

300.000 en más de veinte universidades, la mayoría de ellas mantenidas por el Estado.

Evidentemente, preguntarse cómo somos, quiénes somos, involucra un proceso de análisis de la identidad. Y si hay algunas preguntas recurrentes en el pensamiento venezolano, desde la existencia misma de la República, son esas. Desde los años de la guerra de Independen-

cia hasta ahora, los venezolanos hemos estado intentando responderlas. Como veremos en la investigación psicohistórica, nuevamente predominan las respuestas negativas. La percepción de hoy no es un fenómeno aislado en el tiempo, responde a un proceso de desarrollo, o quizás deberíamos decir más bien, al desarrollo de un proceso de subdesarrollo y dependencia.

LA SOCIEDAD CONTEMPORANEA Y LA MANERA NARCISISTA DE VIVIR

ELOY SILVIO POMENTA

LA "GRAN EDUCADORA"

La formación de la personalidad no se agota en los patrones de crianza y las modalidades de educación. Nos falta analizar la **gran educadora** que es la televisión y sus similares, el cine y otros medios de comunicación de masas. Resulta asombroso cómo los gobiernos se esmeran en planificar y normatizar la educación en las aulas, y sin embargo, no hacen absolutamente nada respecto a la televisión. El niño está apenas seis horas diarias en el aula, el resto del tiempo está viendo televisión, la cual por consiguiente pasa a ocupar un espacio mental mayor que el de la instrucción escolar.

Desde temprana edad el niño es sometido a una verdadera "programación mental" a través de la cual va internalizando falsos valores, aquellos que por supuesto han sido diseñados para la formación y el mantenimiento de la mentalidad consumista que los grandes intereses necesitan para su perpetuación. Estos valores están absolutamente signados por el principio del

placer, la vanidad, la incitación al robo para acceder a lo bienes de consumo, el uso de "sustancias" para ser más hombre o mujer, llevar una vida más excitante, etc. Este problema ha sido bien estudiado por psicólogos, sociólogos y comunicadores, pese a lo cual nada se hace al respecto.

Existe en este sentido una flagrante contradicción o paradoja. Al mismo tiempo que los gobiernos consideran a la TV un poderoso vehículo educativo y aparato manipulativo que influye en la formación de la personalidad, en la identidad y la escala de valores de sus ciudadanos; parecería, por otro lado, como si no les incumbiera. Apenas un escueto reglamento o algunas resoluciones, pero no llegan al fondo del problema.

El problema es de tal magnitud que podríamos considerar a la TV como un fenómeno tan importante en la historia como el descubrimiento del fuego, la rueda o la máquina de vapor. Con el agravante de que estos últimos des-

(*) *Capítulo extraído del libro de Eloy Silvio Pomenta: El Bordeline o la manera narcisista de vivir. Mediciencia Editora, Barcelona, 1985. El capítulo que ofrecemos trata de darnos un enfoque psicoanalítico acerca del impacto del proceso de aculturación que estamos viviendo en los actuales momentos, en donde los medios de difusión están siendo el fundamental agente del hecho.*

cubrimientos o inventos eran exteriores al mundo interno personal, no incidían directamente en la mente individual. La TV no solamente es un personaje que se introduce en la familia, sino que "activa" mentalmente a la gente. Los televidentes silenciosos frente a un aparato de TV durante varias horas al día, están realmente "conectados" con lo que sucede en la pantalla.

El fuego, la rueda, la máquina de vapor constituyeron cambios exteriores en la civilización que, desde luego, terminaron por provocar cambios en las personas. Pero nunca en la historia de la civilización había surgido un descubrimiento o invento que directamente penetrara en la mente humana. No sabemos si los cambios a largo plazo que van a resultar de la TV en sí (independientemente del programa que transmita) como instrumento, han sido completamente estudiados o previstos; pero llevamos más de treinta años de "inducción televisiva" y aún no conocemos qué repercusiones tiene el medio en sí sobre la mente humana.

