

"Los videojuegos son buenos para el cerebro", dice Steven Johnson

Opina un especialista en neurobiología

NUEVA YORK.- Steven Johnson vive en la casa que toda chica casadera de clase media norteamericana soñaría. Ubicada en la cuadra más arbolada del arbolado Brooklyn tiene un patiecito atrás para que jueguen los niños, la escuela cerca y las veredas impecables para evitar caídas del triciclo. Adentro, los pisos de roble brillan, hay fotos de una novia de blanco en las paredes y la presencia de los chicos se delata por juegos tradicionalísimos, prolijamente apoyados contra la ventana: un par de dinosaurios de goma, varios autitos, un tren eléctrico...

Todo es sano, limpio y conservador. Nadie diría que ésa es la casa del más inteligente defensor de la TV basura y de los videojuegos, que acaba de publicar el best-seller más escandaloso de los últimos años. Presentado por la prestigiosa editorial Penguin, se titula "Everything bad is good for you: how popular culture is making us smarter" ("Todo lo malo es bueno para ti: cómo la cultura popular nos está haciendo más inteligentes").

Johnson argumenta que las formas más vituperadas del entretenimiento popular -como las series violentas de TV, los reality shows y los videojuegos que aterran a los padres- son nutritivas para el cerebro.

"Ofrecen un riguroso entrenamiento cognitivo y las habilidades mentales que desarrollan hoy son tan importantes como las que se ejercitan al leer libros", sostuvo en diálogo con LA NACION.

Johnson, de 37 años, a pesar de su aspecto de atlético padre suburbano -realiza esta entrevista descalzo y en bermudas-, es un especialista en neurobiología y profesor de telecomunicaciones interactivas en la Universidad de Nueva York. Sus trabajos son publicados regularmente en la página de opinión de The New York Times y en la revista New Yorker, y su libro anterior sobre la manera en que trabaja el cerebro, "Mind Wide Open", estuvo en la lista de los más vendidos.

Con "Todo lo malo...", Johnson se ha convertido en el hombre del momento. Es difícil encender la TV o abrir un diario sin que aparezca alguna entrevista o comentario sobre su libro, que fue recibido por muchos norteamericanos con un suspiro de alivio.

"La gente está harta de ser sermoneada con que la cultura popular nos está estupidizando, que no es más que un aluvión de productos comerciales para descartar porque achatan la mente. En las últimas décadas la cultura popular se ha vuelto cada vez más compleja y entenderla presenta un mayor desafío intelectual. En vez de vivir en una sociedad crecientemente infantilizada por la cultura de masas, estamos viviendo los efectos de una sociedad crecientemente sofisticada y demandante. El ejercicio que presenta el uso de Internet, los juegos electrónicos, o entender los nuevos programas de televisión, e incluso el cine, explica en parte por qué el coeficiente intelectual de las nuevas generaciones de norteamericanos está subiendo. Juegos y narrativas que hubieran sido consideradas demasiado complicadas para una audiencia masiva treinta años atrás ahora atraen a millones de entusiastas. Claramente, algo ha cambiado en las mentes de todas esas personas", dijo.

-¿Y por qué no vemos lo positivo de ese cambio?

-Porque lo que hace falta es una nueva forma de medir el valor social de este tipo de entretenimiento. Una forma de medir que se centre menos en el contenido del programa y más en lo que nuestro cerebro hace con él. McLuhan ya anticipó que el problema, al juzgar nuevos sistemas culturales, es que la presencia del pasado reciente inevitablemente colorea nuestra visión, agrandando sus fallas e imperfecciones. Los videojuegos siempre han sufrido de este síndrome, en gran parte porque se los ha comparado con las convenciones tradicionales de la lectura. Uno se pregunta, respecto de un videojuego: ¿son los personajes creíbles? ¿Es el diálogo complejo? Como si fuera una novela. Así, obviamente, se pierde su valor.

-¿Y cuál es su valor?

-Los juegos no son "Hamlet" ni "El gran Gatsby". Son, más bien, como problemas matemáticos, de lógica. Como tales, son buenos para el cerebro en un nivel fundamental: enseñan las habilidades abstractas de la probabilidad y del reconocimiento de patrones, así como la comprensión de relaciones causales que pueden aplicarse a infinidad de situaciones, tanto personales como profesionales. Lo que muestran los trabajos científicos más recientes es la manera en la que el cerebro humano se ve atraído por los sistemas en los cuales las recompensas están claramente definidas y que se logran a través de la exploración y el uso de un ambiente, y este factor exploración es clave para entender el atractivo de los nuevos videojuegos.

-¿Con el Pacman no se exploraba?

-La diferencia con los primeros videojuegos, como el Pacman, por ejemplo, es que en ellos estaba muy claro qué es lo que había que hacer (comer la mayor cantidad de pastillitas posibles y evitar ser atrapado por los fantasmas). En cambio, en los juegos nuevos hay que ir descubriendo las reglas a medida que se avanza. No existe ninguna otra forma de cultura popular que ejercite al cerebro de manera tan directa en la toma de decisiones. En los videojuegos, los chicos se ven forzados a pensar en las consecuencias de sus acciones de manera sofisticada: hay estrategias exitosas en el corto plazo que llevan a malos resultados en el largo plazo y hay estrategias no tan buenas en el corto plazo, pero que llevan a consecuencias positivas en el futuro. Con los videojuegos los chicos aprenden a lidiar con este panorama y a elegir, y aprenden que una elección errada tarde o temprano se paga. En ningún juego tradicional, como policías y ladrones, esto se ve de manera tan rigurosa, pero los adultos no parecen reconocer el valor de esto.

-¿Qué pasa con el sexo y la violencia de muchos programas y videojuegos?

