

Los niños de la imagen *

*Aída Miraldi***

Resumen

Este trabajo intenta una aproximación psicoanalítica a la posible incidencia de la TV en la estructuración psíquica infantil. TV y publicidad (e influencia decisiva del psicoanálisis en ésta, desde sus orígenes hasta el momento actual), TV como “juego corrompido” (Caillois) y situación actual del elemento lúdico en nuestra época y nuestra cultura; action games, violencia y sexualidad y, finalmente, algunas reflexiones sobre las instancias ideales (Yo ideal - Ideal del Yo) son los temas que han sido aquí esbozados.

Summary

This paper tries a psychoanalytical approach to the theory that the T.V. has an incidence in the infantile psychic structure.

Some of the subjects outlined are:

- T.V. and advertising (the influence of psychoanalysis. from the beginning to our days).
- The T.V. as a “corrupted game” (Caillois) and the present position of the ludic in our culture.
- Action games, violence and sexuality

* Este trabajo fue presentado en las VIII Jornadas Psicoanalíticas, La Neurosis Hoy”. llevadas a cabo en Montevideo, en setiembre de 1993. Ha sido objeto de algunas modificaciones para su publicación.

** Blanes 1041. CP 11200. Montevideo.

- Some considerations about the Ego ideal - ideal of the ego.

**Descriptor: SOCIEDAD / JUEGO / NIÑO / VIOLENCIA /
SEXUALIDAD**

Las páginas que siguen surgieron del encuentro de una vieja inquietud personal y un apasionado debate en el Laboratorio de Niños de la Asociación Psicoanalítica del Uruguay. (Nota ¹) Comenzamos preguntándonos acerca de los cambios en la psicopatología del niño y sus conflictos, derivamos a lo que nos parecieron -en un primer vistazo, macroscópico- los cambios en la sociedad y en la educación de los niños. Se señaló, entonces, la incidencia de los medios y, en especial, de la TV.

Bordeamos peligrosamente una discusión maniquea -TV buena vs. TV mala-. Como el tema había andado dentro mío por muchos años, pensé que era bueno intentar una aproximación teórica. Cuando lo hice, su vastedad me alarmó. Esto no justifica, pero da cuenta, al menos parcialmente, de la forma del presente trabajo; un haz de problemas, apenas esbozados.

INTRODUCCION

Desde la pregunta inicial por los medios y la TV arribé a la publicidad: allí me encontré con un pionero europeo del psicoanálisis norteamericano y con una posible aplicación de la teoría psicoanalítica. Acercarme a la definición y las funciones de la TV me llevó a indagar en la situación lúdica de nuestra época y en una de sus expresiones, los action-games. A partir de allí, con la idea de “juego corrompido” (Caillois) exploré someramente las referencias bibliográficas psicoanalíticas sobre la violencia y la sexualidad en los medios. Estos hilos conductores guiaron mi reflexión hacia la

¹ Nota 1. En oportunidad de estas discusiones, el Laboratorio de Niños estuvo integrado por: Vida Maberino de Prego, Luis Enrique Prego, Mercedes Freire de Garbarino, Marta Cárdena de Espasandín, Elena Errandonea, Paulina Volinsky de Hoffnung, Cristina López de Cayaffa y fue coordinado por Sonia Ihlenfeld de Arim y Mariel Gutiérrez.

formación de las instancias ideales -Yo Ideal, Ideal del Yo- tal como se viene procesando en nuestra cultura.

Una última reflexión: me resultó imposible no incluir este chiste de Quino. Ha tenido un lugar de honor en mi escritorio, ha ocupado mis pensamientos. Me he preguntado: ¿acaso nosotros, los amantes de los libros, los que hallamos placer en la palabra escrita o dicha, nos sentimos -ante los cambios tecnológicos de la época- como se sintieron aquellos copistas antiguos ante el invento de la imprenta? No es Imposible. Esto, quizás, explique la cuota de angustia, maniqueísmo y pasión que puede haberse deslizado en el texto. Téngalo presente el lector.

FIAT PUBLICITAS O LA PESTE VACUNADA

“No saben que hemos venido a traerles la peste” (Freud a Jung)

La década del '50 enfrentó al capitalismo norteamericano a un serio problema. Sostenido aumento de la producción en una población que disponía, en su mayor parte, de los bienes que se producían; objetos que -con la creciente estandarización- eran muy similares entre sí; un pueblo cuya escala de valores era la del puritarismo. Había que vender más ¿cómo lograrlo?

La respuesta surgió de la capitalización de la joven teoría psicoanalítica. A partir de la conceptualización freudiana del aparato psíquico dividido en consciente, preconsciente e inconsciente, utilizando una premisa básica muy simple -la irracionalidad humana- se inició un proceso cuyo signo fue la exploración del preconsciente y el inconsciente con fines de lucro. Había nacido el “análisis motivacional y con él, las agencias de publicidad. En pocos años el fenómeno adquiriría una dimensión cuyos límites son, aun hoy imprevisibles.

Dos hombres se disputan la paternidad de esta criatura. Uno es L. Cheskin, director del instituto de investigación del Color. El otro es E. Dichter, psicoanalista nacido en Viena -donde trabajaba en psicoanálisis clínico-. En 1946, vivía en EEUU y ya había instalado su propia empresa de MR (Motivational Research). Apodado “Mr. Mass

Motivations Himself’, en sus lujosas oficinas podían encontrarse niños mirando TV, mientras sus reacciones y comportamientos eran observados y filmados por observadores instalados tras pantallas ciegas.

Hubo otros psicólogos y psicoanalistas que rápidamente se volcaron hacia esta nueva yeta laboral. Uno de ellos, bien conocido por nosotros: Eduardo Weiss. Nacido en Trieste, en 1889, se dedicó a la Medicina; siendo aún estudiante, inició una correspondencia con Freud.

“Fue siempre un adversario del fascismo. A partir de 1930 su labor de psicoanalista encontró dificultades siempre crecientes. Bajo la influencia de autoridades eclesiásticas cercanas al fascismo, el gobierno italiano le prohibió la publicación de la Revista Italiana de Psicoanálisis. En enero de 1939, al tomar los fascistas, presionados por los nacionalsocialistas, medidas contra los judíos de Italia, el Dr. Weiss emigró a los Estados Unidos. Fue primero a Topeka, Kansas, donde trabajó en la Clínica Menninger. En 1940 se trasladó a Chicago e integró el grupo de F. Alexander. Dictó cursos en clínicas psiquiátricas y en universidades.

