

## factores de cambio y grupos de formación (analítica)

por Alberto ESPINA EIZAGUIRRE (1)

Psiquiatra. Psicoterapeuta. Miembro del Instituto Psicoanalítico de Zaragoza. Miembro de la Sociedad Española de Psicoterapia y Técnicas de Grupo.

(1) Copyright por el autor. Artículo inédito.

Por «factores de cambio» entiendo la circunstancia o circunstancias que intervienen para que se produzca una situación nueva, diferente a la anterior.

Así como en la biología y otras ciencias los cambios son medibles y es relativamente fácil atribuirlos a unas causas determinadas en una situación dada, las cuales serían los factores de cambio; en el trabajo en grupos, tanto la valoración del cambio, como los factores que en él intervienen resultan más sujetos a factores subjetivos, no medibles desde el punto de vista de la ciencia positiva.

Teniendo en cuenta estas limitaciones voy a tratar de algunos factores de cambio en los grupos psicoterapéuticos y de formación. La diferencia fundamental entre estos dos tipos de grupos es que en el primero el objetivo es la curación mientras que en el segundo es aprender una técnica. El método empleado en este trabajo es el psicoanalítico.

1) El líder como factor de cambio: Al iniciarse un grupo observamos que uno(s) de los participantes se destaca de los demás siendo a modo de portavoz del grupo: Es el líder.

En la medida que es el portavoz expresa la latencia del mismo; es decir, a través de su discurso estará expresando de manera disfrazada (contenido manifiesto) sus emociones ocultas y las del grupo en la medida que se le acepta implícitamente o explícitamente como líder. Ejemplo, comienza el grupo, después de un silencio de quince minutos, aproximadamente, habla un varón; hace referencia a su madre, la dependencia que tiene de ella y la rivalidad con sus hermanos, a los que odia «y mataría» por obtener su favor. El resto del grupo permanece en silencio, al principio escucha al que se ha erigido en líder y, a medida que va pasando el tiempo y continúa el monólogo del mismo, el resto del grupo está tenso, no le mira aunque parece escucharle con signos de disgusto y sigue en silencio.

El contenido manifiesto del líder es la dependencia de su madre y su rivalidad con sus hermanos.

El contenido latente es la dependencia del terapeuta del que espera ganar el favor y la rivalidad con el resto de los integrantes del grupo. Está expresando su vivencia y la vivencia del grupo en la medida que le acepta como líder.

Hasta aquí tenemos que el grupo está tenso y el conflicto sigue sin hacerse a la luz.

El líder transfiere a su familia su conflictiva actual en el grupo para no vivir la situación grupal angustiante.

La *transferencia* se usa como *resistencia* en la medida que habla del conflicto con su familia y no del conflicto en el grupo. Pero al mismo tiempo es lo resistido en la medida en que su discurso expresa la conflictiva del grupo aunque transferida a la familia. Fuera del «aquí y ahora»

grupal la situación sería exactamente al contrario, es decir, el sujeto transfiriere al grupo su conflictiva familiar internalizada.

El grupo se alía con el líder y sirve a la resistencia; es decir, evita hacer consciente la conflictiva grupal, liberando a la vez algo de angustia en la medida que se identifica con el que habla y expresa las vivencias grupales, aunque disfrazadas.

Al interpretar la situación grupal a través del líder, el grupo se relaja, aparece un clima de depresión sustituyendo a la tensión inicial y, al cabo de un tiempo habla una paciente diciendo que mientras escuchaba antes sentía agresividad pero no podía hablar, pues pensaba que la situación sería la misma si ella llevaba la palabra.

El segundo líder expresa la agresividad del grupo en silencio y la imposibilidad del grupo de expresarse por miedo a la agresividad proyectada en los otros. «Si hablo me odian tanto como yo odio al que habla.»

Al interpretar esto varios pacientes hacen referencia a sentimientos semejantes de odio, competencia, envidia. Si no hubiera existido el líder la situación afectiva hubiera quedado «enterrada» en un clima de tensión.

Tenemos, pues, que el papel del líder, si bien sirve a la defensa, en la medida que es interpretado, es un factor de cambio en el grupo.

