya puede vincularse con estas imágenes y la carga afectiva que conllevan, siempre y cuando estas se mantengan el tiempo necesario para crear dicha conexión, ya que el desarrollo y el aprendizaje del niño, inevitablemente pasan por las interacciones sociales y los procesos de imitación, según la teoría del aprendizaje infantil de Vigotsky. Sin mucha dificultad, podemos observar cómo los niños usan la televisión como espejo desde un punto de vista lacaniano. Es fácil para un niño, identificarse con sus personajes favoritos de ficción, normalmente creados a este fin. Pero se convierte en una “necesidad”

⁹ Consolar: Aliviar una pena o un sufrimiento. RAE

¹⁰ El estadio del espejo como formador de la función del yo (je), escritos 1, Comunicación presentada en el XVI Congreso Internacional de Psicoanálisis, en Zurich, el 17 de julio de 1949.

cuando, ante la ausencia de otra clase de estímulos, son los personajes de ficción los transmisores de valores, de estructuras de comunicación y de emociones.

En un entorno ausente de estimulación emocional, el niño se ve obligado rebuscar y lo que suele encontrar son los entornos virtuales, primeramente la televisión y después otros, como los videojuegos o Internet.

Hoy en día el psicólogo ya no pregunta a sus pacientes (niños), que tal con papa, mama o el hermanito, sino programas de televisión le gustan, a que videojuegos le dedicas mas tiempo o que hace cuando esta en Internet. Ya que es este el mejor indicador posible: la relación que mantiene con estos transmisores de valores definirá como desarrolla sus patrones comportamentales con el resto del mundo: compañeros de clase, familia, escuela, etc.

La problemática con la que nos encontramos es que los Medios de Comunicación son percibidos (tan solo) como una fuente de ocio por parte de los padres, para sus hijos, sin embargo, son mucho mas que eso conformando la realidad virtual que visualizan como un compendio de vivencias (percibidas como reales y propias) y que transforman en patrones de comportamiento que les hacen superar el sentimiento de anomia que les invade y que no es satisfecho por ninguna de las entidades que tradicionalmente se encargaban de ello.

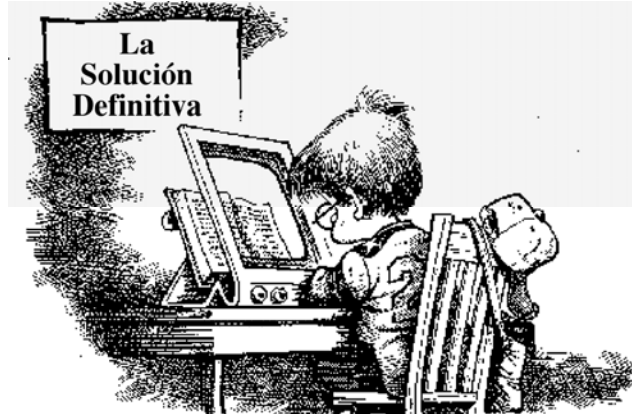
No hay que olvidar que los menores tienen poca capacidad de discernimiento entre lo real y lo simulado, entre lo que esta bien o mal y el mayor motor es el modelado o copia de conductas. El ente le ofrece situaciones nuevas, para modular sus conductas, ofreciendo incluso el posible resultado de dichas conductas. Al igual que el maestro enseña a su aprendiz nuevas tecnicas en un entorno seguro sin consecuencias.

El vinculo es tan poderoso que podemos observar como los niños entran en un estado hipnótico mientras juegan a un videojuego o ven la televisión. Un estado en el cual uno solo de los sentidos ocupa el campo de atención, limitando la atención a otros estímulos e impidiendo la discriminación racional. También se observa como necesitan un incremento constante de sensaciones virtuales. La limitación a estos estímulos provoca una reacción semejante a la que tienen los adictos con un síndrome de abstinencia.

No es de extrañar esta situación si lo que están ofreciendo estos entornos virtuales a nuestro menores, es la oportunidad de aprender, de superar esas carencias, muchas veces afectivas que nadie puede cubrir. Los Medios de Comunicación ofrecen vivir en un paraíso virtual, un mundo enlatado, en cierto modo seguro, estructurado por franjas horarias. Al mismo tiempo son engañados al no liberarles de las inseguridades del mundo real, provocando una sensación superficial de madurez superior a su edad que tapa una identidad y unos sentimientos mucho mas infantiles y débiles. Sin duda estamos ante una generación de jóvenes dependientes, con ansiedad ante un vacío existencial que ya surge como vemos desde la infancia.

Los Contenidos y los Trastornos

Los menores **bajan su rendimiento** con la entrada de elementos de ocio virtual en su habitación¹¹ como son la televisión, el ordenador o las videoconsola. En Estados Unidos un 70 por ciento de los menores de 14 años tiene alguno de estos aparatos y sus resultados académicos están por debajo de la media de los que no los tienen en las asignaturas de matemáticas, lectura e idiomas. El perfil mas alto lo daban los estudiantes que tenían ordenador fuera de su habitación y no veían la tele desde su cama.



Mas allá de la disminución del rendimiento académico, tenemos que debido principalmente a la recepción ingente de imágenes, a veces complejas y confusas, a las cuales el niño es incapaz hacer frente se crea una **hiperestimulación visual**, con la saturación atencional consecuyente y un bloqueo en su capacidad limitada de simbolización.

El resultado esta a mitad de camino entre la *anhedonia*¹², o **incapacidad de disfrutar** de las cosas agradables y sentir placer. Y la **incapacidad empatizar**, es decir, padecer por las cosas desagradables que le ocurren a los demás.

Hay una relación mas que probada entre el uso abusivo de la televisión en la infancia y de Internet, los videojuegos en la adolescencia con el posterior desarrollo de un síndrome de personalidad múltiple mas conocido como MPD (Multiple Personality Disorder), y que se refleja en la construcción de auténticos alter egos para relacionarnos con el mundo y desarrollar una vida social completa disfrazados de otras personas. El múltiple cambia de una a otra personalidad sin saberlo, como un hipnotizado, autohipnotizado.

Uno de los trabajos mas interesantes ha estudiado la capacidad de los telespectadores para simpatizar y evocar estados psicológicos hipnóticos sustitutivos con objeto de representar dramas arquetípicos. Los sujetos experimentales, televidentes adictos, creaban patrones de comportamiento complejos según el programa que veían, así en poco minutos podían cambiar de personalidad o estado de animo, según las imágenes evocaran alegría o tristeza o el protagonista estuviera en una situación determinada. Variando totalmente su comportamiento al cambiar de canal o hacer *zapping*¹³.

¹¹ Estudios llevados a cabo el departamento de Medicina Infantil de la Universidad Californiana de Stanford y de la Universidad Johns Hopkins de Maryland. Ambos en el 2005.

¹² Término descrito, por primera vez, por el psicólogo francés Ribot en 1986. Algunas personas que padecen *anhedonia* son incapaces de experimentar placer y disfrute en ninguna circunstancia, mientras, en otros casos, el problema se reduce a aspectos concretos, como el apetito por la comida, las relaciones sociales o las actividades de ocio.

¹³ Allucquerè Rosanne Stone, Immersed in Technology. Art and Virtual Environments, Mary Anne Moser & Douglas MacLeod (eds.), Cambridge (Massachusetts) 1996.

La empatía

La limitación empática, es uno de los mayores problemas que encontramos al tratar con estos niños. La empatía¹⁴ podemos definirla como *capacidad o proceso de penetrar, dentro de los sentimientos y motivos del otro*, es la manera de entender realmente lo que siente, sus penas, sus temores, o más positivamente hablando, sus alegrías. Lo opuesto, es la invalidación o el rechazo e incluso burla, de los sentimientos de alguien. Es un mecanismo de defensa frente a la incapacidad de tolerar los sentimientos de otra persona, ya sean positivos o negativos.

La empatía se aprende en los primeros años de vida, se transmite de los progenitores al hijo a través de reacciones emotivas ante sus actos. Siempre implica la existencia de una identificación proyectiva, que puede ser concordante o complementaria, pero que es imposible darse cuando no existe una bidireccionalidad. Esto implica no tanto «ponerse» en el lugar del otro, sino más bien "estar" en el lugar de otro, es la capacidad de pensar y sentir dentro del mundo interno de otra persona.

Una vez pasado este periodo crítico, en el que existe una plasticidad emocional, en el que el niño comprende y reacciona ante las emociones de los demás, es muy complicado hacer que se coloque ante los demás con una intención empática, mas aun si tenemos en cuenta los valores transmitidos en la actualidad, basados en el éxito y logro individuales e inmediatos.

El Primer contacto con el Ente.