De 1959 a 1961 fue profesor invitado en la sección psiquiátrica de la Universidad Marquette en Milwaukee. Terminó su vida en Chicago, donde tenía un consultorio privado. Murió en 1970. (M. Grotjahn, Introducción) (10)

Weiss reitera (“Mis recuerdos de S. Freud”) su oposición al fascismo, y explicita su disgusto por la inclusión que hace Jones en la Biografía de Freud del conocido incidente del libro regalado al Duce. (Nota²)

No encuentro otra referencia sobre E. Weiss o su ideología. Pero lo que me sorprende es no hallar, en esta reseña biográfica o en los comentarios sobre su obra que la continúan, ninguna mención a su agencia de publicidad y a los trabajos que desde allí elaboró. El, sin embargo, parece que estaba orgulloso y “enamorado” de este trabajo

“Cuando aceptan a los científicos sociales en su fraternidad, la publicidad se vuelve

² Nota 2. Véase Jones, tomo III

menos una apuesta y más una inversión”, dijo en una conferencia. (25)

En su empresa organizó cursos para estudiar el comportamiento humano, a los que asistían los miembros del equipo. Participaron allí Lloyd Wagner, sociólogo de la Universidad de Chicago y H. Ross, directora del Instituto de Psicoanálisis. Hubo también sesiones psicológicas de grupo y lectura de los libros que la biblioteca de la firma ponía a disposición del staff.

E. Weiss dictó múltiples conferencias. Una, al parecer, sentó cátedra. ¿Cómo hacer para venderle un seguro de vida a los hombres? (Las mujeres fueron descartadas de plano: no les gusta que se les recuerde que envejecen). El problema de esta mercadería, es que invita a la mesa a un convidado de piedra: la muerte, gran excluida de nuestra cultura. ¿Entonces? “Asegurarle al comprador un proyecto de inmortalidad a través de la perpetuación de su influencia, porque lo inconcebible no es el hecho de su muerte física sino la perspectiva de su desaparición. Los hombres quieren seguir dominando a su familia aun después de muertos, quieren controlar el estándar de vida y la educación de los niños: esta **ilusión** es la que hay que publicitar”. (Nota ³)

No se escatimaron esfuerzos para buscar los puntos vulnerables, seamos honrados. Entrevistas al modo de una entrevista clínica (sin diván, eso sí, para evitarle al entrevistado la sensación de “Conejito de Indias”); entrevistas grupales, técnicas proyectivas (con Rorschach y TAT incluidos, a veces modificados). También se utilizaron técnicas de la psicología experimental. No faltó quien sugiriera la conveniencia de un adiestramiento en hipnosis para los locutores de TV.

“El que piensa, pierde”, cantan jocosamente Les Luthiers. De esto es de lo que se trata. Manipular, no dejar pensar. Explotar el potencial simbólico del hombre, su irracionalidad, a través de imágenes. La sexualidad, el narcisismo, la creatividad y el poder, la ternura y los niños. Todo vende y se vende.

Descubro (¿o redescubro? varios libros que he utilizado para estas reflexiones, los leí

³ Nota 3. Escribo esto y no puedo dejar de evocar un comunicado aparecido en un diario de Porto Alegre, allá por el año 79. Se notificaba la prohibición gubernamental de exponer ataúdes en las vidrieras de las casas de servicios fúnebres “por entender que la exposición de dicha mercadería no incentiva su consumo”.

hace muchos años, cuando estudiaba en Facultad) esta historia cuando me pregunto por los orígenes. Es sabido que los hechos sociales en los que estamos inmersos crean un efecto de existencia sin génesis y perpetuidad (como si las instituciones de que se trate hubiera estado siempre allí y del mismo modo), pero creo que en este caso, juega también la vergüenza. ¿Acaso no nos avergüenza esta criatura bastarda de nuestra teoría?

FIAT INFANCIA

Los niños sirven para comprar o hacer comprar a sus padres.

Los niños sirven porque venden: pueden hacer comprar a otros.

Los niños deben crecer y educarse como futuros consumidores.

Estos son, crudamente expuestos, los conceptos clave con que se movió (y se mueve) la publicidad en relación a la infancia. Niños que compran: lo que se debe tener en cuenta (según la edad) es la impulsividad y el estado de trance hipnótico leve en que se efectúan las compras en aquellos lugares donde, adecuadamente dispuestas, existe multitud de mercancías. Los supermercados dejan los objetos “apetecibles” para los chicos al alcance de su mano, y colocan pequeños carritos que ellos pueden manejar.

Niños que hacen comprar a los padres: en sus variantes “pedíselo a papá” u oferta de regalos para ellos como premio cuando los padres compran. También, inclusión de sus opiniones en la decisión de compra de objetos para uso familiar.

Niños que hacen comprar a otros: se utilizan imágenes infantiles en la publicidad de los productos. Los niños pequeños tienen un atractivo especial para los adultos. En esto, coincidente opinión de los etólogos y los psicoanalistas. (Cf. P. Heimann, D. Monis). Se los transforma -explotando su capacidad lúdica en relación a las palabras- en repetidores de jingles, emisores de una publicidad repetida con gran entusiasmo y en forma totalmente gratuita.

“Toma tiempo... pero si Ud. espera mantenerse en el negocio por un cierto tiempo, piense lo que significará en ganancias a su firma si puede condicionar un millón o diez millones de niños que se harán adultos entrenados para comprar su producto... **como**

soldados entrenados para avanzar cuando oyen la consigna “de frente, march”

(Subrayado mío) (Clyde Miller, *The process of persuasion*. Cit. por V.Packard). (25)

¿Qué es la TV?

Respuesta sofisticada: el medio masivo de comunicación o “instrumento social de comunicación simultánea” (5) de aparición más reciente. Integra esta categoría junto con la radio, la prensa y el cine. Tiende a proporcionar el mensaje de más fácil captación, es el que brinda mayores dosis de entretenimiento y el que tiene el mayor poder de penetración. Su contenido puede, esquemáticamente, clasificarse en publicidad, entretenimiento, información y opinión. El progreso técnico ha incorporado el video y los video games.