La tergiversación que puede ocurrir por efectos televisivos puede verse en los siguientes ejemplos: un paciente adolescente obsesionado con los carros preparados y el "pique de cauchos", nos relató cierta vez cómo un amigo le estaba mostrando las eróticas fotografías de una revista pornográfica, y a él, lo que más le llamó la atención fue un aviso con la propaganda de un carro deportivo. Sin que el amigo se diera cuenta arrancó la página y aún la guarda como un afiche en su cuarto, como el sueño supremo de su vida; el auto que le gustaría poseer.

Otro paciente adolescente fue llevado a consulta por sus padres a causa de bajo rendimiento escolar y por el enamoramiento con una joven, que ellos consideraban como obsesivo. Interminables llamadas telefónicas, varias al día, se la pasaba "metido en la casa de ella", no estudiaba, etc. Un día el paciente nos trajo su propia explicación del problema y nos dijo textualmente: "yo creo que agarré esa manía con esa muchacha, porque desde pequeño he soñado con tener determinada marca de auto, pero cuando cumplí los 18 años, mi padre no pudo comprarme el auto que yo deseaba sino uno usado, de segunda mano. Mi frustración fue tan grande que entonces encontré como un consuelo el enamoramiento con esa joven".

Como puede verse, la inversión de valores en la elección de objeto es evidente. Una máquina es preferida y tiene más valor como objeto amoroso que una atractiva joven. Este mismo paciente seguidamente nos confesó, como muchas veces se masturbaba viendo revis-

tas sobre autos deportivos, y mientras veía carreras de automóviles por televisión.

Los programas televisivos contra el consumo de drogas, muchas veces están hechos de tal manera que sólo consiguen despertar más curiosidad (aun en adultos) por el consumo de dichas sustancias. Se dan detalles acerca de sus efectos, modalidades de tráfico, maneras de adquirirlos, etc. Lo mismo puede decirse de programas sobre homosexualidad, liberación femenina, frigidez e impotencia, técnicas sexuales modernas, "punto G", etc. La capacidad distorsionante de estos programas es mayor que sus posibles efectos educativos.

Estos temas deben ser tratados en grupo de orientación, seminarios, talleres. En escuelas, liceos, clínicas, comunidades, etc., y siempre con la orientación calificada de especialistas. La televisión no es sitio para debatir dichos temas. Recuérdese que la teleaudiencia no es homogénea, hay también delante del televisor mentes frágiles, enfermos en ciernes, pre-psicóticos, y también seres con su personalidad en crecimiento, así como psicópatas y perversos; los cuales se verán afectados, o harán otro "uso" del material transmitido.

Se hace por la televisión toda una apología de la riqueza fácil, el robo perfecto, el contrabando ingenioso y la corrupción administrativa sin dejar huellas. Se desarrolla también una verdadera escuela del crimen, en la cual se aprenden todos los trucos y sutilezas técnicas de la delincuencia. Se exalta el ingenio del mal, el crimen organizado y el terrorismo internacional. Ya es un lugar común la trama televisiva de supuestas organizaciones dirigidas por fanáticos paranoicos que pretenden apoderarse del mundo; lo cual es a la vez expresión de la omnipotencia narcisista de la época, y modelo de identificación que es transmitido. Según hemos leído, pronto estará al alcance del público en general la posibilidad de fabricar una bomba atómica. No nos extrañaría si un buen día nos enseñan cómo hacerla por la televisión.

LA "HOLLYWOODIZACION"

Algo similar puede decirse en cuanto al cine. Acostumbramos decir que en las últimas décadas hemos estado sometidos a un proceso de "Hollywoodización", al ponerse el gran cine al servicio de poderosos intereses económicos, ideológicos y políticos. Interesa crear mentes superficiales y banales, más propensas al consumismo y mantenimiento de ciertos arquetipos.

El sexo y la violencia han suplantado al amor y la acción constructiva, por ser "artícu-

los" que se venden más, al igual que la pornografía. El amor es planteado como situación ideal romántica, que por supuesto nunca se consigue en la vida real. La gente entonces se divorcia y continúa tras la quimera. Dos familias consumen más que una. La familia nuclear no conviene, consume menos y es fuente generadora de gratificaciones. La familia dispersa consume más, las personas solitarias y carentes de vínculos afectivos tienden más a buscar en el consumo mismo una compensación por sus necesidades y carencias.

