MISIÓN joven estudios

Los miedos de los jóvenes

Juan M. González-Anleo
Doctor en ciencias políticas y sociología
Profesor de ESIC y co-autor de *Jóvenes españoles 2021*

Síntesis del artículo

El autor parte de la convicción de que una sociedad en la que los ideales han dejado de ser el motor del cambio y que sin embargo necesita moverse, echará mano del peor motor del ser humano: el miedo. Desde una perspectiva sociológica, el estudio se adentra en la cultura del miedo analizando algunos de los más frecuentes entre los jóvenes: la muerte, el colapso ecológico, el miedo al fracaso o la soledad. Termina el autor preguntándose en qué medida perjudica la continua *performance digital* a la calidad de las relaciones entre los jóvenes en un mundo conectado y en el que, sin embargo, se ha desmoronado la amistad como sostén de la persona.

#**PALABRAS CLAVE:** cultura del miedo, muerte, colapso ecológico, fracaso, soledad, amistad.

Abstract

The author starts from the conviction that a society in which ideals are no longer the driving force for change, and which nevertheless needs to move, will make use of the worst driving force of human beings: fear. From a sociological perspective, the study delves into the culture of fear, analysing some of the most frequent fears among young people: death, ecological collapse, fear of failure and loneliness. The author ends by wondering to what extent the continuous *digital performance* damages the quality of relationships between young people in a connected world in which, however, friendship as the support of the person has collapsed.

#**KEYWORDS:** culture of fear, death, ecological collapse, failure, loneliness, friendship.

…tiene el miedo muchos ojos y ve las cosas debajo de la tierra.

Miguel de Cervantes (*Don Quijote*)

La cultura del miedo

Una sociedad en la que los ideales han dejado hace tiempo de mover y que, sin embargo, *necesita* moverse en todo momento y lo más rápido que le sea posible, echará mano del peor de los *motores* del ser humano, el miedo.

Porque los ideales son un símbolo de colectividad, pero los miedos también, solo que de una forma negativa, una colectividad que realmente no aspira a alcanzar nada sino salvarse de algo, de alguien; incluso sin saber muy bien de qué o quién, una colectividad que no tiene en el punto de mira tanto la integración

de mayores o diferentes colectivos en busca de un bien común como la exclusión como garante de cohesión social, que no tiene en el punto de mira tanto su propia superación como el desalojo de todo malestar, al precio que sea necesario. Ninguna de ambas cuestiones son lo mismo, ni por asomo lo son.

Pensemos por un momento en una empresa, una sociedad más manejable en términos teóricos que la que compone un país o las que componen toda una cultura. Hoy en día todas las empresas (todas las que yo conozco, por lo menos) emplean un discurso motivacional muy a la ultima moda, intercalando sin excepción dos o tres palabras en ingles (que sin duda suenan mucho más motivacionales), pero el *engrudo social* que realmente resulta efectivo es, esencialmente, el miedo a perder el trabajo, a no ascender, a quedar excluido de los núcleos de influencia o de poder de la empresa.

Ni que decir tiene, por supuesto, que este fenómeno podemos encontrarlo en el terreno político como si fuera una mera clonación del empresarial. De ahí la proliferación de bulos y *fake news* contra otros partidos políticos o contra los inmigrantes, contra las nuevas tecnologías, contra las vacunas o, mismamente, contra los propios jóvenes, *chivo expiatorio* y uno de los principales miedos de la sociedad desde hace ya décadas, probablemente desde la fallida revolución del 68.

No obstante, ambas dimensiones de la estructuración social del miedo, por otro lado ya clásicas, no podrían explicar por sí mismas la emergencia de esta forma social si no fuera por una tercera, tan importante o incluso más que las anteriores: el consumismo. Quizá se este preguntando el lector en estos momentos qué tiene que ver la sociedad consumista en la que, haya o no para gastar, como sucede con los jóvenes, sigue siendo la piedra angular del sistema, con los miedos. Es una pregunta más que legitima, estamos demasiado acostumbrados a no escavar hasta las raíces mismas del consumismo y verlo como algo que, lejos de afectar a todo el sistema social, queda al margen, ajena a cuestiones profundas como los valores, la formación de identida-

des o el miedo. Pero la realidad es muy diferente (Gonzalez-Anleo, 2014). Esencialmente, la sociedad consumista esta basada en el miedo, en el miedo y en el estatus, aunque esta segunda parte no nos interese demasiado en este momento. Sería absolutamente imposible la venta de miles de artículos, servicios y productos si no fuera porque anteriormente no se hubiera inoculado un miedo, específico o difuso. Detrás de los enjuagues bucales, por poner un ejemplo que podría parecer tonto, está el miedo al mal aliento (que no existía en los EEUU antes de los años 50: fue una *exitosísima* campaña de inoculación social del miedo como soporte para incrementar las ventas, es decir, de marketing). Sin miedo a los gérmenes, ¿podrían venderse tantísimos productos de limpieza? ¿Y sin miedo a no ser aceptados socialmente, un miedo atávico, como veremos, en la preadolescencia y ya entrada la juventud, pero maravillosamente actualizado e intensificado a través de cientos de productos, desde intensificadores de sabor para comidas hasta zapatillas deportivas? No hay que olvidar, en este sentido, que los jóvenes se identifican así mismos, sin atisbo alguno de prejuicio, con el consumismo, su primera seña de identidad desde hace ya dos décadas por lo menos según los Informes *Jóvenes Españoles* de la Fundación SM.