Otras respuestas:

“Niñera electrónica”

“Flautista de Hamelin” (*Marshall Mc. Luhan*) “Juguete electrónico”

“Máquina de idiotizar

LOS JUEGOS DEL SIGLO XX

Quisiera ahora examinar brevemente un punto que me parece de gran interés: cómo juegan -o cómo no juegan- los niños de nuestra **época, y cómo son los juguetes de los que disponen. “Juego” y**

“Juguete” tienen Igual raíz etimológica: el latín “jocus” (broma, chanza, diversión) (17). Han corrido -seguramente van a continuar corriendo- ríos de tinta sobre esta actividad humana, tanto desde el punto de vista antropofilosófico como psicoanalítico.

Tomo la definición que da Huizinga (17):

“... el juego, en su aspecto formal es una acción libre, ejecutada “como si” y sentida

fuera de la vida corriente, pero que, a pesar de todo, puede absorber por completo al jugador sin que haya en ella ningún interés material ni se obtenga en ella provecho alguno, que se ejecuta dentro de un determinado tiempo y en un determinado espacio, que se desarrolla en un orden sometido a reglas y que da origen a asociaciones que propenden a rodearse de misterio o a disfrazarse para descartarse del mundo habitual” (17). Las dos formas esenciales del juego son “la lucha por algo” o “la representación de algo”. Caillois (4) las denomina *agon* y *mimicry* e incluye, en su clasificación de los juegos, los de azar, “alea”, y los juegos motrices, destinados a provocar un estado orgánico de confusión y estupor “*ilinx*”.

Doy por sentado que quienes esto leen conocen las concepciones psicoanalíticas sobre el juego, de modo que me limito a esbozar sus grandes lineamientos. En Freud, el juego se conceptualiza ya como expresión de deseos (acercándolo al síntoma o a la sublimación) o como manifestación del trabajo del aparato psíquico, como estructurador del Yo infantil y del ideal del yo, de las identificaciones con los padres y los valores de la cultura. Klein lo plantea como descarga de fantasías masturbatorias, profundizando y trabajando la noción de personificación y el proceso de formación de símbolos. Winnicott elabora, desde su concepción del jugar, la idea del espacio transicional.

Retomemos, pues, la pregunta inicial: ¿Juegan los niños de nuestra época? Cabe una primera y escueta precisión en torno a “los niños” de los que hablamos. Entre los niños de clase media y superior y los que viven en condiciones infrahumanas; entre los que tienen condiciones de vida y educación semejantes a los de las sociedades altamente industrializadas y aquellos que no poseen ni siquiera casa, la magnitud del abismo es tal que excluye la generalización.

Una somera reflexión, sin embargo, me lleva a un acercamiento.

Creo que todos juegan cada vez menos, aunque por razones esencialmente distintas. En los estratos superiores y en las sociedades desarrolladas, las viviendas cada vez más pequeñas y funcionales (Nota⁴), las calles peligrosas, los núcleos familiares reducidos, la ausencia de los adultos por razones de trabajo, han generado estos “niños de agenda” que todos conocemos de nuestros consultorios (una clase tras

⁴ Nota 4. Seguramente las pequeñas ciudades del Interior o de provincias mantienen un ámbito más favorable al despliegue lúdico. Esta tendencia se acentúa en el primer mundo, donde los países intentan reducir el tamaño de sus ciudades. En el tercer mundo, continúan creciendo las grandes megalópolis.

otra, un tratamiento tras otro). Más que juego, en la interioridad de las casas TV omnipresente o actividades deportivas (que también se incluyen en la agenda) fuera de ellas.

En los sectores marginales, los niños abandonados o integrando núcleos familiares precarios, expuestos a todo tipo de violencia, teniendo como única ocupación -en los casos más graves- la supervivencia. No me parece posible pensar en el disfrute (más que en forma muy excepcional y circunstancial) de un espacio de juego, de un área de transicionalidad (“¿Qué quieres ser cuando seas grande”? pregunta un cartel de Unicef, que muestra varias fotos de niños del Tercer Mundo. Vivir” es la respuesta).

Huizinga (17) signa nuestra época con la pérdida del carácter lúdico de la cultura. Escribe: ‘el tránsito de la diversión momentánea (reto y competencia son instituciones antiquísimas) a un sistema organizado de clubes y campeonatos y la rigidización del juego en sistemas de reglas, destruyen el espíritu del juego’. Toma, pues, como eje de este análisis el criterio de “seriedad”, institucionalización y falta de espontaneidad. Freud (9) señaló que la antítesis del juego no es la gravedad o seriedad, sino **la realidad**. Caillois (4) por su parte, habla de corrupción de los juegos cuando hay “contagio con la realidad”, cuando éstos se contaminan con la vida ordinaria”. En la institucionalización del juego ha entrado otro factor, éste sí de la realidad, que lo corrompe, el dinero. Las normas se rigidizan en la medida en que deben ser aplicadas en juegos donde se invierten sumas de dinero escalofriantes. Y además, el que hace de un juego una profesión, un trabajo, ¿cómo podría estar jugando? (Nota⁵)

No es un dato menor y contingente esta producción del dinero en los juegos. También los juguetes han devenido industria, y perdemos de vista, muchas veces, esta evolución que se procesa junto al jugar humano. Un largo camino transita desde las muñecas y los juguetes más o menos artesanales de los comienzos de la historia humana, pasando por los vinculados a los oficios parentales, muchas veces en estrecho contacto con la naturaleza (y en un mundo donde vida, muerte y sexualidad estaban al alcance de la mano) a los juegos altamente tecnificados, masivamente producidos e impuestos a través de un aparato publicitario. Todo este engranaje está destinado,

⁵ Nota 5. Creo que esto abriría un campo de reflexión interesante para nosotros mismos en nuestra función de analistas. ¿Cómo mantener un espacio de juego, la transicionalidad, en el mismo espacio tiempo en que nos estamos ganando la vida?

prioritariamente, al lucro. (Nota ⁶)

Bruner (3) concluye, de un estudio efectuado por él sobre el juego, que las situaciones de juego más ricas y elaboradas se producían con materiales que tenían una estructura instrumental. Eran actividades y materiales que permitían al niño **poder construir algo y cuyo progreso podría ser apreciado por el propio niño sin instrucciones o sin recurrir al adulto**” (subrayado mío).

