

## Puñetera publicidad

El Tuerto

Imagino que te pasará lo que a mí: hay días en que cuando termino la consulta me encuentro tan relajado y de buen humor, que poco menos que cierro la puerta canturreando feliz. Vamos, que cualquiera que me vea de tal guisa pensará que salgo de una reunión deseada entre amiguetes, en la que haya resucitado a la mitad del personal. Otros días, por el contrario, salgo como si me hubieran estado poniendo banderillas negras allí dentro durante toda la mañana, y sólo me falta salir pegando derrotes cual Miura escocido. Y si en éstas me encuentro con alguien que educada y cortésmente me da las buenas tardes, ni te digo las ganas locas e irreprimibles que me entran de soltarle un “¡Serán para usted!” en un tono bronco y zafio, capaz de desmotivar el saludarme a cualquiera para los restos.

Que conste que eso no lo achaco a posibles rasgos ciclofímicos que pudieran provocarme tales fluctuaciones en el humor y que, al menos que yo sepa, no tengo... Claro, que vete tú a saber. Ni lo suelo relacionar con las fricciones surgidas por actitudes que considere inadecuadas de los pacientes en mi consulta; que aunque con algún becerro me encuentro, ya me considero lo suficientemente ducho en el arte de Cúchares como para saber cómo y cuándo bajar la mano izquierda en el pase, si es necesario.

No, ninguna de esas razones influye en mi estado de ánimo. Sí he notado, por el contrario, que me suele pasar (y he aquí el quid de la cuestión) cuando intuyo a mis pacientes como víctimas angélicas de las cornadas, disparates y embustes que les pega esta puñetera sociedad de consumo, tan cretina y mentecata, en la que todos pedaleamos como podemos, si es que nos dejan, con mejor o peor fortuna. Por ejemplo, esta mañana.

Resulta que Ana vino a consulta. Pesar, lo que se dice pesar, quien de verdad lo sabe es el suelo de

madera del desván de su casa, que cruje amenazante y harto con dejarla caer al piso de abajo cada vez que sube a tender allí la ropa. A pesar de su mediana edad, ya está con la hipertensión a mal traer, con glucemias al límite de lo tolerable para ser controladas con dieta y sus rodillas empiezan a decirle que vale, que a partir de ahora se va a enterar de lo que vale un peine. Mi obligación era echarle media bronca terapéutica, en plan estimulador, para intentar volverla al redil de los cumplidores, porque, además de todo lo anterior, su analítica recién llegada me decía a voces que en las Navidades se había pasado tres pueblos. Y en esas estaba, repasando con ella el cumplimiento de la dieta aconsejada, fármacos que toma y demás, cuando noté en su cara un rictus de sincera contrariedad. Al preguntarle por ello, me soltó eso de:

—Pues es que ya no sé que hacer, porque he hecho lo del plan “Activa en 14 días”, así que ya me dirá, porque en la televisión dicen que...

Al oír la frasecilla me quedé en un abochornado silencio, pensando por dónde darle un par de pases de aliño con los que amortiguar mi derrota. En ese momento, maldita sea, fui plenamente consciente, una vez más, de mis limitaciones en la pelea que tengo contra las campañas absurdas de publicidad engañosa con las que continuamente bombardea la tele a los más indefensos, a los más permeables a aceptar sin crítica alguna sus disparates. Otra mujer *juguete* para la lista.

Recordé cuando Roque, otro de mis pacientes, desahuciado por neurocirugía por lo inabordable de su tumor maligno intracraneal, a menos de tres meses vista de su definitivo adiós a todos, se negó a comer. Su hija, profesora de instituto y concedora de su infausto pronóstico, parecía con su actitud echarme en cara mi fracaso frente a la pertinaz anorexia de su

padre. Un día de los muchos que fui a verle estaba sólo, y sentado a la camilla con él, en plan menos médico y más amigo, me preocupaba ver su desmoronamiento emocional. Aprovechando que estábamos sin la vigilancia de su *hija-mastín*, en plan confidencial se me quejó de lo harto que estaba de todo y de todos. Y hasta de lo que comía. Descubrí así, no sin amargura, que la causa real de su inapetencia era el cambio dietético que por su cuenta y riesgo su hija, sin duda con la mejor voluntad, le había impuesto "para aumentar sus defensas". Vamos, que la causa de su hartazgo residía más que en cualquier otra cosa, en que le hacía tomarse cada día, al menos, seis botecitos de ese afa-mado liquidillo que anuncian por televisión con tal eslogan, por la ciega fe de su hija en el anuncio. Y Roque es que ya estaba de hija y botecitos hasta los mismísimos.