La guerra es continuamente planteada como tema cinematográfico. Es necesario mantener el arquetipo de que la guerra es una actividad normal en la vida humana tal como lo es comer, trabajar o divertirse. La imagen de la guerra debe plantearse cotidianamente a la mente humana, a fin de mantenerla disponible para tal propósito. La imagen de la paz no conviene. Si la imagen de la guerra desapareciera del escenario, entonces ocurriría lo que en términos pavlovianos se denominaría un descondicionamiento por extinción. Los jóvenes ya no obedecerían al grito de guerra.

Los dramas son matizados de humor, de esa manera se algodona la miseria social y las tragedias humanas. Quien haya visto la película "MASH", recordará que se trata de un hospital de campaña en la guerra de Vietnam. Allí, en medio de los cadáveres, la sangre derramada y los cuerpos mutilados, los doctores y las enfermeras viven una orgía permanente de risas, humor y sexo. Así la guerra pierde su negatividad y se transforma en algo deseable: provoca ir a la guerra, es una "gozadera".

Los modelos de identificación que ofrecen tanto la cinematografía como la televisión actuales son completamente aberrantes. Lo que va de ayer a hoy es la diferencia entre Tarzán y James Bond. Tarzán era fuerte, pero falible, derivaba su fuerza de su destreza, su trabajo, agilidad y capacidad de adaptación. James Bond en cambio, es el omnipotente infalible, gracias no a su esfuerzo, sino a la posesión de armas, artefactos y trucos tecnológicos sofisticados; su exhibicionismo narcisista es proverbial, pues anda siempre asediado por las más bellas mujeres. Mazinger y sus autómatas del espacio son la apología y la justificación de la violencia y la destructividad; sus prototipos hechos de plástico e industrializados a gran escala son los juguetes de la actual generación de niños, futuros adolescentes (¿Qué patología les espera?).

Bambi, Dumbo, los enanitos de Blancanieves y otros personajes de Walt Disney que

poplaron nuestra infancia, parecen haber cedido el paso a las truculencias de un nuevo cine para niños en el cual se introducen contenidos abiertamente sexuales, escenas de violencia y destructividad, fenómenos de posesión demoníaca y transformación malevolente. La industria cinematográfica, no satisfecha con vender esa basura a su clientela adulta, intenta ahora explorar un nuevo mercado: los niños.

La película más taquillera de 1984, ha sido "Los cazafantasmas" (Ghostbuster). En ella, por ejemplo, la protagonista, poseída por un impulso sexual irrefrenable, con los ojos rojos y movimientos voluptuosos se revuelca en una cama con uno de los cazafantasmas (que se las da de seductor). Este tiene que huir desparovido para salvarla de una supuesta posesión demoníaca, de la cual también ha sido objeto el tonto del barrio. Densos nubarrones se ciernen sobre la ciudad, generando fluidos electromagnéticos que van a conectarse con otros fluidos de diversos colores provenientes de los fantasmas de todos los muertos que se levantan de sus tumbas. Dichos fluidos van a inducir una cópula electromagnética entre la chica y el tonto, para dar lugar a una destrucción masiva y al advenimiento del dios Zuul. Un antiguo edificio construido a principios de siglo con lo que se descubren ser raras aleaciones de minerales, óptimas para la atracción de fluidos fantasmales y concebidas por un millonario espiritista, cuya marcada devoción por el maléfico dios Zuul lo llevó a construir dicho edificio con el fin de que algún día sirviera de receptor para el retorno del mencionado dios del mal. Media ciudad es destruida ya por la tempestad de rayos demoníacos, y mientras algunos transeúntes y rabinos oran asustados, suben los tres cazafantasmas quienes logran al fin, con sus aparatos de rayos laser, invertir las energías maléficas y liberar a los posesos, salvando así a la humanidad del Apocalipsis.