¿Cuántos de los juguetes que ofrece nuestra cultura serían pertinentes, considerados desde este enfoque? “Jugar es hacer” dice Winnicott (29) y hacer, agrega, lleva tiempo. ¿Lo tienen nuestros niños? ¿Lo tendrían si los aparatos de TV se mantuvieran más tiempo apagados? ¿O es la propia TV el juego?

Action games: la frontera esfumada

La idea de incluir una reflexión sobre los action games” me fue sugerida por el material clínico de un paciente casi adolescente. Habló y trabajamos sobre eso; trajo también al consultorio sus revistas sobre el tema. Es un chico que tiene muy serias dificultades con el lenguaje: tantas, que me he preguntado cómo ha podido llegar a secundaria. En el transcurso de una sesión (fue antes de que pudiéramos hablar y ver sus revistas), en un intento maniaco y absolutamente avasallador de negar aquéllas, empieza a referirme el desarrollo de un action game. No había hablado previamente de juego”, de modo que me vi atrapada en un torrente de palabras: “y entonces lo reventé.., y salté... y conseguí otra vida... y escalé la montaña, pero me caí, y... y...” En medio de este ametrallamiento verbal, en que el ritmo frenético del lenguaje parecía calcar lo que imaginé sería el desarrollo del juego, sólo atiné a interponer unas palabras que marcaban que no era él quien había hecho, sino que estaba jugando a un juego -y de eso me hablaba- donde él, operando una máquina, hacía mover a un personaje que realizaba todas esas acciones que me había descrito.

Se terminó la sesión y me quedé pensando por qué yo había hablado de ese modo,

⁶ Nota 6. Podemos pensar que en la creación de un juego Intervienen los estudiosos de las “motivaciones profundas”. Pero ¿con qué criterio? ¿Se tienen en cuenta los gustos y necesidades de los chicos para brindarles un objeto acorde o para hacer vendible algo en si mismo no satisfactorio? Un chiste aparecido en Sátira 12” luego del episodio de Lorena Bobitt, ilustra bien este aspecto. En él, una señora le comenta a un hombre: “Es increíble como a todo lo encuentran la veta comercial. Mi nena me pidió que le compre el cuchillito de la ‘barbie’ ”.

qué me había impactado, qué diferenciaba esto del relato de un sueño o de una fantasía.

Imaginemos la escena: un niño sentado en el interior de una casa, en soledad (aunque a veces se puede jugar de a dos, no es lo más frecuente), probablemente a oscuras, con un bastón de comando (el “joystick”, literalmente “palo de alegría”, en fin) ante una escena desplegada en la pantalla (en algunos casos, la escena puede ser tridimensional). Su meta es lograr que el héroe o protagonista eluda peligros, esquive balas, bombas, ataque y triunfe sobre otros. Otras versiones son juegos de tenis o frontón, o conducción de un vehículo. Hay también, partidas de ajedrez. La mayoría, por lo menos de los que aparecen en la revista, corresponden al primer tipo.

Primera constatación: el contraste entre la forzosa inmovilidad del chico y el despliegue de movimiento en la pantalla. Movimiento que tiende a incrementarse a medida que el juego progresa: se debe ser cada vez más rápido, más hábil. “Más automático”, me dijo otro chico.

Es muy probable que este tipo de juegos aumente la coordinación ojo-mano, la destreza motriz izquierda-derecha, independice movimientos digitales finos, entrene para conducir bien un vehículo, etc. Puede ser también que la larga permanencia frente a la pantalla produzca alteraciones de los ritmos eléctricos cerebrales y daños a la visión. No voy a entrar en estos temas, de los que poco o casi nada sé. Sólo acotaría que en el video game no parece estar permitida la menor vacilación. “Ser cada vez más automático” quiere decir, en buen romance, pensar y fantasear cada vez menos, devenir máquina eficiente acoplada a otra.

El lenguaje está -prácticamente en todos- excluido. En las revistas, el vocabulario y la sintaxis son de una pobreza absoluta. Se pasa del español al inglés como si se tratara de un solo idioma, y muchas veces sin traducción. El sadismo está explicitado y autorizado en un nivel que evoca lo más arcaico de las fantasías kleinianas. Los argumentos son tanto o más pobres que el idioma (aun cuando toman películas o relatos. Por ej. “Hook” o una narración estilo “Mil y una noches”) y el esquema malos-buenos luce en su más rutilante simpleza. (A guisa de ejemplo: ...“subí la escalera y quedate en la plataforma de la derecha. Reventá la pared delante de la guardia y rápidamente protegete con escudos porque él tira tres bombas por la escalera. Después librate del tipo y seguí adelante...” (Juego: Out of the World).

Freud (8) señaló el placer de los juegos de movimiento en los niños y su relación con la excitación sexual. Caillois (4) los denomina “Ilinx”, “Vértigo”: tienen por base la persecución del vértigo y consisten “en una tentativa de destruir por un instante la estabilidad de la percepción e infligir a la conciencia lúcida una especie de pánico voluptuoso”. Incluye en ellos la posibilidad de un vértigo “de orden moral... un arrebató, que lleva al individuo a la destructividad y al desorden, a las formas rudas y brutales de autoafirmación”. La era Industrial ha transformado el vértigo en una categoría de juego.

Pensé, entonces, en estos juegos como un subrogado de los juegos de vértigo combinado con aspectos de “agon”, lucha y competencia. Ciertó que el cuerpo está inmóvil; pero la velocidad creciente, que parece aplastar la distancia entre el jugador y el personaje y desvanecer el entorno, sugiere un componente de este orden (¿Semejante al que se obtiene manejando un auto a gran velocidad?). Y este jugador-personaje, vuelto uno en un frenesí paradójicamente inmóvil, es siempre igual. No hay posibilidad de opción, los roles son fijos (cuando la hay, es entre personajes muy similares, cuyas diferencias son, por ejemplo, el tipo de golpes o la velocidad de la patada).

Capto, entonces, algo de mi malestar: todos hemos jugado a policías, ladrones, en cualesquiera de sus versiones, oscilando entre unos y otros. Acá, se juega de un solo lado, ya programado de antemano.

Tan tempranamente como en 1926, (21) M. Klein señaló que la posibilidad de representar más de un papel y la división de roles en el juego infantil alivia la angustia ligada al conflicto. La fijeza del rol programado por otro, no por quien juega: ¿dice algo acerca de la naturaleza del juego y de los efectos que a través de él se buscan?

