
Los antecedentes y condiciones de la PRODUCCION DE TELENOVELAS EN EL PERU

Ma. Teresa Quiroz
y Ana Ma. Cano *

1. ANTECEDENTES

El desarrollo de los medios de comunicación en el Perú ha convocado el interés de diversos sectores de la sociedad desde perspectivas diferentes, y con mayor énfasis desde la aparición de la televisión. Su irrupción, hace casi treinta años, dio lugar a una euforia que invadió por igual a los dueños de las nascentes empresas de televisión, al Estado peruano y al público, expectantes frente a las vastas posibilidades que se atribuían a la nueva tecnología, y en mérito a su significación como artículo de uso propio de los países industrializados.

El afianzamiento de la televisión en nuestro país ha satisfecho no sólo económica sino políticamente a los

* *Las autoras integran el equipo de la Universidad de Lima que realiza la investigación sobre la telenovela en el Perú, en los aspectos relacionados con el proceso de producción y la composición textual. Este trabajo se realiza en coordinación con el Proyecto Latinoamericano sobre "Melodrama, televisión y vida cotidiana", dirigido por Jesús Martín Barbero. Conforman además el grupo de trabajo en el Centro de Investigación en Comunicación Social: Rosario Arias, Lily Cuadros, Ma. Elena True y Claudia Velasco.*

empresarios dueños de los canales, y concita la atención y absorbió el tiempo de una creciente masa de individuos que colman, a través de la programación televisiva, sus ansias de entretenimiento, recreación, información y, en cierta medida, también de participación en la sociedad.

El régimen de propiedad que ha caracterizado al Perú en lo que se refiere a empresas de televisión, sancionado en la última Constitución Política (1979), restringe la intervención del Estado al ámbito legislativo formal, administrativo, teniendo escasa injerencia en su funcionamiento y planificación, cediendo de este modo a empresarios particulares el manejo de un medio de reconocida influencia en la población, y de grandes potencialidades culturales.

La presencia de la televisión en nuestra sociedad, asumida como parte de la vida familiar ha alterado los patrones de socialización y educación y ha acompañado a otras instituciones en la formación de las costumbres, los hábitos y los valores convencionalmente aceptados en nuestro medio.

La importancia que tenían las formas tradicionales de comunicación sustentadas en la relación que se establece entre las personas y los grupos ha sido desvirtuada por una concepción que privilegia la amplitud de la difusión, la versatilidad de los mensajes y la facilidad de la recepción, características que, supuestamente, corresponden a las exigencias de la vida moderna.

Es en este contexto que el tema de la televisión y, específicamente los contenidos que transmite, constituyen materia de preocupación para profesionales e intelectuales vinculados a la investigación en ciencias sociales y/o comprometidos en la búsqueda y recuperación de aquellos elementos sobre los cuales se articula la identidad nacional.

La telenovela aparece en los primeros años de la televisión comercial destinada a ocupar un espacio que

no podía ser cubierto con programas importados, ya que los melodramas norteamericanos resultan muy caros aún en la actualidad, debido a los costos agregados por concepto de doblaje y del pago que exigen los sindicatos de ese país cuando una obra en la que han intervenido, es exportada.

En los primeros años de la industria televisiva, son los propietarios de las radioemisoras quienes conducen los canales de televisión. Es por tanto fácil suponer que ateniéndose a sus experiencias anteriores, buscaran en la radio el género que mejor se adecuara a la televisión y que contara además con cierta garantía de aceptación por parte del público.

Así, la telenovela constituye en sus inicios la incorporación del radioteatro a la televisión. Sobre una estructura básica similar: el carácter seriado de su emisión, la extensión que abarca varios meses, los capítulos abiertos que se suceden diariamente, el tratamiento temático sintetizado en su carácter melodramático. Las tramas se entrelazan alrededor de un secreto que se revela recién en las postrimerías; el relato se organiza en situaciones que movilizan la afectividad y la emoción del público, con elementos que recogen y recrean la vida cotidiana.

La programación televisiva refleja la fuerte dependencia económica y cultural que nos liga a países más desarrollados. Desde sus inicios, la televisión comercial ha reproducido los esquemas de programación validados en Estados Unidos y que, incorporados como patrones o modelos para el funcionamiento de la transmisión, han determinado la rígida estructuración en bloques, tipos de programas y horarios consolidados por la costumbre.

Asimismo, la identificación ideológica de los empresarios de televisión nacionales, explican el alto porcentaje de programas extranjeros en nuestras pantallas, series norteamericanas y telenovelas latinoamericanas

primordialmente, y la ausencia de programas concebidos como respuesta a las necesidades o expectativas de la población peruana.

En la historia de la producción nacional, es la telenovela el único género que por los condicionamientos que implica su producción, composición textual y consumo, refleja la inestabilidad política, económica y social que ha caracterizado a nuestro país en los últimos años. La telenovela peruana se ha visto afectada por el devenir de las empresas de televisión, pero también por presiones sociales del público televidente y del mercado internacional.

Existen factores económicos externos que atentan contra la consolidación de una industria de producción de telenovelas, a pesar de que éste es un género que goza de la preferencia de la teleaudiencia. Se detecta además una marcada inclinación por telenovelas venezolanas, de baja calidad expresiva debido a las limitaciones artísticas del elenco y de los libretistas, así como al uso rudimentario de las técnicas que el medio televisivo ofrece. Existen intentos efectivos de los realizadores peruanos por superar este tipo de modelos. Es conveniente, desde lo que el propio melodrama exige, una adecuación entre el tema, los aspectos formales y el público, lo cual propicia en este momento una inquietud por producir telenovelas peruanas que respondan con propiedad a las características del público.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se inicia esta presentación de una sección del Proyecto Peruano sobre la Telenovela, enfatizando ciertos presupuestos ordenadores de las preocupaciones que son materia de nuestro trabajo de investigación.

La telenovela, como objeto de estudio y de preocupación académica irrumpe con especial importancia

cuando se aprecia el lugar que ocupa al interior de la televisión y como expresión del gusto social de amplios y diferenciados sectores de la población latinoamericana.

Dentro de los programas de la televisión, los noticiosos, informativos, al igual que los de humor e inclusive los musical-coreográficos, son estrictamente referenciales de la actualidad y, por lo tanto, tienen una vigencia coyuntural, es decir, corresponden a un momento determinado.

La ficción, en cambio, es una creación que puede tomar elementos de la realidad, pero que no pretende describirla. La telenovela es el género que mejor equilibra la ficción con la realidad, sin excederse en términos de actualidad inmediata, ya que confiere un lugar predominante a los sentimientos, emociones y valores más arraigados en un contexto social definido. Refleja pues, un estado de la sociedad, cuando representa en la ficción situaciones de la vida cotidiana y que tienen cierta permanencia o generalidad. El uso que se hace de estos elementos, cuando se les incorpora a un guión televisivo, imprime verosimilitud al relato.

Nuestro acercamiento al estudio de la telenovela refleja claramente una nueva postura, crítica frente a aquella que veía en estos productos de la televisión sólo manifestaciones culturales vulgares, degradantes y alienadoras.