En el ejemplo citado el grupo expresará, primero tímida, luego más abiertamente, la conflictiva grupal descargando sus afectos en la medida que ha hecho insight de la situación (la ha comprendido). Si un líder dura mucho tiempo es signo de fuerte resistencia poco analizable o poco analizada; pero por el contrario el cambio de líder es signo de disminución de la angustia y de la resistencia.

## 2) Acción precipitante del grupo.

Los autores kleinianos hacen hincapié en que los grupos terapéuticos en su comienzo, en la medida que carecen de estructura formal, estimulan en alto grado la regresión, o sea la vuelta a patrones de conducta más arcaicos, reactivándose sus angustias más primarias.

De esta manera el grupo, al no tener coherencia y unidad, funcionaría como el niño pequeño con su indiferenciación y poca integración del Yo.

El funcionamiento del grupo sería psicótico.

Esta regresión que sufre el grupo es un factor de cambio importante, aunque sea paradójico, pues los cambios duraderos sólo pueden hacerse en lo profundo de la personalidad.

Al sumirse el grupo en una situación regresiva (oral) se alcanzan estas capas profundas no sólo de la mentalidad grupal, sino de cada indivi-

duo, con lo cual surgen los conflictos más tempranos con sus consiguientes defensas. Aquí es donde el análisis es más fructífero. El grupo favorece la *proyección* en los otros de la conflictiva de cada individuo.

Por ejemplo, un paciente acusaba a otro, a lo largo de las sesiones, de su necesidad del grupo, de su actitud suplicante... en una sesión pudo comprender que estaba proyectando en el otro su necesidad y actitud suplicante negada, lo cual estimuló deseos de reparación hacia el otro y una mayor aceptación de sí mismo.

El grupo también favorece las identificaciones no sólo con los otros sino también con el grupo mismo; todo ello hace que, al vivir juntos sentimientos y conflictos semejantes vayan encontrando, a través de sucesivas identificaciones con el Yo grupal el fortalecimiento de los Yos individuales, más débiles.

En un nivel más superficial el grupo ayuda a dramatizar los conflictos al expresarse emociones, lo cual favorece la liberación de la angustia (catarsis); a su vez existe una desculpabilización colectiva al irse aceptando uno en el otro y ver «que no es uno sólo el que está mal».

Todo ello lleva a una atenuación del Superyo y a una reafirmación del Yo.

Poco a poco los pasan a ser de extraños y peligrosos a semejantes; es decir, las proyecciones de las partes de uno mismo en los otros se integran, con lo cual no sólo se acepta uno mismo, sino que ve a los otros en su completa dimensión; todo ello lleva al grupo a un acercamiento a la realidad, adquiriendo un juicio más objetivo y la posibilidad de relacionarse mejor con el mundo exterior, en la medida que se va integrando el Yo grupal y por ende los Yos individuales.

Sus diferencias son objetivos asimilables que enriquecen.

## 3) La interpretación como factor de cambio.

La interpretación analítica consiste, fundamentalmente, en comunicar al sujeto el contenido latente del material que aporta; tanto la comunicación como el material aportado pueden ser verbales o preverbales (silencio, actitud...).

En el ejemplo que pusimos al hablar del líder veíamos cómo un miembro del grupo aportaba su conflictiva familiar: rivalidad entre los hermanos, dependencia de la madre.

Al interpretar el material en el «aquí y ahora» de la situación grupal, es decir, la rivalidad entre los miembros del grupo y dependencia del terapeuta, el grupo pudo cambiar adquiriendo mayor movilidad y disminuyendo la angustia del grupo.

En resumen, tenemos, que la interpretación libera angustia, acrecienta la tolerancia a las tensiones y lleva a un proceso de reparación y re-

conocimiento por cada uno de su ambivalencia, de sus conflictos proyectados.

La efectividad de la interpretación se manifiesta en el cambio que aparece después de cada silencio, disminución de angustia, variaciones en la tensión grupal, aparición de nuevas problemáticas, etc.

4) Finalmente voy a hablar del papel del terapeuta como factor de cambio en el grupo.

