

DE CÓMO LAS CHICAS Y LOS CHICOS DE HOY
APRENDEN LAS COSAS DEL QUERER

LA CONSTRUCCIÓN DE LOS AFECTOS

MIGUEL VÁZQUEZ FREIRE

ESCRITOR Y EXPERTO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Se dice que el éxito de la novela de Goethe *Los amores de Werther* causó en su momento una oleada de suicidios entre los jóvenes románticos europeos. Jóvenes que quizás en su mayoría habían aprendido a ser románticos leyendo el *Werther* de Goethe. Ser románticos, es decir, pensar en el amor como en una pasión incontrolable y absoluta por la cual merecía la pena no sólo vivir sino, cuando ese amor se tornaba imposible, morir. A juzgar por los modelos que hoy en día predominan en los relatos que consumen nuestros adolescentes, no es el suicidio por amor, ni las pasiones románticas, lo que más debe preocupar a los padres, madres y educadores. Éste es, al parecer, un ideal en retroceso. Su lugar parece ocuparlo una concepción mucho más hedonista e inestable de las relaciones afectivas. Lo cual, naturalmente, trae consigo otro tipo de preocupaciones.

LOS AFECTOS SE CONSTRUYEN

No es en la literatura donde los jóvenes de hoy buscan y encuentran mayoritariamente sus referentes imaginarios y simbólicos. Es en las series de televisión, las películas e incluso en sus canciones favoritas. Pero no deberíamos olvidar que, contra la imagen tópica de una juventud iletrada, entregada al consumo exclusivo de productos audiovisuales, los jóvenes también leen. Ellas más que ellos y, unas y otros, lecturas diferentes. Desde hace años vengo preguntando de forma más o menos sistemática a mi alumnado sobre sus lecturas y, en efecto, son pocos los que afirman leer con regularidad libros. Pero, en cambio, la mayoría asegura leer revistas. *Ellas, Vale, Super Pop, Bravo, Cuore*. Las lecturas de ellos son más diversas, pero giran en torno a los deportes, el motor, los videojuegos y la informática. Protegidos por el anonimato de las encuestas, no es raro que un reducido grupo, siempre entre los muchachos, confiese ser consumidor de revistas eróticas, del estilo de *Play boy* o similares.

Es éste un primer aspecto sobre el que quisiera llamar la atención: pese a las insistentes campañas sobre educación no sexista, los chicos y las chicas continúan efectuando elecciones muy diferentes, incluso opuestas, en los productos que consumen espontáneamente. No me voy a preguntar ahora sobre el por qué de esta persistente diferencia. Tan sólo trataré de analizar las consecuencias que, en mi opinión, tiene este hecho en lo que he dado en llamar

Un vistazo a las revistas que leen nuestros jóvenes, a las series de televisión y películas que consumen, sirve para entender muchas de las cosas que les suceden en el plano afectivo. De eso va este artículo, una parada obligada en los medios de comunicación y en cómo tratan la temática afectivo-sexual.



DIDÁCTICA

la construcción de los afectos. Lo primero a lo que nos obliga esta evidencia es a poner entre paréntesis el "espontáneamente" que se deslizó más arriba. No creo en teorías conspiratorias o en sospechas paranoicas, tendentes a interpretar los mensajes mayoritarios de los medios de masas como resultado de programas conscientes diseñados por



algun poder oculto; pero tampoco creo en la tesis ingenua según la cual los productos de consumo mayoritario son el simple resultado de la libre elección de los consumidores. Existe, lo sabemos, el *marketing*, las operaciones cuidadosamente diseñadas mediante las cuales se coloca un producto en el mercado, apoyado por mensajes publicitarios persuasivos dirigidos a garantizar el éxito en las ventas. Esto vale también para la industria cultural, en la que se engloban los productos atractivos para los jóvenes consumidores, desde el cine a las revistas. La industria cultural lo que quiere es vender. No me cabe ninguna duda de que, en principio, no tiene mayor interés en promover valores, más o menos hedonistas o más o menos románticos, en relación con los afectos. Pero tampoco tengo la menor duda de que, sean cuales sean esos valores, si percibe que les pueden garantizar un buen éxito comercial, llenarán con ellos sus productos. El único valor que cuenta para la industria cultural es el del dinero, lo cual, por cierto, no deja de estar presente también en los mensajes que vehiculizan sus productos, con consecuencias así mismo en el terreno de la educación afectiva.

