

A modo de planteamiento de la situación actual, durante estos dos o tres últimos años se han sucedido una serie de despidos de actores, escritores, productores, técnicos, etc. de diversas plantas televisoras del país. Inclusive, la mayor productora independiente de TV dejó de funcionar hace unos meses. La producción nacional, sobre todo, de telenovelas se ha visto mermada, no sólo en cantidad, sino también en calidad. Este negro panorama fue el caldo de cultivo para que surgiera un grupo, formado por actores, escritores y gente de producción, denominado Salvemos a la Televisión Venezolana, a cuyo frente se sitúa el escritor José Simón Escalona. Las cifras que esgrime el grupo STV sobre la presencia de la producción nacional en la televisión venezolana son preocupantes, no porque se rechace a priori la telenovela extranjera, sino porque sugieren una serie de preguntas que todavía no han tenido una respuesta adecuada.

■ **Francisco Tremonti**

¿A QUIÉN LE ECHAMOS LA CULPA?

Como es de suponer, nadie acepta cargar con el total de la culpa de esta situación. Todos manejan interpretaciones diferentes del fenómeno. Se ha citado la crisis económica de los últimos años. Es cierto que la devaluación progresiva de la moneda nacional y los sucesivos controles de divisas, el deterioro del sistema financiero, por citar algunos problemas concretos, crearon situaciones de emergencia económica, afectando a todo el sistema

Preocupación por la televisión

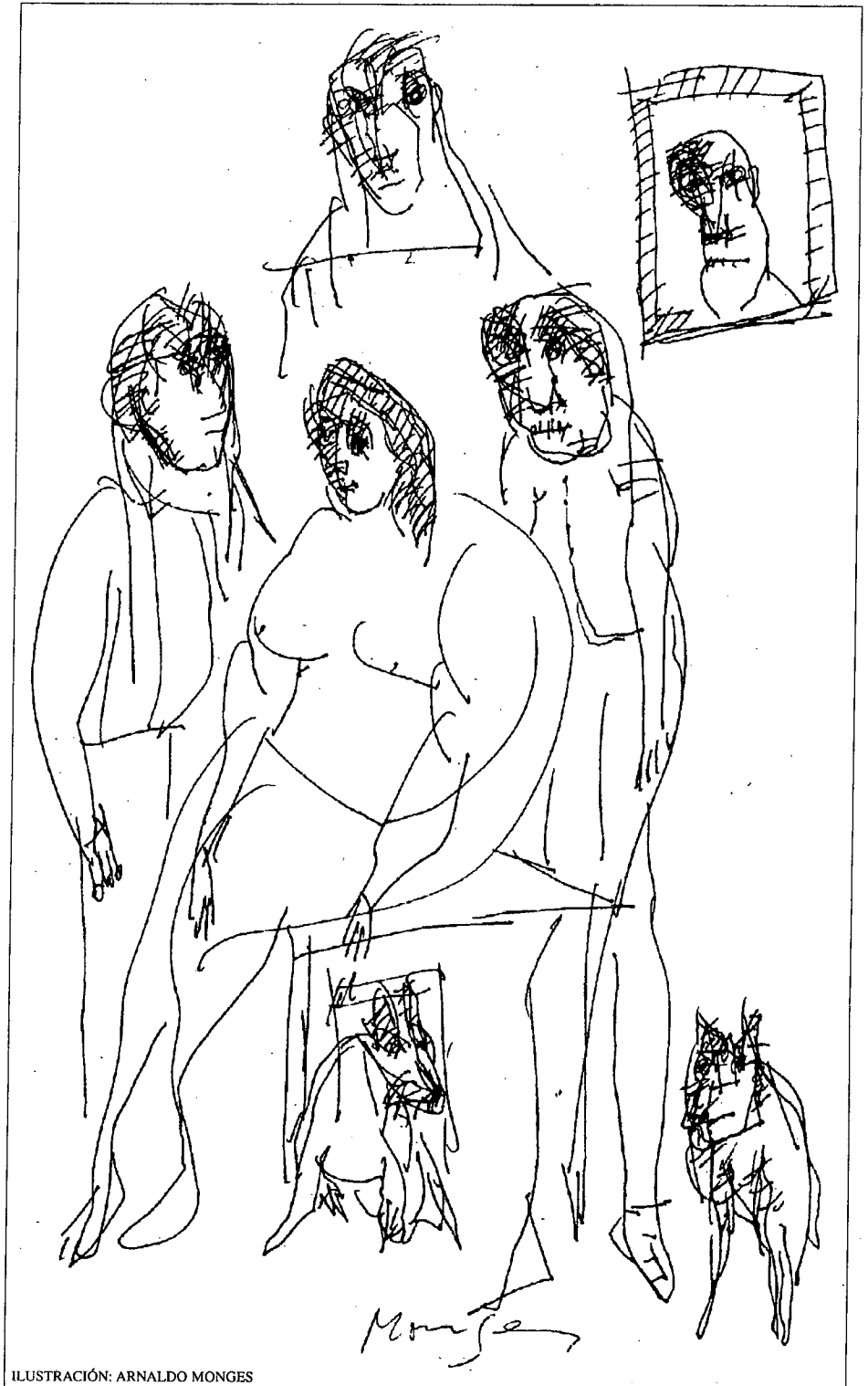


ILUSTRACIÓN: ARNALDO MONGES

productivo del país. Sin embargo, no parece ésta una razón muy plausible, dado que históricamente las crisis de un país han incentivado la iniciativa y la imaginación, suscitando el resurgimiento del talento nativo en cuanto a argumentos y producción televisiva se refiere.

