

Ya estamos hartos

UNA televisión que es capaz de emitir un vídeo de animales defecando en una hora de máxima audiencia o de preguntarle a una joven ante las cámaras si realmente ha sido violada por su padre no merece ni un segundo de nuestra atención. Pero, dadas las cotas de fealdad estética y moral alcanzadas últimamente en algunos programas, aunque sólo sea por solidaridad social, no podemos dejar de unirnos desde la revista a las voces que reclaman hastiadas una televisión, tanto pública como privada, menos zafia, menos hortera, menos infame, y menos estúpida.

Casi desde su nacimiento la televisión ha sido acusada de incumplir en gran medida sus funciones sociales y educativas, y, a pesar de estos cuarenta años de protesta, la situación sigue más o menos igual. No hay mucho espacio para la esperanza en un medio que cada vez tiende con mayor descaro a confundir la comunicación con el «marketing» más feroz, y, en consecuencia, a considerar al público como un negocio en potencia antes que cualquier otra cosa.

Como nos es recordado un día sí y el otro también, todos estos males parece que se derivan de la competencia comercial. La dispersión de audiencias ha retraído a la inversión publicitaria, y cada emisora se afana por enganchar en su anzuelo a cuantos espectadores puede con el objeto de ofrecer a los anunciantes la deseada efectividad.

Nada tenemos que objetar a la liberalización del mercado televisivo. Lo que no es de recibo es que la multiplicidad de canales conlleve de forma inevitable el descenso del talento y del buen gusto. Como si toda la creatividad necesaria para llenar tantas horas de programación no pudiera hallarse sino en las cloacas de la sociedad, en la explotación artera de la intimidad y de la tragedia ajenas, o en el intercambio permanente de insultos y descalificaciones.

NOS resistimos a admitir, como quieren hacernos creer, que la mayoría de los espectadores demanda la contemplación del morbo y de la miseria como principal ocupación de su tiempo de ocio. Y, por otra parte, sería injusto pensar que las zonas más oscuras e impresentables de nuestro tejido comunitario sean las fuentes de inspiración más apreciadas por los profesionales de la pequeña pantalla. De lo contrario, el gran invento científico que fue la televisión no pasaría de ser un inmenso error cultural.

El asunto es muy otro. Se trata de ganar dinero pronto y sin estrujarse el majín. Que es tanto como decir chapuceramente y sin especiales planteamientos éticos. Una voraz y facilona manera de concebir el servicio comunicativo en la que campa a sus anchas la ley del «aquí vale todo» con tal de medrar.

Por muy irritante que nos resulte, tendremos que soportar la realidad de que cada uno se revuelque en el lodo que le apetezca. Pero urge pararse a pensar en qué deben invertirse los recursos públicos y privados de esta empobrecida nación. Desde luego, en enfermarla no.