«El terapeuta es el líder formal del grupo; los miembros restantes se sienten supeditados a su intervención y la consideran, a menudo, el factor dinámico esencial que dirige y mantiene la formación del grupo. La importancia de la labor interpretativa justifica que asuma ese liderazgo como función o rol más o menos fijo, e independiente de las otras múltiples funciones que los participantes le harán desempeñar, y que variarán de acuerdo con el contenido de las fantasías inconscientes de los mismos.» (*Psicoterapia del grupo*, Grimberg, Langer, Rodríguez.)

Respecto al papel del terapeuta como factor de cambio sólo esbozaré algunos puntos a considerar, pues nos llevaría demasiado tiempo adentrarnos en este tema y esta introducción no es lugar adecuado para tratarlo.

Según autores kleinianos el terapeuta sería el Superyo sádico, infantil al ser él que impone la regla (como ley), omnipotente y sobre el cual se proyectan las pulsiones destructivas.

Esta situación favorecería la aparición del líder como intermediario entre el terapeuta y el grupo, expresando la ambivalencia del grupo, la rivalidad, la envidia y la identificación con el terapeuta, para ser como él.

En la medida que se proyecta en el terapeuta y éste asume las proyecciones, el grupo puede vivenciar las ansiedades más tempranas y, a través de las interpretaciones contratransferenciales del terapeuta, disminuir estas angustias apareciendo una mayor integración grupal. En el nivel filogenético el terapeuta sería el jefe de la horde que prohíbe la relación sexual entre los miembros jóvenes apareciendo sentimientos de odio y rivalidad.

Al interpretar la transferencia del grupo hacia el terapeuta éste se vuelve agente de cambio, no sólo por la interpretación en sí, sino por los sentimientos transferenciales que provoca en el grupo.

Hasta ahora hemos ido viendo algunos de los factores de cambio en grupos; seguidamente vamos a hacer referencia a los grupos de formación.

El primer problema que se nos plantea es si hay alguna diferencia entre grupos terapéuticos y de formación.

Los integrantes de un grupo terapéutico vienen con una demanda cla-

ra, quieren curarse. Su conciencia de enfermedad será más o menos clara, pero saben que «algo no marcha bien» en ellos y por esto piden ayuda.

Los sujetos que demandan formación, por el contrario, quieren ser psicoterapeutas y vienen para aprender a serlo.

Como todos sabemos, cualquier sujeto que elige una profesión «psi», ya sea psiquiatría, psicología, psicoterapia, psicoanálisis..., en realidad lo que busca es solucionar sus propios problemas psíquicos.

Pues bien, en el futuro terapeuta tenemos varios rasgos a destacar. En su demanda («quiero ser psicoterapeuta»), vemos en primer lugar una negación de «su» enfermedad y una exigencia de cosas buenas para llegar a ser un terapeuta-omnipotente.

Al pedir formación niega a la vez «su enfermedad» y su necesidad, en la medida que lo que quiere no es para él sino para darlo a otros, para curar a otros (proyecta su necesidad y su enfermedad en sus futuros pacientes).

En la relación con el didacta lo que hace es erigirlo en omnipotente y onnisapiente («lo sabe todo, me dará todo») e identificarse más tarde con él negando así su limitación y su envidia hacia él en la medida de que «ya casi» es como él.

La necesidad de curar a otros tiene algo de reparación ¿porqué sino el dedicar la vida a fin altruista semejante?

Veámos antes cómo el futuro terapeuta niega su envidia hacia el padre-analista y proyecta su necesidad en el futuro paciente. Quizá esa «necesidad de curar» sea la manera de reparar la propia envidia y agresividad que crea la figura omnipotente de la que se espera todo y a la cual se teme. Todo sucedería como si el futuro terapeuta pidiera el conocimiento (defensa racional de su necesidad) para dar a otros cosas buenas (proyección de su necesidad) evitando el conflicto (a través de estas negaciones, proyecciones y racionalizaciones) con la figura envidiada y temida de la que se espera todo.

Tenemos, pues, en los futuros terapeutas varios rasgos comunes: Gran narcisismo con defensas racionales, proyecciones y negaciones con un fondo de culpabilidad y necesidad de reparar.