Si se revisan los lugares desde los cuales se han venido abordando los estudios e investigaciones sobre la cultura se aprecian dos tendencias generales. La de aquellos para quienes la cultura descansaba principalmente en la memoria histórica de un pueblo y que conducía a estudiar y tratar de conservar todo aquello que podía constituir una expresión de su pasado, otorgándole dignidad y presencia. Y, de otro lado, posturas que aferrándose a un purismo de las clases populares, idealizan la "esen-

cia" nacional y autónoma de éstas. En el fondo, la concepción aristocrática se da la mano con el empirismo voluntarista e ingenuo que no atiende el desigual desarrollo capitalista de nuestros países, la generalización de las relaciones de mercado y los significativos cambios que en el consumo de bienes culturales se han venido operando.

Afirmar, por lo tanto, (y de allí nuestra preocupación por la telenovela), que la cultura de nuestros pueblos pasa también por los medios masivos de comunicación y concretamente por la televisión, permite dejar constancia de lo que significan algunos procesos de democratización de la cultura. En términos tanto por la posibilidad de acceder a su oferta, como porque en su uso las diferentes clases sociales expresan demandas diferenciales.

Así, mientras menos acceso existe a bienes culturales oficiales, reconocidos socialmente y que encarnan elementos de distinción, la televisión pasa a ocupar un lugar privilegiado como fuente de información y entretenimiento. Se convierte en el espacio de la risa y del llanto y de la búsqueda del reconocimiento.

La telenovela hoy en América Latina y en el Perú es pieza clave para analizar no sólo los usos que de ella se realizan, sino los procesos de producción de esta industria latinoamericana de la cultura. Las variables políticas y económicas que están presentes en esta actividad ayudan a entender con mayor nitidez la necesidad de pasar del mero ideologismo desde el cual se examinaron los fenómenos de la televisión, a la actitud sistemática que organice e integre todos estos factores.

La telenovela en América y en el Perú se remonta prácticamente a la aparición de la televisión en nuestros países. Remitirse a sus orígenes demanda indagar en matrices narrativas más antiguas que son actualizadas por la televisión, siempre en el marco del tipo de socie-

dad, de cultura, de hábitos cotidianos, es decir del "rostro social" del Perú en cada etapa histórica.

Este primer acercamiento deberá enmarcarse en la historia de la participación política y social de las masas urbanas, cuya injerencia se ve regulada, en el caso peruano, por la política particular de ciertos gobiernos que, legislando en el campo comunicativo, o sin hacerlo, propiciaron cambios. Se tratará de articular en la investigación los cambios sociales con las características de la evolución de la televisión y las condiciones de producción, las temáticas y el lenguaje de la telenovela.

Es decir, las transformaciones que se han manifestado en los procesos de producción no pueden ni deben ser examinadas considerando exclusivamente la evolución técnico-comercial. La lógica industrial y mercantil que la formaliza se ve atravesada por regulaciones políticas y por las demandas de un público que convierte a la telenovela en un género televisivo que compite con ventaja con las grandes teleseries norteamericanas. Esto conduce a analizar las diferentes dinámicas de producción bajo variadas ideologías, condiciones económicas distintas y niveles de competencia empresarial específicos, y por lo tanto como parte de un proceso que no es ajeno a la producción de sentido.

En cuanto a la investigación de la composición textual de la telenovela, intentamos en primer lugar des-ideologizar el procedimiento desde el cual se han examinado generalmente los productos de la cultura masiva. Dejar de lado este predominio de la "obra", para introducirnos en lo que significa el "género" como un producto de quienes elaboran un relato y de quienes lo descifran y, desde las propias limitaciones que el melodrama imprime.

Este artículo desarrollará los antecedentes de la telenovela en el Perú y el contexto socio-político dentro del cual ésta se va materializando como producto

televisivo y necesidad social. De igual modo, las características y dificultades de la producción nacional, como asimismo la ideología y ejecutoria específica de ciertos grupos interesados en producir, distribuir y exportar telenovelas.

La limitada presencia de la producción nacional de telenovelas en nuestras pantallas de televisión constituye un acicate para emprender el estudio de su evolución, tratando de precisar qué factores influyen en forma determinante en la situación actual. No se trata por lo tanto, de una indagación motivada exclusivamente por inquietudes teóricas, sino un afán por comprender y explicar las posibilidades de que en el Perú se desarrolle una industria de producción de telenovelas coherente con las necesidades y exigencias del público, y en correspondencia con el nivel profesional y la capacidad de los realizadores peruanos.

3. ASPECTOS PRELIMINARES DE LA TELENOVELA

El fenómeno de la telenovela tiene sus antecedentes en el Perú, por razones técnico-económicas y de temática, en la radionovela. La evolución de la empresa radial y su necesidad de consolidarse económicamente conquistando la constancia del consumo del público, hace posible el desarrollo de un particular lenguaje que explota la dramatización de las voces y que va formando hábitos culturales y usos sociales en una ciudad como la limeña, que se venía convirtiendo en una ciudad de masas.

“Para 1935 ó 1940 estaba muy claro que la radionovela que funcionaba era la sentimental y eso creó de inmediato una industria cuya eficacia estaba en la producción de voces de éxito radiofónico (. . .) El locutor engolado que pronunciaba con claridad cada una de las

palabras, que le daba a cada uno, una especie de cuidado personal, la actriz desgarradora que estaba siempre con la voz nublada por las lágrimas. Además el cuidado de los efectos. Resultó muy claro que el espacio de la radio era un espacio de relación con el público de los años 30's, sobre todo sentimental y familiar".¹

Cuando la radio se descubre a sí misma como algo diferente a la prensa escrita, trata de encontrar sus propias potencialidades de desarrollo y sus mecanismos de apelación al público. Este público, básicamente capitalino (de Lima), comenzaba a ser parte de una ciudad en proceso de transformación en una metrópoli moderna, en una ciudad de masas. Los sectores populares se van haciendo visibles en el panorama urbano e inician su participación política. Estos sectores provenían de la intensa migración provinciana que durante la década de los 20's se iniciara en el país. La aparición de pequeñas industrias y el crecimiento institucional, además de los elementos ya mencionados, permiten entender que el público que accede al consumo de la radio se encuentra ávido por canalizar sus necesidades de cultura y vida social.

