

“Ser famoso en nuestra época es percibido y equivale a una hazaña memorable”

EL PRECIO DE LA FAMA

Cada semana, los niños de *Menuda Noche* “juegan” a ser famosos

Eloína Calvete García y Nerea Fernández Leivas

“Queréis la fama, pero la fama cuesta, y aquí es donde vais a empezar a pagar. Con sudor”. Con esta categórica frase daba comienzo una serie de televisión norteamericana de los años ochenta. La pronunciaba una profesora delante de un grupo de jóvenes que se esforzaba por destacar en el mundo de la música y de la danza. La serie tuvo una gran acogida en nuestro país, quizás habría que señalar que aún no existían las cadenas privadas de televisión, pero aún así, resultó inesperadamente exitosa entre los jóvenes.

La fama cuesta

Es una opinión generalizada que para alcanzar el éxito hay que pagar un precio. Sin embargo hoy, alcanzar la popularidad se ha convertido en una meta. Las palabras de Margarita Riviére, en su libro *La fama: iconos de la religión mediática*, son concluyentes “Ser famoso, en nuestra época es percibido y equivale a una hazaña memorable, lo cual expresa cambios en la idea de excelencia, que utilizamos como referencia de lo que es socialmente considerado como admirable o envidiable”. Y todo por obra y gracia de los medios de comunicación, esos constructores de una realidad paralela que encumbran y destronan siguiendo los dictados de la audiencia. Aumenta el número de jóvenes que se presentan a castings y pruebas para participar en uno u otro programa que, en teoría, les abrirán las puertas de la celebridad. Nada que objetar, cada cual es libre de trabajar su dicha o su desdicha.

El precio de la fama: incidencia en la psicología del menor

Pero todo cambia cuando son niños los que aparecen actuando ante unas cámaras. Menores que repiten palabras estudiadas, que siguen un guión y que

se comportan como adultos en miniatura. Para Nicolás Castellano, psicólogo infantil, “el niño pierde básicamente su personalidad, porque adquiere la fama cuando se convierte en un personaje, deja de ser persona, hay un cambio de rol. Es un poco como un juego *esquizofrénico*. Cuando el niño está fuera del personaje trata de volver a ser quien es, pero el personaje le provoca olvidarse de quien es para ser otro. En ese juego de identidades en el niño puede darse un desequilibrio emocional, confundir la realidad (persona) con la fantasía (personaje). El niño tendría que ser muy adulto, muy maduro, para poder manejar eso, porque es difícil pasar de un rol a otro, tener mis amigos de la ficción y mis amigos en la realidad, mi familia de la ficción y mi familia de la realidad, mi vida, mi quehacer en un lado, y mi quehacer en el otro. Es difícil conciliar las dos cosas”.

Historia de famosos o famosos con historia

No es fácil asumir la fama. Mirando hacia atrás los nombres de Marisol, Joselito o Rocío Dúrcal acuden a nuestra memoria. Son, o mejor dicho, fueron niños famosos. Sólo hay que repasar sus historias. Todos intentaron conciliar la fama y una vida más o menos normal. Rocío Dúrcal, cantante y actriz precoz, recordaba en una entrevista concedida a la revista *Fotogramas*: “El fenómeno tiene compensaciones, ganas dinero... Lo bueno sería que se te utilizase artística y no humanamente, pero la explotación comercial y humana suelen ir muy ligadas y hasta que no te vas haciendo mayor no te vas enterando de las cosas, antes de que te des cuenta te encuentras manejada por todo el mundo. Cuando te meten a ser actriz, no sabes siquiera si te gusta serlo. Después, cuando estás en todo el asunto hasta el cuello, piensas mil veces en dejarlo. Pero no puedes, porque de ti dependen muchas personas. Ni para decir basta tienes suficiente libertad”. Estas palabras resumen su experiencia.

El precio de la fama: incidencia en la psicología del menor

La pequeña Marisol creció entre bambalinas. La principal estrella infantil de los años sesenta padecía úlcera de estómago con tan sólo quince años. Tenía treinta cuando decidió recuperar su nombre, Pepa Flores, y espaciar su trabajo.