El 18 de Febrero de 1983, llamado el "viernes negro", comenzó para la gente ordinaria el calvario de la economía venezolana. Con todo, fueron los años 80 la década de oro de la producción de telenovelas en la televisión venezolana. El primer ejemplo que viene a la mente es *La Dueña*, de José I. Cabrujas y Julio C. Már-mol, así como *La Señora de Cárdenas*, *Ligia Elena* y *Las Amazonas*, estas dos últimas de César M. Rondón. Todas ellas recorrieron el mundo entero.

Se aduce, por otro lado, una crisis substancial de escritores, padeciendo una depresión inaudita de creatividad y originalidad, lo que ha terminado por incidir de forma irreversible en la calidad de muchas de nuestras producciones dramáticas. Se acusa a los escritores y guionistas de no dominar el idioma castellano, originando errores de lenguaje, traspoliciones de términos de otros países (por ejemplo, *platicar*, *empacar*, etc.), además de las consabidas groserías, la distorsión de la realidad y la visión maniquea de la vida diaria y del universo.

Casi todo el mundo insiste en culpar a la miopía congénita de la gerencia, en general, por todos los males de nuestra producción nacional. Los gerentes son los que determinan qué es lo que tiene que ver la gente, inclinándose generalmente por las tradicionales novelas rosa. Según afirman, lo culturalmente aceptable y los argumentos diferentes y de calidad "no suben cerro", es decir, no alcanzan a los sectores populares. También se les acusa de promover a cualquier persona, incluso simples secretarías, y sentarlas en las sillas reservadas a los escritores. Total, según se piensa, para escribir todos los refritos y *remakes* que se hacen ahora no se necesitan especialistas. Tampoco se está de acuerdo con el manejo de las finanzas por parte de algunos canales de televisión: no invierten en el país. Utilizan las divisas, proporcionadas por la venta de programas nacionales en el exterior, para otros usos diferentes a la producción, con lo que ésta sale afectada notablemente.

También el gobierno y los sindicatos tienen parte en esta historia. Se les culpa de no tener políticas ni sindicatos para proteger la industria de la Televisión Venezolana. En cambio, viendo el caso de

“

Ordinariamente es la gerencia
la que determina el tipo
de telenovela que tiene que salir
al aire, e interviene hasta
en las variaciones y situaciones
de la trama, estimulando
lo que se cree "comercial",
no importa que sea basura, para
asegurarse el rating y el negocio.

”

Colombia, cuando sucedió que actores extranjeros, principalmente venezolanos, actuaban en todas sus novelas, el gobierno se inmiscuyó para poner un frenado a la situación. Un caso parecido fue el de Méjico. Cuando la planta televisora TV Azteca se propuso comprar novelas extranjeras para hacerle la competencia a Televisa, el sindicato de actores hizo que se detuviera la operación, ya que sus miembros salían perjudicados. Compitieron entonces con *Nada Personal*, una telenovela diseñada por José I. Cabrujas, venezolano, escrita por Alberto Barrera y producida por una venezolana. Pero lo importante es que cada país defiende su negocio de producción nacional, excepto, quizás, el nuestro.

Es ahora cuando las telenovelas mejicanas están comenzando a entrar en Brasil, y la cosa no va a pasar de ahí, teniendo reglas muy claras de juego, no atándose a ningún compromiso de reciprocidad internacional, como sucede a veces con las telenovelas venezolanas. Sostiene el movimiento STV que tendríamos que mantenernos en el juego con las mismas reglas de libre competencia que determina el neoliberalismo imperante, sin que se menoscabe el negocio tradicional de la televisión venezolana. Y no les falta razón.

Algunas de estas razones han empujado al movimiento STV a solicitar del go-

bierno el restablecimiento del 1 x 1, es decir, la política que se siguió durante el primer mandato del presidente Carlos A. Pérez, de exigir la transmisión de un programa nacional por cada programa extranjero que apareciera en pantalla. Parece sencillo, pero esta medida contiene consecuencias muy serias, tanto para las plantas de televisión, como para el público consumidor. Fijándonos en este último, hoy día no se acepta ya que el televidente tenga que ver por obligación lo que las plantas televisoras quieren que vea, en vez de poder gastar su tiempo libre apreciando algo que le guste.

