



Padres que piden consejo en casa, a sus propios hijos

Por STEPHANIE ROSENBLUM

Cuando Helen Barahal tuvo que decidir si vendía un piso al este de Harlem que tenía alquilado a unos inquilinos, pidió consejo a su hijo Marcus.

"Sabía que el barrio no era bueno en aquel momento, pero que iba a cambiar", dice Marcus. "Le dije que no se deshiciera de él, porque sabía que ganaría más con el alquiler que vendiéndolo".

Barahal siguió su recomendación y ha conservado el piso (que costó unos 75.000 euros cuando lo compró en 2000), que ahora se vende por el cuádruple. "Ha sido una venta aprobada por Marcus", dice su madre. Marcus tiene 11 años.

Pero la edad, como dicen ellos, es sólo un número. El agente de Barahal, Jeffrey Gardere, que pertenece a Corcoran Group y tiene un doctorado en psicología, dice que Barahal, como muchos padres de hoy en día, no sólo escucha a su hijo. "Confía en lo que le dice", afirma Gardere.

Hace mucho que los padres dependen de sus hijos como expertos internos en moda, tecnología y cultura pop, para que les enseñen nueva música, purguen sus armarios de espantosa ropa y resuelvan sus problemas con los electrodomésticos. Y generaciones de padres han animado a sus hijos a participar en decisiones familiares como la elección de un destino de vacaciones invernales o un sustituto para su difunto pez de colores.

Pero la naturaleza y omnipresencia de los consejos de hijos a padres han adquirido nuevas proporciones por varios motivos.

Muchos padres —que han abandonado su condición de transtocados para convertirse en amigos de su progenie— tratan a sus descendientes como sofisticados iguales. Ven a sus hijos expertos en informática como confidentes, así que recurren a ellos en busca de consejo sobre decisiones de la vida, como las compras importantes: coches, ordenadores, paquetes vacacionales, viviendas o decoración del hogar.

Susan Linn, psicóloga del Judge Baker Children's Center y la Harvard Medical School y autora de *Consuming kids: The hostile takeover of childhood*, propone va-



rias explicaciones para el auge de los consejos adolescentes.

Uno de los motivos es el incremento de las familias monoparentales. Debido a que los padres solteros soportan la carga de criar a sus hijos solos están más estresados, dice Linn, así que la dinámica entre padres e hijos tiende a ser más negociable.

"Estamos sólo las dos", explica Betsy Kavalier, madre soltera que

vive en Manhattan con su hija, Sonia Brozak, de 11 años. "En cierta manera, eso la convierte más en una compañera que en una hija".

Sonia hablaba con un contratista sobre las reformas del piso cuando su madre, que es uróloga, está trabajando; ha elegido vacaciones para las dos motivada por sus estudios de arte e historia; e incluso ha decidido a qué escuela de secundaria sería mejor asistir.



Fotografías por Shihho Fukuda para The New York Times

Sonia Brozak, de 11 años, aconsejó a su madre, Betsy Kavalier, en la reforma de la casa y en los colegios. Marcus Barahal, de 11 años, izqda., asesoró a su madre, Helen, en la venta del piso.

"Es muy distinto a cuando nos criamos nosotros", señala Kavalier, que participa en numerosas actividades con Sonia y sus amigos. "Ahora nos preguntamos qué quieren los niños", añade. "Mi padre decía: '¿A quién le importa lo que quieren los niños?'".

A Sonia, por su parte, le gusta aportar sus ideas. "Está bien, porque no me da la sensación de que me hablen con condescendencia", dice. "Creo que a los niños les hablan así el 95% del tiempo", añade.

Jodi Seidler, creadora de Makinglemonade.com, una ciberpágina para padres solteros, dice que su hijo, Sam, que cumplió 17 años hace poco, le aconseja "acerca de todo", incluido el hecho de que vuelva a salir con otras personas.

"Me dijo: 'Mamá, ¿por qué no te conectas a Internet?'", recuerda Seidler, que vive en Santa Monica, California, y desde entonces se ha registrado en varias páginas de contactos. Ha dado a Sam información sobre prometedoras citas y ha escuchado su respuesta, no sólo porque quiere su consejo, sino porque también desea "ver quién es y qué piensa".

Seidler dice que Sam le asegura con frecuencia que, llegado el momento, aparecerá el hombre adecuado. Sin embargo, unos consejos habitualmente sensatos de un hijo tienen su lado negativo.

"Eso es lo que lo hace realmente difícil", comenta Seidler, "cuando te das cuenta de que tu hijo es más sofisticado, intuitivo, sensible o divertido que los hombres que hay por ahí".

Linn dice que otro motivo para la proliferación del consejo adolescente es la incandescente publicidad de hoy en día. Además de llenarle la cabeza a los niños de información sobre productos y marcas, lo cual hace que los hijos caigan "en las trampas de la madurez", vende a todo el mundo la idea de que los chavales son más inteligentes ahora que en generaciones anteriores, asegura Linn.

