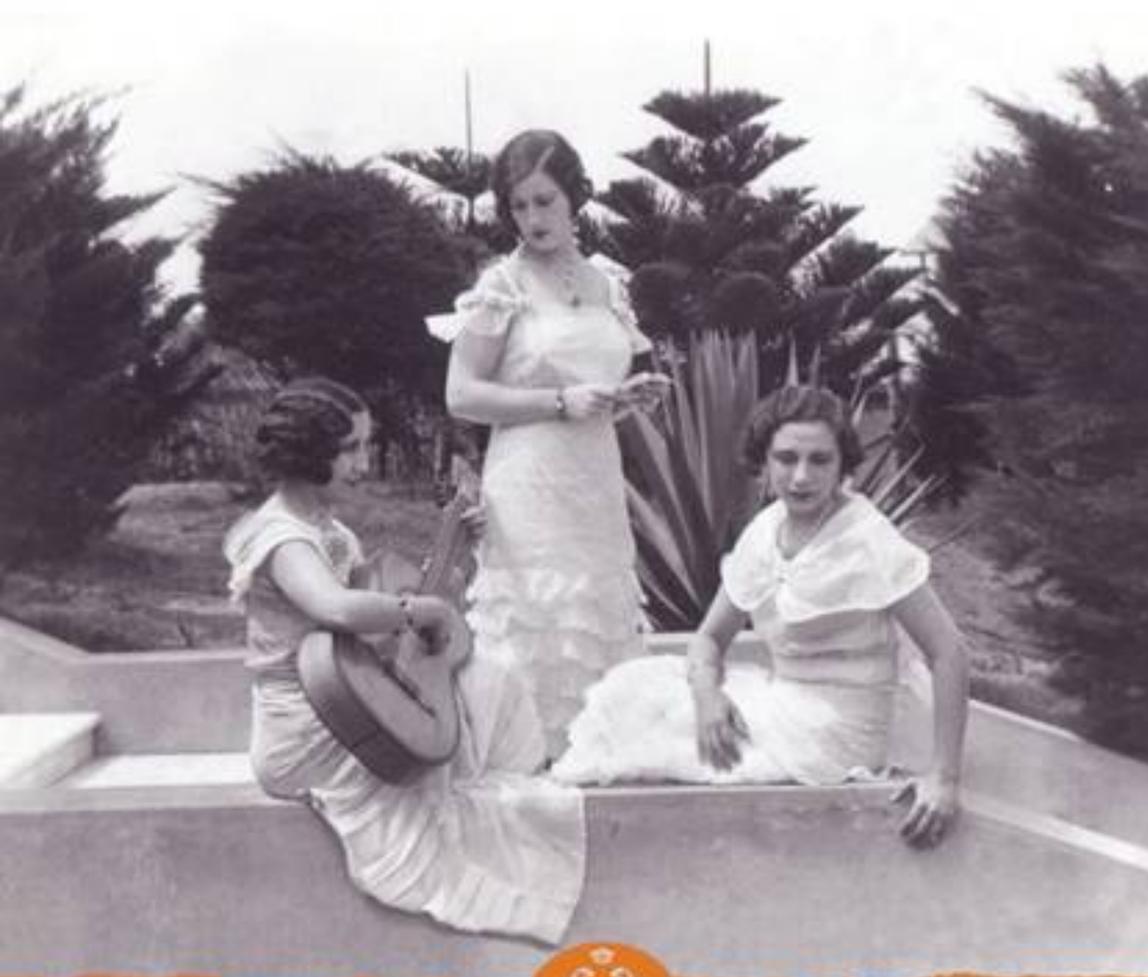


Historia de los medios de comunicación en el Perú: Siglo XX

El cine silente en el Perú

Ricardo Bedoya



UNIVERSIDAD DE LIMA



FONDO EDITORIAL

Historia de los medios de comunicación en el
Perú: Siglo XX
El cine silente (1895-1934)
Ricardo Bedoya



Colección Investigaciones
El cine silente en el Perú (1895-1934)
Primera edición digital, marzo 2016