Las radioemisoras peruanas compraban por kilos los libretos de las radionovelas de países como Argentina y México principalmente, basándose en el éxito que estas obras habían obtenido en otros lugares. Hacia los años 40's algunas radioemisoras peruanas empiezan a reordenar su programación y establecer bloques de horarios. El de las radionovelas era por la tarde, se transmitían de 2 a 6, una tras otra y eran auspiciadas por una importante firma comercial en Lima: Sydney Ross. La empresa se mostraba muy interesada y aprovechaba la alta sintonía de éstas para elevar sus ventas. Si bien algunas radionovelas vinieron grabadas, las primeras eran sólo libretos que los artistas interpretaban parados frente al micrófono: "Se hacían sonidos con discos, puertas

que se abrían y cerraban en el estudio. Había un cajón de piedras por donde se caminaba. Se preparaban todos los útiles para dar una sensación de realidad".² Eran utilizados instrumentos que le sugerían al público emociones y sensaciones "no se necesitaba tener una figura. Una cojita podía estar allí y podía ser la estrella porque tenía muy bonita voz. Nosotros comprábamos la radionovela de acuerdo a lo que se sabía de ellas en otras partes. Caridad Bravo Adams era una de las que escribía muchas radionovelas, muy buena libretista porque sabía hacer llorar a la gente. Tomaba los puntos sensibles del público".³

Sin embargo, el crecimiento, apogeo y apego de la radio al público, no se debió tan sólo a las radionovelas. Las empresas radiales con mayor visión propiciaron programas de concurso en auditorios públicos que fueron el antecedente a su vez de programas similares en la televisión naciente. También se presentaban programas cómicos y deportivos. Se trajo, por ejemplo, a la radio a Cantinflas en el año 1943 y Augusto Ferrando, hoy importante personaje de la televisión peruana que dirige uno de los programas de concurso de mayor sintonía ("Trampolín a la Fama"), hacía programas cómicos y transmitía las carreras de caballos. Programas como "El Chanchito de la Inteligencia", "Contrapunto Radial", "La Carta Extraviada", "Soles por Palabras", "Soles para Mujeres", pretendían comprometer al público, buscar su participación, gratificarlo a través de ciertos premios y, sobre todo, creaban hábitos de acceso y uso de la radio, además de formatos para futuros programas de la televisión.

De estos años datan además los primeros intentos por medir los niveles de sintonía, realizados a través de encuestas de casa en casa y llevados a cabo por algunas firmas comerciales cuyo interés, como hasta hoy día, era anunciar sus productos en los espacios de más

alta sintonía.

La telenovela peruana, como al parecer ha ocurrido en otros países, empieza como una derivación de la radionovela: "Toda la expectación que causan las radionovelas se reproduce en las telenovelas, donde el problema de la bastardía es el central. Se nota mucho la influencia de la radionovela técnicamente en el ejercicio del suspenso, en el uso de la música, en el tono histriónico (. . .) Lo que hace la telenovela es comerciar con la visión que tienen las clases populares de la vida burguesa (. . .) El modelo original de la telenovela es la radionovela con el esquema melodramático, donde el sentido de cada episodio está en un nuevo ajuste de cuentas con la infinita posibilidad del drama y el retorcimiento de las tramas que va a ir exacerbando, produciendo en el espectador la complacencia que estaba antes en la 'Novela del Folletín'. Mientras más inverosímil, más enredado, más caudaloso el repertorio de personajes, más éxito, porque los espectadores se sienten no frente a la realidad, sino ante la develación de esa última realidad, que es el chisme transformado en tragedia".⁴

La relación entre la radionovela y la telenovela se clarifica en torno al aspecto de las estructuras narrativas y la utilización del tiempo del discurso. Se produce además un nexo diacrónico que permite que las historias radioteatrales sean retomadas y contadas en un nuevo medio en el que es preciso ponerle cara a las heroínas de ficción y en el que el uso maravilloso de la imagen supone un reto creativo y económico.⁵

La radionovela que había significado una de las claves de la consolidación de algunas emisoras radiales durante los años 40's y 50's y de su posterior éxito económico —como en el caso de Radio Central⁶— redundará directamente en las posibilidades de desarrollar uno de los más poderosos canales de televisión en el Perú.⁷

Se advierte, por lo tanto, que la radionovela es antecedente de la telenovela desde diferentes puntos de vista y por varias razones. De un lado, confiere preponderancia al vínculo del medio con el público en la medida en que recurre a ciertos temas que tocan directamente los intereses y sentimientos de los espectadores. Se recogen elementos de la tradición oral narrativa con la eficacia suficiente como para conquistar a esa gran masa de población congregada en la ciudad, cuyo tiempo libre es cubierto por un medio tecnológico (inicialmente la radio), con los consecuentes beneficios comerciales para los anunciadores. Se estandarizan códigos lingüísticos y se establecen bases para el desarrollo de una futura industria cultural televisiva, cuya fuente original se encuentra en las ganancias generadas en la radio.

4. CONTEXTO SOCIO-POLITICO DEL DESARROLLO DE LA TELENVELA EN EL PERU

Las telenovelas, de indudable difusión en el Perú, constituyen un género que ha persistido en la televisión peruana prácticamente desde la aparición de este nuevo medio de comunicación. No se cuenta en la actualidad, sin embargo, con una industria de producción de telenovelas que dé cuenta del arraigo del género en nuestra población, de allí el insignificante porcentaje de telenovelas nacionales presente en la programación televisiva. Más aún, se trata de una actividad que ha decrecido con relación a periodos anteriores.

Es posible sugerir algunas hipótesis interpretativas de la evolución histórica de la producción de telenovelas:

Desde su aparición en nuestro país y hasta nuestros días, la televisión peruana ha tenido un carácter empresarial comercial cuya evolución ha reflejado, de alguna

manera, las diversas políticas económicas que se han sucedido y que han afectado a la producción de programas de televisión.

En lo que sería una aproximación al marco empresarial característico de la actividad televisiva, la producción de programas es la que mejor refleja los cambios habidos en las diferentes etapas de la historia política del Perú en los últimos años.

La revisión de algunos factores internos (tecnológicos, de organización) que han intervenido en el funcionamiento de las empresas productoras en nuestro país, confrontados con los cambios sociales que han tenido lugar desde que aparece la televisión hasta la fecha, puede develar la existencia de variables que afectan positivamente (estimulando) o negativamente (restringiendo) la producción de telenovelas en la actualidad.

Bajo estos considerandos es posible establecer las siguientes etapas que explicarían momentos relevantes en la evolución de la producción nacional de telenovelas:⁸

1. Los inicios: 1958-1963.
2. Las primeras definiciones: 1963-1968.
3. Los grandes cambios: 1969-1979.
4. La situación actual: a partir de 1980.

1. Los inicios: 1958-1963

A partir de la década de los 50's se inicia en el Perú una política favorable a la industrialización como efecto de la presión de la burguesía y los sectores profesionales modernos. En tanto que no responde a una planificación de recursos o al estudio de las necesidades de la nación, sino al ejercicio del poder que los grupos dominantes tenían sobre los gobiernos, esta política deriva en la concentración de las principales ramas de

la producción en manos de algunas empresas subsidiarias de firmas extranjeras.

Paralelamente se observa un descuido de la inversión agrícola, se estimulan la importación y el desarrollo de actividades intermediarias; se pretende la tecnificación de la producción, lo que conlleva al abandono del campo por parte de los terratenientes que optan por transferir sus capitales a la incipiente industria. El desempleo en las zonas rurales obliga a la migración del campesinado a los centros urbanos, en un marco de creciente descontento popular.

El apoyo estatal a la constitución de empresas de televisión se explica por la necesidad de consolidar un mercado de consumo correspondiente a la amplitud de la oferta que se suscita por efecto de la producción industrial y la importación.