Poco a poco se alejó de la fama y del estrellato para tomar las riendas de su vida. Su compañero de éxitos, Joselito, el pequeño ruiseñor, tuvo menos suerte. Su físico y su voz cambiaron y perdió el favor del público y de los productores. Su biografía está plagada de episodios trágicos: mercenario, traficante de armas, drogadicto. Tres niños, tres historias, tres destinos marcados por una fama precoz y que se desarrollaron con mejor o peor suerte en sus vidas.

Pero éstas son historias antiguas, las hay más recientes y más conocidas por todos. Michael Jackson, Macaulay Culkin o Tatum O'Neal. Quién no recuerda a Michael Jackson, el hermano más pequeño de los Jackson's Five, que se transformó en una especie de personaje negro-gris-casi blanco y que destrozó su vida y su talento entre operaciones quirúrgicas y tratamientos médicos. Aquel chico de *Sólo en casa*, Macaulay Culkin, manejado por los productores y por unos padres a los que llegó a acusar de robo, es actualmente un joven de 31 años al que las drogas y el alcohol han avejentado de manera prematura. También Tatum O'Neal tiene problemas de drogas. La pequeña actriz de *Luna de Papel* tiene hoy casi cincuenta años y aún no ha conseguido recuperar la custodia de sus hijos.

Se pueden seguir citando nombres más o menos recordados. Son ejemplos de lo que la fama hace con algunos niños. Sus historias están ahí, con semejanzas y diferencias entre ellas, pero con un denominador común. Sus vidas se desarrollaron fuera de los parámetros normales de la infancia y se convirtieron en objeto de atracción pública, en fenómenos mediáticos. Como recoge Ángela Tormo, psicoterapeuta, en su libro *Esto, eso, aquello... también pueden ser malos tratos*: "ser la persona más admirada, fotografiada, amada y odiada no debe ser nada fácil, pero mucho menos cuando se es un niño".

El precio de la fama: incidencia en la psicología del menor

Sin embargo, los niños siguen siendo presa fácil del ansia de éxito, en la mayoría de los casos, estimulados por sus padres. A pesar de una abundante legislación relativa a los menores, se multiplican los casos de pequeños que

aparecen en televisión. Para Antonio Manfredi, editor de informativos de Canal Sur y miembro del Observatorio de la Infancia de Andalucía, “España es un país extraordinariamente normativo, porque eso acalla la conciencia del legislador, pero luego hay un incumplimiento. Y no se ejecuta ese incumplimiento, salvo en esos casos en los que suponga una recaudación inmediata. El cumplimiento de la ley deja mucho que desear. Y esto se asume como algo normal. Ya se sabe que cuando se legisla un tema ya habrá quien se encargue de incumplirlo sin demasiados problemas”.

Legislación “menor”

Haciendo un somero repaso podemos establecer que, a nivel nacional e internacional, han aparecido un conjunto de leyes y declaraciones relativas a los derechos del menor entre las que cabe destacar la Convención de Derechos del Niño (1989) y la Carta Europea de Derechos del Niño (1992). En España, dos leyes orgánicas (1982 y 1996), además de la Instrucción 2/2006 sobre el Fiscal y la Protección del Derecho al Honor, la Intimidad y Propia Imagen de los Menores, constituyen el marco legal específico en el que se abordan estas cuestiones. Según afirma Juan Siso Martín, Doctor en Derecho Público, en la Revista *Pediatría de Atención Primaria*: “el respeto a los derechos de los menores debe situarse en la base de los principios de nuestro sistema de convivencia social. La minoría de edad, en ese sentido, se concibe como aquella etapa de la vida caracterizada por la insuficiencia de la persona para proporcionarse, a sí misma, los medios necesarios de protección en el ejercicio de los derechos personales”.