La constante búsqueda de mercados por parte de las televisiones las ha llevado a especializar los *nichos de mercado* hasta crear una programación para niños preescolares, niños que apenas son capaces de comprender el lenguaje y mucho menos simbolizar las ideas que pueden transmitir los programas. El caso mas estudiado es de *Los Simpson*¹⁵, pero el mas claro es el de otra serie de televisión dirigida a los mas pequeños.

*Los Teletubbies*¹⁶ es una serie de televisión que la BBC inglesa puso en antena en 1997. Su público objetivo eran los niños preescolares desde el año de edad. Según sus creadores: “una propuesta para *chicos muy chicos* sobre la base de un conocimiento muy agudo de las necesidades conceptuales de la edad: colores brillantes, movimientos, repeticiones, constituyen un entorno seguro, alegre, donde, además, se plasman valores como la multiculturalidad”.

¹⁴ Término acuñado por Kohut, donde la empatía sería una necesidad del desarrollo. La experiencia que tiene el bebé de la especularización empática de su cuidador sería un ingrediente necesario para el desarrollo de una estructura psicológica evolucionada (self cohesivo).

¹⁵ Ferreros, confirma que en España (2005), cada día ven estos dibujos animados 300.000 niños de entre 4 y 12 años y ninguno de ellos comprende la serie *porque tienen una ironía que no llegamos a captar hasta los 11 años, de hecho se ríen cuando lo hacen los que les acompañan*. Además apunta que estos mismos niños se creen todo lo que ven en estos dibujos.

¹⁶ Término que juega con el prefijo “tele” con “tummys” y “tuby”, que significan respectivamente barriguita y tubo del televisor en inglés.

Los protagonistas son entrañables criaturas de diversos colores que siempre están dispuestas a fundirse en abrazos o risas. Al igual que sus cómplices televidentes suelen disfrutar de grandes siestas bajo el sol de *Tubbilandia*. Tras tumbarse sobre las verdes colinas, con un hormigüeo que recorre sus vientres, haciendo agitar levemente sus cuerpos; una “excitación” que culmina con la activación de las pantallas en sus barriguitas desde las que se proyectan video-clips educativos parecidos a los de otros programa infantiles como los de “Barrio Sésamo”.



El lenguaje del programa combina un nivel de balbuceo infantil repitiendo continuamente los vocablos eh-oh!, eh-oh! con un lenguaje normalizado. Numerosos pedagogos han denominado el habla de los Teletubbies de lenta, banal, incoherente y repetitiva lo que provocó denuncias ante las autoridades educativas británicas, y en otros lugares como en Estados Unidos y en Alemania.

En este último, la Academia de Pediatras descalificó el programa debido a sus cualidades de **adicción a largo plazo**. El programa ha tenido una excelente acogida en todos los países en los que se ha emitido tanto entre los niños como entre los alumnos de secundaria, los estudiantes universitarios y entre las comunidades no heterosexuales, incluso más, después de la expulsión del actor que interpretaba Twinkie-Winky (el Teletubby del bolso), por exceso de amaneramiento.

El entramado psicológico

La creación de un espacio dirigido a niños tan pequeños requiere una serie de premisas concretas, hay que recordar que los niños de entre uno y tres años, el público objetivo se encuentra en una fase *psicoevolutiva egocéntrica inmóvil y prelingüística*. La capacidad de simbolizar es casi inexistente por lo que es inútil utilizar el lenguaje. Los estímulos tienen que ser claros y directos, *primitivos* para mantener al infante pegado a la televisión y no se distraiga.

El mayor problema que con el que se encuentran los programadores, es que por la falta de simbolización y la consecuente imposibilidad de usar un lenguaje que evoque sentimientos, no existe una empatía simbólica. Esta dificultad se suple con técnicas subliminales, *presimbólicas*, como son el uso del color, las texturas, que crean en el niño una sensación de espacio seguro frente al televisor.

El color como transmisor de sentimientos.

Los protagonistas de la serie tienen vivos colores: Laa Laa – amarillo, Tinky Winky - violeta/azul, Dipsy – verde, Po – rojo. Siempre tienen un fondo muy suave verde o celeste, lo que permite crear calidez y hacer que presten atención a la imagen, identificándose con ellos. Las emociones que transmiten con sus abrazos y risas son fácilmente accesibles al infante, imitando el estado emocional. Las situaciones en las que se encuentran son altamente repetitivas y el vocabulario basado en balbuceos, reafirman al niño, al controlar o tener idea de lo que va o puede pasar, dándole seguridad.

Las emociones que transmiten estos colores son de calidez, brillo, alegría, como el sol (amarillo). El rojo es excitación, pasión, llama la atención, y tiene cierta connotación sexual. El azul por su lado transmite serenidad, tranquilidad, fiabilidad y el púrpura riqueza, sofisticación e inteligencia. Los fondos verdes y celestes se asocian con la naturaleza, frescor, vegetación, salud, también son los favoritos de los consumidores.

La mezcla de estos colores tan llenos de emociones positivas, junto con la textura que ofrecen, semejante a una almohada o una manta suave, provoca que tengan un sentimiento de afinidad hacia los muñecos y deseen transmitirles su cariño abrazándoles (al igual que los protagonistas), no en vano, la línea de peluches es una de las más rentables de merchandising del programa.

Esta es una de las razones por las que el gobierno chino, ha prohibido la emisión de esta serie en sus canales de televisión y en video. La razón es que pueden crear confusión a los niños y no aportan ningún tipo de estímulo para su crecimiento.

El paisaje como tranquilizador

Vitaly Komar y Alexander Melamid (1993), dos artistas experimentales realizaron un sondeo de preferencias artísticas entre personas que vivían en diez países de Asia, África, Europa y América. Resultó que el azul era el color preferido en todo el mundo, ocupando el verde el segundo puesto. Quienes respondieron expresaron su gusto por la pintura representativa de tipo realista y prefirieron elementos que incluyeran el agua, árboles y otras plantas, seres humanos (con preferencia por mujeres y niños, pero también por figuras históricas tales como Jomo Kenyatta¹⁷ o Sun-Yat-Sen¹⁸) y animales, en especial mamíferos grandes, tanto salvajes como domésticos. En un intento por explicar esta extraña uniformidad transcultural, según la cual los africanos del oriente escogían las mismas imágenes, en vez de los paisajes que les resultarían más familiares en su vida diaria.

La primera hipótesis estaría relacionada con el poder de la industria internacional de la publicidad para influir sobre el gusto, alejándolo de los valores autóctonos y acercándolo a las

¹⁷ Líder keniata, su nombre original era Kamau Ngengi (nació el 20 de octubre de 1891, en Ichaweri, Kenia - murió el 22 de agosto de 1978, en Mombasa, Kenya), Presidente de Kenya (1964-78)

¹⁸ También conocido como el "Padre de China" Fundador de la Sociedad para la Reconstrucción de China en 1911 pone en marcha el movimiento revolucionario. En 1912 derroca al emperador del trono.

convenciones estandarizadas incluyendo además de paisajes, otros objetos, como infantes, jóvenes bonitas, niños o animales. La otra hipótesis planteada por la psicología evolucionista parte de la idea de que desde hace relativamente poco tiempo vivimos en ciudades (unos diez mil años). Antes la selección del hábitat en el que asentarse era una de las consideraciones más importantes para sobrevivir, ofrecía buenos alimentos potenciales y resguardaba de los depredadores. Ese hecho ha quedado grabado en el subconsciente colectivo, de tal manera que la visualización de paisajes o imágenes de este evoquen a veces emociones positivas y otras de rechazo, pero siempre con un cierto grado de curiosidad.

La hipótesis de la Sabana

Según esta hipótesis, las personas tendemos a preferir, sobre todo en los primeros años de nuestra vida, los espacios abiertos, uniformes, estables, la profundidad, etc. frente a los entornos demasiado simples, como los desiertos, o los lugares complejos o desordenados, como las selvas. Preferimos las características de los paisajes de las sabanas, donde comenzó la evolución de nuestra especie. Existiría según esta hipótesis, una predisposición genética a preferir los entornos o las imágenes semejantes a las sabanas.

Estas respuestas al tipo de paisaje fueron evaluadas en un experimento en el cual se mostraron fotografías estandarizadas de distintas clases de paisajes a diferentes personas de edades variadas, en varios países: bosque caducifolio, selva tropical, sabana con árboles, bosque conífero y desierto. Entre los adultos, resultó que ninguna categoría fue la preferida (excepto el paisaje desértico, cuya evaluación mostró que encontraba un nivel de preferencia inferior a los demás). Sin embargo, cuando se aplicó el mismo experimento a niños pequeños, se encontró que mostraban una preferencia marcada por las sabanas con árboles, exactamente el paisaje del África Oriental donde se dio gran parte de la evolución humana (Orians y Heerwagen 1992).