EL IMAGINARIO FEMENINO

La crítica feminista ha venido señalando que, mientras el ideal romántico ha permanecido vincula-

do al imaginario femenino (el "príncipe azul" como imagen idealizada del hombre deseado), el imaginario masculino desde hace tiempo se ha escindido en dos figuras casi antagónicas: la "madre", a quien se busca para formar con ella una familia; y la "prostituta", a quien se desea como compañera de cama. Si debemos juzgar a partir de las lecturas que los adolescentes de ambos sexos reconocen frecuentar, esta doble escisión ha sufrido cierta transformación aunque no ha desaparecido.

Comencemos por las revistas femeninas. El tradicional príncipe azul toma cuerpo hoy en las celebridades del mundo del espectáculo: el cine, la televisión, la canción y el deporte. Y nunca mejor dicho lo de "tomar cuerpo" porque, en efecto, no sólo las fotografías, sino los comentarios explícitos que las acompañan, no dejan lugar a dudas sobre la importancia que se concede al aspecto físico. Frases como "vaya cuerpazo", "morenazos que están como para mojar pan", "Sin respiración nos hemos quedado al ver estas fotos tan sensuales y provocativas de...", pueden leerse en las revistas que leen (y sobre todo miran) las adolescentes. Frases que hasta no hace mucho parecían exclusivamente propias de las revistas masculinas. Como señala la investigadora estadounidense Angela McRobbie, a partir de los años ochenta los con-

tenidos de las revistas femeninas sufren una radical modificación: la versión romántica de la feminidad se desvanece y su lugar lo pasa a ocupar una atención explícita sobre lo sexual, al lado de los consejos sobre moda y belleza. Es el cambio que se evidencia en las nuevas generaciones de mujeres que protagonizan series televisivas como "Sexo en Nueva York".

Este cambio también parece haber llegado a las revistas para adolescentes. Así, los tradicionales consultorios sentimentales ya no aconsejan sobre cómo elegir al "amor de tu vida", sino que proporcionan recomendaciones para "ligar" en la disco, el "insti", en la academia, en la "biblio" o en la "cuadrilla" (revista *Topmusic* nº 104), recomendaciones que se presentan claramente como "manual" para el "ligue exprés". En la revista *Super Pop* de septiembre de 2005, una lectora pregunta cómo debe actuar para "no asustar" a los chicos, porque interpreta que cometió el "error" de tomar la iniciativa:

"Resulta que salgo con un chico hace un mes y el otro día le dije que le quería. ¡Me salió del alma! Y ahora creo que se ha asustado... ¿Qué puedo hacer?"

Ésta es la respuesta que recibe: "... Los chicos suelen frenarse un poco cuando una chica les abre su corazón así y, por eso, lo notas raro. Habla con él, quítale hierro al asunto y dile que sólo le has dicho lo que sentías. ... Y recuérdale que no le estás pidiendo nada a cambio, que es tu corazón el que habla..."

Es decir, el valor que se potencia es el de la autenticidad o sinceridad: dejar que "hable el corazón", o "el alma", como escribía la chica. En cambio, la vieja pretensión del "amor para toda la vida" o, al menos, del noviazgo "en serio", parecen cosa del pasado.

Por otra parte, no faltan consejos abiertamente relacionados con las prácticas sexuales, algunos de ellos, por cierto, muy sensatos y que pueden contribuir a paliar el déficit de educación sexual que aún persiste entre los adolescentes, y que seguramente tiene que ver con el número, siempre excesivo, de embarazos no deseados entre chicas. Como ejemplo de razonable consejo, puede leerse éste en el mismo número de la revista *Super Pop*: "Me ha dicho mi amiga que si te lavas rápidamente justo después de hacerlo, no te quedas embarazada. ¿Es eso verdad?", pregunta una lectora. Respuesta de la revista: "¡¡¡Para nada!!! Tu amiga está super equivocada ... Siempre que haya penetración y no se use un método anticonceptivo, hay riesgo de embarazo. Y por mucho que te laves... no sirve de nada. ¡Es importante que tu chico y tú uséis preservativo para evitar cualquier 'susto'!"

