

## Auditorios: Los olvidados

RAUL TREJO DELARBRE

El éxito de *¿Cómo ves?*, la película de Paul LeDuc, no se ha debido únicamente a la bien ganada fama de realizador cuidadoso y honesto que tiene ese cineasta. Tampoco, sólo a la pulcra fotografía ni a los escasos pero puntillosos diálogos (el argumento es de José Joaquín Blanco) ni mucho menos, a la desafortunada polémica que propiciaron unas equívocas —y posteriormente aclaradas— afirmaciones del Crea, organismo coproductor de la película. Las largas colas que forman muchachos y muchachas para ver esta cinta destacan una búsqueda (de los realizadores y de los espectadores) y un encuentro poco frecuente: es una película con jóvenes y para jóvenes. Sin retórica ni maquillajes allí están, con sus balbuceos de chavos encementados o con la contundente lógica que los lleva a una terrible violencia, los jóvenes de nuestro submundo urbano. Están chavos de varias bandas, que constituyen uno de los atractivos de la película, pero fundamentalmente jóvenes comunes y corrientes, que trabajan porque no hay de otra y se destraman por lo mismo. Los jóvenes se reconocen en el desenfado de la película y por supuesto, en roles donde ellos son los protagonistas y destinatarios (canciones del Tri, de Rockdrigo y de Jaime López) que hablan de tedio cotidiano, de la falta de opciones, de las ganas de subvertir aunque sea la vida personal y aunque no haya más fugas posibles que el pillaje y el relajo. Los chavos son el eje de la película sin que se les ridiculice, sin exaltarlos ni apabullarlos con admoniciones o moralinas.

Esos atributos, que han llenado las salas (cada vez menos por desgracia) en donde se exhibe *¿Cómo ves?*, están ausentes de la mayor parte de los medios de comunicación. Los jóvenes son, para la TV, simples consumidores a quienes los productores entienden como un auditorio acrílico y hueco. Se les elude como protagonistas, porque se teme a las verdades que, desparpajados como son, puedan señalar. Se les olvida cuando se construyen las barras de programación de los principales canales. Se llega a suponer que basta con que se entretengan con espectáculos deportivos o con que se asimilen a las audiencias de telenovelas o series policíacas. Pero como auditorio específico, con necesidades y gustos peculiares los jóvenes no existen para la televisión mexicana.

Hace un par de años, el consorcio privado pretendía que su canal 8 (luego 9) fuera una estación para los jóvenes y la cultura. No logró ninguna de las dos cosas por la frecuente autocensura y por las dificultades para producir programas con originalidad, que hay en esa empresa. Televisa tiene una escuela de artistas y reporteros, a donde varias docenas de jóve-

nes acuden cada año simplemente para que se les enseñe a comportarse como viejos. Hay frescura, por supuesto, en varias jóvenes lectoras de noticias o en algunos nuevos grupos musicales, pero siempre dentro de los marcos ya establecidos, sin posibilidad de búsquedas propias. Una telenovela protagonizada casi exclusivamente por chavos, y presuntamente dirigida a ese auditorio, tiene un título involuntariamente autocrítico o sarcástico: *Marionetas*. Por juventud en el consorcio privado se ha entendido, hasta ahora, el afán de catarsis eufórica ante los nuevos ídolos como, complacientemente, se comportan los chavos en *XETU*, o la reconstrucción de una vida estudiantil inauténtica, donde los jóvenes no pasan de la necedad y la banalidad, como en *Cachún, cachún ra ra*. En la televisión del Estado, han desaparecido casi todos los programas que, teniéndolos como centro de atención, estaban dirigidos a los jóvenes. Varios de ellos, que funcionaban como foros de discusión, posiblemente hirieron susceptibilidades y por eso fueron cancelados. Otros, como *De cara al futuro* de Ethel Krauze, están perdiendo su carácter de programa de jóvenes para convertirse en programa de discusión en general, sin el mérito que le daba esa singularidad.

Pero el hecho de que no tome en cuenta los intereses de los jóvenes, no significa que a la TV los jóvenes no le interesen. Son uno de los auditorios más amplios en términos de consumo y habrán de ser los televidentes adultos que exijan, o sigan siendo complacientes, dentro de pocos años. También hay interés en ellos como destinatarios de mensajes muy variados. La cancioncita de Tatiana y Johnny que invita a los chavos y chavas para que no se aceleren en la realización de su sexualidad (y que en febrero pasado, en este espacio, comentábamos como ejemplo de la moralidad, conservadora y desmovilizadora, que promueve Televisa) ha ganado reconocimientos fuera del país. Según el noticiario vespertino de la CBS, del 22 de julio pasado, esa canción ha sido incorporada a los proyectos para control de la natalidad del gobierno estadounidense ("coincide con los programas de la administración Reagan", se informó) y ya se desarrollan nuevas melodías con mensajes similares, sobre todo en español, para detener el crecimiento de la población de origen latino en Estados Unidos.

Mientras tanto, para la mayoría de los medios electrónicos y escritos, los jóvenes (que constituyen prácticamente la mitad de la población mexicana) siguen siendo considerados sólo como receptores de programas que no se ocupan de sus intereses. Son los olvidados de nuestra televisión. ¿Cómo ven? ◇