Para la sociología clásica, el garante de la moral y la cohesión social era, ante todo, el ideal social. Para Durkheim, por ejemplo, la importancia de éste radicaba en su capacidad para poder trascender el mero aprendizaje de comportamientos morales (no matarás, no robarás, etc.), y servir de polo de atracción de los comportamientos individuales. Un modelo, un proyecto social, un ideal colectivo constituyen, así, el mecanismo más poderoso de canalización de conductas individuales y, en este sentido, de organización de la vida colectiva. Sin embargo, el mismo siglo XX que nos separa de este autor ha contemplado (y hecho mucho por) la muerte de la gran mayoría de los ideales colectivos.

En su exhaustivo análisis de la "cultura del horror" [1], Eduardo Bericat (2005) examina el nexo entre ésta y los modelos de mantenimiento de la moral y el orden social, llegando, entre otras, a la conclusión de que el modelo tradicional de sociedad, tal y como acabamos de ver que era concebida por Durkheim, y a la que aquél denomina *centrípeta*, da paso, en una actualidad sin ideales colectivos, a *sociedades centrífugas*. Para este autor, mientras en las primeras "tanto la legitimidad como la motivación que sustentan el orden social se basan en el gran poder de atracción que ejerce un núcleo central sobre las unidades del sistema", y todos los componentes (economía, política, cultura, etc.) están orientados positivamente hacia el logro de esos valores, en las actuales sociedades centrífugas, el orden social es construido y mantenido "remarcando sus límites externos y generando desde allí fuerzas de repulsión que empujan hacia el interior los elementos del sistema" (ibídem, 78 y 79). En esta forma de sociedad, los grandes ideales y metas que en la modernidad tenían, afirmaba Horkheimer (1947: 22), "algunos de los privilegios de los antiguos dioses", como la Razón, el Progreso, la Libertad, la Patria o la Democracia, han perdido su antigua fuerza aunque se mantengan como palabras fetiche dentro de los comentados discursos motivacionales) y los sentimientos de miedo toman el relevo funcional de aquellos como medio de asegurar el orden social, delimitando las fronteras externas y generando una fuerza centrífuga de repulsión.

[1] Eduardo Bericat no utiliza la expresión "cultura del miedo", como sí lo hacen numerosos sociólogos a día de hoy, sino "cultura del horror", ya que "no es el miedo el sentimiento que caracteriza a nuestra cultura emocional, sino las emociones colectivas de horror sentidas ante la visión de determinados acontecimientos" (BERICAT ALESTUEY: 2005, 56).

¿Miedo a la muerte?

De los diferentes estratos que pueden constatarse en la cultura del miedo, podría decirse que el miedo a la muerte está inscrito en el estrato más profundo, siendo parte ya de, si así quiere verse, del sustrato biológico o psicobiologico (*inconsciente colectivo*, diría Jung, si nos fiamos de su teoría más *intuitiva* que científica). Nos fiemos o no de sus intuiciones, este miedo sustenta de alguna forma todos los demás, siendo, se ha llegado a decir, la *madre* de todos los miedos.

Pudiera parecer a muchos, viendo videos de influencers (profesionales o aspiracionales) grabados desde las cornisas de altísimos edificios, o bien aceptando y retrasmitiendo retos virales de asfixia y demás, que los jóvenes no le tienen ningún miedo a la muerte. También habría que incluir aquí algo que ha venido escandalizando a nuestra sociedad desde el comienzo de la pandemia: las constantes acciones irresponsables de jóvenes en botellones o discotecas, sin mascarilla ni ninguna otra forma de protección. En parte por lo menos, esta sospecha de que el joven no le tiene miedo a la muerte es bastante acertada aunque, con todo, se haga necesario afinar nuestra capacidad para percibir matices y no polarizar directamente (como tantas veces hacemos en el caso de los jóvenes) a blancos y negros puros.

Sería difícil discutir que el miedo a la muerte de los jóvenes poco tiene que ver con el de los adultos. La razón es de lo más sencilla: lejanía de un hecho que, por otro lado, no han vivido de primera mano… aún. Cuando nos lanzamos a hablar con amigos muy cercanos sobre el trauma que ha supuesto para nosotros la muerte de nuestro padre o nuestra madre, caemos siempre en la cuenta de que realmente, de alguna extraña forma, teníamos la sensación de que eran inmortales, algo así como supereroes que no morirían nunca. Quizá suene algo simple, pero aunque a pesar de entender perfectamente el término "muerte", no terminamos en *comprenderlo* (un termino que se diferencia del de "entender" por ir mucho más allá, haciendo referencia a haber vivido una experiencia o tener realmente asimilado, convertido en carne propia lo que antes no era sino un mero concepto "teorico").