Hay revistas, como el *Nuevo Vale* (que presenta esta advertencia en la portada: "Publicación no indicada para menores", lo que no impide que sea una de las preferidas entre las lectoras adolescentes), que opta por multiplicar las secciones donde la temática sexual ocupa lugar preferente. En un número reciente (mayo 2009), se puede encontrar desde información sobre la píldora poscoital o un relato erótico, hasta propuestas con titulares tan explícitos como "¿Quieres disfrutar el doble con tu chico? Enciende tu pasión con las caricias" o "Especial juegos picantes". En la habitual sección del horóscopo, se puede observar claramente el cambio de modelo afectivo. En las predicciones ya no se anuncia éxito en la

conquista del "gran amor", o se presenta como un fracaso el abandono de un novio; ahora, se establece un doble parámetro: por un lado, "si vas con un chico" (es decir, si hay una relación estable), el horóscopo indica una cosa... pero tiene preparada otra para el caso de "si estás libre".

EL IMAGINARIO MASCULINO

Casi todos los estudios señalan que los cambios no están siendo tan acelerados en el caso de los chicos, ni desde el punto de vista de los valores que persisten aún entre los propios jóvenes, ni desde el imaginario simbólico que se les propone en las revistas que leen. Ya he señalado que, de hecho, las lecturas de los jóvenes se orientan preferentemente hacia un espacio donde la presentación de la problemática afectiva es mucho menos explícita (revistas deportivas, de motor, de informática o de videojuegos). Ha habido algunos intentos de, por así decir, establecer puentes entre el imaginario femenino y el masculino, aparentemente con el objeto de romper el tradicional antagonismo consolidado por la cultura patriarcal - machista, según el cual a la chica le correspondería un papel radicalmente pasivo en el juego afectivo, y al chico le estaría reservado el papel activo. Así, en el número de septiembre de 2005 de una revista "para hombres" (*Maxim*), podía leerse, bajo el titular "Ellas son así. Aquí tienes las pistas que las mujeres consideramos infalibles para saber si merece la pena correr el riesgo de acostarse con un tío", una serie de consejos que, figuradamente, una mujer proporcionaba al lector masculino y que constituyen todo un catálogo de los estereotipos sobre el "macho" tradicional que la nueva feminidad no soporta.

Pero, en general, lo que parece detectarse es que, mientras que el movimiento feminista ha conseguido modificar sensiblemente los valores asociados a la mujer, con

CONTRA LOS ESTEREOTIPOS DEL "MACHO"

- **"¿Cuidas tu aspecto?":**
"Como mínimo, límpiame las uñas, ponte una colonia actual ... Pilla una plancha y dale un repaso al dobladillo de los pantalones."
- **"¿Eres independiente?":**
"Más importante aún que demostrar que tienes vida propia es que no nos adjudiques el papel de madre. Cuando un hombre se muestra seguro y capaz, una mujer se siente automáticamente como una reina."
- **"¿Presumes de tus conquistas?":** "Tíos, éste es uno de los rasgos del carácter masculino que más nos pone los pelos de punta. Las mujeres sabemos que antes de nosotras has estado con otras. De hecho, si no has estado, malo. ... No temas dar unas pinceladas sobre tu pasado sexual, pero ni se te ocurra contarnos la postura más exótica que has realizado."
- **"¿Eres tacaño?":** "No hace falta que te arruines por nosotras y ten en cuenta que hay ocasiones en que a nosotras nos gusta pagar pero, si eres de esos que esconden la cartera, tus dificultades para ligar se multiplican. Y no hablamos sólo de dinero. La generosidad con la gente conecta en nuestro inconsciente con tu posterior comportamiento en la cama."

Revista *Maxim*,
septiembre 2005.