LOS ESCRITORES TOMAN LA PALABRA

Como es lógico, los escritores venezolanos, especialmente de telenovelas, defienden su posición y también contraatacan. Sin dejar de reconocer sus errores, casi todos lo hacen, señalan algunas de las causas del deterioro de nuestra producción nacional. En primer lugar, se sienta en el banquillo de los acusados a la gerencia de los diversos canales, por no citar sólo alguno. Se toma al escritor como un simple amanuense, que tiene que escribir lo que ellos creen que prefiere el público. Normalmente se basan en estadísticas de *rating*, o también en encuestas realizadas constantemente por alguna compañía asociada al Canal de Televisión, o perteneciente al mismo grupo empresarial. Es bien sabido por todos que este tipo de encuestas no es de fiar, ya que suelen estar elaboradas para demostrar una finalidad específica en cada caso, lo que supone una gran manipulación.

De aquí proviene la guerra de cifras entre los diversos canales, desinformando consciente y realmente al consumidor. Ordinariamente es la gerencia la que determina el tipo de telenovela que tiene que salir al aire, e interviene hasta en las variaciones y situaciones de la trama, estimulando lo se cree "comercial", no importa que sea basura, para asegurarse el *rating* y el negocio. Por este mismo motivo, o simplemente por comodidad, los gerentes muchas veces hacen la vista gorda a la hora reparar en la mutilación del lenguaje o situaciones insostenibles, aún para niños de primaria, protegiendo hasta la total falta de narrativa y lógica televisiva en el guión. De ahí los fracasos.

Es por eso que Alberto Barrera, por ejemplo, piensa que no se aceptaría aquí una novela escrita por él, ya que ha rechazado el decálogo telenoveler que reza que "la protagonista es virgen, no baila pega-

do, tampoco fuma y mucho menos se echa unos tragos..." (*El Universal*, 28/09/97)¹. En estos casos, el escritor sería culpable si pudiera decidir qué tipo de telenovela va a escribir, lo que es impensable en las actuales circunstancias. "En este momento, afirma Barrera, la televisión está llena de secretarías que, de tanto hacer refritos, se quedaron con los códigos del género" (*El Universal*, *ibid*). Como sucede en muchas otras circunstancias, el escritor también tiene que comer y mantener una familia, lo que empujea sus oportunidades de protesta y de presión para enfrentar a la gerencia.

Inclusive, esta misma situación fue mucho más allá de los límites razonables. Ibsen Martínez, con su pluma ácida y desenfadada, no sin un fuerte dejo de ironía, describe el fracaso de un supuesto laboratorio de investigaciones semiológicas, montado con un gran presupuesto por un canal de televisión al final de los años setenta. "El Gerente General, afirma Ibsen, (*El Universal*, 30/08/97)², aspiraba a acorrular la fórmula que le permitiese producir en su canal de televisión el equivalente audiovisual del *Móvil Perpetuo* de Primera Especie: un melodrama seriado... que pudiese lanzarse al aire una y otra vez, sin fatiga del metal ni coeficiente de desgaste por fricción".

En este laboratorio, equipado, además, con una amplia biblioteca, donde se podían encontrar volúmenes en varias lenguas de Starobinski, Propp, Lévi-Strauss, Jakobson, Mounin, Derrida, Greimas y muchos otros, se trataba no sólo de abstraer las leyes de composición de una telenovela exitosa, sino de poder llegar a contar con un texto x, completo, con una trama x, sin tener que contar ni soportar la idiosincrasia de un escritor. El semiólogo al frente del laboratorio tenía sus cuatro paredes convertidas en un "largo y arbóreo diagrama actancial de Greimas" (*El Universal*, *ibid*), que desglosaba las circunstancias y los lances, las deliberaciones y las vicisitudes de la telenovela *Cristal*, de Delia Fiallo. Cuando salió al aire la telenovela sin autor, "el texto que se desprende de otros textos, fue barrida por la producción del canal de la competencia".

De nuevo Ibsen Martínez, en otro de sus artículos iconoclastas (*El Universal*, 04/10/97)³, desmenuza la labor, por otra parte difícil, del escritor de telenovelas y lo autodefine como el perfecto idiota latinoamericano, incluyendo especialmente "a quienes salpimentan sus diálogos con eso que Unamuno llamó "poeterías". Valga decir que el autor no soporta a los "in-

telectuales", metidos a escritores para la televisión, en su afán por utilizar el medio como un arma de "ingeniería social", basados en la noción de que los medios radioeléctricos invariablemente modelan conductas y promueven la ideología dominante. En esto último no estaría de acuerdo con otros escritores, de reconocido renombre, como podría ser el mismo José I. Cabrujas, escritor y dramaturgo, intelectual, quien, reconociendo la validez de la telenovela latinoamericana como género, promovió siempre el dotar a la telenovela de una mayor calidad argumental y estilística. Sin embargo, Ibsen Martínez es escritor de telenovelas, aunque confiese, con su desenfado acostumbrado, que "escogí escribir telenovelas como quien escoge ser promotor de seguros, pensando en la jugosa bonificación cuando ganas el rating" (*El Universal*, *ibid*). La dificultad del escritor de este género es que tiene que inventar sin descanso, alargar situaciones interminablemente, y tener el estómago suficiente para escribir una misma cosa cien veces, aparentando que siempre hay algo nuevo.

