

HOY la televisión lo llena todo. Hace tan sólo veinte o veinticinco años, la vida era diferente sin la televisión.

El hombre actual pasa demasiado tiempo delante de la televisión. ¿Por qué? La respuesta no puede darse de una forma simplista, ya que el asunto es complejo y tiene diferentes lecturas. Y no digamos nada con la llegada de los vídeos. El tema se triplica. La televisión provoca el mismo fenómeno que el de la droga: la adicción. Es la conducta repetitiva que se va haciendo hábito y que llega un momento en que es muy difícil sustraerse a ella. Tan es así que en personas con escasos recursos intelectuales o poca curiosidad por llenar su descanso mediante una afición o un «hobby» bien definido, quedan atrapados en esta malla una y otra vez. En esos casos podemos afirmar sin temor a equivocarnos que la televisión es casi todo su alimento intelectual. De ahí se derivará un hombre escasamente culto, pasivo, que no tiene un programa de intereses para su ocio y que se entrega en manos de lo más fácil. Basta con apretar un botón y dejarse caer pasivamente. Todo se reduce a un pasto para los ojos.

Pensemos en lo que sucede en muchos países con las películas del fin de semana. Una película y otra y otra más. Pasamos de un argumento amoroso a otro policiaco o a un filme de humor. Y al tener muchas televisiones programas durante las veinticuatro horas, ya no existen límites de emisión. Siempre hay algo en la pequeña pantalla que pueda verse.

Este marco no es muy positivo, dado que la televisión pocas veces es educativa y para una película buena hay muchas malas, cargadas de violencia, pornografía, sexo fácil y vidas perdidas y sin rumbo. En este panorama, como digo, aparece un fenómeno nuevo: la posibilidad de entretenerse uno cambiando de canal y viendo sucesivamente qué están dando aquí y allí. Es como una segunda adicción televisiva que puede llegar a ser más fuerte que la primera. Me decía un enfermo mío hace unos días, buen practicante de esta técnica: «Yo lo hago para relajarme y después coger mejor el sueño... Normalmente no me quedo viendo ningún canal en concreto, porque la verdad es que no me interesa casi nada». Esta filosofía pone sobre el tapete algo notable: el espectador que con el mando a distancia va recorriendo los canales le interesa todo y no le interesa nada; lo que quiere es pasar el rato sin más complicaciones. Exactamente igual que la mujer adicta a las revistas del corazón, que de lo que se trata es de pasar el rato. Me decía una señora ya madura: «¡Ay si yo en vez de haberme tragado tantas revistas del corazón, en esas horas muertas hubiera estudiado una carrera o me hubiera leído libros buenos que me hicieran una persona más culta... pero las leemos todas y hablamos de eso!». Sin comentario.

¿Por qué se produce esto?, ¿cuáles son sus principales claves? Para mí estarían representados en los siguientes puntos:

1. Representa una nueva forma de consumismo. La avidez de sensaciones e imágenes provoca el apretar una y otra vez el teclado del telemando con el fin de ver pasar lo que se está sirviendo en ese momento. Se pasa de una película a un debate, de un concurso elemental a una retransmisión deportiva, pasando por un «show» en donde hay de casi todo.

2. También significa que interesa todo y no interesa nada. Lo cual traduce una clara

EL SÍNDROME DEL MANDO A DISTANCIA

Por Enrique ROJAS

insatisfacción de fondo. Se va buscando algo que sea capaz de detener ese cambio frenético, pero generalmente no se encuentra.

Si rastreamos más a fondo qué es lo que realmente siente el sujeto del «zapping», es el deseo de abarcarlo todo, de que nada se le escape, como un poseer todo al mismo tiempo. A esto le llaman los americanos «picture in picture», la imagen dentro de otra imagen. No hay que olvidar que en Estados Unidos se trata de una costumbre perfectamente asumida, pues desde los años setenta la tecnología facilitó esta posibilidad. El mando a distancia llega a España hacia 1975 y se populariza hacia 1988-89 aproximadamente. La experiencia deja un trasfondo mixto de codicia y descontento a la vez. No queda saciado y pasa y repasa los canales una y otra vez, por ver si ha aparecido algo nuevo que sea capaz de sujetarlo.

3. Se produce de este modo una bulimia de novedades. Se quiere una inmersión exploratoria de variedades y mudanzas, buscando no se sabe exactamente qué. Buscar, bucear, zambullirse en un juego caleidoscópico de impresiones fugaces que no dejan prácticamente ninguna huella. Por debajo de este oleaje discurre una actitud de dispersión: muchas imágenes y poca consistencia, exceso de información y escasa posibilidad de hacer una síntesis de lo que llega permanentemente. Fuga, huida, estar desparramado, carecer de un centro de gravedad personal que vertebral toda la conducta. Esta diseminación apunta el tono vaporoso y caótico del que lo practica.