ALGUNAS OPINIONES SOBRE MENTIRAS Y GORDAS EN LA RED

Escrito por Mr. McGuffin: *"... una representación, no voy a decir que falsa, pero sí exagerada de la juventud española. Haberlos haylos, pero se pasan un rato con los personajes, que si no están metiendo, se están metiendo el 95% de la película. (...) La película es para mayores de 18, pero creo que eso es sólo una recomendación, porque si echan a todos los menores, mejor dicho, las menores en su mayoría, nos quedamos cuatro de una sala que, para variar, estaba bastante completa. (...) No creo que los padres vayan a ver la peli, porque si es así, con la alarma social creada últimamente, verán como el único remedio para que no pasen esas cosas encerrar a sus vástagos en casa, porque los y las protas de esta película se buscan que les pasen cosas mucho peores de las que les ocurren."*

www.cuak.com/cine-espanol/

"Mentiras y Gordas" es una cinta hecha por y para el público de hormonas alteradas. También para aquellos que añoran el cine del destape. (... ..) "Mentiras y Gordas" hace mucho daño a la industria española, puesto que reafirma los argumentos de aquel que desprecia por sistema nuestro cine y además, con su provocador reclamo, reúne en los cines a un buen número de espectadores que no están dentro del grupo de público medio que asiste a las salas con mayor o menor frecuencia, sino que se trata de consumidores meramente televisivos, simples voyeurs o adolescentes en proceso de formación que se llevarán una idea equivocada de lo que es el cine.

<http://e7cielo.blogspot.com/>

Nightfall escribió: *"Me ha parecido una película tan mala, que no me he quedado ni a ver el final. Se nota de sobra a que clase de gente va dirigida esta película, adolescentes aburridos que son "fans" de las series donde salen los protagonistas (...). El argumento de la película me ha parecido exagerado, ni todos los jóvenes somos así, y ni las fiestas son tan bestias con tantas drogas ni tanto sexo "sin ton ni son" (estoy hablando por lo general, y se de lo que hablo). (...)"*

campañas sistemáticas que denuncian la reiteración de los viejos valores en anuncios publicitarios o series de televisión, la figura del "viejo macho" no ha desaparecido. Es lo que, por ejemplo, la investigadora australiana en medios de comunicación, Robyn Quin, ha identificado como el choque entre el "supermacho" y la nueva feminidad. En sus trabajos sobre los estereotipos de género, Quin ha observado que el ideal tradicional del hombre dominante, poderoso y posesivo, se detecta incluso en muchos mensajes de la prensa deportiva. Los jóvenes, en consecuencia, se ven empujados a reproducir esa imagen ideal pero, simultáneamente, comprueban que las jóvenes ya no responden a los viejos moldes y no aceptan someterse a los roles que el machismo tradicional les imponía. Como consecuencia, los chicos sufren un desconcierto al verse presionados en dos direcciones contradictorias: por un lado, la que, desde la tradición patriarcal - machista, le sigue incitando a reproducir el viejo rol del macho dominante; por otro, la que, desde los nuevos valores impulsados por el feminismo y el igualitarismo democrático, le reclama un radical replanteamiento de las relaciones con las chicas.

Es fácil ver de qué modo esta tensión desemboca en el gravísimo problema de la denominada violencia de género. En demasiadas ocasiones, se comprueba

que el hombre que mata a su pareja, o ex-pareja, lo hace porque no soporta que ésta haga uso de su autonomía personal. Por eso, no es exagerado decir que la solución para esta inaceptable sangría (las estadísticas hablan de casi una mujer muerta por semana, 21 en lo que llevamos de año, ver www.migualdad.es/mujer/mujeres/cifras/violencia/muertes_tablas.htm) pasa por desarrollar nuevos esfuerzos tendentes a aproximar los valores asociados con la representación de los afectos en los productos culturales que consumen chicos y chicas. Pero, por desgracia, hemos comprobando que no es esto lo que sucede en las revistas que leen.

PELÍCULAS Y SERIES DE TELEVISIÓN

Tampoco en los gustos cinematográficos las inclinaciones de chicos y chicas suelen coincidir. El cine de acción, incluso hiperviolento está entre los preferidos de ellos; el romántico o "de amor", en los de ellas. La distancia es notoria. El acercamiento se produce con las comedias y, últimamente, con algunas series de televisión. Las dos series de televisión favoritas de los jóvenes son, actualmente, *El internado* y *Física y Química* (las dos en Antena 3). Mientras que la primera parece tener mayor aceptación entre ellas, la segunda gusta por igual tanto a chicos como chicas. ¿Cuál es la clave? Seguramente el haber integrado los episodios románticos o senti-

mentales en un contexto más complejo, en el primer caso con elementos de thriller de suspense, en el segundo con una atención mayor a los conflictos que se producen en el interior del centro escolar, más allá de los aspectos exclusivamente afectivos. Esto no sucedía, por ejemplo, en la vieja serie *Al salir de clase*, que era seguida exclusivamente por un público femenino.