En un precioso libro sobre este tema de Zygmunt Bauman que recomiendo enfáticamente, *Miedo Líquido*, este autor afirma además que en nuestras sociedades actuales, *líquidas*, se ha procedido casi imperceptiblemente a una "marginación de las preocupaciones por lo definitivo a través de la devaluación de todo lo que sea duradero o longevo". Es, en palabras de este gran sociólogo, "un esfuerzo sistemático por desahuciar la preocupación por la eternidad (…) de la conciencia humana y desposeerla de su poder para dominar, condicionar y racionalizar el curso de la vida individual. En lugar de prometer puentes de enlace entre la vida mortal y la eternidad", prosigue, esta estrategia alternativa rebaja abiertamente, degrada o refuta el valor de la duración, cortando de raíz toda preocupación por la inmortalidad" (Bauman, 2006, p. 57).

Se ha detectado, acotando de nuevo esta cuestión a la etapa de la juventud, que también en este nivel concreto se han producido cambios significativos a lo largo de los últimos años, especialmente por la cuestión de la pandemia, revirtiendo, en cierto sentido lo apuntado por Bauman, en el caso de la ultima generación, la así llamada "Generación Z". De las 2000 personas que participaron en la encuesta de Aura, los entrevistados de la Generación Z tuvieron cuatro veces más posibilidades que los así llamados "Boomers" de planificar con anticipación y tres veces más de hablar con sus amigos y su familia sobre la muerte. Esta encuesta encontró, además, que es probable que los millennials sean quienes más temen morir desde que empezó la pandemia (Reast, 8 febrero 2021).

De «La bomba» al colapso ecológico, la extinción colectiva como realidad palpable

Trascendiendo el miedo a la propia muerte o a la muerte de familiares, amigos y allegados, la presente generación joven se enfrenta, una vez más, al temor de la muerte colectiva: año tras año las temperaturas medias mundiales ascienden hasta valores record desde que se tienen registros, acercándonos ya, a mediados de 2020, al *límite* de temperaturas que se fijaron en los acuerdos de París apenas cuatro años antes (Clima Change Servise, 2020). Al mismo tiempo, se acelera la extinción tanto de especies de mamíferos como de aves y de insectos, el primer eslabón en la cadena alimenticia de muchos animales, además de polinizadores esenciales. Cada semana sale alguna noticia nueva sobre la cantidad de plásticos o microplásticos que envenenan los ríos, mares y océanos y todos los datos científicos disponibles vaticinan un pronto final del hielo en los polos. De hecho, los datos recogidos estos últimos años son tan negativos, y no en un solo ámbito o aspecto medioambiental específico, sino en todos ellos, que en el año 2019, 15.000 científicos de 180 países lanzaron un manifiesto-advertencia de una claridad meridiana: el planeta tierra se dirige a su sexta extinción masiva, esta vez por la mano del hombre[2].

Es llamativo que fuera otro gran reto de supervivencia global el que hiciese aparecer, por primera vez en la historia, el concepto de juventud allá por los años 60: "La bomba", la expresión usada en aquellos años por los jóvenes para referirse a la posible catástrofe nuclear, fue el primer catalizador de un nuevo agente social que hasta aquella época había estado enmarcado en unas coordenadas muy diferentes de clase social, nación o etnia y que, a partir de aquel momento, jugará un papel determinante en los cambios sociales. Hay que recordar, a este respecto, que la juventud es lanzada a un mundo regido por unas reglas de las que nada se les ha preguntado, de ahí gran parte de esa especie de rebeldía *genética* atribuida desde aquellos años a la juventud. En aquel entonces, los jóvenes simple y llanamente no podían entender cómo después de dos guerras mundiales (y más de 80 millones de muertos), después de Hiroshima y Nagasaki, el mundo entero pudiese normalizar la amenaza de destrucción que representaba la guerra nuclear. A día de hoy, los más jóvenes simplemente alucinan con una *irresponsabilidad organizada* (Ulrich Beck) que nos esta llevando por el mismo camino hacia el colapso ecológico.

[2] Se ha calculado que, realmente, este consenso científico se remonta ya a décadas atrás, siendo ya, desde hace casi una década, el 97% de los científicos mundiales los que apoyan esta visión (Cook, et. al., 2013).

Por esa misma razón, en los últimos años han ido surgido numerosos colectivos de jóvenes como *Fridays For Future*, *Juventud por el Clima*, *Extintion Rebelion*, volviéndose centrales los conceptos de *conciencia ambiental*, originalmente un marco analítico por el que se pretende conocer la intensidad y forma en el que los ciudadanos se relacionan con el medio ambiente, así como el de *participación ambiental* como forma concreta de responsabilidad moral hacia la naturaleza.