¡Habrás visto tamaño disparate! Como adultos salimos del cine con una sensación de malestar y desconcierto. Quizás nuestro niño interior quedó contrariado, pues tal vez esperaba ver alguna divertida trama de graciosas incidencias e inofensivas peripecias, al estilo —por ejemplo— del inocente y bien intencionado fantasmita Casper de la televisión de hace veinte años. Notamos que durante la proyección cinematográfica hubo pocas risas. Tan sólo de tiempo en tiempo palmadas cuando se presentaba el conocido tema musical: ¡Ghostbuster! ¡Ghostbuster! El público, en su mayoría niños y adolescentes, parecía también estar "activado"

mentalmente por los fluidos electromagnéticos y maléficos. Si los niños allí presentes se divirtieron con dicha película, deben estar muy enfermos, y los que no lo lograron, han debido internalizar suficiente contaminación cinematográfica como para ser candidatos a futuros demones y aberrados.

Otra película igualmente nefasta y que ha tenido un éxito semejante a la anterior ha sido "Gremlins". Se trata de extraños animales, especies de peluches, a los cuales al entrar en contacto con el agua se les desprenden pequeñas motas que, al crecer, reproducen el original a imagen y semejanza. Pero si son alimentados después de la medianoche, sufren una transformación en suertes de alimañas horribles, grotescas, parecidas a pequeños codornices de afilados dientes y ferocidad indescriptible. Los Gremlins se dedican a hacer toda clase de maldades, atropellos, crímenes. Su característica principal es que **sólo se divierten haciendo el mal**, fumando, jugando barajas, bebiendo, comiendo e ingiriendo toda clase de sustancias y porquerías con una voracidad insaciable. Provocan accidentes, explosiones, incendios y llegan a destruir casi totalmente al pueblo donde se desarrolla la acción.

Estos bichos son finalmente exterminados por la luz. Ante los faros y los reflectores luminosos caen abatidos con el mismo sadismo característico de esta clase de cinematografía: imágenes de carne molida y desparramada por una habitación; sopas de tejidos, piel y huesos; esqueléticas figuras convulsivamente agonizantes. Al final, hay un intento de moraleja no convincente: el anciano del barrio chino, de donde provino el primer Gremlin, se lo lleva de vuelta diciendo que los humanos no estamos preparados, no somos suficientemente responsables para tener un Gremlin. Todo esto dicho en forma muy sutil, apenas perceptible, difícil de captar para adultos, menos para niños y adolescentes. Más bien sonó a una intención por parte de los productores de cubrirse las espaldas y justificar el gran despliegue de la más espantosa violencia desatada a lo largo del film.

Y aun cuando la moraleja final hubiera sido bien intencionada, ya el daño estaba hecho. El mensaje había llegado a su destino y es: **sólo el mal puede divertir**. Los niños del mañana ya no se contentarán con pistolitas de agua y autos de choque sino asesinando la verdad, ocasionando accidentes, destruyendo bienes, provocando explosiones.

Las mentes pensantes de la cinematografía que fueron capaces de concebir tales películas, o bien caen en la insensatez, o bien están

psicológicamente tan retorcidas como para hacer negocios millonarios jugando con la salud mental de los niños. Además de los daños a largo plazo, implícitos en los mensajes, patrones de conducta y modelos de identificación transmitidos; están los potenciales riesgos inmediatos a que se expone un niño al presenciar escenas semejantes. Como psiquiatras conocemos la especial fragilidad de niños y adolescentes (y aun muchos adultos) hacia todo lo que tiene que ver con lo sobrenatural, lo paranormal, la magia, el espiritismo, el esoterismo, etc. La exposición a estos fenómenos puede fácilmente inducir a regresiones y disociaciones mentales, por activación de núcleos emocionales arcaicos y primitivos de la más remota infancia. Estos han sido superados en el desarrollo de la personalidad, pero generalmente quedan restos, residuos de estos núcleos (psicóticos) que pueden ser activados en determinadas circunstancias y condiciones. Una de ellas y muy frecuente es el contacto con los fenómenos parapsicológicos.