Durante los años 1958 y 1959 aparecen las dos primeras emisoras comerciales de televisión: el Canal 4 (Compañía Peruana de Radiodifusión) y el Canal 13 (Panamericana Televisión), que más tarde se convertiría en Canal 5.

Los propietarios de ambos canales eran personas vinculadas e identificadas tradicionalmente con la radiodifusión. La familia Umbert y Nicanor González poseían Radio América y una red de emisoras en provincias. Posteriormente, asociados a Mauricio Arbulú consolidan el Canal 4 como una de las empresas televisivas más importantes del país. Panamericana tenía como dueños a Isaac Lindley S., Isaac Lindley T., Genaro Delgado Brandt (propietario de Radio Central) y sus hijos Genaro y Héctor Delgado Parker.

Fundamentalmente por su carácter comercial, los canales de televisión servirán de agentes para incentivar la demanda de productos, dada la estrechez de las capas consumidoras restringidas geográficamente a la ciudad y económicamente a la clase media.

La operación de los canales de televisión se sustenta en el régimen de propiedad privada con autonomía plena en su funcionamiento. El carácter lucrativo de estas empresas se expresa en que se financian por medio de la venta de avisos publicitarios, sirviendo así como medios de promoción en la venta de productos de consumo masivo.

La programación se estructura sobre esquemas elaborados y vigentes en Estados Unidos, e incluye un alto porcentaje de series importadas de ese país o producidas en el Perú, de acuerdo a modelos que corresponden a prácticas consumistas de países capitalistas.

La inclusión de telenovelas en la programación televisiva responde a la confluencia de dos variables: en primer lugar, la incapacidad de los canales de televisión peruanos para adquirir en los Estados Unidos las llamadas "Soap Operas", de gran aceptación por parte del público norteamericano. Estas, debido a ciertas disposiciones legales en favor de los sindicatos de ese país por el cobro que hacen por concepto de doblaje y exportación de estos programas melodramáticos, devenían en inaccesibles para los empresarios peruanos.

Por otro lado, dados los antecedentes exitosos que los dueños de las radioemisoras habían experimentado con las radionovelas y teniendo en cuenta que se trataba de las mismas personas que esta vez incursionaban en la televisión, constituyen argumentos suficientes como para emprender la adecuación de la radionovela al nuevo medio de comunicación.

Este tránsito se inicia con una adaptación de todos los elementos presentes en el radioteatro, sin considerar las posibilidades que ofrecía la televisión y atendiendo sólo a las limitaciones que imponía. Así, las primeras telenovelas reproducen formal y temáticamente las situaciones que se planteaban en las radionovelas. Abarcan historias provenientes del teatro clásico español y

temas de la literatura moderna, se realizan obras de aventuras de autores ingleses, norteamericanos y franceses.

La carencia de instrumentos tecnológicos obliga a los primeros realizadores y actores a desarrollar toda su creatividad para lograr los efectos necesarios para hacer convincente el relato. No existía el telepronter ni el videotape, por lo cual los actores tenían que memorizar totalmente sus parlamentos, ya que salían al aire directamente. El elenco estaba compuesto por gente de reconocida trayectoria en el teatro, por lo cual esta exigencia no resultaba extraordinaria.

El paso de la radio a la televisión determinó el ocaso de muchos actores cuyo éxito en la radio se sustentaba en sus condiciones fonéticas. La televisión marca la importancia de la imagen y así predominan los actores de teatro, cuya apariencia física y dominio de la escena hacían agradable su presencia en las pantallas.

Paulatinamente, y tal vez como consecuencia del uso de la televisión, la telenovela se va distanciando de la radio y del teatro. La sensación de inmediatez que traduce la imagen televisiva, la ilusión de realidad que despierta, determinan un cambio en los relatos de las telenovelas que se concreta en el abandono de las historias de época. Los temas a tratar siguen siendo los mismos, las intrigas similares, y los conflictos se resuelven finalmente, pero la ambientación, el lenguaje, las situaciones que se crean pretenden un mayor realismo, coherente con las condiciones de la recepción y de la percepción del público. Se descubren las posibilidades del reconocimiento que la telenovela suscita en el público y se acentúa éste a través de los aspectos formales, expresivos, y no sólo en función del tratamiento sentimental y pasional de situaciones supuestamente reales.

La telenovela va ganando un espacio dentro de la programación y en las expectativas del público. Los

auspiciadores descubren en la telenovela un lugar privilegiado para insertar avisos que publiciten artículos para el hogar (comestibles y detergentes principalmente, situación similar a la de Estados Unidos en donde por esta razón se les denomina "soap" óperas), partiendo del supuesto de que, tal como había sucedido con la radionovela, el público objetivo estaba constituido por amas de casa. La nueva fisonomía del melodrama se ve enriquecida por la imagen, capaz de cautivar la atención, posibilita el acercamiento, el conocimiento más cabal de los personajes, lo que permite al espectador "introducirse" en los espacios físicos en los cuales se desarrolla la trama, "envolverse" mejor en las intrigas y entregarse más al relato.

La producción de telenovelas, siempre a cargo de los canales de televisión, se enfrenta a la escasez de guionistas creativos que fueran capaces de reflejar la vida cotidiana a través del melodrama, por lo que se limita a adaptar guiones de novelas extranjeras. El nivel profesional del personal técnico es bajo ya que éste es, lógicamente, improvisado, por no haber posibilidades de estudio o experiencia práctica en el ámbito de la televisión en el Perú. Así, los propios actores devienen en guionistas o productores, mientras algunos individuos, por su inquietud y disposición para entender los mecanismos de la televisión, arriban a la dirección, provenientes de empleos subalternos.

Esta época se caracteriza por el esfuerzo permanente de actores, técnicos y personal de producción, por salvar con éxito los múltiples obstáculos que ofrecía la producción de un género que se construía día a día. En este contexto se trataba de responder a las contingencias que se presentaban, con inexperiencia, desconocimiento, escasos recursos económicos y de infraestructura, pero también con la entrega de quienes se saben pioneros.

2. Las primeras definiciones: 1963-1968

El liberalismo mal entendido, o tal vez sumiso frente a la influencia que en nuestra economía tenía Estados Unidos, deviene en perjuicio de la industria nacional en la medida en que se ve forzada a competir con productos similares provenientes del extranjero.

Si bien los avances tecnológicos permitían mejores condiciones de la producción, marcaron también la automatización del trabajo y la especialización de las tareas. Así, la adopción del videotape estableció nuevos parámetros de calidad, ya que la posibilidad de grabar con anterioridad permitía el desarrollo de recursos expresivos cuyo efecto podía ser evaluado antes de su salida al aire. La calidad de los programas evidenciaba un mayor cuidado en las formas y en la actuación. Sin embargo, y debido en parte al intenso ritmo de trabajo que implicaba la producción de dos o tres telenovelas simultáneamente, las funciones se volvieron más específicas. El director de cámara cobró gran importancia mientras que los camarógrafos ya no elegían más los encuadres sino que ejecutaban las órdenes que recibían a través de los audífonos.