Además del gusto por las sabanas, se da una preferencia general por paisajes con agua; una gama de espacios abiertos y boscosos (que indican que hay lugares donde esconderse y lugares donde se esconden animales de caza); árboles cuyos troncos se dividen muy cerca del piso (que proporcionan posibilidades de huida), con frutos potenciales a uno o dos metros del piso; vistas que se pierden en la distancia, incluido un sendero o un río cuyos meandros dejan de verse pero invitan a ser explorados; la presencia directa o la implicación de animales de caza; y variadas formas de nubes. A decir verdad, el medio ambiente de la sabana es singularmente rico para encontrar comida (calculado en términos de kilogramos de proteína por kilómetro cuadrado), y muy deseable para el modo de vida del cazador-recolector. No es de sorprenderse que sean éstos los mismos elementos que vemos repetidos sin fin, tanto en el arte de los calendarios como en el diseño de los parques públicos de todo el mundo o en el fondo de escritorio de nuestro XP.



La estructura Interna: CuCu TasTas

La estructura interna del programa es inexistente: se limita a una serie de frases que conexionan acciones repetitivas, con constantes carreras y saltos, con un andar infantil que permite seguirles a través de la pantalla, lo cual cautiva al bebé, que disfruta con los estímulos visuales en movimiento.

Los montes del escenario sirven para apariciones y desapariciones de los personajes, semejando el juego preferido de los bebés, cuando sus padres se tapan la cara y destapan o se esconden y aparecen, también llamado *cucu tastas*. Los sonidos que emiten son copiados textualmente de los propios niños, sirviendo de ejemplo a un estancamiento del nivel de lenguaje. Todas las escenas acaban con abrazos y saltos, simulando y transmitiendo sentimientos semejantes a los de los padres.

Los Riesgos a la largo plazo

Es evidente, que este programa, como pionero, hay que recordar que en Junio del 2006 ha iniciado la emisión en Estados Unidos, (al parecer con bastante éxito¹⁹) del primer canal 24 horas, exclusivamente para niños de entre seis meses a tres años²⁰. Los teletubbies ofrecen algo al bebé que los adultos no podemos comprender: se queda perplejo mirando como se suceden una y otra vez las escenas casi iguales de la serie. Ríe a la par de sus personajes, como si estuviera integrado en un mismo espacio, y sin duda percibe las emociones y juegos que los protagonistas proponen.

¹⁹ Las primeras 48 horas se descargaron de la web la cadena, 250.000 copias del manual del adulto, donde hay guías para los padres para, por ejemplo, estar atentos cuando aparece una bola en la pantalla para preguntarle al niño de qué color es la bola.

²⁰ La edad objetivo del canal fue decidida través un estudio realizado por la cadena sobre el periodo de la infancia del niño en que mas descanso necesitan los padres. Entre los seis meses y los tres años, los niños requerian una constante atención, según dicho estudio.

El problema no viene por lo que ofrece, **sino por lo que no ofrece** a los niños. En un momento de evolución, en el que su mente tiene el mayor grado de plasticidad que tendrá en su vida, es sentado frente a una pantalla, que apenas le ofrece retos, alternativas de aprendizaje. Observan durante horas, fascinados, a esos peluches gigantes estancándose en su crecimiento verbal, manipulativo y de desarrollo cognitivo²¹. Se podría decir que los convierte en vagos racionales e ambiciosos emocionales y sobre todo les inicia en una vida *teledependientes* como fuente de información-ocio sin reflexión, sin simbolización, sin criterio.

La pantalla devoradora y la Publicidad

Los efectos de la televisión en niños de 6 a 8 años y sobre todo capacidad adictiva y de modelado que tiene ha sido tratado por Ekman²² (2005). De los 432 niños evaluados se concluye que la televisión les convierte en más pasivos, menos comunicativos, menos sensibles y más consumistas: *“El niño es un “aprendiz” constante, aprende de todos los programas que ve, ya sea información, conductas, actitudes, valores y significados. Muchas veces aprende más de lo que se busca que no aprenda que de lo que se le quiere enseñar”*.

Parte importante de estas consecuencias es debida a la **publicidad** expresamente dedicada a los niños, ya sean de juguetes o alimentos. En todos ellos se repiten una serie de características:

La creación de necesidades, incentivando constantemente el deseo: se trata de conseguir que lo accesorio se convierta en imprescindible

El éxito: la vida solo es para triunfadores, y el triunfo se asocia a los productos.

Felicidad: las caras sonrientes en extremo en la mayoría de los anuncios es un chantaje al espectador basado en una promesa de felicidad fácil.

Libertad (falseada): trivializada, del estilo de escoger entre Pepsi y Coca-Cola. Se pretende vender libertad mientras se apela a la autoridad, al mimetismo y a la moda.

Afán de posesión: La felicidad consiste en tener, poseer y consumir.

Comodidad (negación de esfuerzo): Todo es fácil, todo puede conseguirse al instante.

Lujo, Elegancia: El producto garantiza imagen seductora, con clase, con distinción.

Moda: Como respuesta paradójica a una doble necesidad: la de singularizarse, distinguirse, y la de conformarse, sentirse aceptado, integrado.

Prestigio / Poder: No se derivan del valor intrínseco de la persona, sino de la posesión u ostentación del producto.

²¹ Artículos recopilados en Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine (2004), sobre problemas que causa la televisión en los menores de tres años.

²² “ De la ficción a la realidad publicitaria” Cuadernos de Comunicación y Pedagogía (2005)

Marca: Como manifestación de prestigio. Un mito de nuestro tiempo.

Belleza: Como elemento clave para el triunfo en la vida; asociada al consumo o al uso de algunos productos.

Concluye la autora que la televisión y dentro de ella la publicidad ocupa un lugar cada vez más preeminente. La publicidad relaciona productos con situaciones, personajes, y acciones, de tal manera que el público infantil desee el producto. Al mismo tiempo se crea una uniformización del consumidor infantil, con deseo igualizado.

La publicidad se encarga de cohesionar socialmente a los consumidores de un determinado producto. Crea nuevas necesidades, incentiva constantemente el deseo y la búsqueda de la felicidad, el afán de posesión, la competencia y la comodidad.

Mitos Sobre el Sexo y la Violencia.

Siempre se ha considerado que los medios de comunicación, en especial los visuales (televisión, cine, videojuegos, etc.) juegan un papel muy importante en el desarrollo de las conductas violentas y sexuales prematuras. Las razones son obvias, imágenes impactantes y continuadas son vistas por los niños hasta que son asumidas como modelos de comportamiento.

Robert Leibert²³ (1976) evaluó el impacto de **la violencia televisada** sobre el **comportamiento agresivo** de niños de entre 8 y 13 años de edad, para corroborar o desmentir empíricamente la perspectiva clásica del aprendizaje social, que correlacionaba positivamente ambas variables.

Los resultados correlacionaron ambas variables de manera positiva solamente en contexto ambiental empobrecido, bien fuera un bajo **status socio-económico**, o las **tendencias agresivas preexistentes**, o unas **pautas de comunicación y socialización familiar**.

La televisión no emite sus mensajes en un vacío ideológico y los espectadores no son meros sujetos pasivos de tales discursos. Y aunque, el aprendizaje directo, que el niño realiza al interactuar con su entorno próximo, es evidentemente más rico en experiencias que el realizado a través de un medio como la televisión, que no permite el feedback inmediato, **no por ello la televisión ha de ser considerada como un instrumento nefasto** o no apto para el desarrollo del niño.

Los datos y las conclusiones dejan entrever, aunque no se expresen explícitamente, que la violencia, (y posiblemente el sexo) en la televisión y otros medios de comunicación no son *per se*, detonantes, **pero sí catalizadores** en niños (y adultos) con perfiles psicopáticos o dependientes, surgido de **carencias emocionales familiares** o emocionales de comportamiento agresivos, y conductas violentas.

Al igual que ocurre con el alcohol y las drogas en otras psicopatologías, las imágenes violentas solo potencian un sentimiento bloqueado, que, al visualizarse *en tercera persona*, se identifica

²³ Director del Departamento de Comunicación de la Universidad de Carolina del Norte. Publicado en España con el título de *La televisión y los niños*. Ed. Fontanella, Barcelona.

con el sentimiento propio, y se acepta la conducta como liberadora de dicha tensión. Sin embargo, a diferencia de la ficción, la realización de la conducta no suele conllevar una liberación total de la tensión, lo que requiere que se acuda tanto a la conducta real como la virtual periódicamente para liberar el desequilibrio emocional, producido por un entorno psicosocial y afectivo degradado y carencial.