Según Didier Anzieu en la situación grupal de formación habría una triple demanda:

1) Demanda de amor (del terapeuta del grupo) con el consiguiente miedo a perder ese amor (polo neurótico).

2) Demanda de reconocimiento de su identidad (¿quién soy yo?, decíme cómo me veis); pide la preservación de su identidad yoica (polo psicótico).

3) Demanda de omnipotencia para lo que erige al terapeuta en omnipotente esperando ser como él.

En los grupos de formación se hacen patentes todas las defensas que veíamos en el candidato a terapeuta. Aparecen fuertes defensas intelectuales unidas al deseo de «conocer» y el miedo a «conocerse»; es decir, saber cómo funciona un grupo, pero sin ver la verdadera motivación que les mueve: el solucionar la conflictiva personal que les trae a la formación.

Es frecuente encontrar en el comienzo de estos grupos gran resistencia a expresar una conflictiva personal tendiendo más bien a racionalizar la experiencia y a interpretar a los demás. De esta manera se espera ganar al terapeuta (siendo el más sano e inteligente) y se compite con los otros en ese terreno; los demás son rivales y objetos de estudio (voyerismo).

Puede suceder que las interpretaciones del terapeuta sean tomadas como objetos buenos (conocimiento) evitando hacer insight de la situación y producirse un cambio en el grupo.

Seguidamente voy a describir dos sesiones de un grupo de formación de dos años de duración, separadas ambas en un año, haciendo referencia a los mecanismos antes citados.

Se trata de un grupo integrado por cinco hombres y tres mujeres todos ellos en análisis individual.

Las primeras sesiones se caracterizaban por una gran resistencia a hablar, pasando la primera mitad del grupo en un silencio absoluto. La competencia entre los participantes se establecía en el control: el que hablaba primero era el más débil y luego era usado «para aprender» y valorarse ante los demás y el terapeuta dando la interpretación más inteligente.

*Sesión 1:* el grupo lleva unos pocos meses de funcionamiento. El clima es tenso, el silencio inicial dura más de media hora; al cabo de ese tiempo un varón comienza a hablar de que está habituado a tomar anfetaminas; empezó a tomarlas de estudiante y ahora las toma cuando tiene una situación que no la puede sobrellevar. Refiere que ha tomado una anfetamina antes de venir al grupo, pues se encontraba deprimido y sin ganas de venir. El grupo parece interesado por el tema y varios individuos hacen intentos de comprensión del problema expuesto con un marcado tinte intelectual y estableciéndose una rivalidad por «saber más».

La primera competencia establecida es «a ver quien aguanta menos», el que habla es el que menos tolera la angustia: es el enfermo; en él se puede proyectar la «enfermedad» del grupo. A la vez el tema tratado es la necesidad y la dependencia de las anfetaminas; es decir las necesidades orales y la huida de la depresión. El grupo se interesa por el tema, pues en su actitud silenciosa está toda su necesidad negada y controlada

en la medida que aparece un líder se le puede utilizar de chivo proyectando la necesidad de los demás en él. Las interpretaciones intelectuales de la conflictiva presentada son un reflejo de la intelectualización que hacen los miembros del grupo de formación (venimos para ser terapeutas) de su necesidad y patología (venimos para solucionar nuestros problemas).

En este campo renace la competencia para ganar al terapeuta, ser como él interpretando como él, y negando una vez más la conflictiva. Al interpretarse esto el grupo se deprime y queda en silencio.

*Sesión 2:* Al cabo de un año. Uno de los varones decía que eso no servía para nada, que no sabía qué hacían todos allí, que el terapeuta no interpretaba bien, que la formación era una tontería, etc. Las reacciones de los demás eran agresivas hacia éste, apoyando al terapeuta y al grupo. Después de varias sesiones con la misma conflictiva apareció, en una sesión, un esquema pintado en la pizarra en que se veían los distintos lugares ocupados en el grupo con las iniciales de los que habitualmente los ocupaban. De un puesto a otro había trazos que representaban las relaciones entre los sujetos que ocupaban dichos lugares (así un trazo grueso indicaba una fuerte relación, trazos discontinuos tímidos acercamientos, flechas en zigzag agresividad).