“Desert Strike” es un juego de guerra”. Se juega a la guerra EEUU-Irak. Estas son algunas de sus instrucciones: “Organización. El principal consejo para Desert Strike es seguir el orden de las misiones estrictamente (...) Es una cuestión de estrategia militar. La guerra es la guerra, no podés hacer todo vos solito. Tenés que obedecer las órdenes que recibís y ejecutarlas de manera rápida y certera”.

Misión 1: Estás en pleno desierto, luchando para destruir las bases iraquíes (...) Tu

primera misión es destruir los radares. Fire!”

“Misión 2: Los Scuds están desparramados por el desierto. Tu misión es destruir los scud launchers (disparadores de scuds, los supermisiles iraquíes). Estas máquinas terribles lanzan armas nucleares. **Un mal que hay que evitar a toda costa!!”**.

“Misión 3: (...) Los silos deben ser destruidos. Tira una vez para encontrarlos y otra para reventarlos de verdad”. Tenés que escoltar el ómnibus de la ONU. Protegelo de los ataques enemigos y conducilo hasta la embajada de USA”.

Desert Strike no es una excepción. En Alemania, desde la reunificación, está circulando -en forma clandestina- un video game de nazis y judíos (el jugador juega del lado de los nazis). Mientras escribo esto, han lanzado a la venta en Argentina el Super Menem. El jugador debe derrotar obstáculos para llevar a Argentina al Primer Mundo; uno de los obstáculos son las Madres de Plaza de Mayo.

“Ya va siendo hora de que tanto el mito del pecado original como su contrario, el mito de la inocencia original, sean despachados al país de los unicornios”

Bruno Bettelheim

TV, SEXO Y VIOLENCIA

¿Estamos ante una variante lúdica o ante un jugar corrompido, tomando esto en el sentido de Caillois, es decir, un juego corrompido por el contacto con la realidad?

¿El problema es la violencia? ¿Es que nosotros, psicoanalistas, nos asustaríamos de ella? En Freud, el odio innato, pulsión o el odio anterior al amor en la relación con otro, otro fuente de toda felicidad y dolor, vuelto odioso cuando profiere su amenaza de pérdida de amor. En Klein, instinto de muerte y sadismo; fase de sadismo máximo, de la spaltung originaria que marca la relación del hombre con su prójimo en el mismo momento en que el yo se constituye.

¿Compartimos el asombro y la preocupación de A. Rascovsky (26) cuando constata -

estadísticas de la Universidad de Stanford mediante- que “entre los 5 y los 14 años un niño medio de USA presencia trece mil crímenes violentos, que han alimentado su aparato mental” y que -considerando que la media de la atención de un niño de 9 años es media hora- verá todas las secuelas de crímenes y violencias sin llegar al final, en el que -recién- el culpable es castigado?

¿O adherimos a la postura de Bettelheim (2) quien nos recuerda que la violencia no es un invento actual, que la lijada es un poema de guerra y que tendemos a confundir - de la manera más antipsicoanalítica posible- la violencia real con la violencia fantaseada o jugada, y nuestra opinión de que algo no debería existir -el odio-con la creencia de que hay que actuar como si no existiese?

Green escribe: “...si nos contentamos con echar un vistazo sobre el arte de consumo corriente, del que los medios han amplificado la producción (literatura policíaca o de espionaje, series de TV, films, etc.) hacemos un consumo impresionante de violencias agresivas y sexuales, de asesinatos y masacres de toda clase, teniendo por marco el presente, el pasado o el porvenir (ciencia ficción), la jungla del asfalto o la natural, en interior o en exteriores, sin que dejemos de ver una y otra vez la misma intriga (por ejemplo en el western). No hay de qué asombrarse, porque este arte popular no hace más que vehicular satisfacciones imposibles o prohibidas, de un modo barato, inofensivo y hasta profiláctico. (...) Queda que el carácter masivo de esta producción testimonia en favor de nuestras necesidades en este terreno”. (14)

¿Podríamos coincidir? Coincidentes aparecen, aún proveniendo de teorizaciones bien diversas, Bettelheim y Oreen. Esta violencia vista funciona pues, como válvula de descarga o profilaxis en una sociedad que no ofrece a sus Integrantes la posibilidad de una descaiga directa. Sin embargo, ni uno ni otro quedan allí. Bettelheim indaga en la aceptación que la hostilidad tiene en la cultura actual, mostrando el profundo abismo entre nuestra repulsa manifiesta (social e individual) y la cuota de fascinación que nos despierta. Green traza una diferenciación entre destructividad y sadismo. En éste se retiene la posibilidad identificatoria con el otro a quien se infringe daño; en aquélla estamos frente a un desinvestimento brutal, inconsciente, de aquellos a quienes se estaba vinculado por sentimientos de amor u odio. Así, el otro se vuelve, en un instante, extranjero, desconocido, ajeno: aniquilación por nadificación (neantisation), insensibilidad a su dolor, “amor del mal”. El amor del mal es su búsqueda para

extirparlo, la convicción de que una vez que se lo erradique el Bien llegará, y la felicidad reinará. La culpa desaparecerá “porque las tareas más destructivas son acciones purificadoras”. Acción de la pulsión de muerte en “función desobjetalizante”, ejercida sobre un otro transformado en cosa, al cual se le ha quitado su condición de semejante humano: es el “o el otro o yo”.

Y esto es lo visto en tantos y tantos noticieros de TV. Imposible no pensar en las imágenes de la guerra del Golfo, los misiles vueltos fuegos de artificio, los “mapas sin habitantes o pantallas de video game, donde las crucecitas blancas señalan el destino de las bombas...”². ¿Podemos suponer que el horror, cotidiana y banalmente mostrado, descontextuado de sus referencias históricas, sociales y políticas, genera indiferencia?

¿O bien, desde otro ángulo, el problema es la sexualidad crudamente mostrada? Encuentro menos referencias al tema: se me ocurre pensar si esto se entrelaza -de algún modo- con la idealización de la sexualidad aportada a nuestra cultura por la vulgarización del psicoanálisis después de la 2da. Guerra Mundial.