Internet y los Videojuegos: El salto a la Gran Pantalla.

Para el completo desarrollo psicosocial del niño, es necesario que este forme parte de un grupo de pares, un grupo igualitario en el que pueda tomar el punto de vista de un nuevo tipo de estructura social fuera del núcleo familiar. En las grandes urbes modernas esta desapareciendo, este tipo de elemento socializador. Los medios de comunicación tienen gran parte de culpa ya que nos ofrecen una visión agresiva, violenta y peligrosa de las calles. Los centros de ocio privados han ocupado el lugar de las plazas o parques en los que se jugaba, dejando para esta labor el patio del colegio.

Los *cibercafés* y Las salas recreativas son lugares de socialización más dinámicos para los niños y adolescentes: allí interactúan e intercambian situaciones y formas de vida, concepciones, creencias y prácticas de lo que son y como deben ser los hombres, a partir de la experiencia vicaria del ritual del juego y la búsqueda del liderazgo.

Dentro del hogar, el juego es cosa de los **videojuegos**, simuladores que recrean escenarios y situaciones para el disfrute del jugador que solo tiene que dejarse llevar por un guión perfectamente elaborado y conducir al protagonista (su yo virtual) y superar diversas pruebas. Ya no es necesario usar la imaginación, todo está en la pantalla.

No hay que olvidar que los juegos en general nos ayudan a formar nuestra identidad. Permiten reconocer al *otro* como compañero o contrincante. Aprendemos valores que de otra manera nos sería muy difícil conceptualizar. Sin embargo el 60 por ciento de los padres no sabe a que juega su hijo, aunque ellos hayan pagado los juegos²⁴.

Los videojuegos como la televisión tienen facetas ocultas manipulativas, que son interesantes de entrar a valorar. Además de potenciar la competitividad, el dominio, la agresividad y el sexismo, nos inculcan unos *dudosos* valores. Uno de los ejemplos más evidentes, son los de una saga de



²⁴ El juego de videoconsola más vendido en el 2004 fue *GTA San Andreas*, en el que el protagonista, un ex convicto ha de realizar una serie de misiones, además de poder matar a todas las personas que viven en la ciudad para robarles su dinero. Especial valor tiene en el juego matar policías o atropellar peatones.

videojuegos con amplia repercusión mundial, altamente adictivos y que son inculcadores de valores los simuladores de la vida diaria, los Sims.

Proyecto Sims.

*Los Sims*²⁵ es un simulador de la vida diaria muy elaborado en el que cada jugador debe atender a multitud de variables a la vez, desde comer o ir al trabajo, hasta hacer actividades de ocio o ducharse. Su evolución dentro del juego es incierta debido a la introducción de elementos de reto, que obligan al jugador a tomar decisiones que modificaran la partida a corto y medio plazo. De hecho, se aproxima a la realidad de las vidas de la mayoría de los ciudadanos y es justamente por eso por lo que puede servir como laboratorio de ensayo a los aprendices de ciudadanos que son los niños.

El secreto de la adictividad del juego esta en la especial concepción del videojuego, que mezcla realidad con ficción. Al empezar cada partida el jugador decide cómo es físicamente (sexo, edad, color de pelo, manera de caminar, etc.) y cómo va vestido su *yo virtual*. Además, por ejemplo, en *Los Sims Online* los personajes trabajan en empresas como McDonalds y comen "Big Mac", y sus ordenadores son Pentium y funcionan bajo Windows. No es la primera vez que los logotipos comerciales llegan a la pantalla del ordenador a través de los juegos, pero hasta ahora eran las compañías eran de videojuegos las que pagaban, y no al revés, como sucede con este juego.

La causa es muy sencilla: el publico potencial al que va dirigido el juego, son los adolescentes de alto poder adquisitivo (grupo de especial interés para los departamentos de marketing de las empresas).

Análisis Crítico.

Desde el punto de vista **cognitivo**, los Sims, ayudan a desarrollar estrategias de planificación y resolución de conflictos. Debido a la cantidad de variables que se manejan, no se puede interactuar mediante la técnica de ensayo-error, sino que requiere de un pensamiento lógico. La previsión, la programación y las prioridades son aspectos básicos para el control del juego, para lo cual es necesario realizar muchas acciones en paralelo, capacidad que puede ser muy útil en diversos contextos de la vida diaria.

Desde el punto de vista **social**, crea un alto nivel de reflexión (de una forma natural), no solo sobre la responsabilidad, sino también sobre las relaciones con los amigos, y su importancia para nuestra propia felicidad. Lo mismo ocurre con las relaciones de pareja, familia, administración del dinero y trabajo.

Sin embargo también se potencian los **valores** culturalmente dominantes. La competitividad es uno de los ejes del juego y de nuestra sociedad, esta presente en todos los ámbitos (trabajo,

²⁵ De Electronic Arts (2000), se han distribuido mas de 24 millones de copias, en 17 idiomas. El 60% de los usuarios son mujeres y la mayoría adolescentes (Fuente: MeriStation). Es la licencia más vendida en el año 2000, 2001, 2002 (Fuente: NPD Group)

deporte, estudios) y en el juego se induce a competir tanto con los demás como con uno mismo. La violencia, tan presente en el mundo, también es un motor del juego, pudiendo ir desde la agresión verbal a hasta la física. El consumismo esta también presente a través de objetos decorativos.

El juego supone un fuerte impulso para el desarrollo de actitudes y comportamientos consumistas (compra de aparatos, accesorios, modas, revistas especializadas, etc.) que hacen mas feliz a nuestro *homónimo virtual* y que tras comprarlos el juego nos concede mayor prestigio, mas amigos y mejora la situación laboral. Los amigos son meras herramientas a las que recurrir en caso de que nuestro personaje necesite algo superar alguna prueba o necesite ayuda de ellos, nunca comparte nada con los amigos.

El éxito es entendido como fama, dinero y estatus social, lo cual es incompatible con otros valores sociales como el altruismo, la ecología o el voluntariado, conductas que quedan excluidas del juego, como variables irrelevantes para el correcto desarrollo de la vida de una *persona normal*.

La televisión y la infancia: Conclusiones.

Hasta aquí he mostrado como las entidades encargadas tradicionalmente de la *paideia* son incapaces de desarrollar su labor correctamente. Los nuevos encargados de esa tarea son los Medios de Comunicación, bien conocidos por todos, ya que desde hace mucho tiempo nos acompañan en nuestro tiempo de ocio, pero ¿sirven para educar?

Los Medios de Comunicación, están patrocinados (pagados) por empresas privadas que solo buscan obtener beneficios. Por su parte las productoras solo buscan crear programas que *enganchen* al mayor numero de personas posibles para poder pedir mas dinero por la publicidad, dejando de lado muchas veces los códigos éticos.

Frente a este entramado un ¿qué puede hacer un niño?. Se aferra a estímulo que le parece atractivo. Rápidamente se acostumbra a sentarse frente a esa caja y no hacer nada, bueno si, no pensar. El ritmo frenético de las escenas no permiten que se piense, tan solo observar como si de un cuadro se tratase, como transcurre la situación.

Este abandono del niño frente a las pantallas de la televisión o frente a los videojuegos, tiene consecuencias: la primera y mas común es lo que podemos denominar, *un síndrome amotivacional*²⁶, ¿cómo podemos convencer a un niño de que sea activo, que decida cosas, si se pasa una media de casi cuatro horas sentado frente a un aparato que decide por él?. Frente a la pantalla no necesitas crear, no necesitas comunicarte, en definitiva te convierte en un ser pasivo frente a la Sociedad.

²⁶ Este síndrome ha sido definido para el consumidor crónico de Cannabis, y se define por una actitud de indiferencia general.

Otro gran problema es la gran cantidad de estímulos que recibe, tantos que su mente es incapaz de “masticarlos” y se dedica a “tragarlos sin mas” y montarlos en su cabeza de una manera azarosa. Muchas veces se oye decir a niños de cuatro y cinco años decir: *en mi televisión sale que...*, es decir, el niño vive la experiencia televisiva como única, como real y personal. El niño es incapaz de *discernir entre la verdad y la mentira* hasta los 8 años. Hasta esa edad cree realmente lo que pasa frente a él, y aunque repite frases o ideas complejas, no las comprende, sino que las usa para mostrar una falsa madurez que una vez retroalimentada crece, necesitando mas dosis de su droga al igual que el adicto.