Cuando un sujeto llamó la atención sobre el hecho, todo el grupo se puso a descifrar el dibujo y a través de él se pusieron al descubierto no sólo las relaciones entre ellos sino también cómo cada uno veía a otro: poco a poco la atención se polarizó en el líder de los otros días viendo que estaba agresivo hacia el terapeuta y el grupo estaba agresivo con él. Entonces el grupo se unió en contra de él tomándolo como chivo y se habló de que se fuera del grupo.

En este segundo período las defensas racionales han desaparecido, la competencia entre los miembros es acentuada y el funcionamiento grupal es semejante al de un grupo terapéutico.

El líder expresa su rechazo de la dependencia, su agresividad hacia el terapeuta y hacia la formación, etc. El grupo rechaza esto, pero habiéndole dejado primero expresar su agresividad repetidas veces, es decir, pone en él su rebelión y la condena prefiriendo una situación de dependencia y aprendizaje. La rebelión de un macho joven contra el padre fracasa al no ser apoyado por los otros, a la vez estos ponen en él todos sus deseos agresivos hacia el padre y pueden seguir en una situación de dependencia. La situación de dependencia y la posterior rebelión es muy marcada en los grupos de formación y más ampliamente en los centros de formación. Luego volveremos sobre este punto al tratar los F. de C. en Institutos Psicoanalíticos.

En esta sesión quiero llamar la atención sobre la importancia del esquema de la pizarra como elemento de cambio en la medida que supone un insight de la situación grupal.

En resumen podemos decir que los grupos de formación, si bien tienen una situación inicial diferente a los grupos terapéuticos, al superar las resistencias funcionan igual que estos grupos.

Estas resistencias están marcadas por la tendencia a la racionalización, la estructura narcisística de los candidatos y los procesos de negación y proyección tan intensos en estos grupos. Estas defensas se oponen al cambio, pues es vivido como pérdida de la identidad, es decir como desestructuración psicótica, en cuanto que suponen adentrarse en el mundo conflictivo negado y temido. La fuerte rivalidad si es interpretada puede actuar como motor del grupo llevándole a una mayor integración y madurez.

Los demás factores de cambio citados al principio actúan igual que en grupos terapéuticos variando el contexto pero no el fondo de la conflictiva.

Finalmente, ampliando la perspectiva de los grupos de formación vamos a estudiar los centros de formación en los que aparecen los mismos factores de cambio, esta vez a nivel institucional.

La demanda de los aspirantes, sus características, etc..., los vimos al hablar del futuro psicoterapeuta.

Al principio del ingreso en la institución la situación cara al didacta suele ser de dependencia, con todo el proceso de idealización de éste, atribuyéndole la omnipotencia que espera alcanzar. El grupo funciona según el supuesto básico de dependencia de Bion.

A otro nivel representaría la horda en la que los jóvenes dependen del macho-jefe esperando ser como él; la relación entre ellos es sumamente ambivalente: junto a identificaciones masivas aparecen sentimientos de rivalidad y envidia.

Más tarde aparecen los resortes que llevarán al grupo hacia el cambio. Uno de estos resortes es la aparición del líder; el líder, como vimos antes, expresa la ambivalencia del grupo hacia el jefe: por un lado compite con el jefe y por otro se destaca de los demás esperando alcanzar el favor de éste. Según el significado del líder como vivido pueden aparecer los primeros conflictos institucionales.

Aquí debo hacer la salvedad de que los institutos psicoanalíticos tienen unas características peculiares como grupo: suelen tener una jerarquía muy institucionalizada con unas diferencias muy claras de niveles de formación, todo ello englobado en una estructura más o menos rígida que parece resistirse a una serie de cambios profundos que quizá no se den, pues implicaría una transformación del sistema y el que ya está dentro de él con las ventajas que eso conlleva, es raro que se imponga la tarea de revisar dicho sistema.

En una primera generación la jerarquía sería el didacta como cabeza y los candidatos a terapeutas. Entre estos destacaría el líder que sería el

que más cerca está del didacta y su favorito. En la segunda generación estaría el didacta, luego el líder, luego los terapeutas de la primera generación y finalmente los candidatos de la segunda generación.