Regulada y legislada la situación del menor, cabe preguntarse por qué, como señala Antonio Manfredi, “hay un incumplimiento latente cuando los padres llevan a los niños a un casting, es decir, incluso si analizamos la normativa más

El precio de la fama: incidencia en la psicología del menor

rotunda, del año 2006, en la que el Fiscal General del Estado indica, en lo que se refiere al respeto a la infancia, que ni siquiera la autorización del padre, de la madre o del tutor deja libre a una cadena de poder utilizar la imagen de un

niño. ¿Qué ocurre? Que hay padres y madres que ven en ese niño de nueve años un futuro Messi que, probablemente, vaya a ser multimillonario”.

Efectivamente, existe una inobservancia de las leyes relativas a menores en televisión y un incomprensible interés por parte de algunos progenitores que ha traído consigo incluso una literatura específica. Títulos como *Tu hijo puede ser un crack* de Jaime Alguersuari, organizador de grandes eventos deportivos, instruyen a los padres en el descubrimiento de las claves que permitan reconocer el potencial talento, en este caso deportivo, de un chaval. Convertir al niño en el número uno, en el mejor, se transforma en el proyecto de vida de toda la familia, aunque el mismo autor del libro reconoce en una entrevista concedida a la revista *Diez Minutos* que “el 99% de los padres no va a conseguir que su hijo llegue a ser un crack”.

Es decir, por cada niño que triunfe, muchos otros se quedarán en el camino. ¿Qué ocurre con estos menores? Jaime Alguersuari afirma que “no debe ser un drama”. Sin embargo, para el psicólogo Nicolás Castellano “al niño se le enseña subliminalmente que es querido en función de sus logros, no es aceptado en función de él mismo. Es muy importante que los padres sepan minimizar. Minimizar tanto el fracaso como el éxito. Eso hay que entenderlo para no cargar la culpa del fracaso sobre la persona del niño. Una culpa que no puede asumir, porque tampoco ha sido su culpa”.

¿Y qué empuja a esos padres a buscar el reconocimiento público de sus hijos? Porque está claro que son los progenitores los que deciden llevar a su hijo a un casting, montarlo en una moto o poner una raqueta en sus manos cuando apenas levantan un palmo del suelo. “Influye sobre los padres el afán de notoriedad. En otros casos los motivos son económicos. Eliminar un deseo frustrado, es decir, que sus hijos consigan lo que ellos no han conseguido y

El precio de la fama: incidencia en la psicología del menor

que sus hijos sean lo que ellos no pudieron ser. Pero tienen que entender que el hijo no es una copia del padre, no es un clon”. Las palabras del psicólogo infantil nos revelan algunas claves de los comportamientos paternos. Porque

a pesar de toda la legislación, los padres siguen siendo los principales responsables de sus hijos.

José Chamizo, Defensor del Pueblo Andaluz y Defensor del Menor, apunta que “teóricamente son sus padres lo que tienen que protegerlos. Son programas que yo puedo catalogar de mal gusto, no los veo y ya está. Pero nadie ha podido demostrar que a esos niños se les esté vulnerando un derecho, de hecho no puede hacerse constar que exista una vulneración de algún precepto del ordenamiento jurídico español, ni tampoco se puede hacer constar que la Fiscalía del Menor haya actuado”.

Justamente, como bien señala José Chamizo, la Fiscalía de Menores aún no ha realizado ninguna actuación relacionada con este tipo de programas. Daniel Valpuesta Contreras, Fiscal Coordinador de Menores de Sevilla, quiere dejar claro que a la Fiscalía no ha llegado ninguna queja relacionada con este formato televisivo “lo único que nos ha llegado, porque además es preceptivo, es la notificación de la intervención de los niños, y sin que exista aunque sea una mera sospecha de que los derechos de algún menor son vulnerados, la fiscalía no puede intervenir”. Porque, aunque la Instrucción 2/2006 señala que “el fiscal podrá actuar de oficio para proteger los derechos de los menores...”, también deja claro que esta autoridad legal “deberá, en todo caso, utilizarse con prudencia, ponderando todos los intereses en conflicto...Habrà de ser excepción la intervención autónoma del Fiscal cuando el menor afectado tenga progenitores en pleno uso de las facultades inherentes a la patria potestad...” Es decir, queda meridianamente claro que son los padres los que, en última instancia, deciden sobre lo que es conveniente o no para sus hijos.