-Yo no digo en absoluto que sea un asunto irrelevante. Por el contrario, son temas legítimos para discutir. Lo único que sostengo es que el debate se centra en el sexo y la violencia que existe en algunos contenidos y nadie está mirando qué pasa en el nivel cognitivo, con el medio en sí. Y si no se tiene el panorama completo, no se pueden tomar decisiones informadas respecto de lo que los chicos deberían o no estar haciendo.

-¿Cómo podemos estimular el conocimiento echados en un sofá y mirando la tele?

-Los programas de hoy son muy distintos a los de décadas atrás. Hay muy pocos que realmente uno pueda echarse a verlos pasivamente. No se puede ver una serie como "Los Soprano", "The West Wing" o "24" como se veía "Starsky y Hutch" o "Kojak". No son sólo los argumentos infinitamente más complejos y difíciles de seguir, sino que programas como "Los Simpsons" o "Seinfeld" requieren constantemente "notas intelectuales al pie de página" que debemos proveer para entenderlos.

-¿Por qué hacen falta estas aclaraciones suplementarias?

-Porque esos programas están llenos de bromas que sólo quien sigue la serie puede entender. Usan y abusan de referencias a otras formas de cultura popular. Obviamente, los programas de TV son más pasivos que los videojuegos, pero aun así nos estimulan intelectualmente, al forzarnos a seguir múltiples hilos argumentales y a llenar con información los agujeros que los guionistas dejan deliberadamente vacíos u oscuros. En un episodio cualquiera de "Los Soprano", por ejemplo, debemos seguir veinte personajes y una docena de líneas argumentales. Por eso, para seguir su narrativa no basta con recordar lo que pasó en el capítulo anterior: nos vemos forzados a analizar cada situación para entenderla. Esto no ocurría, obviamente, con "Los duques de Hazzard", pero tampoco con programas que eran considerados de calidad, como "El show de Mary Tyler Moore", donde la "calidad" estaba en que los personajes decían cosas inteligentes o ingeniosas, no en que pusieran nuestro cerebro a descifrar qué pasaba.

-¿Y los reality shows?

-Lo maravilloso es que hasta lo peor de la televisión ha mejorado. Lo que siempre se dice es que las audiencias se congregan frente a los reality shows porque disfrutan del espectáculo de ver a otras personas que son humilladas en la pantalla. Eso puede ser cierto respecto de algunos reality shows, como aquellos en los que obligan a los participantes a meterse en una caja con arañas o a comer cosas repugnantes. Pero los programas más exitosos hoy, como "Sobreviviente" o "El aprendiz", son mucho más sofisticados. Si uno entra en las páginas web donde conversan quienes siguen "El aprendiz" (en el cual los participantes luchan con las argucias del mundo de los negocios para ser la mano derecha de Donald Trump) o escucha al día siguiente lo que opinan los compañeros que siguen el programa en la oficina, se verá que hablan en términos de "estrategias" y "alianzas". Deben seguir el hilo de múltiples relaciones y personajes, tener en la cabeza que "Pedro odia a Pablo, pero a Pablo le cae bien Pedro, y ambos se relacionan bien con María, pero ella los piensa traicionar" para entender la acción. Todo esto sirve para afilar nuestra inteligencia emocional y nuestras habilidades sociales.

-¿Cómo afectan estas nuevas formas de lo que usted llama cultura popular el vínculo entre padres e hijos?

-Lo que estamos viviendo es una gran oportunidad para que los padres puedan realmente participar con placer de lo que les divierte a sus hijos, no sólo tomarlo en forma condescendiente o prohibirlo. La cultura infantil se volvió tan interesante que atrapa a los adultos también. Yo vi "Buscando a Nemo" en DVD 75 veces con mis chicos, y reconozco sin pudor que las primeras 30 las disfruté mucho. Es un gran film, que llega tanto a un adulto de 37 años como a un adolescente de 15 o un chico de cuatro. En mis viajes para presentar mi libro siempre termino rodeado por padres del público que se acercan para contarme cómo disfrutan compartiendo con sus hijos un videojuego determinado, y que no dejan de maravillarse ante cuánto mejores son sus chicos que ellos. Los chicos, a la vez, terminan pensando como adultos. Demuestran una enorme precocidad.

-Pero algo se pierde por leer menos libros tradicionales, ¿verdad?

-Sin duda. Hay un tipo histórico, específico, de lectura que se está volviendo menos común en nuestra sociedad, y que implica sentarse con un libro de 300 páginas y seguir su argumento o narrativa sin mayor distracción. Y es verdad que los videojuegos y la televisión sirven poco para entrenar nuestras mentes para algo así si no incluye algún tipo de interactividad. Pero todavía tenemos a los padres y a la escuela para que impartan la sabiduría que la cultura popular no

puede dar. Nadie dice que la cultura tradicional deba ser reemplazada. Simplemente se trata de aceptar que hay mucho de bueno, también, en nuestra tan demonizada cultura popular.

-¿Por qué cree que es tan demonizada?

-Mucho es generacional, como aquello de que lo que entretiene a nuestros chicos nunca puede ser tan bueno como lo que nos gustaba a nosotros. Y, curiosamente, en la crítica a la TV, los videojuegos, Internet o el cine de audiencia masiva, la extrema derecha y la extrema izquierda están de acuerdo, aunque por distintas razones. Mientras la izquierda sólo ve en ellos lo aberrantemente comercial, la derecha sólo ve el contenido sexual. Yo me siento muy cómodo de que mis chicos vean televisión, naveguen por Internet, tengan juegos electrónicos. Yo crecí viendo TV y creo que salí bastante bien. No quiero que ellos sean analfabetos mediáticos en una sociedad mediática. Mientras además leen, hacen deportes y tengan amigos, no tengo ningún problema.

**Por Juana Libedinsky
Para LA NACION**