Una especie de vocación diabólica parece haberse apoderado de las metrópolis de ultramar. Las autoridades y la comunidad en general deben estar alertas para no aceptar sumisamente cuanta aberración satánica nos llega del exterior, tanto en forma de video cassettes, ciertos grupos de música rock, programas televisados y cinematografía. Tal vez a la hora de salir publicado este trabajo, las mencionadas películas hayan pasado, pero vendrán más y peores. La "industria" probó con éxito un nuevo mercado: los niños.

EL ROCK Y LA INDUSTRIA DEL ESPECTACULO

Si tratamos de hacer una panorámica de la sociedad actual, a pesar de nuestros escasos conocimientos sobre el rock, resulta ineludible hacer referencia a una temática que de manera tan evidente forma parte de la vida cotidiana. No hacerlo sería como asistir a un espectáculo sin oír el sonido.

Sin temor a equivocarnos, podríamos afirmar que el rock es el acompañamiento musical de la sociedad contemporánea.

No pretendemos hacer aquí un análisis musical sobre la materia. Se trata de examinar al rock como fenómeno cultural y movimiento de masas. De reflexionar sobre lo que según un conocido slogan ha sido "la música que sacudió al mundo".

En efecto, el rock ha penetrado casi la totalidad de las naciones y culturas. Desde las mejor conocidas hasta los más recónditos lug-

res de la tierra. En un trabajo científico de la revista Science en 1982, luego publicado en forma divulgativa por la revista Life, nos hemos encontrado con que Samoa ya no es la paradisíaca isla descrita por Margareth Mead hace treinta años en su libro "Cultura y adolescencia en Samoa". En los artículos mencionados se ofrecen testimonios, incluso fotográficos, de los cambios ocurridos. Las polinesias solían bailar al son de una fascinante música tradicional, en sus encantadores ambientes naturales. Ahora bailan al compás del frenético rock en discotecas impregnadas de humo, alcohol y drogas.

También el rock ha influenciado casi todas las formas de música popular contemporánea. Desde la "salsa" y la música brasileña, hasta las canciones francesas y los vocalistas y conjuntos italianos, españoles y latinoamericanos. En todas estas expresiones artísticas notamos en forma ostensible o sutil los ritmos y aires propios del rock.

El rock ha triunfado. Pero, ¿será por poseer una mayor calidad musical?, ¿es acaso mejor que los ritmos latinoamericanos, orientales o africanos?, ¿o será porque, al provenir de las culturas anglosajonas, tiene a su servicio poderosos medios de comunicación con una mayor capacidad de difusión?

Tan conmovedora es la contagiosa música del altiplano, como la fuerza del mariachi mejicano, la hondura del flamenco, la sensualidad de los ritmos africanos, o la enigmática música china o hindú. Sin embargo, ninguna de estas manifestaciones culturales ha tenido jamás el respaldo de masivos medios de comunicación, y han quedado entonces relegadas al plano del folklore.

Pero el rock no ha penetrado tan sólo por factores de mayor poderío económico o tecnológico, sino que nos ha sido exportado como parte de un "paquete" de neo-colonización, manipulación cultural y sometimiento consumista.

La mente del ciudadano común, en su vida cotidiana, se encuentra invadida por esta forma musical. No solamente a través de la radio y los videocassettes televisados, sino como animación de propagandas comerciales, temas musicales de películas y programas de divulgación (hasta un programa de la TV nacional sobre una bella y folklórica región venezolana, fue transmitido cierta vez con los ritmos del rock como música de fondo).

Los jóvenes suelen decir que las formas más hermosas de rock no son comerciales, que no todo el rock es pesado (heavy), duro (hard),

ácido (¿LSD?) o punk. Y en consecuencia, más fácilmente llega a nuestros ojos y oídos lo estruendoso y escandaloso; cualidades que venden más, según la psicología de los "ratings" y "especificaciones" de los medios de comunicación.

Parece ser que existen otras modalidades del rock, de una alta calidad musical, de sugerentes contenidos poéticos, de mensajes antibelicistas, contestatarios, ecologistas y aspiraciones de paz, amor y libertad. Esto podrá ser cierto y apreciado por conocedores, pero sin duda alguna, no es lo que más comúnmente oímos y presenciamos.