Quejas “menores” e instituciones

El precio de la fama: incidencia en la psicología del menor

José Luis Calvo, portavoz de la Asociación PRODENI (Pro Derechos del Niño y la Niña), afirma que desde su asociación se han presentado diferentes quejas en relación con los niños que aparecen en programas de televisión, pero todo

ha sido en vano porque “en general, esto es mercado. Los niños venden, lo precoz es atractivo y las productoras saben muy bien aprovechar el momento y subirse la ola. El mundo político se preocupó más del impacto en horario infantil de temática inadecuada, de programas basura, aunque tampoco sirvió de mucho la regulación pactada”.

El Consejo Audiovisual de Andalucía desestimó en el año 2007 una queja referente a una supuesta “utilización inadecuada de menores”, en el programa *Menuda Noche* de Canal Sur TV. Sin embargo, la institución reconoció que el empleo de niños en televisión despierta suspicacias “por la traslación, a la sociedad en general, y al público infantil, en particular, de dudosos valores relacionados con la popularidad vacua y el éxito intrascendente...”.

Las declaraciones del entonces presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía, Manuel Ángel Vázquez Medel, al diario *ABC* señalan el principal problema que se presenta cuando se trata de analizar la pertinencia de este tipo de emisiones: la imposibilidad de que un menor sea plenamente consciente de lo que implica aparecer a menudo en televisión y convertirse en fenómeno mediático más o menos fugaz. Convertirse en famoso y ser capaz de asumir la fama... o el olvido. Para el psicólogo Nicolás Castellano “si el éxito no continúa el niño se va a ver privado de una serie de refuerzos, de una serie de beneficios que obtenía de un modo más o menos fácil. Ese vacío le puede llevar a temas de depresión, a temas de conductas adictivas”.

Además, el catedrático Vázquez Medel suscribe en el diario anteriormente reseñado: "es preocupante el uso de menores en programas que no están dirigidos a niños y en el que éstos no actúan como niños, no pueden exhibirse niños como objetos de una barraca de feria". Desde el Observatorio Europeo de Televisión Infantil y desde Unicef también se ha alertado sobre este tipo de

programas. No obstante, por centrar el reportaje en un caso cercano, *Menuda Noche* lleva ocho años en antena.

¿Programa infantil?

En la página web de Canal Sur se puede leer: “*Menuda Noche* es un programa protagonizado por niños y dirigido tanto para críos como para el resto de la familia... La inocencia, la frescura, la espontaneidad y la autenticidad de los niños andaluces son algunas de las claves que han hecho que *Menuda Noche* triunfe, enganche y siga en la Televisión Pública andaluza desde hace ya varias temporadas”. Inocencia y frescura, sí. La espontaneidad y la autenticidad son, como poco, discutibles, después de conocer el funcionamiento interno del espacio televisivo.

Cayetano, de ocho años, y Juan David, de cinco, son dos de los niños que aparecen en el programa. Fueron seleccionados en Lora del Río (Sevilla) tras un exhaustivo casting en el pueblo. El más pequeño se ha convertido en una auténtica “estrella”. Al mayor hace ya más de un mes que no lo llaman. Sus historias difieren en tanto que Cayetano, según palabras de su madre, es “un niño normal, creo que lo escogieron porque es muy guapo” y Juan David es un pequeño “experto” en la Semana Santa que hace sonreír a los mayores cuando imita las voces de los capataces costaleros y las posturas de las figuras de distintas hermandades cofrades.