El psicoanálisis, como cualquier actividad humana, acude a los ideales “aún cuando éstos sean seguramente inconscientes”. A partir de la importancia dada a la sexualidad en la teoría freudiana (teoría de la libido, represión pulsional) se la vio como panacea:

“...esto llegó hasta la desvalorización de cualquier otra satisfacción que no sea directamente nutrida por ella. La sola práctica sexual bastaría para resolver todas las dificultades humanas. Una mística invertida, que no dice su nombre, espera llevar a la práctica todo lo que se hace en las fantasías ilimitadas, tendiendo a una bisexualidad efectiva”. (13)

En este contexto de “liberación sexual”, cine y TV tienen cada vez más escenas sexuales y éstas son cada vez más “audaces” es decir, muestran más. Y este proceso se ha desarrollado en un lapso relativamente breve: entre la prohibición de “El beso” (una película de T.A. Edison) y “El imperio de los sentidos” de N. Oshima median tan sólo cien años. En “El beso” un hombre y una mujer acercaban sus rostros...

² E. Galeano imágenes, Brecha 25.1.1991.

“Para hacer una película hacen falta 95% de sexo y 5% de seso”, escribió recientemente un humorista. Claro, hace reír. Pero da qué pensar, también. Más aún, da mucho que pensar. Me gustaría llamar la atención sobre el hecho de que el sexo humano es seso: pulsión y no instinto, repertorio de lo fantaseado, soñado, imaginarizado. Sexualidad humana, no natural, no biológica, perversa por humana. “Derivacion, desvío, sometida a lo aleatorio del goce del otro, no reductible a la genitalidad, porque no está sometida a un objeto predeterminado y universal que le daría su unidad y finalidad”. (19)

Decir esto, sin embargo, no equivale en modo alguno a decir que niños y adultos estén en un plano de igualdad en lo que a sexualidad se refiere. Cuando discutíamos este trabajo, un integrante del grupo (Nota ⁷) indicó que le impactaba que los niños ven - como algo habitual y con aparente indiferencia- lo que años atrás estaba reservado a los adultos en películas pornográficas. “Aparente indiferencia...” Green destaca que nuestra cultura parece pretender tratar a la sexualidad como necesidad y no como deseo. Kernberg (20) habla de una sexualidad “robótica” en las películas pornográficas (diferenciándola de una ajustada a los cánones de la moral tradicional, en seriales familiares y programas de entretenimiento) y J. Barylko (1) acuña la expresión de “automatismo sexual” designando, con este término relaciones “sin importancia, sentido y trascendencia y muy probablemente, sin placer”, tal como las observa entre adolescentes.

Registro de lo no simbolizable: eco de lo desafectivizado e impuesto, obligado (la palabra checoslovaca que originó el término robot, significa “trabajo forzado”). “Automatismo sexual” que evoca el “automatismo mental” (eco, robo y adivinación del pensamiento).

Estamos hablando, pues, de lo impuesto, lo no pensable, lo forzado ¿lo traumático? ¿Este bombardeo visual de la sexualidad adulta podría compararse a una situación traumática, a la que el niño responde con lo que Ferenczi (6) llamara “precocidad

⁷ Nota 7. El Dr. E. Prego.

traumática”? En un trabajo que merece ser leído -aún en la discrepancia- “La confusión de lenguas entre el adulto y el niño”, teorizando sobre las consecuencias de una violación efectiva de un niño por un adulto, escribe:

“El shock puede ocasionar que una parte de la personalidad madura súbitamente, no sólo emocional sino intelectualmente. Les recuerdo el típico sueño del “bebé sabio”, clasificado así por mí hace tantos años y en el que un recién nacido rompe a hablar de pronto en la cuna y enseña cordura a toda la familia. El miedo al adulto desinhibido y por lo tanto, prácticamente loco, convierte al niño en psiquiatra, por así decirlo. A fin de hacer esto y de protegerse de los peligros que representan personas sin dominio de si mismas, primero tienen que aprender a identificarse totalmente con ellas...”

Marcos Lijtenstein habló humorísticamente de escena secundaria o terciaria, refiriéndose a aquellos actos sexuales protagonizados por jóvenes en los núcleos familiares donde conviven con los mayores. (Nota ⁸)

¿Denominaremos “**escena primaria mediática**” a esta de la T.V.?

Por cierto que el concepto de “escena primada” (tanto en su acepción del coito efectivamente visto, como de fantasía originaria) hace a la pareja parental. Pero ¿no será llegado el momento de pensar los efectos de una sexualidad adulta, permanentemente expuesta, vuelta objeto de consumo obligatorio (la “fórmula” del chiste es también la fórmula para lograr que una película tenga éxito comercial, otro chiste le agrega un porcentaje de violencia) sobre el aparato psíquico en formación? ¿Y en el efecto de la contradicción -cuando la hay- entre lo que se sostiene como prohibición (no presenciar la relación de los padres) y lo que se permite ver en otros ámbitos?

Sostenemos en nuestra práctica clínica que la visión de la escena primaria resulta traumática y abogamos por la privacidad (conquista que data, históricamente hablando, de hace poco tiempo) y la separación de cuerpos y camas. Pero sucede que lo que está vetado al niño en su vida cotidiana irrumpe en su espacio psíquico desde otro lado, con

⁸ Nota 8. “A partir de esta situación, la clínica permite ampliar una nomenclatura de clásico abolengo: llamaremos respectivamente escena secundaria y escena terciaria a la audición, entretrejida de Imágenes y reminiscencia, que de la escena sexual de los más jóvenes hacen sus padres y abuelos”. (23)

la fuerza del ver y la imagen.

Antes de dejar este punto, dos breves reflexiones. La idealización de la sexualidad se me aparece como un recorte significativo de la teoría psicoanalítica. Es notoria la divulgación de algunos conceptos: represión, histeria, Complejo de Edipo. Sobre ellos se habla, se escribe. ¿Es casualidad que sublimación, o pulsión de muerte -incluso en sus más finas y posteriores elaboraciones- hayan pasado menos al acervo cultural popular'?

Las “malas palabras” ligadas a la sexualidad, parecen encaminar-se a perder su significación de “malas” o “prohibidas” (se las oye abundantemente y en todas partes: nadie se escandaliza). Paralelamente, las referidas al odio y la muerte se vuelven más eufemísticas. Se habla de “limpieza étnica” para referirse al genocidio del pueblo yugoslavo, sin el menor rubor: los “velorios” devienen “sepelios”. Entre el “estar atento, sin dormir, vigilante” y el “sepultar” ¿qué se escamotea?