Para los que nos hemos quedado atrás, y los que aún no han llegado: los niños, el espectáculo que presenciamos es el de alaridos y estridencias. Es la música del desenfreno, el desbordamiento y los estafalarios personajes pintarraeados. Síntomas inequívocos de la esencia más pura del exhibicionismo patológico, típico de las formas más conspicuas de narcisismo.

Esta modalidad de presentación del rock, surge ya no como forma musical, sino como lo que podríamos llamar un **epifenómeno cultural**. Como producto de las grandes urbes industrializadas, de los grandes foros o concentraciones masivas de rockeros. Ligado a un "submundo" de drogas, promiscuidad, perversiones sexuales, y personalidades desadaptadas o francamente patológicas.

Dicho epifenómeno ha sido industrializado por la industria del espectáculo, cuya mercancía más rentable es ese "submundo", con todos los ingredientes antes mencionados. Esta mercancía es vendida además, con todo un despliegue divulgativo de videocassettes, películas, libros, novelas y revistas de farándula.

La industria del espectáculo manipula por igual a las audiencias como a los propios cantantes y conjuntos. Estos últimos son convertidos en marionetas, a menudo de vida corta, por los excesivos viajes y representaciones, agotamiento por drogas y la alienación en un estilo de vida narcisista, absolutamente fuera de la realidad. Muchas veces el suicidio es el corolario final.

Nada sucede al azar en la industria del espectáculo. Todo está calculado y premeditado. La escenografía, los vestuarios, la manera de moverse, hacer piruetas y saltos. Así como también los discos, videocassettes, afiches, telas estampadas y otros artículos de consumo.

Lo importante es crear "mentes lo bastante estúpidas" (para decirlo a la manera de Winnicott) como para ser conducidas a la adopción de determinados estereotipos y modelos conductuales propios para el consumismo y a la

desvirtuación de los valores más esenciales del ser humano.

Como decíamos anteriormente, un niño no puede ser capaz de discernir o discriminar lo que aquí estamos exponiendo, así como tampoco las virtudes del rock. Las personas capaces de diferenciar entre un rock de auténtica calidad musical y las extravagancias transmitidas por los medios de comunicación, no pueden encontrarse precisamente entre niños e incluso adolescentes. De ellos sólo puede esperarse, correr a ponerse de cabeza y bailar "break dance", vestirse o disfrazarse como fulano, colocarse zarcillos en orejas y narices, maquillarse como zutano, parecerse a tal, ser asexuado o intersexual como cual. O bien, exoactuar las cargas agresivas que les son inducidas o activadas por las exaltaciones en el escenario o la pantalla del televisor.

Se pretende que el rock es la música de la juventud. No toda la juventud está involucrada en el "submundo" del rock. Hay jóvenes trabajando en talleres y fábricas, estudiando o preparándose tecnológicamente, jóvenes creando y construyendo civilización. Y ¿por qué no?, jóvenes peleando en guerrillas y revoluciones, por lo que consideran sus valores e ideologías. Jóvenes también cuya fe se renueva y crece día a día en movimientos carismáticos, teología de la liberación y otros movimientos espirituales.

Se ha hecho ver que el rock es contestatario y revolucionario. Puede que en sus comienzos lo haya sido, pero bien pronto los empresarios se encargaron de convertirlo en un gran negocio, y en instrumento de manipulación consumista de millones de jóvenes. Es algo que bien orquestado, con los vestuarios apropiados y aderezado con drogas, se vende bien. Es una industria, un negocio millonario en el cual rock y drogas suelen ir de la mano.

Es difícil creer en la capacidad contestataria y revolucionaria de unos conjuntos cuyos integrantes, una vez terminado el espectáculo, son llevados en sus Limousines, Cadillacs y Rolls Royces hasta lujosos hoteles. Para luego, en helicóptero y jets particulares ser trasladados a otra ciudad, a fin de proseguir la ronda de ingresos millonarios.

El rock, al igual que la TV se ha convertido en un "aparato de manipulación" Crea, no activos contestatarios, sino anarquistas desviados de cualquier reflexión seria y acción constructiva.