4. El mando a distancia tiene un efecto sedante. Muchas personas lo utilizan a última hora del día, ya cansadas del trabajo de la jornada, y representa como una especie de droga que ayuda a conciliar el sueño. Suelen ser diez o veinte minutos practicando esta actividad, tras la cual asoma un plácido sueño que va llevando hacia el descanso. Puede que se haya quedado enganchado en algún canal, pero ya es igual que sea esta o aquella película o reportaje, la capacidad de captación es mínima dada la hora del día.

5. La televisión cumple la ley del mínimo esfuerzo: basta dejarse caer en un cómodo sillón y apretar el mando y nada más. No hay que poner el menor acto de voluntad. Pero el «zapping» es ya la carta magna del supermínimo esfuerzo: se trata de pasar-el-rato, de estar distraído, de consumir minutos, sin más pretensiones. Es la evasión a través del fabuloso mundo de la fantasía de las imágenes que van entrando por los ojos y llegan a la cabeza, pero sin archivarse, debido a su rápida sucesión y a su falta de conexión.

El mando a distancia es el chupete del adulto. ¡Ay si no se encuentra el mando a distancia! puede ser terrible. Incluso podríamos pensar qué ocurriría si no existiera el mando a distancia. Está claro que la incomodidad de tener que levantarse una y otra vez para cambiar de canal haría descender considerablemente el número de adictos al «zapping». Esta palabra es de procedencia anglosajona y significa golpear, disparar rápidamente.

En los últimos años este nuevo fenómeno sociológico ha sido estudiado de forma esta-

dística y parece ser que se da más en el hombre que en la mujer. La interpretación que daríamos a este dato sería la de que la mujer se detiene

más en lo que ve, porque si está muchas horas en su casa quiere aprender y está abierta a cualquier cosa que pueda enriquecerla. En cambio, el hombre es más crítico y casi nada le satisface realmente; además de que emplea el «zapping» para relajarse, para olvidarse de sus tensiones y problemas de trabajo.

Cuando este síndrome se hace crónico e invencible nos hallamos ante la venganza del telespectador por una programación mala, que hoy, con la llegada de los canales privados, nos ha traído la denominada televisión basura: brutalidad descarnada, películas y series y culebrones pobres, amorales, con poquísima calidad; violencia generalizada, sexo y más sexo; debates en los que se llevan a personas tan diametralmente opuestas que el espectador sale más confuso al final que al principio del mismo; y qué decir de los concursos triviales, insustanciales, nimios, ridículos, de espaldas a cualquier consideración mínima-

mente cultural.

Hoy, el telespectador se ha endurecido. Ya no le impactan los anuncios, en donde empieza a descubrir eso que se llama en la psicología moderna el lenguaje subliminal: un discurso enmascarado que se cuele por debajo del «spot» publicitario. Hace quince años la televisión era un medio mágico; hoy ha perdido credibilidad y salvo en personas que se lo tragan todo, empieza a aflorar un espíritu crítico muy positivo, que está llevando a apagar con más frecuencia la televisión antes de verse uno manipulado, cosificado, convertido en cosa.

Todavía no han encontrado los expertos el medio decisivo para evitar que se acabe con las fugas de audiencias. La televisión, que nació como una revolución excelente y de gran porvenir para las comunicaciones en sus más variados aspectos, ha ido cayendo en los últimos años de forma escandalosa y, salvo excepciones, ver mucha televisión produce seres humanos robotizados, pasivos, acrílicos, sin cultura y, lo que es más grave, sin inquietudes culturales.

El «zapping» psicológicamente significa quererlo todo y ya. El telespectador está excitado e indiferente. Y a la vez diseminado en una opción banal que recorre la pantalla sobresaturada de horas puntuales. El sujeto se queda zombi, bloqueado por un aluvión de cosas que le alienan, pero que le distraen de sus preocupaciones diarias. Todo esto pone sobre el tapete un hombre insatisfecho, que si no anda con cierto cuidado llegará a una indiferencia por saturación. De ahí a perder sus referencias no hay más que un paso. ¿Por qué? Simplemente porque va recibiendo sin continuidad un vértigo de mensajes contrapuestos, un «ghetto» de mensajes irreconciliables que disuelven cualquier aspiración trascendente. Se entregará a los eslóganes y tópicos del momento.

El hombre pegado a la televisión y practicando muy a menudo el «zapping» va a ser una persona desmantelada de cultura, que se mueve por la baliza de la pasividad por saturación de antagonismos, en esa jungla de manipulaciones en donde el culto al hedonismo, consumismo y permisividad aterrizan en un narcisismo febril, que torna al ser humano frágil, individualista, incapaz de renunciar a nada que no sea su gusto y su capricho.



Enrique Rojas
Catedrático de Psiquiatría