¿Supone una carga para los hijos el ser un recurso para los padres?

El conceder a los niños demasiado poder puede hacerles sentirse inseguros. Pero invitarles a colaborar en la elección de un juego de mesa o un DVD de alquiler puede ayudarles a participar en la toma de decisiones en grupo.

La idea de que los niños de hoy en día son más inteligentes que los de generaciones anteriores, de que "están envejeciendo cada vez más jóvenes", señala Linn, es "un fenómeno de origen comercial que está provocando que los niños se salten toda una parte de la infancia".

"En cierta manera, les estamos robando la infancia", concluye Linn.

Niños con móvil. ¿Necesidad o capricho?

Por LISA W. FODERARO

Para regocijo de sus padres, Hannah Stacks empezó a exigir su propio móvil cuando tenía seis años. No paraba de hacerlo.

El otoño pasado, después de que un psicólogo le sugiriese que vigilaran su comportamiento, a sus ocho años, Hannah consiguió su teléfono móvil como premio por no portarse mal con su hermana pequeña durante 30 días.

"Era todo un dilema porque, por supuesto, yo quería que dejase de pegar a Kate", explica la madre de Hannah, Kim O'Connor, asistente social. La familia vive en Rye, un barrio de clase alta en las afueras de Nueva York, donde Hannah estudia tercero de primaria.

"Pero pensé qué habría hecho yo al cabo de los 30 días", afirma.

Tras afianzarse en el mercado adolescente, los teléfonos móviles se están convirtiendo en el juguete que todos los alumnos de primaria deben tener. Las empresas están saciando el apetito —y la creciente demanda— ofreciendo teléfonos especiales para niños, como el Firefly, de color azul claro, de sólo cinco teclas, entre las que

se incluyen algunas con iconos de marcación rápida para llamar a los padres, y sólo permite llamar a un máximo de 22 números.

Los analistas del sector dicen que el mercado intermedio —para niños de entre ocho y 12 años— representa una de las mayores oportunidades de crecimiento para el sector. A finales de 2006, unos 6,6

El nuevo mercado infantil telefónico; ¿seguridad o estatus?

millones de niños estadounidenses, de los 20 millones comprendidos entre esas edades, ya tenían teléfono, según un estudio del Yankee Group, asesora de Boston especializada en tecnología; que prevé que, en 2010, habrá 10,5 millones de usuarios preadolescentes.

Yankee Group calcula que el número de niños de ocho años con teléfono aumentó más del doble, a

506.000, en los cuatro últimos años. Los niños quieren tener un móvil por razones evidentes para ellos: Mola y les hace sentirse mayores. Aporta estatus. Y les mantiene en contacto constante con sus amigos y (sí, claro) con sus padres.

Algunos padres y psicólogos infantiles opinan que la necesidad de tener móvil en niños tan pequeños, que rara vez no están vigilados por adultos, es marginal, y que estos aparatos sirven sobre todo como símbolo de clase.

Pero otros afirman que los móviles son un aparato electrónico de seguridad en un mundo de hogares en los que trabajan ambos padres, de acuerdos de custodia compartida y de niveles de amenaza terrorista expresados mediante códigos de color.

Pero tras el febril debut, los usuarios más jóvenes, que en un principio desaban el móvil, a menudo lo olvidan rápidamente. "En cuanto compramos los móviles perdieron parte de su atractivo", asegura Christie Lavigne, de Dobbs Ferry, Nueva York, cuyos hijos, Dylan, de siete años, y Gigi, de nueve, recibieron un Firefly cada



Suzanne DeChillo/The New York Times

Kate (6 años) quiere un móvil como el de su hermana, de ocho.

uno por Navidad. "Los primeros tres días que lo tuvieron, nos llamaban a mi marido y a mí unas 20 veces. Después la novedad dejó de serlo, y creo que ahora están en un lugar más saludable".

Audrey Gray, madre soltera de Filadelfia que comparte la custodia de su hijo Jackson, de ocho años, y que viaja por negocios dos veces al mes, cuenta que cuando le compró a su hijo un móvil, a los siete años, era "como un novio celoso llamándome todo el tiempo". "Me telefoneaba desde la cafetería, y gritaba: 'Mamá, estoy comiendo', y yo respondía: 'Muy bien, colega. ¿Cómo va todo?'";

y él decía a grito pelado: 'Bien. ¿Quieres hablar con Gabe?'. Después me llamaba desde la clase de matemáticas y susurraba: 'Hola, mamá. Sólo llamo para ver qué tal estás', cuenta Gray. "Después ya no volvió a saber de él".

Pero Gray, redactora jefe de E-Gear, una revista de tecnología, confiesa que sintió "cerro dudas" a la hora de decidir si le compraba un teléfono a Jackson.

"Por supuesto, lo perdí unos 17 veces, pero siempre lo encontrábamos", relata. "Consulta un poco el tener conexión directa con él. No lo usamos, pero me gusta saber que está ahí", comenta.