También Delia Fiallo toma la palabra. Cultivadora del género teledramático por más de cuarenta años, escritora de gran éxito internacional, comenzó su carrera allá en Cuba, como ella misma cuenta (*El Universal*, 28/09/97)⁴, intentando crear la semiología de la radionovela a base de trabajo diario. Este último género es el heredero o la resultante del gusto dejado en los oyentes por los llamados "lectores de tabaco", los operarios que leían en voz alta desde un estrado para mitigar la monotonía de los obreros que manufacturaban los famosos habanos. El culmen de la radionovela lo constituyeron los trescientos catorce capítulos, de veinte minutos cada uno, que Felix B. Cagnet tituló "El Derecho de Nacer". El *remake* actual de esta obra, *El alma no tiene color*, una telenovela producida en Méjico, nos presenta, por ejemplo, a una Celia Cruz que no canta salsa, cosa extraña, sino que se nos muestra ensimismada y contenida, pesarosa de inauditos agravios racistas (*El Universal*, 30/08/97, *ibid*).

De nuevo Delia atribuye la crisis de la telenovela venezolana a una falta de calidad en el producto final. Es indudable que existe en el país la infraestructura técnica suficiente para hacer excelentes producciones, pero falta creatividad. En sus propias palabras, "...los escritores venezolanos no cuentan historias originales. Sencillamente, reúnen los elementos dramáticos de las mejores telenovelas y los

baten como si fuera un cocktail para sacar de allí una buena producción. Lo malo, entonces, es que todas las telenovelas se parecen. En todas hay un atropellado, una loca, un niño secuestrado..." (*El Universal*, 28/09/97. *Ibid*). Nos encontramos de nuevo en el laboratorio semiológico. Sin embargo, no se puede generalizar lo que en su momento constituyó una mera anécdota, un fallido intento por cortar costos de producción, tratando de substituir al ser humano, su inventiva y dinamismo, por una máquina, cosa que no ha resultado hasta el momento. Con todo, no podemos meter a todos los escritores en el mismo saco.

Reconocida mundialmente por su amnesia cultural, Delia se queja de que muchos escritores quieren dar un giro "intelectualoide" a la telenovela, sin caer en la cuenta de que el género tiene sus leyes y teorías. Se puede innovar, pero no se puede inventar mucho, ya que la telenovela, según su criterio, es fundamentalmente un cuento de hadas, porque lo que quiere la gente es sentarse frente a la pantalla y soñar. En contradicción con esto, también se dice que su argumento tiene que ser siempre una historia de amores contrariados, dos personas que nunca debieron enamorarse, con las subtramas que se necesitan alrededor. Según Delia, el escritor de telenovelas es básicamente un comunicador de emociones. En las producciones actuales se hace un gran esfuerzo por incluir casas lujosas, escenarios gran-

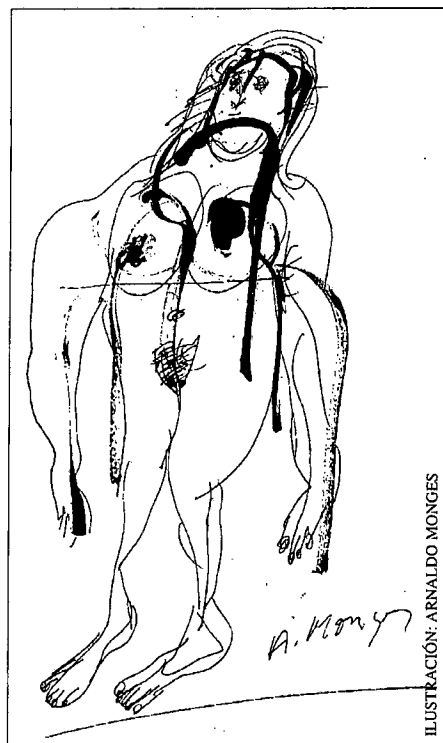


ILUSTRACIÓN: ARNALDO MONGES

diosos, pero... si no se transmite sentimiento, lo que se ha escrito no sirve para nada.

Sin embargo, una buena telenovela sigue atrayendo a un sin fin de personas, no importa su clase social o su preparación académica. ¿Por qué? La escritora Vivel Noüel (*Pasionaria, Peligrosa, Dulce enemiga*) nos responde que "la telenovela es un gran chisme alrededor de una historia de amor de dos personas que no deben amarse (*El Universal*, 28/09/97)⁵. Parece ser un hecho psicológico que a todos nos gusta el chismorreo de la vida ajena, criticar al vecino, soñar con las vidas de otros y emocionarnos y poder introducirnos en su trama, en sus amores y aventuras, comentarlo en la vida diaria, en el trabajo, con nuestras amistades. Quizás, lo que hicimos desde niños con nuestras historias infantiles lo volvemos a realizar con la telenovela. Pero es una realidad que nos gusta. De nuevo nos podríamos preguntar por qué José I. Cabrujas, en una entrevista que dio hace bastantes años a la revista española *El Público* (*El Universal*, *Ibid*), nos responde de alguna manera. El esquema melodramático de una producción novelera es básicamente siempre el mismo. Sería como un partido de fútbol, donde hay siempre veintidós jugadores que se disputan una pelota... y eso no cambia nunca, pero cada juego es diferente, los trances son distintos, así como los jugadores y sus habilidades.