Las facilidades, prácticamente irrestrictas que daba el Estado para la importación de material televisivo, provocó la conformación de dos tendencias que, desde entonces y hasta ahora, tipifican el quehacer de los dos canales comerciales de televisión más antiguos: Canal 4 y Canal 5. Por un lado, Panamericana Televisión (C.5) moderniza sus equipos, pone en funcionamiento un nuevo transmisor y emprende la producción de telenovelas con miras a conquistar el mercado latinoamericano. Por su parte, Canal 4 suspende la producción y se dedica a la transmisión de telenovelas extranjeras, compitiendo con el primero en términos de audiencia.

Se advierte la inoperancia del Estado para proteger

la producción nacional, ya que sin una reglamentación adecuada que facilite su acceso a las pantallas con prioridad frente a programas extranjeros, la producción nacional no podía constituirse en una actividad industrial rentable. Esta situación no fue considerada en aquella época debido a que eran los propios canales los que hacían la producción y casi exclusivamente Panamericana Televisión. No había interés por crear los mecanismos propicios para el establecimiento de empresas independientes que garantizaran el acceso de sus programas en los canales. Los propios canales de televisión eran productores y programadores con autonomía de funcionamiento frente al Estado.

Panamericana Televisión busca incursionar en el mercado latinoamericano, tarea que dirige el propio gerente general, Genaro Delgado Parker. Contrata como protagonistas a actores de renombre como Julio Alemán y Jorge Mistral, con el fin de atraer a la audiencia utilizando la imagen de personas conocidas en el ámbito del cine. Ante la escasez de guionistas viaja a España y compra a Corín Tellado los derechos para adaptar a la televisión una serie de títulos de novelas de amor que tenían notable éxito en Iberoamérica. Comienzan a incluirse en el elenco a mujeres que, por su belleza física y, en mérito a la amistad o influencia que tenían con personas vinculadas al canal, recurren a la telenovela para iniciarse en la actuación. Las adaptaciones de las obras de Corín Tellado se traducían en guiones de 60 ó 70 capítulos y, aunque obtuvieron una respuesta favorable en el Perú, no conseguían la aceptación del público de otros países. Había títulos como, por ejemplo, "Si no fueras tú" que, adaptado a telenovela resulta un argumento esencialmente distinto al que inicialmente se proponía. De una historia de amor entre un trabajador de una empresa periodística y la hija del dueño, el guionista hace un relato de intenso contenido social, que de-

nuncia la injusticia de los prejuicios sociales.

El tratamiento de temas de esta naturaleza no era casual, respondía a una realidad que iba modificando algunos aspectos de la composición social de ciudades como Lima. Las migraciones hacia las ciudades de la costa son cada vez más agudas, convirtiéndose las barriadas en un nuevo factor del juego político, en la medida en que en ellas se concentra la pobreza y la frustración de una gran masa desarraigada de su lugar de origen que busca sobrevivir en un ambiente hostil, y que, en última instancia, puede constituirse en una amenaza si se tiene en cuenta la influencia que tuvo la Revolución Cubana en amplios sectores sociales e intelectuales en nuestro país.

Mientras tanto en la sierra se gestan los movimientos guerrilleros a la par que el gobierno ejecuta proyectos como el de Cooperación Popular, por medio del cual se promueve el trabajo comunitario para solucionar problemas básicos (carreteras, acueductos, construcción de puentes, locales comunales, escuelas, etc.) de los pueblos más apartados cuya pobreza se debía al abandono de que eran objeto por parte del Estado. Se elaboró un Plan de Reforma Agraria que aunque no significaba una afectación muy directa a los grupos de poder, no llega a concretarse.

Se produce una suerte de reconciliación, de revaloración de lo indígena, por lo menos a un nivel discursivo y siempre desde la ciudad. El Presidente Belaúnde es un hombre que se jacta de haber recorrido el país "villorio por villorio". Por otro lado, como consecuencia de una corriente que recorre toda América del Sur, hay una revitalización de la música indígena a manera de folklore, para ser escuchada e interpretada por estudiantes universitarios de las clases medias y la intelectualidad limeña.⁹

3. Los grandes cambios: 1969-1979

El interés por apaciguar o neutralizar la creciente movilización de los estratos más pobres sin afectar a las capas burguesas, se cristaliza en dos propuestas que manifiestan la polarización del grupo dominante en torno al rol que una y otra asignan al Estado como ente organizador de las demandas populares. Por un lado hay quienes proponen un cambio de estructuras controlado, evitando así el desborde revolucionario; por otro lado, el sector más conservador de la derecha proponía una "reducción al mínimo de las funciones estatales".¹⁰ Según esta propuesta la libre competencia entre las empresas nacionales y frente a la inversión extranjera probaría la eficiencia de los industriales peruanos, las leyes del mercado definirían el desarrollo económico y la consecuente generación de empleo. Asimismo, se evitaría cualquier tentación totalitaria por parte de quienes ejercían el gobierno.

El gobierno de Belaúnde se muestra incapaz de concretar una propuesta nacionalista y antioligárquica por la presión que desde fuera ejercía Estados Unidos, a la que se sumaba internamente la de los partidos de oposición y el surgimiento de levantamientos subversivos en el interior del país.

Ante la inevitabilidad de una alianza del capital extranjero con inversionistas nacionales y ante la inminencia de un levantamiento popular, se produce el Golpe militar de octubre de 1968.

La Fuerza Armada asume un papel conciliador entre las fuerzas que amenazan con llevar al país a un mayor deterioro económico y social. En alguna medida, el gobierno militar concita el reconocimiento aunque no la adhesión de sectores contrapuestos. El nacionalismo fue la característica fundamental que esgrime la Fuerza Armada y que se expresa en acciones concretas como el

replanteamiento de las relaciones de dependencia internacional, la revitalización de las expectativas de las clases oprimidas con reformas económicas y sociales que proponen una reconstrucción de la sociedad en términos culturales: "forjando la unidad cultural apoyada de manera especial por la Reforma Educativa y la estatización de los medios de comunicación, que deberían propiciar el espontáneo apoyo popular al gobierno, consumándose la unión del pueblo con su Fuerza Armada".¹¹

La llegada de los militares al poder da lugar a una actitud de desconfianza frente a lo que más tarde se constituiría en una amenaza seria para la estabilidad de las empresas televisivas. Panamericana Televisión diversifica su capital accionario en diferentes rubros, como una forma de evadir la intervención o expropiación en caso de que ésta se planteara. Así se inició una superposición de empresas, a saber: Panamericana Televisión (dueña de la licencia), Editora Panamericana (productora exclusiva de la programación ligada al canal por un contrato), Agencia Peruana de Noticias (productora de los noticieros con otro largo contrato), Inmobiliaria Panamericana (propietaria del edificio de la Avenida Arequipa y que lo alquila al canal).¹²

En forma inmediata no se produce, hasta 1971 por lo menos, ninguna modificación sustancial en el ámbito de la televisión.

