

EFFECTOS MENTALES DE LA TECNOLOGIA TELEVISIVA

N° 379842

Pablo Huneus C.

Sociólogo y periodista docente
Universidad Católica de Chile

30-32

Mucho se discute sobre el contenido de los programas televisivos. Pero hay un punto previo y de extraordinaria gravedad sobre el cual no existe conciencia en nuestro país. La televisión es un medio de comunicación social con ciertas características técnicas que condicionan la forma neurofisiológica de recepción de su mensaje.

Pablo Huneus nos hace en este artículo, extracto del capítulo titulado "Los imperativos tecnológicos", que aparecerá en su futuro libro "Inteligencia y televisión", un llamado a reflexionar sobre la televisión como problema en sí mismo, más allá de sus contenidos específicos. Consideramos que este llamado es digno de la mayor atención, porque revela una situación aterradora por sus efectos absolutamente impredecibles.

Aparte del afecto provocado por el contenido de los programas mismos, la tecnología de la televisión provoca efectos neurofisiológicos de insospechada proyección.

Como se sabe, la pantalla consta de trescientos mil puntos fosforescentes distribuidos en 525 líneas horizontales.

Estos pequeños puntos parecen estar siempre encendidos, pero no lo están. Se prenden y apagan a razón de 30 veces por segundo, frecuencia imposible de percibir al ojo humano, porque sólo capta 10 titilaciones por segundo. Una luz, por ejemplo, que se prende y apaga nueve veces por segundo se ve titilar, pero a una secuencia superior a 10 por segundo, ya se ve continuamente encendida.

En cuatro millones de años sobre la tierra el hombre jamás encontró algún fenómeno natural que requiriera una mayor velocidad de percepción, porque únicamente la electrónica ha sido capaz de crear vibraciones de tal rapidez. Ahora bien, el diferencial entre la velocidad de percepción humana (10 por segundo) y las posibilidades de la electrónica (30 por segundo en el caso de la televisión) ha sido explotada para intercalar mensajes que, sin ser percibidos conscientemente, pasan al cerebro. En los cines, por ejemplo, se inserta en medio de la película una orden de consumir tal bebida que permanece tan corto tiempo en pantalla

que nadie alcanza a darse cuenta de su aparición, pero en el entreacto el público se abalanza a consumirla. También se ha empleado en películas de terror, intercalando imágenes de Satanás, para aumentar el miedo. Años atrás hubo gran revuelo en torno a esta práctica llamada propaganda subliminal a raíz de las revelaciones de Vance Packard (*) y se eliminó del cine.

Sin embargo, en cierto modo la TV es enteramente subliminal, porque si bien no se intercalan órdenes ocultas, la mecánica electrónica de la imagen en pantalla se basa en la posibilidad de penetrar la mente por conductos distintos de la visión consciente. Es así cómo la imagen se define por el color que van tomando los puntos al prenderse, fenómeno que ocurre con tal rapidez que su variación permite ir creando sensación de movimiento fluido.

Al prenderse unos puntos y apagarse otros, la totalidad de la imagen no está ahí. Eso que creemos ver, es un agregado parcial de puntos que se completa en la mente con los que se encienden a continuación, en el instante siguiente.

Para verificar lo anterior, basta sacar una foto a la velocidad de 1/100 de segundo por ejemplo; aparece sólo un fragmento de la imagen porque el barrido no alcanza a completarse en ese lapso.

O sea, en ningún momento está ante nuestros ojos la totalidad de la imagen, como puede estarla en una fotografía o en la pantalla de un cine, donde se proyecta cada cuadro completo.

¿Cómo la vemos entonces?

No la vemos, la soñamos.

La imagen del televisor es una fabricación electrónica producida al interior del cerebro. En lugar de verla con los ojos, resulta de una estimulación tecnológica. Ante los puntos fosforescentes de la pantalla se desencadena un proceso mental de integrar los segmentos de imágenes que van llegando uno tras otro, hasta componer un cuadro. La imagen televisiva cobra existencia únicamente cuando ya ha pasado

(*) Vance Packard, **The Hidden Persuaders.**

de la retina y se encuentra al interior de la cabeza.

Por lo tanto, no vemos la imagen con la vista, sino que la componemos con los mismos mecanismos cerebrales de los sueños, que tampoco los vemos con los ojos.

Esto implica varias posibilidades.

Primero, en este proceso queda en desuso el mecanismo cerebral de construir su propia imagen (imaginar), que se utiliza en la lectura, por ejemplo, donde un código inmóvil en forma de letras debe ser decodificado al gusto y ritmo del lector para convertirlo en sensaciones e imágenes que él mismo fabrica en su mente. Al leer uno puede volver atrás, detenerse o saltarse trozos; puede dejarlo y retomarlo tiempo más tarde en busca de nuevos significados que uno mismo va descubriendo e inventando, todo lo cual ejercita el pensamiento creativo.

Ante la televisión, en cambio, uno se encuentra enchufado a un aparato electrónico que a su ritmo va situando en la mente las imágenes ordenadas por la pantalla. Uno queda expuesto a un proceso repetitivo de integrar dentro del cerebro secuencias de puntos luminosos que los percibimos como cuadros completos. Al rato es fácil experimentar el "efecto túnel" por el cual toda realidad exterior se desvanece, la vista se fija, el pensamiento lógico-racional se va apagando y se hace difícil pensar en cualquier cosa. La conversación decae y se siente un sopor que a muchos deja dormidos, tal como en una sesión de hipnosis.