“Todos por igual, valientes. Al cielo con ella”. La vocecita de Juan David resuena en el salón de su casa mientras hace una demostración de sus habilidades. Tras vocear como un capataz cofradiero y golpear el llamador del paso en miniatura que le han adornado en la tele, se mete debajo y lo levanta meciéndolo. A su madre y a su tía se les ilumina la cara. “Él es siempre así, nunca está quieto y habla sin parar. Le gusta todo lo relacionado con las cofradías. Ya nos han llamado con las preguntas del próximo programa, se las aprenderá en un plis-plas, tiene muy buena memoria”. La abuela de Juan David

El precio de la fama: incidencia en la psicología del menor

Le llevó al casting que se hizo en el pueblo, estaba convencida de que su nieto sería escogido y así fue. Toda la familia gira en torno al pequeño y se turnan para llevarle al programa.

Pero la psicoterapeuta Ángela Tormo advierte que “ver a los hijos en la televisión, en vallas publicitarias, en revistas, aunque sea muy gratificante y eleve el ego, no es motivo suficiente para someter a menores a innumerables castings, hacerles perder el colegio, reducir su tiempo de juegos...”. La madre del pequeño Juan David asegura que, de momento, para él todo es pura diversión, que está deseando acudir al programa y que le encanta sentirse el centro de atención. Normal en un chiquillo de cinco años que acaba de descubrir las ventajas de la fama.

Cayetano es un niño muy formal. Se sienta erguido en la silla esperando las preguntas y reconoce que fue al casting por propia iniciativa. Encontró el anuncio de la productora ZZJ en la tienda de chuches del barrio. El lugar de la convocatoria era la plaza del Ayuntamiento. Convenció a su madre para que le llevara, los niños tenían que acudir acompañados de un adulto o tutor. Rubio y con unos inmensos ojos azules, ahora se pregunta por qué llevan varias semanas sin llamarle. Su madre cree que porque ya es mayor, aunque hay niños que continúan apareciendo con diez y once años. Es el menor de tres hermanos y su asistencia al programa estuvo muy controlada por sus padres. En todo momento tuvieron presente que el colegio era lo más importante para el chaval y sus intervenciones fueron muy espaciadas.

En ambos casos se siguió, y con Juan David aún se sigue, la rutina habitual para los pequeños que son ubicados en “la escalera” del plató, el lugar desde el cual dirigen las preguntas a los invitados de cada noche. Porque ese es el cometido principal de estos pequeños, entrevistar al personaje asistente. Actores, cantantes, humoristas y hasta algún político han pasado por el programa. En otro apartado se sitúan los niños que cantan o bailan, los niños artistas. Con ellos la productora sigue otra dinámica, que no se ha podido

establecer ya que han hecho oídos sordos a cualquier petición de entrevista para este trabajo.

Según relatan Jéssica, la madre de Juan David, y M^a del Carmen, la mamá de Cayetano, la semana anterior a la aparición del niño en el programa se ponen en contacto con ellas y les dictan las preguntas que los pequeños tienen que hacer al invitado. A partir de aquí, los progenitores se comprometen a ayudar al niño a memorizar sus “espontáneas” preguntas y comentarios. Como se puede entender, esto deja poco espacio a la improvisación, aunque siempre puede surgir alguna observación, son niños. El día elegido para la grabación, casi siempre un martes, llegan con el texto aprendido y comienzan a ensayar con el presentador. Ni a los ensayos ni a la grabación asisten los padres, que están reunidos en una sala aparte mientras los niños actúan. Terminada la sesión, todos vuelven a casa. Ambas señalan que no hay por medio compensación económica, salvo los gastos de gasolina y algún que otro regalo a los pequeños después de algún programa especial: mochilas, balones, material escolar...