Panamericana continúa en el sector de la producción de telenovelas, siempre buscando ampliar su difusión a los países de América Latina. Hito importante de esta empresa lo constituyó la telenovela "Simplemente María", de gran influencia en aquellos países en los cuales se emitió, ya que significó un cambio en lo que hasta entonces se venía haciendo. Por un lado, fue la telenovela de mayor extensión: 520 capítulos y dos años de transmisión continuada, convocó la participación de 250 actores y recorrió prácticamente todos los

países de América. Los guiones fueron adquiridos por Genaro Delgado Parker en Argentina, y correspondían a una telenovela que se había producido allá pero que no había tenido mayor éxito. Duraba originalmente 120 capítulos.

Para su realización, Panamericana decide invertir lo que fuera necesario pero que garantizara su éxito. El productor general, Vlado Radovich (actor profesional que en la televisión alternaba la producción con la actuación), ante la escasez de recursos económicos y de infraestructura, que no permitían efectos visuales o tomas extraordinarias, decide privilegiar la actuación. El estudio tenía una extensión de 195 m² en los cuales se tuvieron que levantar las escenografías que representaban salas, patios y salones supuestamente amplios. La producción se soporta entonces sobre primeros planos, con lo cual se logra el efecto de profundidad en los espacios. El elenco incluye, por primera vez, actores consagrados en roles secundarios. Anteriormente se establecía una suerte de delimitación entre actores reconocidos y principiantes, asignando a los de más prestigio los papeles principales, mientras que los personajes secundarios los encarnaban jóvenes con escasa o ninguna experiencia profesional. El desnivel repercutía desfavorablemente en la calidad de las telenovelas. La inclusión de personalidades del teatro y la televisión para conformar el elenco de "Simplemente María" constituye en gran medida la razón de su éxito.

Otro factor que indudablemente repercutió favorablemente fue la misma trama, que recoge de alguna manera las esperanzas, ilusiones y sueños de una gran masa de mujeres que, provenientes de provincias del interior del país, sufrían las consecuencias de su ignorancia e incapacidad para conseguir empleo y se veían obligadas a incorporarse al trabajo doméstico o aprender algún oficio que les permitiera subsistir. Además le otorgaba es-

pecial importancia a la identidad del hombre oprimido de la ciudad como lo hacía el gobierno a nivel discursivo.

Como consecuencia del éxito de "Simplemente María" se despliegan esfuerzos para producir una serie de telenovelas que, sin alcanzar el nivel de la primera, sí expresan un dominio del género y la capacidad para convocar la adhesión del público, sobre todo mujeres, amas de casa. A partir de 1970 destacan las realizaciones de "Natacha" y "El adorable profesor Aldao", que también fueron exportadas.

El gobierno militar diseña una serie de transformaciones culturales que, en lo que atañe a los medios de comunicación, tienen su fundamento en el Informe de la Comisión de Reforma de la Educación de 1970 y la Ley General de Telecomunicaciones (D.L. 19020). El gobierno reconoce la influencia de los medios masivos como agentes de concientización (y de propaganda) y establece una serie de pautas para limitar los excesos de la publicidad; adjudica a la televisión un papel preponderante en la consolidación del nuevo orden social. Se dictan dispositivos que alteran la estructura de concentración de la propiedad de los medios, restringen la publicidad comercial a las mercancías producidas en el país, se limita a los ciudadanos peruanos la facultad de ser dueños de empresas de radiodifusión y disponen que el 60 por ciento de la programación que emiten los canales de televisión debe ser producida en el país.

La adecuación de los medios de comunicación a la propuesta nacionalista que encarnan los militares no recibe el apoyo definido de las empresas (canales de TV), lo cual sirve de justificación para que en 1974 se produzca la intervención del Estado en la administración de los medios de comunicación. El 10. de febrero de 1974 se crea Telecentro (Empresa Estatal Asociada de Producción Audiovisual), como entidad integradora de Canal 4

y Canal 5 en lo referente a la programación. El primer gerente de Telecentro fue Genaro Delgado Parker pero éste renuncia poco tiempo después viajando al extranjero en donde permanece varios años.

La creación de Telecentro determinó la retracción de los empresarios privados, quienes se vieron coactados en el manejo de sus empresas, motivo por el cual la producción nacional de programas se ve bruscamente interrumpida. Por su parte el Estado no contaba con recursos económicos como para efectuar una propuesta concreta de programación acorde con los objetivos sociales y culturales que esgrimía el gobierno.

A partir de 1975 tiene lugar un cambio radical en la dirigencia y en la política del gobierno de la Fuerza Armada que implica la desactivación de algunas reformas emprendidas por el grupo de oficiales encabezado por el General Velasco.

En síntesis, la llamada "Segunda Fase del Gobierno Militar" (1975-1980) fue un periodo de tránsito entre un gobierno militar que se había comprometido institucionalmente en la realización de transformaciones sociales sin contar con un equipo capaz de ejecutarlas, ni con el respaldo de quienes tienen el poder suficiente como para desvirtuarlas. Con ello se provocó un retorno a la situación anterior, a tal punto que es el mismo Fernando Belaúnde quien retoma en 1980 el cargo de Presidente de la República, por la vía electoral.

4. La situación actual: a partir de 1980

La etapa que se inicia en 1980 marca un cambio radical en lo que se refiere a la situación legal de los medios de comunicación. El gobierno de Belaúnde decreta inmediatamente después de haber asumido el poder, la devolución de los medios de comunicación a sus propietarios originales. El Estado, conforme lo estipula la

Constitución aprobada el año anterior (1979), se limita a administrar las empresas que le corresponden, y los canales de televisión, así como los diarios y las emisoras de radio, vuelven a funcionar como empresas privadas, bajo la propiedad que ejercen los dueños y en un marco legal confuso.

El SINADI (Sistema Nacional de Información), organismo creado por el Gobierno Militar que agrupaba a las empresas estatales del ámbito de la comunicación, es sustituido por el SINACOSO (Sistema Nacional de Comunicación Social), dirigido por el Sr. Miguel Alva Orlandini. La injerencia del SINACOSO se da sólo en relación con la promoción y, lejos de dictar medidas que afecten a la política de la comunicación en el país, se limita a tramitar y supervisar la constitución y funcionamiento de estas empresas en términos estrictamente administrativos.

Dentro de un ambiente de libertad y pleno apoyo al empresario privado, que facilita la importación y abre al país al mercado externo, los canales de televisión incrementan su actividad comercial local e internacional. Se acentúa la predominancia de la publicidad como fuente de financiación y se profundiza la dependencia de los canales de televisión que se convierten, cada vez más, en entidades programadoras de la producción extranjera. Se importan series de Estados Unidos y telenovelas de México, Venezuela y Brasil, principalmente.

La producción nacional de telenovelas es una actividad restringida prácticamente al entusiasmo de Panamericana, que sufre fracasos sucesivos con "La casa de enfrente", "La Doña" y "Saña". Sólo "Carmín", que se emite en 1986, representa un éxito por la atención que concita en el público juvenil sobre todo, a la par que despierta las críticas de artistas e intelectuales por la ligereza de su tratamiento y la improvisación en la actuación.