El día de San Bartolomé

Armando Tejada Gómez

(de Poeta de La Legua)

Fue un día como otros, con su nivel de pájaros,
su fuego en el rescoldo, sus asuntos de moho.
Un día de almanaque, grisado por la prisa
sin gallos ni profetas ni liturgias ni coros.
Estaba el solo ahí, como todos los días.
La gente ahí,
los muros en su lugar. Las puertas
de espaldas al bullicio de la casa del hombre.
Y hasta el olmo de enfrente era un olmo cualquiera.
Alto, sobre los pájaros en un alto edificio
de impecable aluminio. Herodes reunió a sus cien ejecutivos,
dio instrucciones precisas, atendió cien teléfonos, alzó un vaso de whisky y lo bebió de
un guiño.
Mando, dijo, que empiece la era de los jóvenes.
Hay que industrializar la juventud, señores.
Deben crearse imágenes, gustos, música, ideas,
ropas, formas, colores, sedes, canciones.

Debemos propagar el odio a las raíces,
instruir en el desprecio, despedazar los himnos.
Crear la teoría de las generaciones
y alentar las discordias entre padres e hijos.
No existe otra manera de detener la historia
que degollar el tallo a ras de la simiente.
Por eso instauraremos el ritual del olvido
en grandes aquelarres de hogueras y de jingles.
Ordeno que se canten canciones como éstas:
“Yo soy yo soy el único el recuerdo es un vicio. Antes de mí,
las sombras. Después de mí, el olvido.
Señores, dijo Herodes sonriendo hacia el Poniente aquello de los niños, aquello, era un
juego de niños.

*El logro de la psicología aplicada a la propaganda es que la
gente quiera parecerse a los avisos.*

(M. Lijtenstein)

DE IDEALES: YO IDEAL, IDEAL DEL YO

“Por lo tanto, **podemos afirmar que el problema más importante para la cultura en general y para cada cultura en particular, radica en la forma en que se constituye el super yo**, esta instancia que transmite ideales, vigila, juzga y castiga, heredera del complejo de Edipo, internalizadora (eternizadora) de la figura de los padres y transmisora de los valores culturales”. (Destacados del autor) (11)

La función de ideal tiene un aspecto contradictorio, que le es inherente: derivada del yo ideal, ligada a una organización narcisista en sus orígenes, heredera de la omnipotencia, pasará al ideal del Yo a través de una inversión ligada a una idealización del objeto parental por identificación.

“Si el Yo ideal nutre el fantasma de una satisfacción total inmediata, perfecta, el Ideal del Yo se constituye sobre el sacrificio de la satisfacción pulsional”. Este se efectúa en beneficio de un objeto (“cuya ‘grandeza’ lo muestra como objeto de sobreestimación”) y no deja lugar a resentimientos o amarguras. El Yo pretende que la satisfacción así obtenida es igual o superior a la satisfacción pulsional, y siente orgullo.

Tal proceso sería “inseparable de la sublimación pulsional”. (13)

Señalar que la TV -como tantos y tantos otros elementos de nuestra cultura- vehiculiza valores parece casi una afirmación obvia. Menos obvio es que los de muchos de sus productos y no sólo los de la publicidad (aunque en éstos es más notorio) contradicen aquellos que son los “oficiales” de nuestra cultura. **Propondría pensar esta contradicción como un conflicto entre los valores del Yo ideal y los del ideal del Yo, conflicto que parece alcanzar -en este momento histórico- un punto candente.** Así:

- Se sostiene el desprecio del dinero, pero se propone -publicidad mediante- la superestimación del mismo. En 1898, Freud le escribía a Fliess: “La felicidad es el cumplimiento diferido de un deseo prehistórico. He aquí por qué la riqueza nos hace tan poco felices: *el dinero nunca fue un deseo de la infancia*” (itálicas mías). En 1994 ¿nos animaríamos a suscribir esta afirmación?

- A lo que podríamos llamar una ética del sacrificio y la espera, se oponen el hedonismo y la inmediatez (“téngalo ya”. “dígame sí”, “¿por qué no?”). No se debe renunciar a nada.

- “Nadie reniega del mandato del amor al prójimo” (11), pero se publicita el “todo vale” y “hacé la tuya”, como fórmulas para lograr el éxito.

- Nadie reniega, tampoco, del ideal de una justicia administrada por hombres probos y confiables, o de un gobierno ejercido por ciudadanos que antepongan los intereses de la comunidad a los propios. Pero se entronizan héroes que hacen justicia por mano propia, con métodos iguales o peores a los de sus enemigos. Un diario titula: “hay que elegir entre los que roban y no hacen nada o los que roban y son eficientes”.

- Seguimos manteniendo que el hombre vale por lo que “es” y no por lo que tiene, por sus valores “espirituales” y no por sus apariencias. Pero el metro con el que medimos y nos miden es el exactamente opuesto.

Ingenuos seríamos si creyéramos que este conflicto es novedoso. Ingenuos, también, si no advirtiéramos la marca narcisista que tienen unos y otros valores. ¿Tal vez, la diferencia está en esta vía abierta a la sublimación de la que habla Green?

Pienso que, quizás, haya cosas nuevas en la forma en que este conflicto se viene procesando. Casi cincuenta años atrás, J. Lacan escribió (22):

“El arte de la imagen podrá actuar dentro de poco sobre los valores de la imago y un

día se sabrá de encargos en serie de “ideales” a prueba de crítica...”

¿Hemos alcanzado este momento?

Un profesor de secundaria cuenta: “... les estaba explicando a los alumnos por qué se adhería a una huelga. Uno de los chicos se paró y dijo: Y usted, ¿para qué quiere que estudie? ¿para que sea como Ud.? ¿Qué respuesta tenés para eso?”².

² Nora Veiras, periodista de Página/12. Tres periodistas opinan sobre la presencia de la educación en los medios”. La Maga, marzo 2 de 1994.

A modo de (in) conclusión

Mientras escribía esto, dos datos me alcanzan. Uno, el incremento de las enfermedades psicosomáticas en la infancia y la adolescencia. Dos, los resultados de investigaciones sobre la educación en ambas márgenes del Río de la Plata, que muestran el déficit en la competencia lingüística, que abarca el espectro de la comprensión y expresión oral y escrita. Quizá tenemos instrumentos más afinados de diagnóstico en el primer caso, y tal vez, lo segundo tiene que ver exclusivamente con un problema educativo. Pienso, sin embargo, que no hay explicaciones monocausales y sugeriría, como línea a pensar e investigar, si la sociedad actual no tiende a formar “niños de acción” (Nota ⁹) y no de pensamiento.