Los dos chiquillos de Lora del Río fueron seleccionados hace pocos meses, pero algunos niños llevan apareciendo en el programa cuatro o cinco años. Apariciones semanales en algunos casos, y cada dos o tres semanas en otros. “Nosotros – cuenta M^a del Carmen- estamos relativamente cerca de Sevilla, pero había niños de Cádiz y de Granada cuyas madres se traían los pijamas para que los pequeños durmieran en el coche de regreso a sus casas. La grabación se termina a las nueve o nueve y media de la noche y habían salido a las dos o las tres de la tarde para llegar al plató a las seis. Si mi hijo se quejaba a veces de que llegaba cansado, imagino lo que supondría para los otros niños... No sé hasta qué punto eso compensa. Además está el tema de la ropa. Allí había madres que comentaban que se habían gastado cien euros en un traje para su hija, para el programa especial dedicado a Unicef. Eso me parece muy fuerte. Aunque allí nunca te exigían nada, cuando había alguna

El precio de la fama: incidencia en la psicología del menor

gala nos pedían a las madres que los niños fuesen un poquito más arreglados”, M^a del Carmen se asombra de que los padres de estos pequeños, “habituales” casi cada semana, aseguren no recibir nada a cambio. La fama cuesta.

Por otra parte, asegura que ha oído hablar de que a algunos les han dado becas escolares, pero subraya que sobre el tema de las compensaciones todo son rumores y comentarios que no ha podido constatar. Su hijo sólo ha acudido al programa en siete u ocho ocasiones, y afirma que los padres que llevan más tiempo asistiendo a las grabaciones forman “un grupo aparte” que se relaciona poco con otros progenitores. Cayetano parece haber aceptado que no le vuelvan a llamar. Quizás, como dice su madre, sea ya “mayor”, pero él asegura que no le importaría regresar a “la escalera”.

El público que asiste a la grabación está formado por adultos. Los únicos menores son los pequeños que interrogan al invitado y cuentan algún chiste o los que actúan cantando y bailando. Para Nicolás Castellano, este formato no se puede denominar programa infantil: “*Menuda Noche* es un programa hecho por adultos y para adultos centrado en divertirse a costa de los niños. De algún modo, el niño es un muñequito de feria que se pone allí, al que se le dicen una serie de cosas que tiene que decir, que las dice con más o menos gracia y que está al servicio del adulto. No creo que sea bueno para el niño porque, sí, le da cierta popularidad, cierta notoriedad, que después va a acabar perdiendo, pero ahí el niño saca muy poquito de todo eso”.

Ocho años en antena son muchos años. Todo un récord en televisión. La competencia entre las distintas cadenas hace que los índices de audiencia determinen la duración de los distintos formatos en las parrillas televisivas y hay pocos que se mantengan tanto tiempo.

Pero, ¿quién quiere la fama?

El precio de la fama: incidencia en la psicología del menor

Menuda noche es solo un tipo de programa en el que los menores ejercen de protagonistas; antes ha habido otros y, es de suponer, que nuevos modelos surgirán. Lo que cabe preguntarse es por qué sigue en antena a pesar de las dudas que suscita sobre su conveniencia. Todos los entrevistados y la literatura consultada advierten de lo inadecuado de someter a los más pequeños a este

tipo de presión mediática. Las madres de los chiquillos que aparecen en *Menuda Noche* no creen que sus hijos corran ningún tipo de riesgo especial por acudir a “pasar un buen rato”. Evidentemente, si lo pensaran no los llevarían al programa. Así lo afirman y, por tanto, hay que dejar constancia de ello.

Sin embargo, no es esa la opinión generalizada de los distintos expertos consultados. Para Antonio Manfredi, miembro del Observatorio de la Infancia de Andalucía: “los niños son niños y tienen un tratamiento especial. Quien no entienda eso se está equivocando. Y no digo un tratamiento distinto, porque son niños, no son tontos. Los niños necesitan un marco de respeto y de desarrollo personal que les garantice el día de mañana ser unos adultos libres y capaces. Las televisiones generalistas esto no lo entienden así. Entienden al niño como un factor de gasto”.

El psicólogo Nicolás Castellano advierte otra vez sobre el problema que suponen los padres, “son los que deciden si el niño participa o no participa. Pienso que el niño no va a decidir nunca participar o no participar. Él puede querer participar porque le llame la atención, pero no decide. Porque decidir implica un proceso de análisis de lo positivo y de lo negativo, de lo que conviene y de lo que no conviene. El niño no entra en ese proceso. Le llama la atención, quiere salir en televisión, y lo hace. Son los padres los que al final deciden si lo hace o no lo hace”. Con él coincide Ángela Tormo, psicoterapeuta dedicada a los problemas de la infancia, familia y adultos, “la mayoría de los niños y niñas famosos han llegado a ello porque sus padres se han empeñado en llevarles a castings y en hacerles pasar cualquier prueba con tal de poder presumir ante la familia y los amigos...”.