Esta es, más o menos, la estructura jerárquica de la institución. Generalmente los primeros conflictos aparecen entre el grupo y el líder; compitiendo con él, al ser la figura envidiada de favorito.

La figura del didacta no suele ser puesta en tela de juicio, por lo menos en las dos o tres primeras generaciones, pues de él se ha obtenido la formación y todavía se esperan cosas.

Este puesto es mantenido de diferentes maneras según la ideología de la institución: en la ortodoxia sería una figura muy lejana, omnipotente y superyoica de la que se espera los más altos favores; el grupo permanecería en el supuesto básico de dependencia durante largos años esperando algún día estar cerca de esa figura todopoderosa y ser como ella.

En otros grupos se utilizaría la ciencia como jerarquía con lo cual se conseguiría lo mismo que en las instituciones ortodoxas pero sin su rigidez característica.

Luego volveremos sobre el papel del didacta y cómo puede influir en los cambios.

En la conflictiva líder-grupo aparece generalmente otro líder que se opone al primero estableciéndose la competencia y la consiguiente disociación del grupo. Otra conflictiva frecuente es entre las diversas generaciones: ya sea entre líderes de ambas o entre ambos subgrupos. Todo lo cual lleva a la aparición de nuevas disociaciones en el grupo.

Tenemos pues el didacta como jefe y luchas entre subgrupos y generaciones con una figura envidiada, la del favorito. Es curioso observar que los factores de cambio antes vistos parecen como estancados, apareciendo frecuentes escisiones sin hacer verdadero insight de la situación grupal.

Aquí influye quizá el fuerte narcisismo de los integrantes con la necesidad de prestigio y una fuerte dependencia del grupo. Todo esto me sugiere la imagen de una familia en la que los hermanos compiten entre ellos por el favor del padre en una lucha interminable. El padre no quiere renunciar a su papel, pues necesita los aportes narcisísticos de los hijos dependientes y los hijos no pueden renunciar a su dependencia del padre y la consiguiente competencia con los hermanos.

Esto se ve claro en los institutos cuando el didacta mantiene el poder para mantenerlos escindidos y en competencia, o cuando el subgrupo «rebelde» se ampara en otro nuevo didacta «que les comprenda mejor» del cual pasan a depender. Parece como si lo que buscaba el candidato a terapeuta que era la omnipotencia, anclada ésta en su estructura narcisística, sólo se pudiera conseguir de una manera: siendo didacta.

Dicho de otra manera, el futuro terapeuta pone en el didacta la omnipotencia que desea obtener. Esta omnipotencia la adquiere parcialmente a través de sus pacientes; pero, al estar inmerso en un grupo en el que hay una figura en la que se pone esa omnipotencia se establece la lucha; primero para obtener su favor, después para ser como ella; y la única manera de ser como ella es siendo didacta, es decir omnipotente en la fantasía de los demás (sólo se es padre en la fantasía de los hijos).

Si bien hay otros factores de cambio en los grupos de formación y otros enfoques de la misma problemática he querido hacer hincapié en la envidia y el narcisismo de los miembros de estos grupos como agente causal, ya sea de los cambios que hemos ido viendo como de la dificultad a producirse cambios profundos.



RESUMEN

En el presente trabajo se tratan los diferentes factores de cambio en los grupos. La primera parte trata de los factores de cambio en grupos terapéuticos destacando:

1. El líder como F. de C.
2. La acción precipitante del grupo, con los siguientes mecanismos:
  - a) La regresión grupal.
  - b) El favorecimiento de las proyecciones dentro del grupo.
  - c) Las identificaciones múltiples con el grupo y con los integrantes del mismo.
  - d) La catarsis grupal.
  - e) Atenuación del super-yo.
3. La interpretación.
4. El terapeuta.

En la segunda parte se tratan los grupos de formación: su estructura, sus características, los candidatos, etc.

Finalmente se hace mención a los centros de formación analizando brevemente su dinámica y viendo las dificultades ante el cambio de la institución.

SUMMARY

The present article, deals with the different change factors within a group. The first part deals with change factors in therapy groups, emphasizing:

1. The leader as a change factor.
2. The precipitating action of the group, including the following mechanisms:
  - a) Group regression.
  - b) The favouring of projections within the group.
  - c) Multiple identifications both with the group and with the members of the group.
  - d) Group catharsis.
  - e) Attenuation of the super-ego.
3. The interpretation.
4. The therapist.