No te quiero ni contar el súbito exoftalmos que le entró a la hija cuando al volver a casa nos pilló a su padre y a mí, mano a mano, armados de navajas dale que te pego sobre el pan al chorizo que yo mismo descolgué del humero de su chimenea. Mientras el pobre Roque se relamía, yo las gozaba. Pues nada, oye, que su hija, a pesar de ver la cara feliz de su padre, poco menos que encabronada empezó a reprocharme lo inadecuado de mi conducta, por las bravas, recordándome los 246 mg/dl de colesterol de su analítica... ¡La madre que la parió! La corté en seco con un:

—Oye, Pilar, que tonterías las justas. Dicen que yo soy el médico, así que, probablemente, sé lo que hago. Tú encárgate de tus clases y deja la dieta de tu padre en paz. Y no me lo martirices más, que las órdenes facultativas las doy yo, y desde hoy ni un puñetero frasquito de éstos, y que coma lo de siempre, ¿Te parece, Roque?

La cara de Roque era un poema, dudo si por haber

visto como metía a su hija en vereda de una puñetera vez, o por verse liberado al fin de la ingestión de los botecitos del anuncio. Fuera como fuere, duró un par de meses más, pero hasta entonces comió de lo que quiso sin restricciones absurdas. Es más, que unos días antes de, le apeteció fumarse un cigarro, que hacía más de siete años que había conseguido que lo dejara, y me preguntó, temeroso de que le montara

la bulla, si no me parecía mal que lo hiciera en mi presencia, pobrito mío, porque creía que con eso se le iba a quitar la carraspera que tenía en su garganta ya reseca...

—Eso no te ayudará, pero me lo fumo contigo si te bebes un par de vasos de agua antes, que ya sé que no te apetecen, pero debes hacerlo.

A él le decepcionó la traicionera falta de respuesta de su garganta al cigarro, y a mí la estúpida cara de incomprensión hacia los dos de su hija.

Mes y medio después de su muerte su hija vino a verme. Y a regalarme un chorizo, grueso y largo como un antebrazo, de los del humero de Roque, que (¡mal rayo me parta!) ¿para qué lo haría? Cortésmente rechacé y le hice saber que mi colesterol sobrepasaba con creces el de su padre.

Ayer tarde, que la guardia fue tranquila, decidí aprovechar la ocasión y boli en mano frente al televisor, en el lapsus de publicidad que media entre el final de las noticias y la información del tiempo, intenté juzgar con la mayor objetividad posible los anuncios de sustancias alimenticias y sus explícitos mensajes en relación con la salud. Comprobé una vez más lo fútil y falso de la promesa de los políticos del gobierno, por la que se comprometieron a mirar con lupa y a ser intolerantes, a partir del uno de julio del dos mil siete, con los anuncios publicitarios que intentaran transmitir mensajes de supuestas ventajas para la salud de alimentos concretos. Una vez más nos tomaron el pelo



a todos. Y no sólo eso, sino que lo peor es que ahora sociedades científicas de renombre aparecen como apoyo de esas campañas publicitarias. ¿A cambio de qué? A veces, de un modo explícito; pero otras colaborando en la treta con nocturnidad y alevosía, lo cual es peor aún.

