

Chavo, el insulso

Fabio Humberto Giraldo Jiménez

El Chavo del 8 no coincidió con mi niñez ni con mi juventud, aunque desde los años setenta se metió junto con *El Chapulín Colorado* a todo rincón de Latinoamérica y parte de Estados Unidos donde hubiera un televisor.

Pero sin buscarlo con algún ánimo especial, tal vez “sin querer queriendo”, sí lo vi muchas veces porque era uno de esos programas que te imponía la ineludible “parrilla” de las monopólicas y monotemáticas emisoras de la televisión colombiana. Era un programa que uno se encontraba “siempre ahí” en las mañanas de los días de ocio e infaltablemente en el horario infantil de los sábados y los domingos. Simplemente se te aparecía cuando prendías la tele porque no había más qué hacer, porque no querías hacer nada o porque querías que el tiempo se diluyera en el ruido de un televisor prendido y sin espectadores o porque te unías a la patota familiar que estaba viendo televisión sin ver televisión o viéndola de reojo o entreviéndola para evitar el callejeo.

Nunca sentí que perdiera algo con dejarlo de ver o interrumpirlo. No fue de esos programas que me hicieron sufrir cuando se dañaba la señal, ni me afanaron con angustia a mover la antena en el tejado para arreglarla. No mereció crispetas. De pronto, sí acompañó alguna pereza matutina porque no exigía atención especial: desde la catacumba de las cobijas uno sabía lo que estaba pasando y lo que iba a pasar en el mismo escenario, con los mismos personajes, las mismas situaciones, las mismas frases, las mismas risas pregrabadas, la misma música y las mismas propagandas.

Sé que muchos han encontrado en la ingenua picaresca de los personajes y, particularmen-



Fotofija, Chavo del 8, Chespirito, Televisa

te en la del Chavo, no solo alguna gracia sino también algún sentimiento de conmiseración y uno que otro recuerdo de su propio sentimiento de desamparo. Yo mismo lo asocié siempre con la pobreza más conmovedora en los huérfanos. Pero ni en su propósito ni en su contenido ese programa tenía nada parecido a una crítica social: la pobreza del Chavo es anecdótica y se diluye en el desamparo, que es sentimiento universal de la niñez. Todos los niños sufrimos desamparo y cuando no existe, lo inventamos.

El Chavo del 8 era un programa premeditadamente destinado para entrar a todos los hogares sin distinción de nacionalidad, credo, raza o posición económica y social y encender en ellos sentimientos universalmente arraigados. Esa es la inteligencia del programa, su genialidad. Podía enternecer, entristecer y hacer reír al mismo tiempo, sin más violencia que la de un coscorrón, sin más llanto que el hipo triste pero gracioso del Chavo regañado, sin más sensualidad que la de la maliciosa pubertad de Chilindrina. No contenía ni un pecado venial,



Fotofija, Chavo del 8, Chespirito, Televisa

ni un atisbo de maldad. Ni siquiera era moralizante. Por fortuna. Era, y sigue siendo, un sainete, una repetitiva descripción graciosa. Literalmente: una “pieza teatral breve de tema jocoso y normalmente de carácter popular”. Un programa de televisión amable, pegajoso e inocuo.

Pero es justo reconocerlo: para eso fue hecho. Y fue eficiente en su propósito. Y lucrativo.

El Estado de bienestar, la máxima reivindicación lograda por los trabajadores a principios del siglo xx, permitió dividir el día en ocho horas para el trabajo, ocho horas para el descanso material y la recuperación de fuerzas, y ocho horas para el ocio productivo: educación, cultura, recreación y deporte. Pero es una ironía que la más lucrativa empresa capitalista y la

punta de lanza del consumismo papamoscas, la industria del entretenimiento, haya recuperado para su plusvalía la jornada de ocio que habían logrado arrancarle los obreros manufactureros a la avaricia capitalista. Es una especie de venganza que, al final de cuentas, el entretenimiento insulso terminara suplantando el ocio, que el capitalismo hubiera recuperado con creces lo perdido y que el amable e ingenuo Chavo del 8 fuera eso, y no más: la pieza de un negocio lucrativo imaginado por un genial emprendedor como Roberto Gómez Bolaños y su compañía Chespirito, bien aprovechada y bien agenciada por Televisa y por uno de nuestros eternos canales monopólicos.

Fabio Humberto Giraldo Jiménez. Profesor jubilado de la Universidad de Antioquia.