Los datos del último Informe de la Fundación SM, *Jóvenes Españoles 2021, Ser Joven en tiempos de pandemia*, nos muestran que ha habido en los últimos años un fuerte aumento del núcleo duro de jóvenes que considera prioritaria la protección al medio ambiente. De hecho, este es el dato probablemente más optimista de la serie ya que el aumento de jóvenes que apoyan esta idea es abrumador, pasando del 32% en 2005 y 2010 al 37,1 actual aquellos que se muestran "totalmente de acuerdo" y acercándose al 80% los que así lo piensan con mayor o menor intensidad. En la actualidad, para los jóvenes, el cambio climático el principal problema de España para 8 de cada 10 jóvenes. Los datos de este último estudio señalan, asimismo, que el 80% de ellos considera que la protección del medio ambiente debe ser una prioridad (González-Anleo, 2021, pp. 28 y ss.)

Habría que plantearse en este aspecto dos cuestiones clave: En primer lugar, ¿ha conseguido la sobreexposición mediática del deterioro medioambiental acabar con el *negacionismo*? Solo en parte. Aún existe un núcleo duro de *negacionistas*, un 8,3% que afirman estar "muy de acuerdo" con la idea de que la cuestión de la crisis medioambiental no se trata de más que de una exageración, el mismo dato, esto no hay que perderlo de vista, que obteníamos en 2005. Porque el *negacionismo*, como toda forma de ideología, muta para adaptarse. En este caso, en gran parte por lo menos, el *negacionismo*, que afirmaba con rotundidad que la crisis medioambiental no es más que una invención, ha dado paso a lo que se conoce como *neonegacionismo* que, aunque a regañadientes, acepta que realmente existe una crisis, pero niega que esta sea producida por el hombre.

La segunda cuestión a la que hay que enfrentarse es, en mi opinión, si los jóvenes usan algún tipo de apoyo para encarar este miedo. Y es ahí, precisamente, donde encontramos una nueva forma de cuasi-religiosidad juvenil, heredada por supuesto, del resto de la sociedad: la fe en la ciencia y la tecnología, que toma el relevo, en lo que concierne a la disipación (o control) de miedo frente al futuro de las religiones tradicionales.

La *fe* en la ciencia ha sido capaz de suplir, en una posmodernidad cada vez más alejada de los dogmas y ritos religiosos tradicionales, gran parte de las funciones sociales de éstos, siendo cada vez más los que buscan en aquella la omnipotencia salvadora perdida, un Padre-Madre en este caso, preocupada, generosa y atenta. Frente a la creciente inseguridad planteada por la actual situación medioambiental, la incierta posibilidad de un *Deus ex machina* tecnológico consigue tranquilizar a un número creciente de sus *fieles*, ofreciendo una respuesta a los jóvenes: aunque se consuma cada vez más tanto en los países desarrollados como en los países en vía de desarrollo, la ciencia y la tecnología permitirán multiplicar los panes y los peces, dando de comer a los más hambrientos… y a los más glotones, e impidiendo, a su vez, la extinción de las especies. Jorge Riechman, que explora en profundidad esta creencia y sus manifestaciones más inverosímiles a lo largo de la historia reciente, señala la *última frontera* de las propuestas filotécnicas: incluso si los avances de la ciencia y la tecnología no llegasen a tiempo para salvar el planeta, no trascurrirá mucho hasta que nos den la oportunidad de habitar otros (Riechmann:

2004). La salvación, por lo tanto, parece estar asegurada… Pocos mejor que Boris Johnson para expresarlo, muy pocas horas después de la intervención de Greta Thumberg en la pasada Cumbre del Clima: "soy optimista por naturaleza en cuanto a la capacidad de que la nueva tecnología nos ayude y en que pueda rediseñar el mundo de manera milagrosa y benigna". Permitame el lector subrayar la última perla de esa frase: "de manera *milagrosa* y *benigna"*. Esta todo dicho.

Miedo al fracaso y síndrome FOMO

En la adolescencia y la juventud se hace frente a nuevos retos, nuevos objetivos a alcanzar y el joven comenzará a darse cuenta que no siempre se tiene éxito en la vida y que un simple resbalón puede hacerle entrar en un tobogán hacia el abismo. Es entonces cuando puede desarrollar cierto miedo a fracasar, a fallar, a no estar tomando la decisión o la alternativa correcta y a terminar no logrando lo que se propone.