Llegados a este punto de dependencia con la televisión y sus derivados, el niño es incapaz de atender a estímulos sencillos, que no van recubiertos, de personajes de ficción, de vivos colores o música estridente. Necesita una hiperestimulación constante: incluso cuando ve la tele, necesita hacer zapping constantemente para incrementar ese consumo de imágenes²⁷. Esta situación hace imposible la captación de las ideas que ofrecen los padres, maestros, juegos, etc. El niño es incapaz de atender lo que dura una clase; en primer lugar porque “es aburrido” y, en segundo, porque le supone un gran esfuerzo comprender las enseñanzas, por su limitada capacidad de simbolizar, atrofiada por no ser estimulada mediante por ejemplo la lectura²⁸.

Los padres, también perdidos en este nuevo entramado social se sienten impotentes ante la situación que para ellos surge en forma de conductas hiperactivas de sus hijos y por la imposibilidad de tener conversaciones con ellos, ya que cambian constantemente el tema o introducen frases incoherentes en el contexto.

Acuden al médico que les informa de que su hijo sufre un trastorno por déficit atencional o trastorno hiperactivo, cajón de sastre hoy en día para los problemas de los niños que no tienen una causa fisiológica o mostrable. Es en este momento cuando la situación explota en forma de capsula. El niño es culpabilizado: por haberse enganchado a la televisión (o la videoconsola), cosa que siente como falsa, ya que fue el abandono de los padres y la soledad la que le hizo depender de la pantalla. Por su parte los padres en parte liberados de la culpa por alguna revista que dice que *lo que le pasa a su hijo es culpa de un neurotransmisor, o una encima, y dentro de algunos años se tendrá la solución definitiva*. Tienen la responsabilidad de limitar el acceso a la pantalla de sus hijos ocupando el tiempo en otras tareas, como estudiar, leer o jugar con ellos.

La ultima alternativa al fallar estas, es desesperada, acudir a un psicólogo que reestructure la situación familiar. Sin embargo la opinión mas generalizada es la de abandonar al niño a su suerte, bajo la frase lapidaria de: *Cuando llegue a la adolescencia ya se le pasará*. Como ahora veremos, el niño que arrastra los problemas de la infancia, solo puede empeorarlos en la adolescencia.

²⁷ Es tan conocido este efecto de *zapping* constante que todas las serie infantiles se basan en microhistorias independientes, de tal manera que no se pierde el hilo tanto si se comienza a ver una vez empezada, como si se realiza el *zapping* para después volver.

²⁸ Solo 22,4% de la población tiene el hábito de **leer todos los días**, el 30,1% al menos una vez a la semana, y el 40,9% al menos una vez al mes. Esta encuesta realizada en el 2005 por la SGAE, incluye tanto libros, como prensa y publicaciones. Excluye las lecturas realizadas por temas relacionados con el desarrollo de su trabajo.

III: La Victoria por Saturación

Elige la vida, elige una carrera, elige un empleo, una familia, un televisor grande que te cagas, elige lavadoras, coches, equipos de compact disk y abrelatas eléctricos.

Elige la salud, colesterol bajo y seguros dentales, elige pagar hipotecas a interés fijo, elige un piso piloto, elige a tus amigos.

Elige ropa deportiva y maletas a juego, elige pagar a plazos un traje de marca en una amplia gama de putos tejidos.

Elige el bricolaje y preguntarte quién coño eres los domingos por la mañana. Elige sentarte en el sofá a ver teleconcursos que embotan la mente y aplastan el espíritu mientras llenas tu boca de puta comida basura

Elige pudrirte de viejo cagándote y meándote encima en un asilo miserable, siendo una carga para los niñatos egoístas y hechos polvo que has engendrado para reemplazarte. Elige tu futuro, elige la vida.

Pero ¿porque iba yo a querer hacer algo así?

Yo elegí no elegir la vida, yo elegí otra cosa, ¿y las razones?. No hay razones, quién necesita razones cuando tienes heroína.

Monologo inicial de la película *Trainspotting*²⁹

²⁹ Película por Danny Boyle, basada en la novela homónima de Irving Welsh, que narra la frenética historia de 5 jóvenes británicos y su relación con la droga, el sexo y la violencia. Estrenada en España en 1996.

Introducción

Las crónicas y los libros de guerra cuentan que existen dos maneras de entrar en una fortaleza amurallada, la primera es el ataque directo, luchar hasta la muerte. La segunda consiste en asediar la fortificación, cortar sus vías de suministro, y esperar a que el oponente rinda sus armas.

El monólogo inicial e iniciático, con el que empieza la película *Trainspotting*³⁰, podría pertenecer a banda sonora de la vida de cualquier joven, solo habría que cambiar el final. Las drogas (como sustancia) son una salida es cierto, pero hay muchas más todas usadas como lo hace el adicto, es decir como *una sustancia* que sirve para modificar la percepción de la realidad, el estado de ánimo y el juicio de las cosas. Qué más da que se simbolice en una pastilla o un *botellón*, en la defensa a ultranza de los colores de la camiseta de tu equipo, de realidad tamizada por Internet, el móvil o los videojuegos, del alimento como enemigo de la carne, del deporte compulsivo, o del trabajo como obsesión.

Resulta significativo que el consumo de psicofármacos comenzara en el siglo XIX con el despegue de la Revolución Industrial y cuando los cambios en el estilo de vida se encaminaban hacia un ritmo urbano en constante aceleración que se ha convertido en el patrón actual.

En la actualidad la adicción se considera algo normal y lo raro es no tener ninguna. Los que la sufren se autodenominan fanáticos. Las acepciones que tienen este término en el diccionario son: *que defiende con tenacidad desmedida y apasionamiento creencias u opiniones y preocupado o entusiasmado ciegamente por algo*. el objeto fetiche ya sea real o simbólico sirve de sujeción frente a los vaivenes de la vida.

Paradójicamente la esencia de estas *drogas* es ofrecer la sensación de libertad y autosuficiencia. Al realizar la conducta o consumo, se produce una percepción liberadora de las ataduras de la sociedad y la no dependencia de nada, ni de nadie para nuestro bienestar. El problema surge cuando volvemos a la realidad, que aun parece más aterradora que antes, y nos empuja a volver a la caverna mágica de la que hemos salido.

El sitio de los jóvenes.

Los adolescentes vienen de un mundo infantil dirigido por los Medios de Comunicación: la Televisión, la Publicidad y los Videojuegos. A mucha distancia quedan la familia, los amigos y el colegio. La principal causa es que los ideales que los Medios de Comunicación están más cercanos al mundo que ven, al que algún día se incorporaran y que se basan. El individualismo del ganador, el dinero como criterio de éxito y fracaso en la vida, el estatus social como único indicador de *ser alguien en esta vida*, etc.

La entrada en la adolescencia viene marcada por el abandono de su gran *guía espiritual*, **la televisión**. La gran aliada hasta entonces en lo que a reglas, valores y formación extracurricular

³⁰ Expresión inglesa que hace referencia a la afición de muchos jóvenes británicos de ir a una estación y contar los trenes que pasan durante horas.

se refiere desaparece, el adolescente pierde sus referentes, ya que hoy por hoy, no hay programas de televisión específicos para adolescente. Ahora toca o bien adaptarse a una programación adulta o regresar a un estamento mas infantil y volver a una programación infantil un tanto insípida y que no les aporta nada en su nueva vida adolescente.

Lo mismo ocurre con **la publicidad** panacea infantil que ahora aunque siga subyugando al adolescente pierde poder debido principalmente al espíritu rebelde de los jóvenes y de un aumento en la capacidad cognitiva y de simbolizar los mensajes que recibe del entorno. El adolescente esta preparado para enfrentarse a los estímulos que recibe del medio, puede hacer un análisis mas completo del mensaje llegando a comprender que esta siendo *usado* por las grandes corporaciones. Entonces descubre que vive en un universo temiblemente mercantilista.

Los videojuegos perduran mas en el tiempo en el mundo adolescente, incluso llegan a acompañarle hasta la vida adulta, pero su importancia vital disminuye, al no ofrecerle el grado de interactividad “social” que el adolescente necesita, muchas veces esto se suple “usando” la consola como lenguaje de comunicación, como nexo de unión.

