

# La Calle

**Videomanía, la moda  
Dos, tres, muchas caseteras**

**por Miguel Angel Granados Chapa**

**N**O esta dicha la última palabra, y mientras tanto no es posible admitir la profecía de que el video matará al cine. Los pronósticos fáciles se estrellan contra la terca realidad. Se anunció que la televisión haría pasar al museo a las salas de exhibición cinematográfica y helas allí, con quebrantos y todo, pero siguen siendo parte de nuestra vida de todos los días. Tal vez con los videos ocurra lo mismo, pero por lo pronto hemos entrado en la videomanía. (Pasa a la página 3).

Proliferan los establecimientos donde se alquilan y venden películas para ser vistas en casa, o casetes vírgenes para tomar del televisor programas o películas, y para captar escenas con la videograbadora, con mucha más frecuencia e intensidad que esto último ocurría en el Super Ocho filmico.

Todas las tardes, pero especialmente viernes y sábado, en esas tiendas de video se forman filas de solicitantes y se protagonizan litigios, porque las copias de los productos más en boga no alcanzan para todos, y todos quieren llevarlos a sus casas, ya sea porque tienen fiesta y quieren amenizarla con una exhibición, ya sea porque el aburrimiento asoma sus grises rasgos en la excesiva quietud conyugal y es preciso combatirlo, aunque sea por este medio.

La mayor parte de esos establecimientos pertenecen al gran monopolio de la televisión privada, que los ha entregado en concesión a pequeños empresarios que realizan el negocio con más entusiasmo que profesionalismo. Por eso la mortandad de las concesiones es alta. Pero donde cierra una de esas videotiendas inmediatamente después se abren dos, o más. Las hay también de apariencia discreta, en algunos casos hasta secreta. Se trata de establecimientos correspondientes a la economía subterránea. Algunas señoras, ociosas o hiperquinéticas, o necesitadas de recursos para equilibrar sus antes suficientes presupuestos, se arman de casetes vírgenes y con ellos piratean otros que alquilan, o toman del cablevisión o de la antena parabólica emisiones que aquí no se podían ver de otro modo, y con eso inician un negocio que solo es conocido por socios directos... hasta que alguna vez una discreción hace aparecer un inspector fiscal o de la Secretaría de Gobernación, que tiene a su cargo la vigilancia de ese género de giros, y el negocio concluye. Menos inocente es la actividad, análoga en la forma, de los videopornos, que no necesariamente se anuncian en los medios ad hoc, pero que de todas maneras existen, con la doble clandestinidad de no estar registrados (y robar sus productos), y de no poder exhibirlos a grandes públicos, por la naturaleza de los programas, generalmente traídos del extranjero, de fayuca.

El auge de la videomanía plantea problemas en los hogares. Por una parte, promueve la permanencia de los hijos adolescentes frente al televisor, si quedan bien pertrechados el fin de semana de hasta media docena de casetes, o del número suficiente de películas vírgenes para grabar los juegos olímpicos de invierno, en Calgary, por ejemplo. Pero eso mismo origina conflicto de intereses, porque no todos quieren ver lo mismo a la misma hora. Si los sorteos o la disciplina no resuelven el problema, a veces este da lugar a querrelas familiares de mayor dimensión. Por eso, los jefes de familia a quienes la crisis y el Pacto les hacen los mandados, optan por adquirir más de una casetera, para que todos queden contentos, de igual manera como antaño conseguían más de un número telefónico, en cuanto los hijos llegaban a la adolescencia y se apoderaban del teléfono para no separarse de él jamás.