Me encuentro acá con P. Julien (19) quien señala que el interrogante esencial “¿Qué soy yo?” viene siendo desplazado -dentro del nuevo discurso científico-tecnológico que engloba el conjunto de las relaciones humanas- por el “cómo se hace esto” (Nota ¹⁰), mientras el lenguaje deviene lugar de poder instrumental y mera transmisión de información.

Nosotros, analistas, somos escuchas de un narrador que nos relata su drama individual (en el caso de pacientes adultos) o espectadores y partícipes de un juego en el que la creación de otra realidad, el “como si”, tiene un lugar central (en el caso del niño).

Sueños y fantasías, imágenes hechas palabras, “deseo de relato” que viene al encuentro de nuestro “deseo de interpretar” (12). Ante estos niños que no aprehenden una metáfora verbal o una poesía, ante estos cuerpos que enferman ¿cómo no temer esa “noche afásica, de muerte, sin sueños y sin relato”?

⁹ Nota 9. Que no se entienda acción” en el sentido de movimiento, por lo menos no en forma exclusiva.

¹⁰ Nota 10. Destacaría que este “cómo se hace esto”, se ha vuelto tan omnipresente que tenemos libros de recetas para todo. Se nos dice “cómo hay que hacer, también lo que hay que sentir y decir para ser buenos padres y madres, buenos maridos y esposas, empleados exitosos o amas de casa satisfechas.

Bibliografía

- 1) BARYLKO, J.: *Se puede vivir a mil para afuera, pero no para adentro*. Reportaje.
- 2) BETTELHEIM, B.: *Educación y vida moderna*. Ed. Grijalbo, Barcelona, España. 1979.
- 3) BRUNER, J.: *Acción, pensamiento y lenguaje*. Ed. Alianza, Madrid. España. 1989.
- 4) CAILLOIS, R.: *Teoría de los juegos*. Ed. Seix Barral. Barcelona. España. 1958.
- 5) FARAONE, R.: *Medios masivos de comunicación*. Ed. Nuestra Tierra, Montevideo. 1969.
- 6) FERENCZI, S.: *La confusión de lenguas entre los adultos y el niño*". En Moussaiev Masson, J. *El asalto a la verdad*, Ed. Seix Banal, Barcelona, España, 1985.
- 7) FREUD, S.: *Los orígenes del psicoanálisis*. Ed. Amorrortu, Vol. 1. Buenos Aires, Argentina, 1976.
- 8) FREUD, S.: *La interpretación de los sueños*. Obras Completas. Ed. Amorrortu, Tomos IV y V. Buenos Aires. Argentina, 1979.
- 9) FREUD, S.: *El creador literario y el fantaseo*. Obras Completas, Ed. Amorrortu, Vol. IX. Bs. As. Argentina, 1979.
- 10) FREUD, S.: Weiss, Ed. (Correspondencia) *Problemas de la práctica psicoanalítica*. Gedisa, Barcelona. 1979.
- 11) GIL, D.; VIÑAR, M.: *Malestar en la cultura. Un diálogo con Freud desde el Uruguay*, 1992. Trabajo presentado al XIX Congreso Latinoamericano de Psicoanálisis. "Malestar en el psicoanálisis", Tomo 1. RB Ediciones. Montevideo, Uruguay, 1992.
- 12) GOMEZ MANGO, E.: *De la servitude et de l'innocence du reve*. Rev. de

- Psychanalyse. Tomo 1, 1993.
- 13) GREEN, A.: *L'ideal: mesure et demesure*. Nouvelle Revue de Psychanalyse N° 27, Printemps 1983. Ed. Gallimard, Paris. France 1983.
- 14) GREEN, A.: *Puorquoi le mal?* N.R. de Psychanalyse. N° 38, Automme 1988. Ed. Gallimard, París, France. 1988.
- 15) HASSOUN. J.; MU7RAT, N.; RADZYNSKI, A.: *Non liue de la memoire*. Bibliofhane Ed. France, 1990.
- 16) HEIMANN, P.: *Libres propos sur les enfants et ceux qui n'en sont plus*. Nouvelle Revue de Psychanalyse, N° 29. Printemps 1979. Gallimard, Paris, Francia 1979.
- 17) HUIZINGA, J.: *Homo ludens*. Ed. Alianza. Madrid, España 1984.
- 18) JONES, E.: *Vida y obra de S. Freud*. Tomo III. Hormé, Ed. Paidós. Buenos Aires, Argentina. 1989.
- 19) JULIEN, F.: *Le manteau de Noe*. Ed. Micromegas. Normandie, France, 1991.
- 20) KERNBERG, O.: *Las tentaciones del convencionalismo*. Revista de Psicoanálisis. Tomo XLIV, 1987. Ed. Del Carril, Bs. As., Argentina, 1987.
- 21) KLEIN, M.: *Principios psicológicos del análisis infantil*. Obras Completas. Tomo 2. Ed. Hormé-Paidós. Bs. As., República Argentina, 1974.
- 22) LACAN, J.: *Acerca de la causalidad psíquica*. Escritos. Tomo 1.
- 23) LIJTENSTEIN, M.: *Un lugar para el humor*. Rev. Temas, N° 1. Montevideo, 1983.
- 24) MIRALDI, A.: *Algunas reflexiones sobre La omnipotencia*. Rev. Temas N° 4, Montevideo, 1983.
- 25) PACKARD, V.: *The hidden persuaders*. Pocket Book, USA. 1971.

- 26) RASCOVSKY, A.: *Filicidio, violencia y guerra*. Colección Tauro, Schapire Editor.
Bs. As. Rep. Arg. 1975.
- 27) ROSOLATO, O.: *La psychanalyse idealoducte*. N.R. de Psychanalyse. N° 27, 1983.
- 28) VOLINSKY de HOFFNUNG. P.: MEDICI de STEINER, C.:
El juego en psicoanálisis de niños. Edit. Biblioteca Uruguaya de Psicoanálisis. Vol 1,
Montevideo, 1986.
- 29) WINNICOTT, D.: *Realidad y juego*.