Es este miedo a fallar lo que, en ocasiones, puede llevar al joven a no hacer un esfuerzo por intentarlo y a no arriesgarse ante lo que puede suponer una dificultad. De esta manera, no habrá fracaso. Aquí debo hacer una pequeña pausa en el texto para apartarme de una idea muy repetida actualmente sobre la juventud pero que no comparto (del todo). Se trata del **miedo a crecer**, también llamado *Síndrome Peter Pan*. ¿Realmente nos las estamos viendo aquí con un autentico rechazo a crecer, a desarrollarse? En mi opinión, el *síndrome de Peter Pan* no es sino una conjunción de dos fenómenos distintos pero que, por decirlo de alguna forma, "cuadran" bien juntos: por un lado, un rechazo a la madurez o mejor dicho, a la representación juvenil de la fase adulta. Por otro, el miedo al fracaso, sobre el que ahondaré nada más terminar este breve paréntesis. ¿Es necesario quedarse con uno solo? En mi opinión no lo es. Pueden verse, efectivamente, como miedos complementarios. Sin embargo, todo análisis crítico ha de comenzar por aplicar un bisturí intelectual que diferencie bien y sea capaz de mostrar cuál es de todos los fenómenos mezclados una tendencia básica y cuál no. En este caso concreto estamos mezclando dos elementos distintos para, a continuación, ocultar la gravedad de uno (el miedo al fracaso y a la perdida de opciones), colocándole inmediatamente una etiqueta muy oportuna a los prejuicios que los adultos siempre hemos tenido de los jóvenes: el famoso *Síndrome de Peter Pan*.

Me explico: por supuesto que los jóvenes no quieren convertirse en *nosotros* (subrayo *nosotros*, que excluye evidentemente alguien concreto de su entorno cercano, familia, ámbito educativo). *Nosotros* hemos sido quienes hemos creado este mundo tan absurdo que no entienden y al que han de adaptarse lo quieran o no. *Nosotros* les hemos arrojado a él. *Nosotros* somos el origen de todos sus problemas, los responsables de cosas tan distintas como tener que pasar horas y horas estudiando no saben muy bien con que fin salvo terminar adaptándose a un macabro mercado laboral que seguramente dejará fuera todos sus sueños o, sin ir más lejos, del desastre medioambiental del que hablábamos líneas atrás. Uno de los grandes lemas del 68, origen, como hemos visto, del concepto juventud, era: "no te fíes de nadie de más de 30 años". Actualmente, la palabra despreciativa de moda es "boomer(s)". Esa es, como he dicho, su representación de la época adulta, bien adornada con todos los clichés y estereotipos de las series, películas y publicidad dirigidas a los jóvenes (recomiendo dos series para entender lo que digo, aunque realmente cualquiera serviría: Sex education y Euphoria): adultos aburridos, deprimidos, obsesionados con la cuenta bancaria y los planes de pensiones, miedosos compulsivos ante el *viento del mundo*… Todo lo ante-

rior no implica, necesariamente, el miedo a crecer. Implica, como veremos, el miedo a *fijarse*, y a errar en el proceso, a dejarse demasiadas opciones maravillosas por el camino. Esos son y repito, en mi opinión, los verdaderos vectores de fuerza de los miedos de los jóvenes, no tanto el miedo a crecer en sí.

Retomemos la cuestión del fracaso y rescatemos de nuestra propia memoria lo negro que nos lo pintaban los profesores cuando estábamos en la escuela para "motivarnos" a estudiar, a sacrificar, aquella famosa "satisfacción diferida". ¿Soy el único al que, ante tal panorama, le entraban ganas de salir corriendo y lanzarme de vuelta al útero materno? Lo realmente problemático aquí es que ese negro futuro, en realidad, es incluso más negro del que se lo pintamos los docentes. Francisco Castaño lo expresaba hace poco con una frase que me puso los pelos de punta, pese a saber que era totalmente real: "educamos a los hijos en Walt Disney y la vida es "The Walking Dead" (Castaño, 30/9/2020).

Recientemente, presentando los resultados del Jóvenes Españoles 2021, de la Fundación SM un locutor de radio que estaba a punto de entrevistarme soltó una perla que me gustaría compartir contigo: "los jóvenes", decía sintetizando muy a su manera los datos del Informe, "piensan que vivirán mejor que sus padres… con un pequeño pero", añadía el locutor, "tendrá que ser fuera de España". En cuanto me dio la oportunidad de entrar en antena se lo dije directamente con cierto sarcasmo: "¿un *pequeño pero*? Menos mal que no es un GRAN PERO…". Porque con ese GRAN PERO en medio, sí puede entenderse bastante bien la situación juvenil en nuestro país: con trabajos precarios y sueltos de risa, con la tasa de emancipación más baja de toda la OCDE, con alquileres que supondrían el 130% de sueldo de un solo joven según recientes estimaciones y ese bonito eufemismo suspendido frente al joven de "flexibilidad laboral" que realmente no significa otra cosa que "no tendrás seguridad en toda tu vida porque mañana mismo puedo echarte a la calle". Nuestro Informe demuestra, efectivamente, que aunque antes de comenzar la pandemia (esto es esencial, porque estaban apenas sacando la nariz de la (pen)última crisis…), los jóvenes pensaban que vivirían mejor que sus padres, pero el 49% que tendrían muchas dificultades para trabajar en lo que les guste, el 48% para conseguir una vivienda adecuada y el 41 para formar una familia. Por esa razón (aquí viene ese *pequeño* pero), más de la mitad de ellos, el 52% para ser exactos, cree que es *bastante o muy probable* que tenga que emigrar para poder trabajar en el futuro. El miedo, decía al comienzo de este artículo, es uno de los principales motores de la sociedad actual. Este caso es paradigmático: ¿Qué mejor forma de tener bien controlados a los jóvenes que el miedo

a fracasar en una sociedad en la que el fracaso ya no es una posibilidad sino algo prácticamente seguro?