Frente a la carencia de apoyo efectivo de parte del Estado para promover la producción nacional, porque permite la importación y difusión de telenovelas extranjeras, los productores reclaman una reglamentación y adopción de medidas destinadas a facilitar la producción, pero también a crear los mecanismos de emisión que les permitan evadir la competencia que representan hoy las telenovelas extranjeras.

5. LA PRODUCCION ACTUAL DE TELENOVELAS

La producción de programas de televisión y en particular de telenovelas atraviesa en nuestro país por una serie de dificultades que se originan en las condiciones descritas en los acápites anteriores. Estas guardan relación con la ideología empresarial y la política del Estado, las cuales condicionan las especificidades propias del trabajo de producción, las ideologías profesionales y las rutinas productivas. Todo dentro del marco de un público que se asoma, siempre con cierto asombro,¹⁸ a los distintos modelos de telenovelas que hoy Latinoamérica ofrece.

En el Perú, como hemos visto, hay una etapa en la cual prácticamente se detiene la producción de telenovelas. La apertura que tiene lugar desde la devolución de los canales a sus dueños, se constituye, en primer lugar, en una apertura a la importación de telenovelas extranjeras y, en segundo lugar, en una constatación de que las maneras de hacer telenovelas habían variado. La telenovela actual es diferente a la de hace dos décadas. Asumir este cambio, relacionado con las formas de producción, las temáticas y gustos del público, no ha sido fácil. Esta podría ser una de las razones que expliquen el fracaso de Panamericana Televisión en alguna de sus producciones.

El trabajo de producción de telenovelas es exigente

y difícil, porque consiste en producir una hora diaria con la presión de lograr captar la atención del público de los canales lo que obliga a los productores a considerar al público receptor como importante en su trabajo, sino que constituye en sí mismo un reto de eficiencia y creatividad.

La situación y las reglas de funcionamiento bajo las cuales operan las actuales empresas televisivas que producen (muy parcialmente) o podrían producir telenovelas, es compleja con relación a las nuevas técnicas de producción, ya que incluso implicaría una organización diferente en lo que atañe a las relaciones laborales. Los canales de televisión peruanos poseen una organización empresarial acorde con los objetivos primordiales que privilegian la transmisión sobre la producción. Además han heredado un personal excedente, producto de la creación de Telecentro, lo que crea una serie de dificultades para implementar cualquier proyecto de producción.

Panamericana Televisión, que a lo largo de su historia ha mantenido la inquietud por producir, ha resuelto esta dificultad creando "Panamericana Producciones", entidad autónoma desde el punto de vista administrativo, que abastece en exclusividad al Canal 5 de programas nacionales.

Existen, por lo tanto, diversas modalidades bajo las cuales se establecen convenios entre los realizadores y los canales de televisión, partiendo de la constatación de que a los canales les resulta poco operativo producir una telenovela, aún para aquellos que tienen infraestructura y equipo para hacerlo.

Una de las modalidades que se emplea en la producción es aquella por la cual el canal emisor contrata al realizador. El productor que trabaja dentro del canal se somete a las indicaciones del departamento correspondiente dentro de la empresa. Recibe orientación

y puede ser que se le indique hacia dónde debe dirigir la trama. Asimismo, debe someter a consideración la contratación de equipo, personal, etcétera.

De manera diferente trabaja el productor independiente, que presenta su proyecto a un canal. En este caso se discute, se realizan las modificaciones necesarias hasta llegar al diseño del argumento, se definen los actores que van a desempeñar los roles protagónicos, el tiempo aproximado de duración, se acuerdan plazos, presupuestos, formas de pago y participación de cada uno de los contratantes en lo que respecta a la comercialización en el mercado externo. Una vez pactadas estas condiciones, el canal no tiene ya más injerencia en la producción de la telenovela y se abstiene de intervenir en el desarrollo del relato.

Una alternativa intermedia consiste en la co-producción, en la cual se establece una asociación entre una empresa independiente y un canal de televisión para la realización de un proyecto determinado. Generalmente el canal pone la infraestructura y equipo de grabación, mientras que el realizador compone el elenco y ejecuta el guión.

Todas estas fórmulas, sin embargo, funcionan en el marco de las posibilidades económicas y de comercialización del país. En la medida en que el Estado no brinda facilidades para la producción nacional, ésta enfrenta altísimos costos internos. Producir una telenovela peruana cuesta por capítulo \$1700 (este cálculo sólo incluye la recuperación de la inversión y la cancelación de los costos), es decir, casi tres veces más que comprar una extranjera. Su comercialización, pese a que constituye una estrategia atractiva para los empresarios, constituye un riesgo debido a la intensa competencia con otras empresas latinoamericanas que ya tienen consolidado su lugar en el mercado.

Existe, no obstante, una cierta presión expresada

a través de un Proyecto de Ley en el Parlamento, en el que se sugiere instituir una disposición por la cual los canales de televisión están obligados a incluir en su programación un 60 por ciento de programas nacionales. Esta situación ha conducido a que los canales efectúen ciertos acomodos internos en su programación, como por ejemplo: invertir en la compra de una telenovela producida por una empresa productora nacional; dividir un programa cómico de gran reconocimiento en varios programas o (como al parecer ocurrirá en los próximos meses), comprar a la TV Globo los libretos de una telenovela brasileña y adaptarla en el Perú. Con esto se pretende subsanar el problema del doblaje que, aparentemente, constituye uno de los motivos por los cuales los sectores populares no consumen masivamente las telenovelas brasileñas.

De otra parte, se asiste a una cierta expectativa de los actores nacionales, antes reticentes al medio televisivo, a acceder a trabajar en él. Muchos de ellos, con experiencia de trabajo en el teatro o en el cine, aportan su cuota particular a la producción de telenovelas que, en el Perú se encuentran en una etapa inicial y aún poco definida.

PROA¹⁴ es en el Perú el único caso de una empresa productora independiente de los canales de televisión y, al parecer, un proyecto inédito en América Latina. Moviliza sus propios recursos técnicos y financieros provenientes de otra empresa productora de comerciales (CINE 70). Gustavo Bueno y Francisco Lombardi, actor de teatro el primero y director de cine el segundo, se han asociado y creado la empresa mencionada. Esta establece contratos de realización-emisión con cualquier canal que se encuentre dispuesto a ello, lo que les permite una cierta autonomía.

Ha sido el Canal 9 de TV (relativamente reciente) quien compró las dos telenovelas producidas por PROA

hasta este momento: primero "Bajo tu piel" y luego "Malahierba". Esta iniciativa es explicable tanto por la necesidad de exhibir un cierto porcentaje de producción nacional frente al Estado, como por la decisión de arriesgar para obtener los primeros lugares en la sintonía del horario de las 19:00 horas y por el interés en desplegar estrategias de comercialización que lo ubiquen en una ventajosa situación interna frente a los otros canales. Tanto los primeros sondeos al público, como los ensayos de comercialización realizados, han concluido en un éxito comercial, sobre todo en relación a la segunda telenovela.