Como no dispongo de espacio para un análisis más pormenorizado, llamaré la atención sobre la relativa coincidencia entre la representación de los afectos en *Física y Química* y en dos películas españolas, de reciente estreno y de gran aceptación entre los jóvenes: *Mentiras y gordas* y *Fuga de cerebros*. Sin duda, no es ajeno a su éxito el hecho de que entre los actores y actrices protagonistas figuren precisamente algunos ya populares por su presencia en televisión, entre ellos chicos guapos que copan las portadas de las revistas favoritas de las chicas.

En los comentarios que se pueden leer en la red, en blogs y espacios de debate sobre cine, algunos comentaristas comparan con razón *Mentiras y gordas* con *Historias del Kronen*, filme de Montxo Armendariz estrenado en 1995. Es probablemente el primer retrato de la que cabría llamar "generación del botellón", una juventud dominada por una anomia a la que sólo un hedonismo superficial y compulsivo parece proporcionar alguna dirección. Que el filme de Armendariz sea, desde el punto de vista estético, muy superior al de Alfonso Albacete y David Menkes, no es aquí y ahora lo que nos interesa. Lo que me parece relevante es constatar como, casi quince años después, el mismo retrato generacional sigue manteniendo su poder de atracción sobre una parte importante de los espectadores adolescentes.

HABLANDO DE LOS AFECTOS EN EL AULA

Hubiese querido analizar también otros medios en donde la construcción de la afectividad juega igualmente un papel, como la radio o las canciones que oyen los jóvenes. Pero el espacio ya no lo permite. Creo que a través de lo comentado, ha podido constarse como los cambios en los valores asociados con los afectos, por una parte han traído una nueva concepción de la mujer que no acaba de corresponderse con un cambio paralelo en la imagen masculina. Hemos visto también como este desajuste entre la representación simbólica de la afectividad femenina y la masculina, repercute en conflictos tan graves y de tanta actualidad en nuestra sociedad, como la violencia de género. Finalmente, observamos como hay un punto en que parece darse una confluencia entre los gustos de los chicos y las chicas, punto que nos sitúa ante una representación de la juventud dominada por un hedonismo compulsivo, carente de cualquier horizonte axiológico exigente.

El panorama no es, por lo tanto, muy halagüeño. ¿Qué cabe hacer ante él? Desde luego, evitar cualquier tentación de dimisión. Al contrario, se precisa que tanto los educadores, en los centros de enseñanza, como los padres, en el ámbito familiar, tomen conciencia de que la construcción de los afectos es cosa de todos.

El problema es que quizás ni la escuela ni la familia está hoy atendiendo debidamente esta exigencia. Permítaseme que concluya con una cita de Mercedes Oliveira, profesora de filosofía y experta en temas relacionados con la educación afectiva de los adolescentes, que incide sobre esta carencia: "Aunque todo el mundo es consciente de la importancia de la educación sentimental (afectivo - sexual) de cara a la formación integral de la persona, generalmente nadie asume como propia esta tarea, y esa área de formación queda habitualmente en el aire. Por una parte, la educación tradicional se limita a proporcionar conocimientos académicos; por otra, actualmente la familia es una institución en crisis (aumento del número de divorcios, escasa comunicación entre padres e hijos, etc.) que generalmente delega en la escuela toda responsabilidad relativa a este tema. A su vez, los medios de comunicación (de gran influencia en los jóvenes), en lugar de aportar soluciones, suelen reforzar los mitos, falsas creencias y estereotipos establecidos por la sociedad, contribuyendo a su expansión."■

PARA SABER MÁS

MARINA, J. A., *El laberinto sentimental*, Anagrama, Barcelona, 1996,

ANGELA MCROBBIE: "More!: nuevas sexualidades en las revistas para chicas y mujeres". En Zurrán, Morley, Walkerdine, Estudios culturales y comunicación, Paidós, Barcelona, 1998.

OLIVEIRA, M., *La educación sentimental. Una propuesta para adolescentes*, Icaria, Barcelona, 1998.

Robyn Quin y Barrie McMahon, *Historias y estereotipos*, Ediciones de la Torre, Madrid, 1997.