Relacionado con lo anterior se encuentra otro miedo cuyos orígenes son muy distintos del anterior pero que enraíza con él a las mil maravillas: el llamado **Síndrome Fomo** (*Fear Of Missing Out*), la sensación de sentir que están perdiendo algo importante que disfrutan los demás. ¿Envidia? Sí, algo de eso hay, pero fundamentalmente consciencia de las miles de posibilidades que podrían estar sucediéndole a el mientras observa el Instagram o el Tic Toc de sus amigos, conocidos o incluso de personas que le han hecho pensar que son iguales que ellos con solo una *pequeña* diferencia (sí, ironico): ¡han tenido éxito y están forrados! Contaré para ilustrarlo una pequeña anécdota personal: mi pareja y yo aprovechamos este verano pasado para viajar a París. Ella, más joven que yo y con un interés por las redes sociales que raya a veces en la adicción (algunos días no lo raya, directamente lo es), chequeaba cada vez que nos sentábamos en un café su Instagram y en varias ocasiones lo expresó aproximadamente de la siguiente manera: "menos mal que hemos venido a París porque por lo que cuelga todo el mundo se lo esta pasando en grande y me moriría de pena si lo estuviese viendo metida en casa". Esta anécdota me sirvió, en primer lugar, para constatar lo que ya sabía de forma más o menos teórica: todo lo que se miente en las redes sociales en las que se da una imagen de uno mismo y de la propia vida que ni de lejos corresponden con la realidad. No creo que el verano de la pandemia "todo el mundo" (ni siquiera "bastantes") lo estuviesen pasando demasiado bien precisamente… pero eso era lo que una y otra vez aparecía en Instagram. No hacía falta que esos otros tan cercanos (aunque muchos no lo sean ni por asomo) estuviesen de viaje, Instagram es, simple y llanamente, una muestra permanente del éxtasis colectivo individualizado. El Síndrome Fomo consiste en este sentido, sencillamente, en una amarga sensación de estar perdiéndose miles de posibilidades maravillosas estando donde se está y haciendo lo que se hace, de que la propia vida es, claramente, menos interesante que la del resto.

Las raíces filosóficas de este (¿nuevo?) miedo promovido por las redes sociales son profundísimas y darían para otro artículo como este o incluso con el doble de extensión. Porque somos lo que estamos siendo, lo que hemos-estado-siendo todo nuestro trayecto vital, lo que en cada momento elegimos, nuestro *da-sein* heideggeriano. Sin embargo, una de las condiciones esenciales para la felicidad en ese *da-sein* es una cierta ceguera de todas las posibilidades que nuestras elecciones eliminan así de todos esos yoes que dejamos en la cuneta por seguir nuestro camino. Pero un momento ¿felicidad? ¿Quien diablos quiere que nadie sea feliz en una sociedad consumista en la que precisamente, como dije anteriormente, el miedo es uno de los principales motores, en especial el miedo a no ser feliz; en una sociedad que, como dijo hace unos años ya un ex director de la General Motors en un discurso *excesivamente* sincero, se basa en la *infelicidad organizada*? Las personas felices no necesitan consumir demasiado. Ya son felices, ¿qué mas necesitan? Detrás de la mayoría de los libros de autoayuda típicos reina esplendorosa la macabra necesidad del sistema social de convertirnos en consumidores bien adiestrados en busca desesperada de una felicidad absolutamente irreal (e innecesaria) sin la cual, nos convencen, nuestra vida no tiene demasiado sentido. Este ha sido el *sino* de la juventud desde el origen de la sociedad de consumo y ese *debe seguir siéndolo*, como recluta privilegiado de este tipo de sociedad en la que, afirmaba tajantemente Zygmunt Bauman poco antes de su fallecimiento, "todas las ideas de felicidad acaban en una tienda" (Suarez, 7/11/16).

Miedo a la exclusión social y la soledad

Siguiendo con este maravilloso autor, en este tipo de sociedad, la fidelidad y la identidad colectiva, así como los derechos y obligaciones que éstas conllevan, atan de pies y manos, obstaculizan los movimientos y constriñen la iniciativa. La "levedad del ser", primer mandamiento de nuestras sociedades, inimaginable sin una moda cada vez más efímera, difícilmente es capaz de soportar la "gravedad" de la fidelidad a sí mismo y a una colectividad, la "gravedad" de la identidad (2000, p. 12).