Originalmente PROA no se planteó la producción de telenovelas, sino de miniseries, con las cuales se podría abarcar una amplitud mayor de temas. Se trata de un género más abierto, ágil, que permite un ritmo de realización más pausado y una resolución más minuciosamente cuidada, más cinematográfica. La negativa de los canales para difundir una miniserie, por su margen reducido de ganancia, y por las dificultades de comercialización que implica, fue absoluta. Una producción de este tipo limita mucho más que una telenovela el volumen de los avisos publicitarios, ya que no dura más de 5 ó 10 días. Una telenovela prolonga el tiempo a tratar con los anunciantes de 3 a 4 meses, que es lo que duran como mínimo este tipo de programas.

Los directivos de PROA, posiblemente por su propia procedencia, han convocado para la ejecución de sus proyectos a profesionales provenientes del teatro, del cine y del ambiente universitario. La intención original de los productores fue la de modificar el género de la telenovela y forzar al público hacia nuevas formas de percepción, que activaran sus criterios frente al medio televisivo. Así, "Bajo tu piel" se concibió como un "drama social" —según expresión del propio Gustavo Bueno—, en el cual intencionalmente se reducía la gravita-

ción del tema amoroso o sentimental, a través de una narrativa más compleja y de personajes más elaborados.

Partían de la idea de que el formato de la telenovela podría prestarse para hacer mejores producciones, en donde la intriga amorosa no fuera lo fundamental y donde ésta podría ser sustituida por problemas de mayor trascendencia y alcance social. Sin pretender un esquema estrictamente pedagógico, querían educar, elevar intelectualmente el contenido que transmite convencionalmente la telenovela, a través de un reflejo más fiel de la sociedad, de las relaciones entre las personas, incorporando los problemas económicos y sociales que afectan a los individuos.

Esta propuesta original chocó con las intenciones y preferencias del público. La telenovela "Bajo tu piel" no expresó en el *rating* las exigencias del canal para continuar el contrato con PROA y una evaluación de los resultados inmediatos de su emisión condujo a re-programar los temas. Así PROA, tal como lo reconocen sus directores, se vio obligada a incorporar las historias de amor como trama central de la producción y a cuestionar su propia actitud intelectualista con relación a la producción y al público.

El *rating* se ha convertido en un indicador, que se puede transformar en un arma de presión explícita de los canales frente a los productores. Esto explica el por qué la telenovela se va construyendo a medida que se va emitiendo: su argumento se desenvuelve como una conciliación múltiple en la que intervienen las expectativas del público, la capacidad creativa de los guionistas (mediatizada en cierto grado por los acuerdos iniciales con los programadores), la disponibilidad de recursos materiales, además de la capacidad de los actores para representar con convencionalismo un rol que no está plenamente definido, y que, sin embargo, se puede acrecentar o apagar de acuerdo a la habilidad del actor

dándole así al personaje mayor o menor trascendencia en la historia.

Es necesario resaltar el impacto que la telenovela "Malahierba" ha tenido en el público limeño, pues guarda relación con la articulación entre el tema amoroso y otros de actualidad, como el del narcotráfico. Además en ella el público reconoce los espacios exteriores y a los propios actores quienes, a través del cine, han sido promocionados.

El éxito de "Malahierba" (se mantuvo durante todo el tiempo de su emisión entre los 10 primeros lugares del *rating* y en el primero en su horario de 19:00 a 20:00 horas), colocó a PROA en una inmejorable situación para negociar su siguiente telenovela con cualquier canal. Esto se expresa en las transacciones que actualmente se realizan y que tienen en consideración solamente el prestigio ganado por Lombardi, ni siquiera requieren contraponer un capítulo de la siguiente telenovela.

A pesar de los requerimientos comerciales, el equipo de trabajo que ha congregado PROA pretende paulatinamente desbordar los límites impuestos por la tradición, para responder a la "ansiedad por parte de esta audiencia masiva de tener en las pantallas imágenes que más o menos nos representen en términos geográficos, o en términos culturales, incluso ideológicos. Porque representa una determinada manera de ver las cosas, de verse a sí mismos representados en la pantalla, creemos, la razón por la cual la gente ve y acude a ver este tipo de programas".¹⁵

Esto nos habla de las ideologías profesionales presentes en quienes hoy en día emprenden trabajos de producción de telenovelas en el Perú. La situación actual permite suponer que estamos asistiendo a los gérmenes de una industria de producción de telenovelas. En razón de que se está generando una estructura em-

presarial adecuada, porque las negociaciones entre las exigencias del Estado y las condiciones de los canales apuntan a un reforzamiento de la producción nacional, porque existen sectores de artistas y profesionales con la iniciativa para impulsar proyectos en esta área y porque el público empieza a dar respuestas positivas a las primeras experiencias.

En particular, el reconocimiento del público a la producción nacional constituye un dato clave para entender los siguientes ensayos de producción que se realizan. Los modelos que se ofrezcan expresarán los diferentes intereses en juego, las propias presiones políticas y las estrategias particulares de las diferentes empresas, cuya evaluación podrá realizarse en los próximos meses.

Lima, junio de 1987.

Notas y referencias bibliográficas

- 1 Entrevista realizada a Carlos Monsiváis para la Revista *Contratexto*, en Lima el 22 de abril de 1987, por Javier Protzel y Teresa Quiroz.
- 2 Entrevista realizada el 9 de enero de 1987 a Genaro Delgado Brandt, dueño de Radio Central y padre de los actuales dueños del Canal 5.
- 3 Ibid.
- 4 Entrevista a Carlos Monsiváis, op. cit.
- 5 Arias de Aramburú, Rosario. "De la Radionovela a la Telenovela". Documento de trabajo interno. CICOSUL. Universidad de Lima, abril de 1987.
- 6 Ibid.
- 7 Nos referimos al Canal 5 de televisión.
- 8 Cano Correa, Ana María. *Características de la Producción de Telenovelas en el Perú*. Tesis de Bachillerato, Universidad de Lima, Facultad de Ciencias de la Comunicación, junio de 1987.
- 9 Ansión, Juan. *Anhelos y Sinsabores. Dos décadas de políticas culturales del Estado Peruano*. Grados, ed., Lima, 1986.
- 10 Cotler, Julio. "Democracia e integración nacional" en: *El Gobierno Militar. Una experiencia peruana 1968-1980*. Instituto de Estudios Peruanos. Ed. IEP. Lima, 1985.
- 11 Ibid.
- 12 Gargurevich, Juan. *Introducción a la Historia de los Medios de Comunicación en el Perú*. Editorial Horizonte, Lima, 1976.
- 13 Nos referimos a las distintas respuestas del público a la moderna telenovela brasileña, la cual no alcanza ni lejanamente el éxito de las venezolanas o mexicanas; además de la expectativa que se empieza a suscitar frente a las peruanas.
- 14 A lo largo de la producción de "Malahierba" se realizó un seguimiento de todo el proceso mediante la observación directa y las entrevistas al equipo de producción, técnico y de actuación.
- 15 Entrevista realizada a Francisco Lombardi el 31 de marzo de 1987.