El aparato de manipulación musical crea estereotipos conductuales, relacionales y consumistas. Desvía a la juventud, la distrae, disper-

sa o aleja de una acción constructiva. Falsea su identidad al crear equívocos y mensajes tergiversados.

Los actuales héroes de la sociedad contemporánea son los ídolos del rock. Nina Hagen, Boy George y Michael Jackson son emisarios de una confusa identidad.

Nina Hagen ha creado el estereotipo de lo demoníaco, los maquillajes grotescos, los velos fantasmales, los escenarios de ultratumba y una aplaudida vocalización que en realidad resulta aterrorizante.

Boy George es el símbolo travestista, bisexual o hermafrodita. No lo sabemos, pero su dudosa identidad sexual profusamente exhibida se convierte en modelo de identificación para los jóvenes.

Michael Jackson es el prototipo más conspicuo de lo que podría llamarse como la encarnación o símbolo del llamado disturbio de identidad. Es el asexuado, el andrógino. No se sabe si es hombre o mujer. Si es niño o adulto. Es negro de color y blanco de facciones. ¿Ángel o demonio?

Para colmo, existe toda una industrialización de la cual han sido objeto. No cabe la menor duda de que son productos industriales. Todo está organizado de manera tal que no deja oportunidad a los jóvenes para un discernimiento. Pues al lado de sus espectaculares piruetas, todos estos cantantes se declaran espirituales, creyentes en Dios, amantes de la paz, de la naturaleza, ecologistas, en contra del sistema, abanderados de la libertad y de un mundo nuevo, etc.

La maquinaria publicitaria que los promueve se encarga al mismo tiempo de inventar novelitas rosas de lo mucho que han sufrido, desgarradoras historias de sus vidas, conmovedores sucesos infantiles, lo mucho que han luchado por su arte y los altos valores que los inspiran (los cuales ya mencionamos antes)

Esto cierra el círculo. No deja escapatoria. Ni los jóvenes ni sus padres pueden rechazar o criticar sus acrobacias y espectacularidades. ¿Cómo?, ¡si son unos ángeles!, ¡patentizan los más altos valores a los que un joven puede aspirar!

Queda así construida la infranqueable trampa de reprobables escenificaciones por un lado, pero figuras arquetípicas ideales por otro lado.

La confusión o contradicción de identidad queda sellada, es inamovible. Los jóvenes internalizan ambas cosas, sin contradicción y sin la menor conciencia de que dichas imágenes

arquetípicas puedan ser contradictorias o excluyentes. Resulta que los destemplados alaridos, los grotescos maquillajes y los estrafalarios disfraces, encarnan al mismo tiempo todo lo que pueda haber de sublime y trascendental en el ser humano. Semejante contrasentido no puede

tener cabida en una mente normal, con una adecuada organización de su **sí-mismo**. La aceptación de dicho contrasentido sin advertir la contradicción, sólo puede ocurrir en una mente con un trastorno de identidad, producto de una es-
 cisión en la organización de su **si-mismo**.

RESUMEN DE LOS CRITERIOS DE LA DSM-III PARA BORDELINE

I. Patrón emocional de rabia.

3. Rabia constante e inapropiada.

II. Patrón de impulsividad, inestabilidad, descontrol.

1. Impulsividad e impredecibilidad (excesos, descontrol de impulsos).
7. Automutilación, gestos suicidas, accidentes recurrentes.
5. Inestabilidad afectiva (ansiedad, irritabilidad, depresión).
2. Relaciones interpersonales intensas e inestables (idealización, devaluación, omnipotencia, manipulación).

III Patrón de disturbo de identidad.

4. Disturbo de identidad (incertidumbre o ausencia de identidad).
 (Problemas de autoimagen e identidad sexual).
 (Identidad vaga o difusa).
 (Identidad contradictoria o caótica).

IV. Patrón de soledad, vacío, aburrimiento.

6. Intolerancia a la soledad. Evita estar solo. Deprimido cuando solo.
8. Sentimientos crónicos de vacío y aburrimiento.