Ni querer (ni necesitar) la recuperación de la comunidad tradicional parece ser suficiente. Las nuevas tribus ensalzadas por Maffesoli y actualmente tan en boga a consecuencia de la proliferación de comunidades virtuales y redes de amistad, comunidades fluidas cuyo mayor atractivo radica en su brevedad y su puntual utilidad, no pueden cumplir la función de las comunidades tradicionales. Bauman analiza numerosas causas, pero una destaca a la vez que resume el resto: la falta de compromiso, la inquebrantable necesidad de preservar el individualismo *dentro* de estas nuevas formaciones comunitarias:

> El privilegio de «estar en comunidad» tiene un precio, y sólo es inofensivo, incluso invisible, en tanto que la comunidad siga siendo un sueño. El precio se paga en la moneda de la libertad, denominada de formas diversas como «autonomía», «derecho de autoafirmación» o «derecho a ser uno mismo». Elija uno lo que elija, algo se gana y algo se pierde. Perder la comunidad significa perder la seguridad; ganar comunidad, si es que se gana, pronto significa perder la libertad (BAUMAN: 2001, VIII)

En nuestras sociedades, el atávico miedo a la exclusión social y la soledad enlaza con la imposibilidad real de crear vínculos fuertes, comunidades *sólidas,* partiendo de la tozuda negativa a no abandonar un yo sobrealimentado, dopado de una libertad que incluso ellos mismos consideran excesiva (aplicada a los demás jóvenes) y en permanente (y obligado) cambio. Unos cuantos datos relacionados con la amistad han hecho saltar las alarmas entre los autores de *Jóvenes Españoles 2021*: solamente en el penúltimo Informe del 2017, el 62 % de los jóvenes consideraba que los "amigos y conocidos" eran muy importantes en su vida; este porcentaje desciende al 49 % en 2020. Desciende también, asimismo, el porcentaje de jóvenes que consideran a sus congéneres "leales en la amistad", desde un 25 % en 2005 al 16 % en la actualidad y, para rematar el cuadro, los amigos dejan de ser una de sus fuentes privilegiadas de "las cosas importantes de la vida" nada más y nada menos, y solo desde el 2017, de 48 al 27%. Espectacular, ¿verdad?

Pero la cuestión más importante no es tanto si es o no espectacular, sino qué ha sucedido durante estos años que ha podido provocar este desmoronamiento de la amistad como sostén del joven. Lo cierto es que nos ha cogido tan de sorpresa que no tuve más remedio que preguntarle a mis sobrinos y, paradójicamente, consultar esta cuestión en redes con alumnos y exalumnos míos. Curiosamente, las respuestas apuntaban casi todas a las propias redes sociales, aunque en tres direcciones diferentes pero complementarias: primero, en lo que acabamos de ver de la mano de Bauman, que las redes sociales son comunidades de bajo coste. Segundo, que las redes tienden puentes, sí, pero por encima de la cabeza de a quienes nos rodean, privilegiando una relación a distancia en vez de la proximidad palpable y real. Y por último, que los amigos cercanos sí ven la realidad cotidiana y que, al compararla con la colgada en redes, produce una sensación desagradable de ser amigo de un *fake*…

Porque, se pretenda o no calificar de catastrofista, la pregunta está en la cabeza de muchos padres, de muchos educadores, de muchos de los que nos dedicamos al estudio de la juventud: ¿está perjudicando este tipo de constante *performance digital*, así como la ingente cantidad de horas invertidas en ella, a costa incluso de las relaciones más cercanas, en la capacidad de Joven para relacionarse *offline* y en la calidad de esas relaciones? Por supuesto solamente se trata de una hipótesis pero ¿realmente puede ser una *casualidad* que ambos fenómenos se den al mismo tiempo, estando ambos tan relacionados? ¿realmente lo que a diario ven tantos padres y madres, tantos educadores, no es sino un espejismo sin demasiada base científica, como tantas investigaciones insisten en afirmar? Sea como sea, lo que sí es más que evidente es que algo grave, muy grave quizás, esta sucediendo en el mundo de la amistad del joven y hay indicios más que evidentes de que la centralidad de las redes sociales en su vida tiene bastante que ver con este fenómeno.