© Universidad de Lima
Fondo Editorial
Av. Manuel Olguín 125, Urb. Los Granados, Lima 33
Apartado postal 852, Lima 100, Perú
Teléfono: 437-6767, anexo 30131. Fax: 435-3396
fondoeditorial@ulima.edu.pe
www.ulima.edu.pe

Diseño, edición y carátula: Fondo Editorial de la Universidad de Lima

Foto de carátula: Yo perdí mi corazón en Lima (Alberto Santana, 1933). Archivo de la Filmoteca de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Versión ebook 2016
Digitalizado y distribuido por Saxo.com Peru S.A.C.

saxo

www.saxo.com/es
yopublico.saxo.com

Teléfono: 51-1-221-9998
Dirección: calle Dos de Mayo 534, Of. 304, Miraflores
Lima - Perú

Se prohíbe la reproducción total o parcial de este libro sin permiso expreso del Fondo Editorial

ISBN versión electrónica: 978-9972-45-315-1

Índice

Prólogo. Historia de los medios de comunicación en el Perú: Siglo XX

Presentación

Capítulo 1. Primer período: 1895-1919

Los antecedentes del cine: El kinetoscopio

El vitascopio: El otro aparato de Edison

El vitascopio llega al Perú

El vitascopio y la segregación social

Cine en los balnearios

El aparato francés en Lima

Los filmes que se vieron en Lima

Esperando el cine peruano

El mecanismo del movimiento

Los exhibidores itinerantes

Las corridas de toros: Cine y testimonio gráfico

Costa, sierra, selva

La Guerra Hispanoamericana: El cine como reportero

Novedades del espectáculo

Entre realismo e ilusión

Lima sobre la pantalla

La rutina del cine

Las destrezas del exhibidor

La fotografía y la sociedad
Un ingenio sonoro
El cine sedentario y el nacimiento de la distribución y exhibición
El cine Pathé y el nacimiento de las funciones divididas
Nuevas vistas del Perú: Gaumont vs. Pathé
1908: Un agosto interminable
Las primeras inversiones y la constitución de la Empresa del Cinema Teatro
Compañía Internacional Cinematográfica y la historia de una guerra comercial
Los costos del importador
El fondo sonoro
El papel creativo de los exhibidores
Un don desapacible
El cine como objeto de control institucional
La mutación de las costumbres
Arrestos censores
Negocio al agua
Del manicomio al matrimonio
La crisis del teatro
La Gran Guerra
El esplendor italiano, el *Film d'Art*, seriales
Pasatiempo social
Empresa de Teatros y Cinemas
Lima, ciudad cinematográfica
Un asunto de moral
Películas peruanas del período 1895-1919
Aparatos y locales cinematográficos del período 1895-1919

Capítulo 2. Segundo período: 1919-1930

El Oncenio

Arrancan los largometrajes de ficción

Camino de la venganza

El cine de los hacendados

Los días de Mundial

El filme de *La Prensa*

David y Goliat

Radio y cine

Pedro Sambarino

La censura institucional

Páginas suprimidas

El periodismo cinematográfico

El Estado como productor cinematográfico

El bandolero Luis Pardo

Enzo Longhi y *La Perricholi*

Las agencias norteamericanas

Asociación Nacional de Cinematografistas

La música de los cines

El debate del sonoro

Peruanos en Hollywood y en otras partes

El chileno Santana

Stefanía Socha

Largometrajes peruanos del período 1919-1930

Otras películas peruanas del período 1919-1930

Locales cinematográficos del período 1919-1930

Capítulo 3. Tercer período: 1930-1934

Los últimos años de la producción silente: El acto final

Los rivales de Santana

La censura previa

La película del Partido Aprista

Largometrajes del período 1930-1934

Otras películas peruanas del período 1930-1934

Locales cinematográficos del período 1930-1934

Bibliografía

Prólogo

Historia de los medios de comunicación en el Perú: Siglo XX

Ahora mismo, millones de peruanos están vinculados a un medio de comunicación mientras miran la televisión, escuchan radio, asisten a una sala de cine o leen un medio impreso. La información, el entretenimiento, la reflexión y la experiencia artística modelada al contacto con otras miradas, opiniones y formas de ver la vida y la cultura provienen de un trato colectivo con los medios de comunicación, que fue afianzándose hasta adquirir una importancia central en el curso del siglo XX.