Leonardo Padrón, gran conocedor de la semiología de la telenovela, reconoce muchos de los defectos de las obras dramáticas que producimos hoy día, aunque también es cierto que no toda la culpa es de los escritores. Por supuesto que el argumento de una telenovela contiene muchas trampas, "de confesiones falsas, que se van a dar mañana, pero que no se dan, porque si se dan te quedas sin historia" (*El Universal*, *Ibid*). Recordemos que una telenovela puede alcanzar los doscientos capítulos. El problema se concreta en cómo mantener la atención de un público, en su mayoría cautivo, durante tanto tiempo. De ahí las trampas y los artificios creativos, suspenso, ficción, sátira de la realidad... con que trata de mantener distraído al espectador. Es el eterno *rating* quien ordena y manda en estas situaciones, por lo que el escritor se tiene que mantener esquivando las presiones que provienen de la gerencia y del mismo público, tratando de hacer un espectáculo digno. Por eso Leonardo Padrón aboga por tratar de elevar la sensibilidad del espectador, su nivel estético, su cultura literaria, cosa que se puede y se debe hacer por mucho trabajo y riesgo que suponga.

“

Leonardo Padrón, gran conocedor de la semiología de la telenovela, reconoce muchos de los defectos de las obras dramáticas que producimos hoy día, aunque también es cierto que no toda la culpa es de los escritores.

”

LA GERENCIA ENTRA TAMBIÉN EN LA PELEA

Aunque de una manera tímida, lo podríamos llamar de bajo perfil, algunos de los gerentes de las plantas televisoras dejaron oír su opinión a los periodistas. Una de las principales causas aducidas para justificar de alguna forma la crisis de la producción televisiva del país es la económica. Todos sabemos que hemos pasado por una crisis financiera muy profunda, control de cambio de divisas, una alta inflación, etc. Esta situación ha producido una baja en la inversión publicitaria, la alimentación de este tipo de empresas, por lo que se ha tenido que replantear el negocio de nuevo. Pero esto no sucede con todas las estaciones de televisión, ya que alguna ha mantenido su cuota de publicidad casi intacta, como Venevisión, por ejemplo, y otras han sufrido una baja considerable en este renglón, especialmente las que han bajado en producción y calidad de sus programas.

Rolando Loewenstein, gerente de RCTV, Canal 2, justifica a su empresa de esta misma manera, añadiendo que la crisis económica y política del país, con su impacto publicitario derivado, son las causas que obligaron a esta televisora "replantear el negocio". "Desde hace dos años tenemos un proceso de reingeniería de la empresa, no orientada a desaparecer, sino a fortalecernos y empezar a crecer ordenadamente de cara al siglo XXI. Y para ello tuvimos que aplicar medidas muy duras, es cierto, como la disminución de

nuestra línea de producción. Lo que no quiere decir que próximamente..." (*El Universal*, 31/08/97)⁶. Esto se puede traducir en un intento por bajar costos.

Sin embargo, hay muchas formas de bajar costos y una de ellas es la eficiencia en el trabajo. Se ha comentado en la prensa y entre los círculos especializados de los entendidos en el medio, las enormes fallas de logística y producción que presentan, en general, las telenovelas venezolanas. Para citar sólo algún ejemplo, en la producción *De oro puro* se trasladó a un equipo completo de actores y técnicos a Guatemala durante más de un mes. Mucho del material grabado allí o no sirvió o no se utilizó. Un gran esfuerzo desperdiciado hasta cierto punto. Con alguna frecuencia se trasladan los equipos a locaciones en exteriores y... o alguno de los actores llega tarde, o no llega, o el vestuario no es el apropiado, o se cita a los actores sin motivo, o no está listo el guión que tienen que grabar, etc. Todo esto resulta en una gran pérdida de tiempo y dinero, cosa que nunca se comentará por parte de la gerencia. Por no pagar suficientemente a un buen equipo profesional de producción se malgastan millones. Y luego sucede que no hay dinero para producir bien.

Desde luego, no hay duda de que el factor económico es primordial. Una de las variantes de este fenómeno es el surgimiento de productores emergentes. Hasta principio de los años noventa, Venezuela, Brasil y Méjico, eran los productores clásicos de telenovelas, con un amplio mercado en varios continentes. En la actualidad ha surgido Colombia con una serie de telenovelas, de bajo costo de producción y temas novedosos, que están conquistando algunos mercados a costa, principalmente, de Venezuela. También Argentina está produciendo sus telenovelas, así como Chile, Perú y Miami, inclusive algunos países no tradicionales en este campo, como Italia e Indonesia. Todos estos programas están abocados indudablemente a su transmisión fuera de sus respectivos países, por lo que el pastel se nos reduce cada vez más. Por lo tanto, no nos queda más remedio que ser cada vez más competitivos, lo que se consigue con calidad e innovación. Es el camino emprendido por O'Globo, de Brasil, a base de calidad y eficiencia en sus producciones.