JUAN M. GONZÁLEZ-ANLEO

BIBLIOGRAFÍA

- Bauman, Z. (2000). *Modernidad líquida*, Buenos Aires, Fondo de cultura económica, 2007.
- Bauman, Z. (2006). *Miedo líquido. La sociedad contemporánea y sus temores.* Paidós, Estado y Sociedad.
- Bauman, Z. (2008): *Comunidad*, Madrid, Siglo XXI, 2008.
- Bericat, Alastuey, E. (2005). *La cultura del horror en las sociedades avanzadas: de la sociedad centrípeta a la sociedad centrífuga,* REIS 110, p.53-89
- Castaño, F. (30 septiembre 2020). *Educamos a los hijos en Walt Disney y la vida es "The walking dead". Educación 3.0.* Disponible en: <https://www.educaciontrespuntocero.com/entrevistas/educamos-hijos-walt-disney-vida-es-the-walking-dead/>
- Clima Change Service (2020). *Surface air temperature for July 2020.* Copernicus. European Commission Disponible en: <https://climate.copernicus.eu/surface-air-temperature-july-2020>
- Cook, J. et. al. (2013). *Quantifying the consensus on anthropogenic global warming in the scientific literature. Environmental Research Letters*, n° 8. Disponible en: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/8/2/024024/pdf>
- Fundación SM (2020). *Jóvenes Españoles 2021. Ser Joven en tiempos de pandemia.* Madrid: Fundación SM.
- González-Anleo, J.M. (2014). *Consumidores consumidos. Juventud y cultura consumista.* Madrid: KHAF.
- González-Anleo, J.M. (2015). *Generación Selfie.* Madrid: PPC/Fundación SM.
- González-Anleo, J.M. (2020). *Valores finales, ecológicos y democráticos, autopercepción y espiritualidad.* En Fundación SM: *Jóvenes Españoles 2021. Ser Joven en tiempos de pandemia.* (pp. 13-80). Madrid: Fundación SM.
- Horkheimer, M. (1947). *Zur Kritik der instrumentellen Vernunft*, Fischer Wissenschaft, Frankfurt am Main 1997
- Reast, D. (8 febrero 2021). *Facing Death. Why young people are writing wills.* Huck. Disponible en: <https://www.huckmag.com/perspectives/facing-death-why-young-people-are-writing-wills/>
- Riechmann, J. (2004). *Gente que no quiere viajar a Marte. Ensayos sobre ecología, ética y autolimitación.* Madrid, Catarata.
- Suarez, G. (07/11/16). Bauman: *En el mundo actual todas las ideas de felicidad acaban en una tienda.* Elmundo.es. Disponible en: https://www.elmundo.es/papel/lideres/2016/11/07/58205c8ae5fdeaed768b45d0.html

Disponible en nuestra web

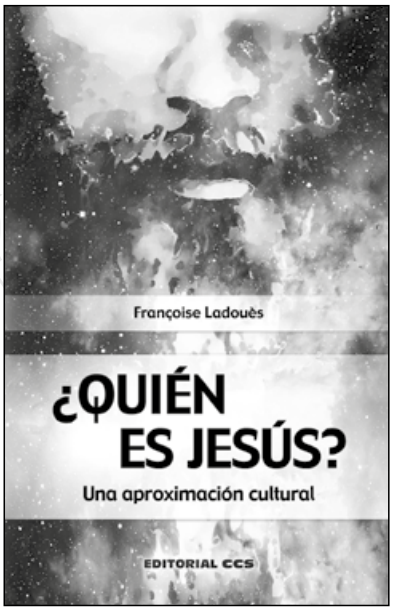
5%

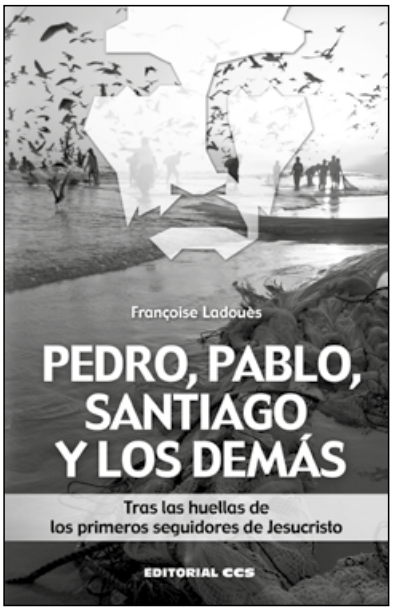
ENTREGA 24/48 HORAS*

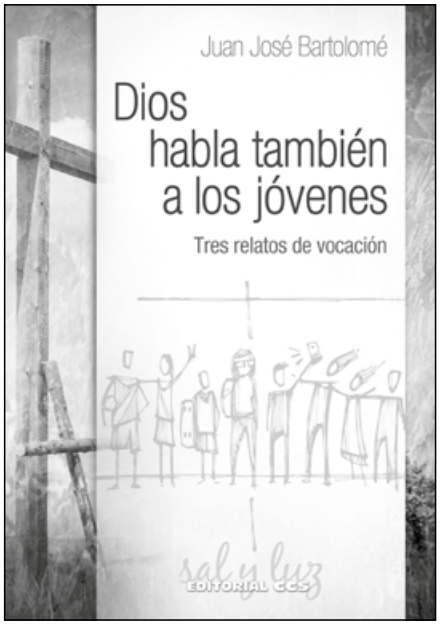
FREE

*Entrega por agencia en 24 a 48 horas en capitales de provincia.

No tengáis miedo







EDITORIAL CCS

www.editorialccs.com

Calle Alcalá 166. 28028 Madrid 91 725 20 00 sei@editorialccs.com

@EditorialCCS

facebook.com/EditorialCCS