En consideración a esa realidad, el equipo de investigadores responsable de este proyecto editorial, profesores de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima, se propuso elaborar, en el seno del Instituto de Investigación Científica de la Universidad de Lima (IDIC), una "Historia de los medios de comunicación en el Perú en el siglo XX". Es decir, examinar el desarrollo del periodismo, la radio y los medios audiovisuales (cine y televisión) peruanos, así como del marco regulatorio expresado en la legislación dictada sobre la materia, a lo largo de la centuria anterior.

Uno de los impulsos para emprender el proyecto fue constatar la carencia de bibliografía sobre el tema. No se ha publicado ninguna historia general de los medios de comunicación en el Perú. Solo existen trabajos parciales sobre cada medio, algunos muy logrados. Ellos trazan horizontes del desarrollo de la radio, el cine y la televisión, describiendo etapas específicas u ofreciendo opiniones críticas y de enjuiciamiento a los “productos mediáticos”, sean películas o programas televisivos.

Creímos necesario, por eso, realizar una investigación basada en el acopio minucioso de datos ciertos y testimonios plurales, con el fin de aportar bases documentales que ayuden a ordenar la información dispersa y parcial sobre el tema tratado, sistematizando lo que se mantiene fragmentario y facilitando las investigaciones que, más adelante, amplíen y profundicen los estudios sobre los medios de comunicación en el país.

Sabemos que no existe una Gran Historia, única, total y abarcadora que examine hechos, motivos y consecuencias a partir de una clave interpretativa capaz de descifrar el sentido de todos los fenómenos y ocurrencias. Hay, en cambio, muchas historias y relatos que abordan los temas relevantes de una investigación desde horizontes y propósitos diversos. Este trabajo es una de esas historias, la primera que busca acercarse, en forma general, al asunto del desarrollo de los medios de comunicación en el Perú durante el siglo XX. En el futuro, otros estudiosos hallarán nuevas informaciones e intentarán otros abordajes, planteándose nuevas preguntas, las que dicte cada época, ofreciendo conclusiones a partir de las evidencias que no se hallaron aquí y ahora.

La investigación que ofrecemos es un acercamiento realizado por profesionales de la comunicación, no por historiadores profesionales. Nuestra intención y objetivo ha sido comprender el pasado de nuestros campos

respectivos de trabajo para tener bases más firmes en el desarrollo de nuestra labor cotidiana como investigadores y profesores universitarios.

Una periodista, María Mendoza Michilot, trabaja el tema del periodismo diario durante el siglo pasado; Emilio Bustamante, comunicador interesado en el fenómeno de la radio popular y en la creación de ficciones para los medios de comunicación, aborda el pasado de la radio; el abogado José Perla Anaya ofrece su visión del marco legal y normativo que sirvió para propiciar la creación y canalizar el desarrollo y regulación de los medios; un abogado y crítico de cine, Ricardo Bedoya, se encarga de los medios audiovisuales. Cada autor eligió los datos relevantes de acuerdo con su propio derrotero de investigación. En casi todos los casos, este trabajo amplía, modifica o ratifica las investigaciones realizadas por cada uno de los autores en los campos de sus especialidades respectivas, publicadas en obras previas.

Abordamos esta investigación como un trabajo interdisciplinario. Cada uno de los tomos que la conforman tiene su propio diseño y entidad, y corresponde a la visión personal y la interpretación del autor que la suscribe aun cuando el conjunto se gestó como una investigación propiciada por el IDIC.

Centrar la investigación en el siglo XX no ha impedido el análisis de datos relevantes de fechas anteriores. Es el caso del periodismo, cuyos antecedentes son básicos para entender el desarrollo que obtuvo en el período tratado. Lo mismo ocurre con el cine, aparecido en los años finales del siglo XIX, a los que se remonta la investigación. Solo la radio y la televisión nacieron y se asentaron en el siglo que estudiamos.