The second part deals with training groups: its structure, its characteristics, the candidates, etc.

Ending with a mention to training centers, with a brief analysis of its dynamics, and a demonstration of the difficulties of a change of the institution.



«el 90 por 100 de todo es

**basura»**

(ley de Stapledon)

**por Mariano RESQUIN (1)**

Creativo publicitario. Trabajó en Buenos Aires, Lima, Madrid y Barcelona. Cuenta con numerosos premios internacionales, entre ellos el León de Bronce del Festival de Venecia y el CLIO de New York.

(1) Copyright por el autor. Artículo inédito.

Una señora en su casa, lava. Cuelga la ropa que se seca. La plancha y la guarda en los cajones. El marido-padre-hijo-hija se la pone y no dice nada. El mundo suegra-vecina-amiga-madre la ve, y no dice nada.

Comprendan esa vida. Ese enorme vacío. La inutilidad de los movimientos mecánicos, sin ningún aliciente. No recibiendo más palmada que el regalo de reglamento en el día reglamentario de la Madre, esa Santa.

Cualquiera de ustedes que leen, sino tuvieran un alguien que les dijera «está bien» alguna vez, dejarían de hacer lo que hacen. Y si continuaran con ello... comprenderían (o peor, responderían a) la publicidad de detergentes y productos de limpieza.

La base es: la sociedad nos entrega en bandeja una mujer necesitada, carente y frustrada, que es accesible a nuestros mensajes porque no tiene un medio que los neutralice sino todo lo contrario: los potencia.

Película ideal: una mujer ha sufrido el regaño del marido por tener la camisa sucia. Queda descolocada en su función, no ha sabido hacer *Su Vida*. Compréndanlo: eso es terriblemente importante. Ella tiene un problema: se ha perdido a sí misma. Llega un señor que llama a su puerta: trae un detergente que puede solucionarle su problema-función-sentido de la vida. ¿Será cierto? Ella se lo plantea. Es importante que dude, porque la mujer sabe que no existen las soluciones mágicas. Pero pase usted, demuéstreme que puede, ayúdeme. La prueba es rápida y la camisa queda limpia-blanca-reluciente-victoriosa. Tanto es así, que el marido le da un beso y le dice que es maravillosa, mujercita, te doy un beso. Un premio.

La señora tiene miedo de los gritos de ese mundo hostil. Y quiere un beso. Quiere un detergente que le deje la camisa blanca-limpia-relucente como un cartel que diga «mírame y dame un beso, por favor, alguna vez».

La mujer probará. Una y otra vez. Nunca le darán un beso. Pero lo seguirá intentando.

¿Se ha preguntado alguna vez, por qué las películas de detergentes son feas? Porque el problema es feo, y la mujer no cree en una película que trate de esto y sea, a su vez, bonita. Ni siquiera agradable.

Sería muy fácil hacer publicidad para un preso: siéntase libre.

Es fácil hacer publicidad para un detergente: le damos un beso de plástico.

Eso es mala publicidad: la que se aprovecha de las frustraciones de la gente. La que se complementa con lo peor de la vida para vender un paquete de polvos de felicidad limpia y química.

Pero me gustaría que resultara evidente otra cosa: intentar juzgar a la publicidad sin juzgar a la sociedad es una ingenuidad. O una estupidez. O una culpa. Depende de quién sea el que juzgue.

Con respecto a este tipo de publicidad deformante, o estatizante de malas formas, es evidente que tendría que existir una legislación que la limitara. Pero no existe esa legislación. Se está intentando, pero con serios problemas: son los mismos publicitarios, en su autocrítica constante de la profesión, quienes intentan desarrollar este cauce legal. Y las limitaciones de una profesión no las pueden poner los mismos profesionales que la ejercen. Como los reglamentos de la policía deberían estar hechos por una institución civil. Tal vez esto de la «autocrítica de los publicitarios» le suene a coña a más de uno. Sin embargo, no conozco ninguna profesión que se plantee seriamente sus bases en forma tan profunda y tan continuada como ésta.