A la acusación de que los gerentes imponen el tipo de telenovela que va a salir al aire, estos responden que ellos sólo producen "lo que el público quiere ver". Es cierto que, dada la caída del poder adquisitivo de los venezolanos, la gente emplea

mucho más de su tiempo libre delante de la pequeña pantalla. Por eso se piensa que la televisión impone lo que transmite, así sea porquería. Sin embargo, esta afirmación pareciera de doble filo, ya que el hecho de que se vea televisión no quiere decir automáticamente que le guste al televidente.

Generalmente, las únicas armas que proporcionan a la gerencia cuál es la preferencia de la gente son las encuestas de *mercadeo* y *rating*, cosa que sabemos son de una confiabilidad muy relativa. Esta clase de estadísticas sugieren alrededor de qué tipo de drama se agrupan más televidentes, en un momento dado, y de ahí se sacan las reglas generales de "preferencia" por sectores de población. ¿Qué sucedería si las televisoras ofrecieran dónde elegir, si en vez de producir diez programas malos, produjésemos seis malos y cuatro buenos? Indudablemente, la gente se inclinaría mayoritariamente por los programas buenos. Lo que suele suceder es que una gerencia pacata y conservadora se inclina normalmente por la seguridad de los éxitos pasados... y no quiere saber más. No se dan cuenta que las situaciones y los gustos cambian, por lo que tenemos que estar a la altura de los tiempos.

¿QUÉ ES LO QUE EL PÚBLICO SUELE QUERER?

En primer lugar, calidad, temática moderna y buena producción. Esto último no tiene una relación directamente proporcional con el *rating*, que mide solamente de una manera matemática y estadística la afluencia y relación del espectador con un programa determinado. En palabras de Luis Alberto Lamata, director de cine y televisión (*El Nacional*, 11/10/97)⁷, "lo que no puede medir el *rating* es el nivel de emoción, es decir, la intensidad afectiva que genera una historia en el espectador". El diario *El Nacional* habilitó una línea telefónica, la Línea N, a través de la cual sus lectores podían expresar sus opiniones personales sobre diversos tópicos. En una especie de encuesta, realizada por este método, sobre qué telenovela se recordaba con más afecto, se le da la razón a Luis Alberto Lamata en el sentido de que una telenovela puede no estar en la cima del *rating* y, sin embargo, dejar una profunda huella en las personas que la han seguido en su desarrollo. Se recuerda aquellos temas que han roto con el melodrama tradicional, que presentan historias más frescas, aunque no siempre se encuentre un final feliz.

En el primer lugar apareció *La Dueña*, una telenovela escrita por José I. Cabrujas y Julio C. Mármol para el modesto Canal del Estado, 1984, que nunca compitió por el *rating* pero que arrasó entre los sectores ABC, en donde se ofrece una adaptación del Conde de Montecristo, de Alejandro Dumas, enmarcada en la época de la dictadura del general Gómez. Una época donde los militares imponían su voluntad, lo mismo que las familias de abolengo social, donde muchas niñas, como Adriana, de baja condición social, soñaban con su príncipe azul. La muchacha se enamoró de un militar, Mauricio Lofiego, y en su ingenui-

dad creyó también en la palabra de las familias Téllez y Lofiego. Esto fue su perdición. Pero la venganza iría llegando poco a poco. La mujer, humillada y traicionada, escalaría posiciones hasta lo más alto, donde sus gritos pidiendo justicia tuvieron un duro eco. Inclemente y poderosa, Ximena no tuvo compasión con los que anteriormente la habían condenado a morir en vida. Afortunadamente, esta novela no ha tenido ningún *remake*, al menos hasta el momento.

Tanto *La Dueña* como *La Señora de Cárdenas*, 1978, en el segundo lugar, son considerados hoy día como un "clásico" de la novelística venezolana en televisión. El dúo de escritores anterior, ahora junto a Fausto Verdial, estudiaron en esta telenovela la crisis del matrimonio en nuestra sociedad, la infidelidad, el machismo y la fragilidad potencial de la mujer. Tras varios años de matrimonio, con una hija entre sus brazos, Alberto (Miguel A. Landa) y Pilar (Doris Wells) viven en un estado de desmotivación e indiferencia, producto aparente de la infidelidad de Alberto. En el fondo, los escritores aluden a la falta de comunicación en la pareja, origen de la mayoría de las crisis por las que atraviesa un matrimonio, es este caso, de clase media trabajadora, con una hija y una serie de proyectos por realizar (*El Nacional*, 11/10/97)⁸. Pilar, indignada y humillada, decide separarse y junto con su hija intenta independizarse. El final no fue feliz, sino crudo y real. Con la aparición de un nuevo amor, la reprimida *Señora de Cárdenas* abandona su lucha, su trabajo y renuncia a la patria potestad de su hija.