El precio de la fama: incidencia en la psicología del menor

Los intereses de las cadenas de televisión y el afán de protagonismo de algunos padres son, pues, los principales impedimentos a los que se enfrentan las distintas instituciones y asociaciones que cuestionan este tipo de programas. Unos obstáculos que, a tenor de lo señalado por el Fiscal Coordinador de Menores de Sevilla, ni la legislación vigente puede soslayar.

Aunque algunos apuntan posibles soluciones. Desde el Defensor del Menor se señala que “podría establecerse un código de autorregulación para evitar que los niños sufran efectos perversos, que los niños no vayan más de una vez o dos al programa...”. Y Nicolás Castellano aconseja: “como forma de paliar un poco los efectos en el niño, incluiría público infantil. Lo que pasa es que eso implicaría hacer un programa diferente. En todo caso, lo dejaría mucho más desde la espontaneidad para que realmente sea para una audiencia menuda”.

Soluciones que se brindan porque todos son conscientes de que mientras el programa mantenga sus índices de audiencia, mientras a la cadena de televisión y a la productora les reporte pingües beneficios, los intereses de los menores, las posibles consecuencias psicológicas de su prolongada exposición mediática, no serán tenidas en cuenta. Y aquí es necesario recuperar las palabras de José Luis Calvo, portavoz de PRODENI, “esto es mercado. Los niños venden, lo precoz es atractivo y las productoras saben muy bien aprovechar el momento y subirse la ola”. Sin olvidar lo que se recoge en el libro de Ángela Tormo *Esto, eso, aquello...también son malos tratos*, “maltrato emocional: cuando no se toman en consideración las necesidades psicológicas del niño o de la niña, particularmente las que tienen que ver con las relaciones interpersonales y la autoestima”.

UN CASO MUY ACTUAL: LADY GAGA

“Stefani Joanne Angelina Germanotta, mejor conocida como Lady Gaga, es una cantautora de éxito mundial que ha llamado la atención por sus estrambóticas vestimentas e insólitos comportamientos... Fue una niña prodigio en la música y desde los 4 años tocaba el piano. Se educó en una escuela católica y privada. Tuvo pocos amigos, solía llevarse mejor con los hombres que con las mujeres y se vestía diferente del resto de niñas, es por ello que se sentía una *freak*”.

Así comienza el análisis psicopatológico que Daniela Nugué Oneto, estudiante de 5º de Psicología Clínica en la Universidad Espíritu Santo de Ecuador, realiza de Lady Gaga en la revista *PSIQUIS*, de dicha institución académica.

La conducta de esta joven artista, nacida en 1986, viene marcada por la provocación; su forma de vestir y sus actuaciones siempre traen consigo la polémica. Según Daniela Nugué, esto aparece determinado por la necesidad de esconder su verdadera personalidad de chica tímida e introvertida, insatisfecha consigo misma y con su físico. Las drogas y el alcohol, además de la cirugía estética en diversas ocasiones, han formado parte de su vida, aunque actualmente parece libre del consumo de estas sustancias. Siguiendo los manuales psiquiátricos en el análisis se establece que Lady Gaga padece lo que se denomina un “trastorno de personalidad histriónica” que se caracteriza, entre otras cosas, por una constante búsqueda de aprecio y atención. Además de una enfermiza preocupación por el aspecto físico y un elevado egocentrismo.

Como conclusión, Daniela Nugué afirma que si Lady Gaga “en el futuro llega a fracasar o a perder su fama, es posible que caiga en una depresión, exponiéndola nuevamente al consumo de sustancias y, en última instancia, a comportamientos autodestructivos”. La fama cuesta.