Una excepción sobre la desilusión que supone la entrada en la adolescencia son las **revistas para chicas adolescentes**³¹, que son el único medio de comunicación expresamente creado para adolescentes (mujeres) y que son usadas por éstas como guía sobre temas como la moda, sexo y ocio, que no pueden tratar con otras entidades socializadoras como la familia o amistades, ya sea por desconfianza o vergüenza, pero cuyo desconocimiento suponen una alta carga de ansiedad por sentir que son de vital importancia para la construcción de su identidad

Estas amigas que todo lo saben ofrecen soluciones rápidas a problemas que preocupan a las jóvenes. Las chicas, por su parte, entienden que tras la aparente imagen de apoyo se esconde grandes empresas que utilizan estas revistas para publicitarse. Así que, aunque casi nunca den el paso para seguir los *10 consejos para seducir a tu profesor* o no compren las *prendas que te harán ser la reina del baile este verano*, sí les sirve de referencia, les ofrece la ansiada seguridad (al menos temporalmente), ya que no podemos olvidar que lo que los jóvenes desean es ser uno mas en una sociedad adulta, normalizarse. Esta es la razón para que la sección mas demandada de estas publicaciones sean los test psicológicos del estilo *eres lo suficientemente abierta, cómo te ven los chicos*. Juegos de palabras que insinúan una realidad, el surgimiento de la sensualidad y el sexo.

El fin de estas publicaciones es además de estar a la moda y sentirte guapa, que los chicos te vean como la mejor. Es el sexo opuesto el que influye de manera abstracta en la toma de muchas decisiones o modelos. Es una visión tradicionalista del mundo en la que solo se han alterado los códigos, es decir, se dice lo mismo, pero en otro idioma, impidiendo romper con los mitos y crear un espíritu crítico no basado en un narcisismo promovido por las corporaciones.

³¹ Como la revista Ragazza con una tirada mensual de 109.406 ó YOU con 39.409 ejemplares respectivamente (datos de Julio del 2005 según OJD).



Los nuevos amigos

Los jóvenes de entre 18 a 23³² gastan en **ocio** unos *doscientos euros semanales de media*. **La informática junto con Internet** supone el tercera prioridad del gasto, tan solo superada, por el ocio de fin de semana y los viajes y el gasto en ropa y música. Las otras dos principales fuentes de gasto de los jóvenes aragoneses son los libros, el cine y el teléfono móvil. Todas ellas parecer ir encaminadas hacia un solo fin. Sacar las necesidades vitales de los adolescentes, en especial la de comunicarse y la de pertenencia a un grupo.

Los amigos toman gran importancia y los vínculos comunicativos entre ellos son imprescindibles. Las nuevas tecnologías con Internet y los programas de mensajería en especial el *Microsoft Messenger (MSN)*, el Teléfono móvil, y los dispositivos de música portátil con formato MP3, suplen a las ya “caducas” Televisión y la Radio en las que apenas, según el mismo estudio, se fijan los jóvenes aragoneses.



³² Dirección General de Consumo (2006).

Los Ordenadores³³

Existe una relación directa entre la *tecnofilia* creada por las consolas de videojuegos y los juguetes electrónicos, con la afición al universo de los ordenadores, quizás porque éstos permiten aunar elementos muy significativos y permiten comunicarse si están conectados a Internet. La gran variedad de programas informáticos existentes ofrecen un ocio personalizado y un alto grado de individualidad.

Se puede decir que el ordenador es el mejor amigo del joven, incluso se llega a personalizar para que sea diferente al resto o el más original³⁴. Para ellos simboliza una puerta a otro mundo, los juegos recrean los roles que les gustaría tener, Internet la comunicación personalizada y mundial y en general un ordenador es una *masa informe de arcilla* que moldeada adecuadamente se puede convertir en lo que se desee.

Internet y la Mensajería Instantánea

Internet ha invadido en cuestión de años nuestras vidas. Hace diez años pocos españoles podrían haber entendido como algo real y cercano que hoy se pudieran comprar billetes de avión desde un ordenador, o que se pudieran recibir correos de un amigo por la línea telefónica. Hoy sin embargo hasta las personas jubiladas hacen cursos para saber cómo charlar con personas que están en otro lugar del mundo.

Esta libertad de la *red de redes*³⁵, de la que los jóvenes son usuarios nativos al crecer con ella, no es utilizada por ellos de manera tan indiscriminada como puede parecer a simple vista. El uso de los foros abiertos como los *chats*, son usados con mucha menor frecuencia y solo cuando es una temática concreta, bien relacionada con un equipo de fútbol concreto, con el cantante o con la teleserie de moda y siempre premia el valor informativo sobre el comunicativo.

Dentro de los programas de mensajería instantánea, podemos clasificar dos tipos, el **abierto**, en el que hay un buscador que nos permite encontrar personas que cumplan el perfil que nosotros deseamos, como es el *ICQ* (en inglés fonéticamente *I seek you*, textualmente: yo te busco).

Y los que podemos denominar **cerrados** en los que solo conociendo el apodo de alguien podemos conectar con él. La mayor virtud es el control de las personas con las que conectamos, ya que de algún modo tenemos información previa sobre ellas. El mayor inconveniente, la limitación, si no se tienen contactos previos para encontrar amigos nuevos.

Esto que parece algo poco importante toma cierto interés al observar como los jóvenes se conectan con el tipo de mensajería cerrado o controlado, es decir, defienden la *horda* de

³³ Orden: Colocación de las cosas en el lugar que les corresponde. (RAE)

³⁴ Esta moda copiada de la personalización de los vehículos (*Tunning*), se denomina *Modding* y permite modificar cualquier componente del ordenador, ya sea cambiando su color, forma, etc. Existen campeonatos, y muchos exhiben sus modificaciones en sus páginas Web con orgullo.

³⁵ Internet tiene una connotación de grandiosidad sutilmente sugerida por el hecho de ser importada del inglés y de escribirse con mayúscula y sin anteponer ningún artículo (en contraposición de: el teléfono o la televisión y con misma estructura (lingüística) que Dios).

incursiones bárbaras, y solo usan estos programas para mantener el mayor tiempo posible los vínculos sociales creados previamente con amigos o compañeros de clase. Los adultos en cambio buscan normalmente en Internet suplir las carencias, en este caso afectivas, y buscan amigos virtuales, así que conectan con foros abiertos, donde hay mas posibilidades y facilidades para comunicarse, ya que los vínculos no son importantes.

El adolescente se conecta para contarle a un compañero o amigo lo que ha hecho esa tarde al salir de clase. Un adulto recurre a los foros abiertos para contarle a alguien, sin importar mucho dónde éste o cómo sea (solo es necesario que se cree un pequeño nexo de comunicación), algo, que tampoco es importante, pero que simboliza para esa persona que hay alguien que le escucha, que le comprende y que le hace sentir que no está sólo. Así, mientras que en el primer caso el joven pone el énfasis en el otro y potenciar el **vínculo**, en el segundo lo importante es **comunicar**, es uno mismo, es saciar la necesidad vital de comunicación que, imposibilitada por otras vías, surge a través de un terminal de ordenador.

Eso no quiere decir que el adolescente no tenga problemas de soledad, puesto que el miedo a estar sólo, a sentirse separado del grupo es lo que hace que constantemente fortalezca la relación con su conjunto de pares, lo cual retroalimenta positiva o negativamente su autoestima y personalidad, con un sentido de pertenencia, de identificación, como miembro de un grupo, de una familia a la que el desea pertenecer, mas allá de la genética, y donde su estatus es diferente del que tienen en la familia parental.

La tribu del pulgar.

En un estudio (2005)³⁶ llevado a cabo en nueve ciudades de Europa, Japón y los Estados Unidos, se observó cómo los jóvenes menores de 25 años sufren modificaciones fisiológicas en su dedo pulgar, la musculatura se encuentra hiperdesarrollada lo que les proporciona una mayor agilidad. Esto es debido al uso continuado de este apéndice desde la infancia con los videojuegos y en la adolescencia con el teléfono móvil y en especial con el envío de mensajes (SMS).

El *móvil* se está convirtiendo con rapidez en un accesorio indispensable en la vida social de los veinteañeros. Hasta se ha convertido en parte de su proceso de cortejo, al tratar los chicos de impresionar a las chicas con la avanzada tecnología de sus teléfonos. La relación entre la tecnología y sus usuarios es mutua: nos estamos cambiando los unos a la otra y viceversa.

El teléfono móvil ofrece independencia, comunicación constante, puede personalizarse con fotos, sonidos, carátulas, es una seña de identidad y no es excesivamente caro. En España existen **cuarenta y tres millones** de teléfonos móviles (crecimiento exponencial sin parangón ya que hace tan solo diez años solo había siete millones), y el **80% de los jóvenes** mayores de 14 años posee uno, con lo que casi podemos decir que es medio mas eficaz para comunicarse de

³⁶ Trabajo dirigido por la Doctora Sadie Plant Fundadora de la Unidad de Investigación de la Cultura Cibernética, de la Universidad británica de Warwick.

una manera individualizada (ya que el teléfono fijo que tiene un uso compartido y por tanto supeditado al control paterno).