Sin imponer una rígida división o establecer una periodización fija y cerrada, los investigadores convinimos en la necesidad de organizar los períodos estudiados en

cada capítulo teniendo en cuenta algunos hitos reconocibles en el desarrollo político del país. Así, la primera parte de los trabajos sobre la prensa, el cine y la legislación de los medios de comunicación remiten a la situación de fines del siglo XIX y se proyectan hasta el advenimiento del llamado Oncenio, o “Patria Nueva”, el período del segundo mandato de Augusto B. Leguía que, a su vez, constituye un segundo período de estudio. Es entonces que empieza la investigación sobre la radio, instalada en el Perú a mediados de las décadas de los años veinte. Una tercera etapa abarca desde los inicios de los años treinta, acabado el período de la “Patria Nueva”, hasta llegar a la interrupción del período democrático del presidente José Luis Bustamante y Rivero, lo que marcó el comienzo del gobierno de Manuel A. Odría. Una cuarta etapa comprende lo ocurrido en los años cincuenta — cuando empieza la televisión, en 1958— y sesenta hasta la irrupción del Gobierno Revolucionario de la Fuerza Armada, presidido por el general Juan Velasco Alvarado, en su primera fase, entre 1968 y 1975, y por el general Francisco Morales Bermúdez, en su segunda fase, hasta 1980. Las dos últimas décadas del siglo conforman la quinta etapa de la investigación.

En algún caso, como el del cine, esta periodización se altera de algún modo debido a características propias del medio, que divide su existencia en dos épocas netas, el período silente y el sonoro. En lo relativo a la producción fílmica peruana, la periodización encuentra una demarcación adicional: la ley de promoción de la industria cinematográfica, dictada en 1972, hito que hay que considerar en la fijación de los períodos de la historia del cine en el Perú.

Estudiar el desarrollo de los medios de comunicación supone examinar las características y singularidad de sus productos, en cualquier género o formato, en soporte

escrito o fílmico, de proyección mecánica o transmisión electrónica. Pero también requiere entender el marco general en que se produjeron: desde el encuadre legal y sus circunstancias políticas y económicas hasta el estado del equipamiento técnico empleado para su hechura, pasando por la identidad de las empresas que financiaron o elaboraron los diarios, películas, telenovelas, series televisivas y programas radiales en general, sin olvidar la identificación de los profesionales, creativos o técnicos, que los imaginaron y diseñaron.

Aunque la investigación de cada medio señala sus propias formas de acceso y metodología, en aras de conseguir un trabajo de coherencia orgánica los investigadores participantes decidimos establecer algunas directivas de organización para emprender y desarrollar la labor de acopio de información y las tareas posteriores de explicación y análisis. Las mencionamos a continuación.

En primer lugar, para uso del equipo de los investigadores y no como objeto de investigación, establecimos un marco temporal, cronología o línea del tiempo, con indicación de hechos del contexto histórico, político, social, económico, cultural y tecnológico, nacional e internacional, a modo de referente para situar los procesos de comunicación en nuestro medio.

En segundo lugar, prestamos atención al estudio de las formas y modos de propiedad, organización y producción de los medios, examinando las actividades de las empresas de comunicación, de productoras de películas y de emisoras radiales y televisivas, identificando sus "productos", sean diarios, películas, programas de radio y televisión. La tónica del acercamiento se moldeó a las características de cada medio: en el cine, la "obra" acabada, la película estrenada o exhibida es el elemento distintivo y el objeto de estudio; en la televisión y la radio importan más los "flujos", las corrientes de programación,

la lógica que se encuentra en la determinación de las grillas y en los horarios en los que se ubica un programa u otro.

Atendimos a los avances tecnológicos de cada medio, sobre todo en el horizonte de un siglo que ha visto la sustitución de las técnicas de registro y difusión basadas en la reproducción analógica de imágenes y sonidos a las sustentadas en su codificación binaria o digital. La relación entre técnicas, lenguajes y mensajes en los medios de comunicación reviste un grado de significación fundamental.

En tercer lugar, tuvimos presente las relaciones de los medios con el Estado, examinando las políticas gubernativas en cada época, la legislación, la censura, las formas de promoción y, en general, los modos de intervención, directa o indirecta, del Estado en los medios. Ello sin perder de vista la influencia relevante de otras instituciones sociales, los grupos de poder económico y las decisiones de los individuos, protagonistas de circunstancias económicas y de negocios que llevaron a tal o cual orientación empresarial.