Pero volvamos a nuestro detergente y su mensaje. Toca una parte del ser humano que no se conoce. La mayoría de las personas, ante este mismo desglose de un anuncio de detergentes (y me han quedado muchas cosas en el tintero) dirían: eso son chorradas, hombre, complicáis las cosas. Y los detergentes venden.

Es más: los psicólogos y siquiátras conocen una parte de la gente, pero la publicidad conoce e intuye otras. La Psicología (así, con orgullitas mayúsculas) no aprovecha lo que se investiga para publicidad, porque se avergüenza incluso del origen de la investigación. Y esta afirmación no es gratuita: he intentado pasar información que me ha parecido importante a más de un psicólogo, y no me la han aceptado. De más está decir, que un publicitario sí escucha a los psicólogos... aunque luego no les haga caso, en la medida que lo que él sepa o intuya sea de mayor importancia, peso o, simplemente, más real.

Huelga decir que si la CIA seleccionara la información de esta manera sabría menos, aún, de lo que sabe.

Y que el subproducto utilizable de todo lo que maneja publicidad en investigación de mercado es voluminoso, y muy aprovechable. Y pienso que no habría nadie que se negara a esa utilización del resultado de las investigaciones, en el mundo de la publicidad, siempre y cuando se cumpliera con dos requisitos:

«El 90 por 100 de todo es basura»

1) Que fuera material utilizado por profesionales en función de un fin justificable (mejoramiento social, intentos de comprender al individuo, etc.).

2) Que de esa información no pudiera valerse la competencia. (Recuerden, la publicidad es un negocio dentro de un mundo de negocios).

Y regreso a la Ley de Stapledon: «el 90 por 100 de todo es basura».

Y el 90 por 100 de la publicidad es basura (no por dañina sino por estúpida y estupidizante). El 90 por 100 de los psicólogos son basura (recortando lo que pueda tener de «loco» o «malsano» un individuo para que pueda reincorporarse a una sociedad idiota e idiotizante). El 90 por 100 de nuestra sociedad es basura. Sólo que se supone que estamos intentando salir de eso, ustedes psicólogos, y nosotros publicitarios.

NOTA: Me preguntaron sobre publicidad y, aunque no lo parezca, contesté estrictamente sobre ella.

Pero quisiera agregar un dato final, no para que lo sepan sino para que lo recuerden: la verdadera publicidad está *entre* pase y pase de publicidad, no en los pases. Aunque tiene otros nombres: telediarios, telenovelas, concursos, programas musicales, editoriales, reportajes, artículos de fondo, radioteatro, etc. Y otro más: Propaganda. Es decir, el arte de vender ideologías.





RESUMEN

Se crea la publicidad no sólo para vender productos, sino para difundir ideologías.

La *publicidad deformante* es la perpetuadora de un sistema social que mantiene a unos individuos insatisfechos, y por ello accesibles a este tipo de mensajes.

Son los mismos publicitarios, quienes en una autocrítica constante, intentan desarrollar las bases de una legislación que limite los abusos de este tipo de publicidad.

Hay que tener en cuenta un aspecto de la publicidad que es positivo: el conocimiento que ésta tiene del ser humano. Conocimiento que la psicología rechaza por avergonzarse de su origen.

El autor propone la utilización de la información, que resulta de la investigación de mercados, a psicólogos y profesionales que intenten cambiar esta sociedad, en la que el noventa por ciento de ella, incluida la publicidad, es basura.

SUMMARY

Publicity is used not only to sell goods, but also to spread ideologies.

*Deforming publicity* perpetuates a social system that keeps individuals unsatisfied and, therefore, with access to this kind of messages.

Publicitists, themselves, by means of a constant self-criticism, are trying to develop the basis legislation capable of limiting the abuses of this kind of publicity.

A positive aspect of publicity should be pointed out: its knowledge of human beings. A knowledge rejected by psychology, which is abashed by its origin.

The author proposes the use of information obtained through marketing research by psychologists and professionals in their attempt to change our society, of which ninety percent (including publicity) is pure garbage.

ESPACIO PARA TOMAR NOTAS