Los festivales y el MP3³⁷: El Yin y el Yang de la comunicación.

Son dos fenómenos sociales contradictorios, aunque ambos mecanismos tienen el mismo motivo, la música. Los festivales tienen una función socializadora, incluso podría definirse de *baño de masas*, donde la intimidad desaparece al formar parte de un gran grupo de miles de jóvenes durante varios días. El MP3 está basado en el reproductor de música portátil y tiene una misión "aislante", autística o de desconexión del mundo.

Ambas actividades son usadas como *desestresantes*, no demandan un compromiso y tampoco tienen un objeto definido. Son el contrapunto de una sociedad percibida como *hiperestimuladora, ultraviolenta y supertecnificada* en la que nos movemos por pasiones y estamos desfallecidos de tanta información que satura nuestra capacidad hasta volvernos ignorantes: un libro clásico se ha convertido en aquello que todos conocen pero nadie ha leído.

Este cruce de polos del todo a la nada, esta ambivalencia emocional es una respuesta desesperada del ser humano que en el adulto toma unas formas concretas, ya que sus *fantasmas* son otros. El joven sobrelleva la presión huyendo del estímulo que implica ansiedad, o equilibra esa tensión con su opuesto.

En definitiva, el adolescente se encuentra en una tesitura extrema de la que huye en el momento que intuye que su Yo puede desaparecer engullido por la Sociedad. En ese momento necesita reponer sus fuerzas en un espacio real o virtual protegido. Es su habitación, es un grupo de pares donde no se encuentra cuestionado, es una reunión de miles de personas donde no se siente extraño, o simplemente son un par de cascos de música que, conectados, le permiten visualizar lo que pasa a su alrededor como una realidad suavizada, además de limitando la comunicación con él del resto del mundo el cual percibe como *alienígena*.

El Capitalismo del Yo.

Los jóvenes de hoy provienen de la *gran clase media* que predomina en la sociedad occidental actual, han asumido plenamente los valores de la democracia que entienden básicamente como una cultura de la solidaridad y de defensa de las libertades individuales. Valores como el pacifismo, la tolerancia o la ecología son parte de su manera de entender la vida, pero se pierden en la aplicación de estos ideales en el día a día, presentan deficiencias en los valores instrumentales como el compromiso, la abnegación, la participación o el trabajo bien hecho. A menudo son presentados como individuos sobreprotegidos, víctimas de una educación sin esfuerzo y con una importante deficiencia de autoresponsabilidad. Viven en la contradicción de que la capacidad de desarrollar enormes esfuerzos o retos en unos aspectos como la superación

³⁷ Formato de audio digital comprimido, desarrollado por el Moving Picture Experts Group (MPEG) para formar parte de la versión 1 (y posteriormente ampliado en la versión 2) del formato de video MPEG. Su nombre es el acrónimo de MPEG-1 Audio Layer 3.

laboral o en el deporte van unidos a la incapacidad de afrontar la menor incomodidad o la carencia de medios materiales.

La Sociedad vive lo que se ha llamado la *postmodernidad* o *alta modernidad*. Su característica principal es la evolución de los valores de la sociedad moderna. Y es esta la mentalidad que ha originado que nuestra sociedad de consumo se vuelva cada vez mas peligrosa al propugnar excesivamente el ideal de la **disminución del esfuerzo** y el **aumento de comodidad** con que hay que llevar a cabo las cosas. Ahora lo Universal deja paso a lo particular, el esfuerzo al placer, el trabajo a la fiesta, lo leído o hablado a lo visto, lo masculino a lo femenino, e incluso la construcción a la deconstrucción, la razón a la emoción y el pasado o futuro al presente³⁸.

El círculo vicioso que se cierne sobre los jóvenes hace que se limiten a ser sujetos receptores de una atmósfera de estímulos gratificantes y fáciles, mientras la industria y el comercio se ocupan de proporcionar dichos estímulos. El resultado es el consumismo fácil: donde el consumista se vuelve cada vez mas débil y dependiente hasta el punto de no poder, ni querer prescindir de esa espiral de la que no se sabe muy bien si se ha querido rodear (o ha caído) y que le aísla del verdadero mundo.

Cuando el cordón se rompe

La adolescencia es una etapa incomoda, quizás cada vez mas, tanto para el joven que siente que está *en una edad sin perfil*³⁹, como para los familiares y personas, que tratan con ellos que tampoco saben muy bien como deben de actuar. Al final, la adolescencia se pasa y muchos de los problemas, la mayoría organizativos o de identidad, desaparecen.

Pero es esta etapa, junto con la primera infancia la que tiene una mayor influencia en el desarrollo de nuestra vida. Muchas veces es este periodo el que saca a la luz muchos de los problemas escondidos en el niño. Los dos universos tradicionalmente traumáticos que sacan a la luz muchos de los primeros brotes psicóticos, eran el servicio militar (felizmente desaparecido) y el inicio de los estudios universitarios, momento que para todos lo jóvenes sirve de rito iniciático a la vida adulta. En la actualidad el momento mas crítico es el inicio en el consumo de drogas.

De entre los muchos fenómenos que podemos estudiar para comprender el problema, ninguno como el que sucede *exclusivamente* en un país en la otra parte del mundo, en Japón donde un millón de jóvenes (el 3 por ciento) sufre un extraño trastorno psicológico que les mantiene encerrados en su casa durante años con el único contacto con el exterior de la televisión, Internet y los videojuegos.

³⁸ Javier Elzo Imaz (2004)

³⁹ Término acuñado por Salvador Cardús (2000).

Los Hikikomoris

Se podría decir que son las víctimas de un sistema social extremadamente competitivo centrado en el honor y el éxito y donde el fracaso se expía con comportamientos culpabilizadores y autopunitivos.

La competitividad y la presión comienzan en la guardería donde el niño tiene que aprobar un examen de ingreso para entrar en la mejor guardería, la cual prepara a los niños para el examen de ingreso del mejor parvulario, el cual a su vez prepara al niño para el examen de ingreso de la mejor escuela primaria, escuela secundaria y el equivalente a nuestro bachillerato, para finalmente preparar para el examen de ingreso de la universidad.

Las escuelas también licitan (en cierta medida) la presión de los compañeros de clase, lo que aquí llamaríamos acoso escolar o *bullying* para motivar a los estudiantes que por su aspecto físico (especialmente si son obesos), rendimiento académico o deportivo, su poder adquisitivo, etnia, no concuerdan con el perfil de triunfador.

Así, el grupo tiene la potestad para *normalizar* a los compañeros *descarriados* que se salen de los criterios establecidos. La presión social puede llegar hasta tal punto que el gobierno japonés está realizando constantemente campañas para evitar el suicidio entre escolares.

Los *hikikomori* son entonces las otras víctimas de este sistema social. No deciden suicidarse de un modo real, simplemente se encierran en su habitación, huyendo de las presiones exteriores. La familia, en especial la madre, que es la encargada de la educación del hijo, se siente tan avergonzada que han de pasar de media 18 meses para que busque ayuda profesional. Por su parte los colegios y asistentes sociales aunque suelen hacer preguntas sobre la ausencia del joven tienen la «filosofía» de no involucrarse en lo que consideran un problema que pertenece al ámbito doméstico.

La «muerte» del joven *hikikomori*, no concluye con la pérdida de identidad, en una sociedad en la que solo se valoran vínculos y roles como manera de clasificación, una persona que no trabaja, ni estudia, ni tiene amigos, ni vida social, ni vida familiar, es una persona que no existe a un nivel social y se percibe como un fantasma, por lo que son también llamados *los desaparecidos*.

Un periodista británico explica como fue la entrevista que tuvo con la madre de un joven *hikikomori*: *lo conocí sólo como el muchacho en la cocina. Su madre, Yoshiko, no me dijo su nombre temerosa de que los vecinos descubrieran su secreto. Su hijo tiene 17 años. Tres años atrás estaba triste con la escuela y empezó a hacerse la rata (expresión británica para definir a una persona que huye de todo contacto social). Un día entró a la cocina, cerró la puerta y se negó a volver a salir. También impide el ingreso de nadie. La familia debió construir una nueva cocina. El baño está pegado a la cocina, pero él sólo se baña una vez cada seis meses.*

El 41 % de los afectados están entre 1 y 5 años en sus habitaciones. Existen casos de comorbilidad con otros trastornos como depresión, ansiedad, agorafobia pero también hay casos en que no se da. Aun así ¿es normal que un adolescente busque un lugar donde nadie puede acosarte, nadie puede suspenderle, ni dejarte, nada puede salir mal?; que pasa por su cabeza para que no solo se sienta seguro tras las cuatro paredes de su cuarto y solo quiera mirar al

mundo través de la ventana de ordenador?, ¿que piense que si nada arriesgas, nada pierdes?

