OPINIÓN

La tragedia y el entretenimiento

Por Anaís Pereda · 26 de junio de 2023 · 3 min de lectura



Como si se tratara de la serie más famosa de la temporada o de la película más esperada del año, el accidente del submarino *Titán* inundó la semana pasada nuestros medios de comunicación y se posicionó rápidamente como *trending topic* de las conversaciones casuales de nuestro día a día. Noticiarios, programas de entretenimiento matutino, podcasts, *TikToks*, hilos de Twitter. No había manera de escapar. Su presencia — abrumadoramente omnipresente — nos atiborró hasta el cansancio con cada ínfimo detalle que se le pudo exprimir al jugoso infortunio. ¿Por qué? Porque lo consumimos.

La atracción humana por la desgracia no es, sin duda, algo nuevo. En las representaciones de las tragedias griegas —a las que acudían masivamente los ciudadanos de la *polis*— se hacía uso de narrativas en torno al sufrimiento, la muerte y peripecias dolorosas de la vida humana con el objetivo de conmover o espantar y motivar a la reflexión de los ciudadanos. Sin embargo, aunque podemos calificar el acontecimiento del *Titán* como "trágico", lo ocurrido a los cinco pasajeros del submarino no debería pensarse en términos de un relato literario-teatral.

La saturación mediática de la desventura, lejos de provocar empatía hacia los pasajeros, parece haberlos convertido en personajes de una tragicomedia moderna dispuesta en una función abierta a todo público. Así, si bien los detalles de la vida de cada uno de los tripulantes, expuestos en todos los portales de noticias y al alcance de un *click*, permiten una inmersión más profunda en la narrativa de la historia, a la vez, irónicamente, los cosifica y, en el consumo irreflexivo de esta información, nos deshumaniza.

La explotación del tema por parte de los medios de comunicación, más preocupados por la cantidad de *likes*, *clicks* y *shares* de sus publicaciones en redes sociales que por la situación vivida, produce una espectacularización del acontecimiento y busca deliberadamente excitar las emociones del espectador, pero —a diferencia de la tragedia griega— no con el objetivo de promover una reflexión sino, únicamente, de generar mayor consumo.

La espectacularización de fatalidades, accidentes, catástrofes y desastres, se ha convertido en uno de los principales métodos de mercadotecnia mediática en la actualidad, provocando que el espectador, intoxicado con este tipo de información, normalice este consumo, pierda empatía por las personas involucradas en los hechos y no realice ningún tipo de análisis o reflexión en torno a la situación.

El fatal desenlace de los cinco millonarios tripulantes del submarino debería permitirnos cuestionar y debatir una serie de problemas tanto políticos como sociales y económicos; pero también debe hacernos reflexionar sobre la manera en que se produce, difunde y consume este tipo de información y los efectos que esto puede generar tanto en los individuos como en la sociedad.

Publicado en Punto de Referencia. Dirección original: https://puntodereferencia.mx/opinion/la-tragedia-y-el-entretenimiento
Descargado el 21 de noviembre de 2026.