Para la generación que desarrolló sus facultades mentales antes de la televisión, es posible que ésta no le afecte mayormente. Pero, dejando de lado la cuestión de la programación, ¿cuál es el efecto de la tecnología misma en la generación joven? Probablemente horas diarias sumido en este blanqueo mental terminen afectando significativamente el tipo de mentalidad prevalente. La tecnología de la televisión se vale de mecanismos neurofisiológicos de índole hipnótico, cuyo impacto a largo plazo no se conoce con certeza.

Pero la ausencia de suficientes investigaciones sobre el efecto mental de esta tecnología no significa ausencia de tales efectos.

Hay indicadores que sugieren un gradual atrofiamiento del pensamiento creativo de la nación, una disminución de las habilidades lingüísticas y consecuentemente de la comunicación interpersonal, y un aumento de actitudes pasivas. La consecuencia sociológica puede ser una evolución hacia un tipo de acción violenta porque —contrario a la creencia común— la apatía, las actitudes irracionales pasivas y la conducta no-participativa, forman una mezcla explosiva.

El segundo efecto mental de esta tecnología es que baja el estado de alerta. Estudios indican que éste se encuentra íntimamente relacionado al movimiento de ojos. Al buscar información con movimientos rápidos de la vista, aumenta el estado general de alerta y a la inversa, al quedarse con la vista clavada en el infinito se entra en un trance característico de tal situación, trance que se interrumpe con un movimiento de ojos.

Ahora bien, al encontrarse uno enchufado a la televisión, la vista permanece fija, con lo cual la mente retrocede a un estado comparable al sonambulismo. Este fenómeno ha sido ratificado por mediciones de la actividad eléctrica cerebral y por experimentos donde ponen niños a ver cine, a leer, a escuchar música y a mirar tele. Tocaban una alarma de incendio y los últimos en reaccionar son siempre los que están frente al televisor.

Un informe de un equipo de investigadores encabezados por los sicólogos Merrelyn y Fred Emery, del Centro de Educación Continua de la Universidad Nacional de Australia, en Canberra, concluye que "mirarla está al nivel consciente del sonambulismo".

Cuando miramos televisión, señala el informe Emery, los procesos usuales de pensamiento y discernimiento quedan en etapa semi-funcional. Mientras la televisión es celebrada por su potencial educativo al transmitir información, según los autores, la tecnología de la televisión inhibe el aprendizaje. Muy poco aprendizaje basado en conocimiento cognitivo, analizable y posible de ser recapacitado, ocurre mientras se mira TV.

La evidencia señala que la televisión no sólo destruye la capacidad de asistir (o participar); al ocupar circuitos neurales directos e indirectos, también inhibe la vigilancia: el estado general de alerta que prepara el organismo para la acción en el caso de que su atención sea atraída por un estímulo específico.

"La fijación continúa en una especie de trance, no es atención sino distracción, una forma de soñar despierto o de evadirse".

"La naturaleza del proceso desarrollado en el lóbulo izquierdo y particularmente en el área treinta y nueve (el área integrativa) es lo distintivo de la vida humana, comparada con la de otros mamíferos. Es el centro de la lógica, de la comunicación, de la memoria y de la integración de componentes sensoriales, la base de los propósitos conscientes del hombre... Son las funciones críticas del hombre que lo hacen distintivamente humano".

El informe Emery afirma que la evidencia muestra que los seres humanos se habitúan al estímulo luminoso repetitivo. Si se habitúa, el cerebro decide que nada interesante ocurre

y deja de procesar la información que entra. El área integrativa izquierda queda en una especie de punto muerto, incomunicada del resto, mientras que el área derecha que elabora los procesos subjetivos —sueños, imágenes, fantasías, sensaciones inconscientes— continúa recibiendo imágenes de la pantalla, pero sin los filtros racionales que las integran lógicamente.

O sea, la TV pasa al inconsciente sin un procesamiento consciente, lo que explicaría por qué los niños tienen dificultad en recordar lo que acaban de ver en TV. Gran parte de lo "aprendido" frente a la pantalla pasó al interior sin haber sido digerido por la memoria ni estar disponible para ser utilizado.

El efecto embotador de la TV se aprecia también en el comportamiento al mirarla. Las caras quedan rígidas, con la expresión perdida en el horizonte, sin variar casi con las alternativas del programa. Mientras en el cine la gen-

te se ríe por sí sola en las secuencias divertidas, en la televisión es necesario "reír a la gente", vale decir insertarle artificialmente risas grabadas para que el televidente tenga la sensación de haber reído.

(Del mismo modo, en el cine es posible seguir pensando en otra cosa; de hecho muchos siguen tomados de la mano y se concentran en otra actividad, fenómeno que no es estimulado por la TV, cuyo zumbido constante puede más bien disuadir tales empresas).

Todo esto apunta a que la reacción es más al medio que a su contenido (con razón Carter y Ford acordaron discutir por televisión sólo cuestiones de estilo, no de contenido). De ahí también que muchos sientan las imágenes pasar a través de ellos, como si las soñaran. Esto plantea un desafío especial a la comunicación de inteligencia: mientras lo escrito va dirigido a seres despiertos, la televisión trata con sonámbulos.