Es cierto que Japón tiene una cultura muy autopunitiva y donde mostrar los sentimientos es una falta de respeto, pero la agresión (real o simbólica) como hemos visto anteriormente es una respuesta normalizada en los colegios de todo el mundo. Fuera de la escuela los jóvenes también se siguen sintiendo agredidos, la única diferencia es que en la sociedad nipona las agresiones se interiorizan y se redirigen hacia uno mismo.

La Sociedad Occidental, es más abierta a la hora de expresar las emociones, en vez de introyectar los sentimientos de malestar, los proyecta hacia afuera generalizando violencia. La ira incontrolada se observa cada día en nuestras ciudades.

Hikikomoris Occidentales

Si observamos con atención los síntomas del trastorno hikikomori, podemos observar que se produce en jóvenes, varones (80%) que suelen tener pocos o ningún amigo. Tienen gran capacidad para imaginar y refugiarse en universos irreales, ya sean infantiles o virtuales, donde todo es perfecto. Su sexualidad está marcada por un componente fechista y onírico. El 20 % de los hombres tiene una actitud violenta contra los miembros de su familia, el 14% de las mujeres tiene problemas de nutrición.

Los primeros síntomas del Hikikomori son:

Empieza a no gustarle salir.
Tiene un miedo creciente y no quiere hablar con la gente
No le importan las personas ni lo que ocurre a su alrededor. Tampoco escucha nada de lo que se le dice y no pregunta.
No quiere ir a la escuela o al trabajo y dejan de interesarle las cosas que le interesaban antes.
Tiene un estado emocional bajo e inestable.
Se crea una dependencia de los videojuegos e internet y comienza a cambiar su ciclo de sueño-vigilia para adaptarse a estos comportamientos.

Algunas de estas conductas pueden asociarse a diversos trastornos en jóvenes europeos, el que a mí entender más se acerca en su sentido más profundo, de marginalidad social y expulsión, es el de la violencia como modo de inclusión social.

El perfil es el de un **jóven violento**, varón, de clase social media-baja, desarraigado familiarmente y que entra en el grupo buscando más un apoyo emocional que con una determinación política o reivindicativa. Focaliza su ira contra todo lo que le recuerde la

marginación social que él también ha sufrido. Y se comporta como los demás se comportarán con él. La mayor parte de ellos solo se excusa en la ideología radical o bien como medio para legitimar la violencia que propinan, o como un mundo perfecto (ya fantaseado) en el que ellos tendrán un lugar en la sociedad (aceptación).

La semejanza entre ambos grupos, es a simple vista inexistente, sin embargo una vez que encontramos el genesis de sus psicopatologías, podemos encontrar una causa común, ser diferente, no son aceptados por su grupo, son mas pobres, menos estudiosos, mas torpes. No tienen habilidades sociales para integrarse socialmente (posiblemente porque los padres no han podido enseñárselas). Su personalidad es fragil y tienden a crearse fantasías para escapar del mundo real.

Empieza a no gustarle salir.	Los familiares se preocupan por las ausencias prolongadas en especial los fines de semana.
Tiene un miedo creciente y no quiere hablar con la gente	Tiene un odio creciente contra todo lo establecido y ve a los «otros» como ladrillos de un sistema decadente
No le importan las personas ni lo que ocurre a su alrededor. Tampoco escucha nada de lo que se le dice y no pregunta.	No le importan las personas ni lo que ocurre a su alrededor. Tampoco escucha nada de lo que se le dice y no pregunta: Solo acepta la información real o trasgiversada que confirma sus teorías
No quiere ir a la escuela o al trabajo y dejan de interesarle las cosas que le interesaban antes.	No quiere ir a la escuela o al trabajo y dejan de interesarle las cosas que le interesaban antes: Su tarea ahora es cambiar la sociedad
Tiene un estado emocional bajo e inestable.	Tiene un estado emocional bajo e inestable: con ira acumulada
Se crea una dependencia a los videojuegos e internet y comienza a cambiar su ciclo de sueño-vigilia para adaptarse a estos comportamientos.	Se crea una dependencia del grupo, hasta tal punto de dejarlo todo por ellos. Realiza comportamientos extremos e ilegales por el bien de la Sociedad. Es un redentor.

En el contexto japonés tenemos los siguientes elementos: marginalidad social y falta de apoyos sociales llevaría al enclausuramiento, manera de comunicarse Internet y videojuegos. Sentimiento de culpa y conductas autopunitivas. Y se concluye con la desaparición como individuo.

En el contexto occidental la marginalidad social y la falta de apoyos lleva al joven a entrar en un grupo que cubre sus necesidades afectivas. La manera de comunicarse es la violencia, la culpa proyectada sobre la sociedad y el resto de los ciudadanos. El final es el mismo, desaparece la personalidad individual por el criterio del grupo.

La diferencia es que en el caso *Hikikomori*, el joven acepta ese mundo fantaseado, y lo recrea en su casa, todo es aseptico, y nada puede hacerle daño. En el occidental el joven no puede sostener la carga que supone autoculparse y busca quien puede ayudarlo a manejar esa incapacidad. Encuentra en los grupos violentos, el grupo de autoayuda para superar sus miedos y frustraciones.

Al igual que el duelo por la muerte de un ser querido, los jóvenes tienen dos salidas ante la pérdida del mundo que imaginaban en la infancia. Pueden sentirse culpables lo que conlleva un trastorno depresivo regresivo. O pueden culpar a otros, con o sin motivo, y sufrir un trastorno ansioso psicótico.

IV. Epilogo

El presente trabajo ha intentado mostrar como el mundo esta cambiando tan rapido que parece que se mantenga en un estado de quietud. No estamos preparados para vivir a tal velocidad de cambio, pero son nuestros menores lo que están sufriendo más este cambio. Las estructuras sociales tradicionales como hemos visto no pueden ayudarles a defenderse de unos Medios de Comunicación cada vez mas agresivos y más manipuladores.

Estos niños al convertirse en adolescentes están *desnivelados*, no han aprendido muchos valores, y su capacidad de simbolizar imprescindible para poder comprender el mundo (y no ser manipulado), es muy limitada. Los niveles educativos bajan y los jóvenes buscan el dinero facil, frente a otros valores. No aceptan la frustración, todo es negociable y todo se compra con dinero y al igual que los ratones de los experimentos, si una recompensa inmediata no se aprende la conducta. Lo quiero todo y lo quiero ya.

Ante este panorama solo nos preocupa que los jóvenes beben, consuman drogas, o sufran trastornos alimentarios. Lo cierto es que se ha descuidado *paideia* y que hemos creado una generación de **niños dependientes** que requieren ser estimulados constantemente y unos **jóvenes incapaces** de creer en valores, que se sienten inútiles y que recurren a las **adicciones**, a las muletas en forma de pastilla, de ordenador conectado a Internet, etc, para poder pasar de puntillas por una edad cada vez mas traumática, en un momento muy complicado.

El futuro de estos jóvenes es complejo, no solo por el mundo con lo que han de enfrentarse cada vez mas hostil, sino también porque no tienen herramientas efectivas con las que enfrentarse a muchos problemas que se plantearan en el mundo adulto. Su contacto con la realidad social esta matizado por el apoyo de unos padre normalmente hiperprotectores. Los Medios de Comunicación les han forjado una personalidad aparentemente madura pero que ante situaciones estresantes o bajo presión se quiebra. No es de extrañar que cada vez mas personas acudan a Internet para trabajar (teletrabajo) o buscar una relación, en parte debido a la ansiedad que les produce enfrentarse a un empleo, donde tener responsabilidades y han de tomar decisiones.

Este es el primer paso hacia un mundo de realidad virtual, que avanza en nuestra sociedad como respuesta a un miedo fóbico al mundo real lleno carencias. Al igual que el *hikikomori* o el chico que solo se atrevió a buscar novia por Internet, todos en mayor o menor medida se sentirán limitados en un mundo en el que no tienen todo aquello que sus personajes televisivos, la publicidad o los videojuegos tienen. Nunca serán tan guapos, simpáticos u ocurentes, ni jamás tendrán todos los complementos para estar de moda cada temporada.

Los **trastornos mentales** que nos esperan serán de este tipo, perfiles de personas **dependientes** (con o sin sustancia), estados **psicóticos** provocados por las diferencias abismales entre nuestro yo real y virtual y sobre todo grandes problemas con dos respuestas límite del ser humano, **la ansiedad** ante la insatisfacción continuada y la **depresión** por un sentimiento de imposibilidad de conseguir lo deseado.