



Insensibilidad televisiva

Ciudadanía, 04/02/2021

Insensibilidad televisiva

Ese ritual de actualidad en el medio televisivo, dedicado a herir la sensibilidad del espectador con imágenes desagradables utilizadas con ocasión de la pandemia, pudiera entenderse como la continuación de la práctica habitual de rendir culto a escenarios sanguinarios, centrados en proyecciones de tiroteos, crímenes, degüellos y asuntos de calado mayor, con la pretensión de ganarse a cierto tipo de audiencia. No obstante, para aliviar semejante tensión y tanta rutina, de cuando en cuando, se sigue la práctica del descerebramiento colectivo con chismes de corralillo, historietas prefabricadas o programación sin contenido, donde lo único atractivo son los anuncios, es decir, ese espacio tan reiterado cuando el sufrido espectador cambia de canal para encontrarse con lo mismo. El material que se ofrece está basado en repeticiones y más repeticiones, copias o malas adaptaciones, porque las aportaciones originales autóctonas sería mucho mejor desecharlas y gastarse el dinero en fuegos de artificios para ilusionar a la infancia. Habría que añadir que, entre tanto producto vacuo y machacón, a veces es posible toparse con algo aprovechable, casi siempre de factura foránea. Ausente de ingenio propio, el medio televisivo siempre mira a ambos lados para ver lo que puede copiar a bajo coste. Imitando el material ajeno, a unos les ponen de pie para que luzcan el tipo, a otros se les recuesta mientras degustan aperitivos y algunos se montan el corrillo de afiliados al servicio del entretenimiento, para despliegue de sus supuestas dotes comunicativas. Nada de nada, por lo que sin duda el producto está diseñado con la pretensión de hacerse cercano al espectador y ganar seguidores, atendiendo a la directriz económica, aunque sobre ella siempre prime el interés personal de quien en último término maneja el negocio atendiendo a sus fines particulares.

La prevalencia del arsenal hiriente que entra por la retina, no solamente afecta a la sensibilidad, al espíritu y el sentido común, es el acto final de un sistema televisivo agotado entregado a la decadencia intelectual que busca cómo economizar en dinero, bien porque es rehén de una plantilla desbordada en número y aporta muy poca cosa o debe atender a compromisos personales en las altas esferas o está demasiado vinculado a los amiguetes del gremio, en este caso, pretendiendo hacerles influenciadores cuando solo son juguetes rotos. Pese al bodrio generalizado, la audiencia del televisor encendido y de cabezada de sillón le es fiel y hasta ahora viene salvando a duras penas su economía ante los entendidos en el asunto del marketing, empeñados en la vieja creencia de que el que no se anuncia en televisión no vende. Realmente a esta *televisión de pobres* no se la puede exigir mucho más, porque no hay que pagar, aunque pagando se llega al mismo punto. Es el tributo obligado hecho efectivo en términos de publicidad a cambio de muy poco de entretenimiento. Queda el recurso de la propaganda y ahí está *la doctrina* del que manda, dispuesta para infiltrarse en la mente colectiva, para que piense y actúe conforme al mandato oficial. Ahora toca concienciar al auditorio sobre los males que ocasiona el virus y lo mala que puede ser alguna gente. Como el adoctrinamiento parece ser que llegue mejor al entendimiento con el ejemplo, seguramente por eso se sirve este proceso de *insensibilidad sensibilizante* visual que flota en el ambiente.

En otros tiempos, los medios televisivos, como más significativos en el plano mediático para el público en general, rotulaban como avance de algunas noticias más o menos duras para la vista aquello de que podían *herir la sensibilidad del espectador*. Hoy, hasta las imágenes que pudieran interpretarse como agresivas para la sensibilidad de un espectador medio se sirven en el mismo plato que cualquier otra, es decir, sin avisos previos y sin miramientos. Nos encontramos con que los tiempos han cambiado radicalmente o, pudiera ser, que haya una falta de consideración para con el televidente. Probablemente se trate de lo primero, y la gente, habituada a captar imágenes de variada condición en los numerosos medios que pululan por el mercado, resulta que no es que carezca de sensibilidad, sino que ya no se siente impresionada por nada. De ahí que huelguen los mensajes preventivos y se economice en trabajo de rotulación.

Aprovechando la coyuntura, tales medios se han acogido por conveniencia al falso principio de la insensibilidad social, considerando que tal vez las imágenes ya no resulten hirientes a los mirones, y de esta manera se ensañan sin la menor consideración con el sufrido espectador con imágenes desagradables y repetitivas, por si con esta modalidad le sensibilizan conforme a los intereses dominantes. También influye que machacar y machacar utilizando sin piedad las mismas escenas una y otra vez, económicamente sea rentable para el medio. Y así resulta que si predominaban hasta hace poco las escenas de *meter palillos* por la nariz o la boca a todo el que se prestaba a la operación, ahora el eje central del asunto se ha desviado al tema de *las inyecciones*. Como se ha puesto de moda, un porcentaje muy elevado de las imágenes informativas giran sobre lo de los palillos y los pinchazos, bien alternando ambas prácticas o imponiendo un número monográfico de esa especie ejercicio de *banderillear* a las personas, que a alguien le puede recordar lo del toreo. Pasan los días y se ha ido a más, aprovechando la rabiosa actualidad de la pandemia. El espectador televisivo tiene que sufrir resignadamente y a cada paso de esos espacios que se suelen llamar de información lo de las funestas imágenes de instrumentos hiriendo partes delicadas de sus congéneres, agujas clavadas en las carnes, enfermos en estado terminal, muertos en camillas, ataúdes en plan recordatorio del futuro inmediato o enterramientos en vivo y en directo, probablemente para que las imágenes les sirvan de llamada a la prudencia, pero sin el menor aviso previo, aunque pudieran herir o no herir su sensibilidad.

Al final, sería provechoso que, tras la batalla cotidiana, cuanto menos de los mal llamados informativos, hubiera una pausa en la contienda para ofrecer más imágenes relajantes, a fin de que el espectador sensible pueda recuperarse, respirar profundamente y sentirse aliviado de tanta tensión mediática destinada a concienciar al público sobre la pandemia.

Antonio Lorca Siero