En cuarto lugar, nos interesamos en estudiar los géneros y formatos documentales y de ficción trabajados y difundidos a través de los años, con sus particularidades expresivas, estilísticas y semánticas, sobre todo los de producción peruana, pero con referencias puntuales a productos extranjeros con influencia en los medios audiovisuales.

En quinto lugar, prestamos atención al examen de la formación, ampliación e integración de los públicos al circuito de la comunicación, rastreando esa participación en testimonios aparecidos en espacios periodísticos y en las informaciones sobre recaudaciones de películas, índices de asistencia a las salas de espectáculos o mediciones de las audiencias radiales y televisivas. Algunos productos de los medios de comunicación, sobre todo los audiovisuales, son

mercancías que se distribuyen en un mercado, anunciándose como espectáculos masivos, pero también elementos distintivos de la historia social y cultural: testimonian identidades y formas de pensar, representan mentalidades, documentan la realidad a la vez que promueven la circulación de valores, estereotipos, pautas de comportamiento, modas. De allí la importancia de tener en cuenta las características de su consumo público.

Esos fueron los cinco vectores metodológicos que articularon la investigación, con las singularidades propias del estudio de cada medio y el acento particular aportado por los investigadores. No es posible acercarse con un bagaje metodológico invariable a medios de naturaleza distinta que cumplen funciones diversas, generando una pluralidad de mensajes que trascienden —como lo postula la semiótica— la identificación con el mero “contenido”.

Nuestra propuesta de investigación tuvo desde el inicio la voluntad de poner por delante el establecimiento de datos e informaciones ciertas, como una forma de describir el estado de las cosas, preguntándonos cuándo y dónde pasó tal hecho y ubicando su ocurrencia en el panorama general de la historia internacional de los medios. El trabajo de campo se desarrolló a partir de búsquedas en archivos, hemerotecas, filmotecas, videotecas y museos, aprovechando también los testimonios personales, las fuentes estadísticas, las visitas a lugares y la observación *in situ*, entre otros.

En este punto, es preciso hablar de los problemas y limitaciones que tuvimos en el desarrollo de la investigación que se prolongó durante un lustro. Por ejemplo, de las dificultades para obtener informaciones indispensables para explicar una situación, corroborar una hipótesis, confirmar un dato o sustentar una afirmación.

Investigar la existencia, forma, acabado, identidad o influencia de películas o programas televisivos o radiales es

hacer una pesquisa sobre “productos mercantiles” que no se consideraron en su momento como obras culturales, dignas de comentario, preservación o memoria. En su época, muchos de esos productos audiovisuales fueron vistos como pasatiempos transitorios, fiascos insalvables o productos de la fungible y pasajera vida del espectáculo y la farándula. Por eso, su existencia apenas si se consigna en un pie de página o un comentario marginal. Las fuentes para conocerlos no son los estudios académicos, ni los propios “productos” audiovisuales, que se han deteriorado o perdido y no existen más, sino periódicos, revistas especializadas de espectáculos o documentos de existencia azarosa.

Si estudiar los productos de la industria audiovisual es muy difícil en países de Europa o en Estados Unidos, lo es mucho más en el Perú, donde nunca existió conciencia de la necesidad de preservar las obras audiovisuales y cuyos archivos documentales son mantenidos en precarios estados de conservación. No abundaremos en anécdotas como la del hallazgo en una biblioteca municipal de dos buscados tomos del diario *La Crónica*, del año 1930 (en el período crucial que siguió al derrocamiento de Leguía), envueltos por telarañas y transitados por insectos, pero es preciso lamentar la incuria con que se manejan en nuestro país las tareas de mantenimiento del acervo documental — del que forman parte las grabaciones de programas radiales y los archivos audiovisuales— por no mencionar la inexistencia de políticas de restauración y preservación del patrimonio audiovisual.

Por último, anotamos que el ámbito geográfico de la investigación se concentró en la ciudad de Lima, capital del Perú, lo que no cancela la inclusión de referencias puntuales a hechos o sucesos ocurridos en otras regiones del país.