El tercer lugar en la Línea N lo ocupó *Amores de Fin de siglo*, 1995, escrita por Leonardo Padrón. Esta fue una telenovela que no ocupó los primeros lugares del *rating*, por lo que su autor tuvo que lidiar con las presiones que se ejercen en estas ocasiones por la gerencia. Sin embargo, quizás por sus diálogos y situaciones, su poesía, es una de las más recordadas por el público en los últimos tiempos. Su tema principal es la ciudad, cómo ésta configura a los seres humanos, convirtiendo a sus hombres y mujeres más bien en animales urbanos (*El Nacional*, *Ibid*). Un edificio de apartamentos, en el Este de la ciudad y una Iglesia, en el Oeste, son el epicentro de la trama. Dos parejas, vecinas en el edificio del Este, que intentaron permanecer estables, acaban separándose. Santiago (Daniel Lugo), un fotógrafo profesional, termina empatándose con su vecina Anastasia (Mari Carmen Rigueiro). Una feligresa, en el Oeste, se enamora del

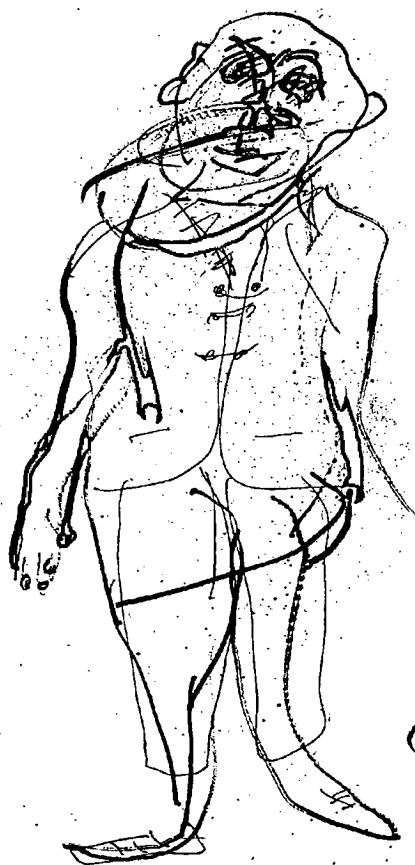


ILUSTRACIÓN: ARNALDO MONGES

cura y éste termina perdiéndose en un pueblecito de pescadores del Litoral, queriendo escapar y recomenzar su vida. El final tampoco fue feliz.

Lo que se quiere ver, después de calidad en la producción, es respeto al público. De protestar, habría que protestar, quizás, no sólo por la poca y mala producción nacional, sino también por la cantidad de repeticiones y *remakes*, tanto nacionales como extranjeros, de algunas telenovelas de éxito. Parece mentira que en dos años se hayan puesto al aire las tres novelas "marianas", de Thalía, con el agravante de que no sólo mantienen la misma trama, sino que las tres tienen su equivalente nacional (*El Universal*, 31/08/97)⁹. Lo mismo sucede con la transmisión de la telenovela *Esmeralda*, teniendo el mismo canal su propia versión, *Topacio*. Ni qué decir de *Corazón salvaje*, retransmitido tres veces en nuestro país. Cabe preguntarse dónde está el Sindicato de Cine, Radio y Televisión y afines. En ninguna parte. Es el Sindicato quien puede exigir la eliminación de tales atropellos, no la implantación del 1 x 1. Por otro lado, se debería de apreciar el derecho del espectador a poder disfrutar de buenas producciones, sin pedir a los productores su cédula de identidad.

LA TELENOVELA TODAVÍA ES NEGOCIO

A pesar de todo, el negocio sigue adelante. En la actualidad, este rubro ocupa el segundo lugar más importante entre las exportaciones venezolanas no tradicionales, fuera del petróleo. Se prevee que, al menos en Venezuela, este capítulo se mantenga como un fuerte integrante de la economía nacional. Según estadísticas recientes de la OCEI, la televisión está presente en más del 94% de los hogares existentes en el país. De su población, más de cuatro personas sobre diez disfrutaban su tiempo libre viendo televisión (*El Nacional*, 12/10/97)¹⁰.

Esto último influye en el monto de publicidad comprada en este medio. Nada más el año pasado, la torta de publicidad en televisión superó con comodidad los 128.000 millones de bolívares, repartiéndose el pastel entre las diversas televisoras operando en el país, siendo Venevisión la primera en captar anunciantes. Solamente la firma *Graffiti* mantiene más de mil comerciales al mes, preferentemente en tiempo primero, es decir, generalmente novelas. La Compañía *Procter* (*Gamble* mueve sus comerciales en las novelas de la tarde, así como la productora italiana de leche *Parmalat* anuncia sus productos

lácteos y jugos de frutas en las novelas de la noche, incluyendo las brasileñas en Televen, canal 10. El anunciante, en general, no compra historias, sino audiencia, y sabemos ya que mucha de esta audiencia se mantiene pendiente y cautiva de la televisión.

