



Es una foto en portada; en ella, un niño, con esa cara que da el bienestar social que España parece haber conseguido, asoma sus pícaros ojos y su sonrisa de celuloide a un público al que, no cabe duda, va a conquistar con su aspecto. En el interior de la revista, un reportaje a todo color completa la colección de niños de idéntica pose. Porque poses son, en definitiva, las que hacen que un niño normal resulte más avispado, más simpático, más listo, más ocurrente que todos los que le siguen en las teleseries tan de moda en nuestras cadenas de televisión. Poses y guión. Y horas de ensayo para que lo ensayado parezca natural. Y explotación. Sólo que esta explotación no clama al cielo como la de los niños que en países tan subdesarrollados como lo era España hace cuarenta años, trabajan el campo o la mina, o cambian su hambre por los empleos más denigrantes -que tratándose de niños lo son todos- sin saber que en ese mismo mundo que ellos habitan hay niños de cuento o de película a los que, probablemente, nunca podrán imitar.

La misma sociedad que, con toda razón, condena la explotación de esos pequeños cuerpos encorvados hacia el surco, mira complacida desde las butacas de su confort esas angelicales sonrisas, o esas voces prodigiosas que ya sueñan con ocupar un puesto en el escaparate de los elegidos.

Es posible que, más que una explotación, esto sea un privilegio para el niño que puede llegar a conseguir superar la difícil prueba (cásting creo que dicen ahora) a la que será sometido para conseguir su papel, y que la utilización de su imagen sea una necesidad de la sociedad que nos mueve. Lo que es evidente es que desde aquella inolvidable película que uno recuerda como de las primeras que vio en su vida y en la que un niño prodigio (que luego no llegó a destacar demasiado, porque los niños prodigio, cuando dejan de ser niños, ya no son prodigio) daba vida a «Marcelino Pan y Vino», a un niño pobre y angelical, pasando por todas las niñas y niños prodigio que han sido (Joselito, Marisol, Rocío Dúrcal, etc.) hasta los que en nuestros días copan anuncios y series interminables, los niños han sido un producto que vende bien y del que se han sacado pingües beneficios. No estoy tan seguro de que los propios niños hayan salido beneficiados a lo largo de su vida, y ejemplos hay de que no ha sido así; porque el dinero fácil, la vanidad, o el reconocimiento conseguido a una edad en la que no es fácil asumir tales logros, han perjudicado el desarrollo de una personalidad coherente y equilibrada.

Es frecuente ver a adolescentes de las series actuales (encuadrados en familias modernas y

por Jerónimo Calero Calero



Una de niños

generalmente divorciadas), con unas elevadas cotas de protagonismo que parece dirigido a que las familias que ven tales series reciban una educación tan amanerada y fuera de lugar como la que los guionistas pretenden vendernos como estereotipo de familia al uso. Yo creo que se exceden quienes consideran normal que unos jóvenes manipulados por exigen-

cias de un guión generalmente circunstancial, sirvan de ejemplo a los jóvenes de su generación desde unos planteamientos sociales que, pareciendo frescos y espontáneos, no hacen sino encajar como piezas de un rompecabezas en el fin que pretenden los productores, que no es otro que hacer atractivo el producto para conseguir cotas de audiencia millonarias. Que se alcancen esas metas no siempre demuestra que ése es el camino para conseguir una sociedad moderna y libre de prejuicios. Más bien pienso que es una solapada manera de la que se vale la voraz sociedad de consumo para introducir marcas, modos y actitudes encaminadas a conseguir los únicos propósitos que a esta sociedad interesan.

Es cierto que no desdichan mucho los comportamientos de los jóvenes pelicularos con los de nuestros propios hijos y que tal vez los padres estamos fuera de esa órbita en la que ellos se mueven. Pero es indudable que estas series ayudan a afianzar unas posturas -no siempre aleccionadoras- contra las que nadie levanta la voz. De manera que nos encontramos con una explotación en cadena al más genuino modo americano (no en vano de allí parten las más avanzadas técnicas de conquista de mercados, que son en definitiva una manera de ganar las guerras aunque éstas sean solamente económicas) que consiste en utilizar el subterfugio para enmarañar el único móvil que mueve al mundo actual: La avaricia.

Supongo que éste será un artículo decadente a estas alturas de milenio; que como casi siempre pasará inadvertido para quienes tienen en sus manos el poder de la manipulación -que no es mal poder-; que la utilización de niños para estos menesteres está regulada por una ley de protección al menor que tratará de evitar los abusos y excesos.

Son las lagunas, lo no escrito, lo consumado subconscientemente, lo que preocupa a este humilde colaborador de una humilde revista de pueblo. El peligro está en el lazo, en la trampa sutil y golosa que hace caer al mastodonte.

A lo mejor, mentalizarse, es cuestión de tiempo.