Ejemplo real. Terminan las noticias y aparece un mensaje acerca de la peligrosidad que para la salud supone la hipercolesterolemia, afirmación que avalan al alimón con sus siglas y anagramas en el anuncio la Sociedad Española de Cardiología y la Fundación Española del Corazón. Cierto. Nada que objetar. Pero es que inmediatamente después, tras un anuncio inusualmente breve de un automóvil, que pasa en un pis-pas, aparece el de una conocida marca de productos lácteos que empieza por D y acaba por E (y es fácil de imaginar), cuyo explícito contenido propagandístico no son sus características organolépticas, ya ves tú, sino, ¡ichin-ta-ta-chan!!, que reduce el colesterol. Eso no es una casualidad, evidentemente (que tontos somos, pero hasta la tontería tiene un límite), sino un auténtico contubernio, o sea, un complot, una componenda, un pacto... Y un toreo al alimón de las sociedades citadas y de la industria concreta al pobrito que vea la tele.

Ejemplo real. Anuncio de la posible llegada de la gripe, en plan de metiendo miedo y advirtiendo de supuesta epidemia de gripe en mi propia autonomía, falsa de toda falsedad, por mi padre, y de cómo tratarse uno mismo el resfriado, que aconseja no acudir por ello a las urgencias hospitalarias... Muy bien, colegas, pues vale. Pero es que acto seguido sale el botecito de marras que alega un supuesto poder para aumentar las defensas, avalado, parece ser, por una universidad. Éste, uno de los más aborrecibles en el *hit-parade* de lo aborrecible, incluso se recrea con esquemas pseudocientíficos de un tracto intestinal plagado de traidores agujeritos que se encargará de taponar en tu beneficio, por supuesto, el liquidillo odiado por Roque, y cuya hija estará ahora, imagino, haciendo vudú con el muñequito de mi cuerpecillo en venganza por habérselo suprimido a su pobre padre. Si es que soy un irresponsable, hombre... Va a tener razón.

Y no te cuento más (que tengo como para aburrir)

de la sarta de memeces que se dicen en otros anuncios de margarinas, aguas varias, cereales, batidos, chocolates, galletas, bifidus, eliminación de toxinas, antioxidantes, adelgazamientos... que son vistos y asumidos sin crítica alguna por inocentes pares de ojos dispuestos en legión a seguir los consejos de los anunciantes que hacen su negocio con los miedos del personal más incauto. A todos ellos, mi más acerada crítica; y a los que toleran esa publicidad, mi desprecio.

Hace unos días, al tomar un café con tostada, tuve que empezar una tarrina de una conocida marca de margarina que empleo como excusa para luego añadir y gozar de la mermelada de naranja amarga que me trae a mal traer. Al levantar la tapa, en la especie de papel de plata que la precintaba, aparecía la cara de un *niño-años-cincuenta*, parecida a la de la Enciclopedia Álvarez de mi niñez, bajo la cual pude leer el mensaje de "Favorece el desarrollo cerebral del niño". Puestos a tragar con tonterías, pues, hombre, es de lo menos malo que he visto últimamente, porque es cierto, e igual podría decirse del mismísimo pan, el agua, las legumbres, los pescados, la carne, los huevos, los lácteos... Y de cualquier otro alimento, claro.

Miedo tengo a que se vuelvan a tolerar anuncios como aquéllos del vino quinado de grado alcohólico generoso, que amparado bajo el nombre de santa era "medicina y golosina", y si de santo daba unas "ganas de comerrrrrr" que no veas... O de aquel otro, que con el nombre bíblico del melenas al que se las cortaron y perdió la fuerza, se le daba a los niños para que las recuperaran... Y oye, que con los 14° de alcohol, más fuerte no se pondría el muchacho, pero al menos la criaturita se quedaba tras el copazo más quieta en la cama que un gato de escayola.

Esos vinos, aupados por la publicidad, lograron que muchos padres, llevados por su deseo de ayudar al niño, los utilizaran, ¡ay insensatos!, en los periodos de convalecencia a modo de falso "bálsamo de fierabrás", en la seguridad de su polivalencia sanadora. Y se vendieron como rosquillas para su uso infantil.

Pues a este paso, más de lo mismo. Y con peores artes.

Correspondencia: [eltuerto@semg.es](mailto:eltuerto@semg.es)