Hablando de la relación costo - amortización, nos encontramos con que una novela normal, bien realizada, cuesta alrededor de US\$ 10.000,00 por capítulo, subiendo la cifra hasta los US\$ 25.000 para novelas o miniseries estelares. Esto último nos da una razón de dos a cinco millones de dólares para una novela de unos 200 capítulos. Dado el volumen de comerciales que se transmiten en cada capítulo de muchas telenovelas podemos aducir sin equivocarnos mucho que el costo de una producción de este género se amortiza total o casi totalmente en el país de origen, con ingresos internos. A esto se suma la exportación, que es donde está el negocio realmente.

El único problema de la exportación es encontrar el mercado adecuado. Es por eso que las principales plantas de televisión mantienen departamentos completos, y hasta empresas filiales, dedicados al mercadeo internacional. Todavía hoy, a pesar de haber perdido parte de su monopolio del mercado - junto a Televisa, de Méjico y O'Globo, de Brasil- en la década de los ochenta, las telenovelas venezolanas se transmiten en más de 50 canales, en 25 países, en las lenguas más diversas. Esto nos indica que la pérdida producida en el mercado tradicional se ha visto compensada por la inclusión de nuevos clientes en diversas partes del mundo, por ejemplo, algunos países latinoamericanos, países del Este Europeo, Turquía, Grecia, Israel, Filipinas y hasta Paquistán.

El proceso del negocio es claro. Pagados todos o casi todos los costos básicos a nivel interno, el copiado, transporte y mercadeo son costos muy inferiores a los precios que normalmente se cotizan por su transmisión. Es cierto que este precio varía en relación al área geográfica y económica en la que se encuentre el país involucrado. No es lo mismo vender en Bolivia o Centroamérica, con emisoras de cobertura parcial y poco índice de publicidad, que vender en Estados Unidos o Europa. La telenovela *Cristal*, en su momento, fue vendida en España entre US\$ 10.000 y US\$ 15.000 por capítulo, constituyendo uno de los mayores éxitos televisivos de ese país. Así nos encontramos que un capítulo de telenovela, exportado a una serie de países, puede tener un re-

torno de unos US\$ 50.000, lo que puede sobrepasar la tasa del ciento por ciento sobre su capital inicial.

En definitiva, una tasa de retorno potencial tan atractiva ha despertado y dinamizado la producción y el negocio de varios países, con la que la competencia a aumentado. Sin embargo, Venezuela ocupa todavía un lugar de privilegio en este renglón, a no ser que la gerencia de los canales de televisión y las circunstancias adversas se ocupen de echarlo abajo. César M. Rondón, gerente durante años de una de las principales televisoras del país, al comentar sobre el Movimiento de Salvemos a la Televisión, se expresa de una forma un tanto jocosa: "... Creo que hablamos del mismo país malcriado de siempre. Al espectador le está llegando una producción extranjera que le resulta atractiva. Y ¡Salvemos a la Televisión! Suena a una asociación de damas que piden a gritos que se les proteja de un intruso que se mete todos los días a su casa" (*El Universal*, 31/08/97)¹¹. Sin embargo, también es consciente de los problemas que nos aquejan: "...Cómo habremos sido de mediocres que perdimos el mercado del cual éramos dueños principales. Siento que le hicimos un favor a la telenovela extranjera" (*El Universal*, *Ibid*). Creemos que todos tenemos una parte de culpa. A pesar de todo, sin mirar demasiado al pasado, también creemos que tenemos un futuro por delante, siempre que ofrezcamos calidad y competitividad. Ideas y creatividad nos sobran.

NOTAS

- 1 *El Universal*, Simón Villamizar, "Los escritores de telenovelas se defienden". 28/09/97, 3-24
- 2 *El Universal*, Ibsen Martínez, "Jackes Derrida encuentra a Delia Fiallo", 30/08/97, 1-4
- 3 *El Universal*, Ibsen Martínez, "De la telenovela y el perfecto idiota latinoamericano", 04/10/97, 1-4
- 4 *El Universal*, Simón Villamizar, "Delia Fiallo: matrona del género", 28/09/97, 3-25
- 5 *El Universal*, Simón Villamizar, "Los escritores de telenovelas se defienden", 28/09/97, 3-24
- 6 *El Universal*, Simón Villamizar, "Matamos a la gallina de los huevos de oro". 31/08/97, 3-25
- 7 *El Nacional*, Héctor Bujanda, "¿Qué telenovela queremos?", 11/10/97, B-16
- 8 *El Nacional*, Héctor Bujanda, "¿Qué telenovela queremos?", 11/10/97, B-16
- 9 *El Universal*, *Proteccionismo e Inquisición*, 31/08/97, 3-15
- 10 *El Nacional*, Minín Arévalo, "Las lágrimas son negocio", 12/10/97, E-16
- 11 *El Universal*, Simón Villamizar, "Matamos a la gallina de los huevos de oro", 31/10/97, 3-25 ■