

La industria de ficción televisiva en Perú

Pareja, Alfonso

En el año 1986 ingresé a la Facultad de Comunicaciones, buscando cumplir mis sueños de infancia de trabajar en series dramáticas como aquellas que me mantenían pegado al televisor. Decidí ser parte de la industria audiovisual peruana. El problema era que en el Perú casi no había “industria”. Pero cuando uno es joven y la adrenalina anda medio elevada, pequeños detalles como ése no son tan importantes. Mis amigos no lograban entender como alguien podía hacerse el *harakiri* pretendiendo seguir una carrera televisiva en el Perú, en un sector tan poco desarrollado en comparación al de otros países. Pero ellos no veían lo que yo veía: que para el caso, en el Perú de 1986, estudiar cualquier carrera era exactamente lo mismo. Porque era lo mismo estudiar televisión en un país sin industria televisiva, que derecho en un país sin ley, contabilidad en un país de evasores, ingeniería eléctrica en un país de apagones o ingeniería industrial en un país sin industria. En suma, seguir cualquier carrera en el Perú ya era señal de entusiasmo. Y si casi no había industria, qué diablos, la haríamos, pues.

Han pasado más de veinte años y no me arrepiento de mi decisión. He sido afortunado. Tengo la oportunidad de escribir y trabajar en series y telenovelas como deseaba, además de la cereza en la torta que es ser profesor universitario. En el camino he conocido y compartido con otra tira de entusiastas que trabajan día a día por sacar esta industria adelante ya sea como productores, directores o guionistas. Pero algo ha cambiado. Ya no tengo 20 años y mi nivel de adrenalina ha disminuido un poco. Ahora pienso más en la industria, pienso en nuestras condiciones de producción, en los factores que la afectan y le dan forma, en las oportunidades que nos ofrece el mercado, y en lo que podríamos hacer para aprovecharlas.

Algunas consideraciones

Las industrias de producción televisiva de ficción de cualquier país crecen y se consolidan en base a la distribución y exhibición de sus series y telenovelas en dos mercados, el interno y el externo. Necesitan de ambos para solventarse económicamente y sustentar su crecimiento. Actualmente, el contexto internacional ofrece buenas oportunidades para las series de ficción provenientes del mercado latinoamericano. Nada más en Estados Unidos la comunidad de habla hispana se constituye en un destino importante. Cadenas como Telemundo y Univisión han tomado fuerza en los últimos años en la emisión de telenovelas. En España ocurre lo mismo con las telenovelas latinoamericanas que también tienen muy buena acogida.

Algunas series y telenovelas peruanas han tenido éxito ciertamente en este contexto, como *Luz María* o *Pobre Diabla* en el mercado europeo, o la buena performance internacional de *Escándalo* de Iguana Producciones. Recientemente la teleserie *Mi problema con las mujeres* se está abriendo paso en el extranjero. Sin embargo, a pesar de estos casos y otros similares, la industria de ficción televisiva peruana aún no logra generar un círculo virtuoso de producción y distribución que permita establecer una relación constante, fluida y a largo plazo con el mercado externo. Nuestros éxitos son aún éxitos individuales, de algunos productos, de algunos productores, de algunas

empresas, pero no del sector en su conjunto. La televisión de ficción hecha en el Perú se exporta de hecho, pero no en volumen, ni con la fluidez que necesita para permitir cimentar un proceso de crecimiento constante.

Los esfuerzos por participar del mercado externo, a lo largo de nuestra historia televisiva, se remontan a los primeros intentos de exportación de telenovelas de Panamericana Televisión a fines de los años 60 y que quedaron frustrados a principios de los 70. En los 90, América Televisión inició con telenovelas como *Luz María*, *Isabella*, *Pobre Diabla*, entre otras, una línea de productos perfilada para el mercado internacional, que aprovechaba los canales de distribución que los Crousillat ya conocían y desarrollaban desde antes de dirigir América Televisión. Pero esto terminó a principios del 2000.

La otra relación más duradera hacia fuera es la de la empresa Iguana Producciones, pero hay que tomar en cuenta que actualmente sus telenovelas son realizadas por encargo de empresas extranjeras como Venevisión Internacional. Actualmente, Frecuencia Latina Internacional viene ofreciendo un paquete de producciones nacionales intentando aprovechar el contexto favorable hacia los productos latinoamericanos.

A lo largo de todos estos años, nuestras series y telenovelas han demostrado que pueden tener calidad más que suficiente para insertarse en el mercado internacional. Nuestras empresas cuentan con directores, guionistas, productores, personal técnico y artístico bien preparado. Como dije antes, el problema no es que no podamos crear productos exitosos para el extranjero. Lo hemos hecho y en casos aislados lo seguimos haciendo. Sin embargo, y a pesar de que hemos logrado exportar productos, no hemos alcanzado aún el nivel de posicionar a nuestras empresas productoras en sí, su imagen, su marca, su sello, como sí lo han hecho la Rede Globo, Televisa o Televisión Azteca. Estas empresas no sólo exportan productos televisivos, sino además han consolidado una imagen de marca entera. Con una línea de productos de ficción clara y perfilada, con un posicionamiento definido, con un estilo característico y recurrente en telenovelas o series que el público puede diferenciar y esperar.

¿Qué nos impide mejorar nuestra posición en el mercado externo?, ¿qué nos impide construir y establecer esas relaciones de largo plazo? Para empezar, la producción televisiva de ficción en el Perú, se ha visto directamente afectada y perfilada por el entorno en que se desenvuelve, el devenir político ha sido y es aún uno de los factores importantes en el futuro de la producción televisiva de ficción.

El factor político

Hay que mencionar en primer lugar al gobierno dictatorial del general Velasco Alvarado y el efecto directo de freno que tuvo sobre la producción de telenovelas. Recordemos que entre los años 1966 y 1971 éramos una joven industria de ficción creciente y prometedora. Panamericana Televisión, de la familia Delgado Parker, conducía una iniciativa que giraba alrededor de la producción y exportación de telenovelas al mercado latinoamericano. *Simplemente María*, *Natacha*, *El adorable profesor Aldao*, *Nino* y *Los hermanos Coraje*, estas dos últimas coproducidas además en el extranjero, daban cuenta de una industria que daba la batalla a otras como la mexicana por la conquista del mercado latinoamericano. Pero la carrera por alcanzar este mercado acabó cuando el gobierno militar, que expropió los canales de televisión a inicios de los 70, pareció ver en la producción de telenovelas una especie de nuevo opio del pueblo dosificado a razón de 30 cuadros por segundo. El resultado fue que la producción del género fue languideciendo y con ello fuimos perdiendo nuestra novel participación a manos de industrias como la mexicana, argentina,

venezolana y finalmente brasilera. Cuando en los años 80 el control de los medios volvió a sus propietarios, el mercado hispano ya estaba cubierto por estas industrias fortalecidas que nos llevaban 10 años de ventaja en la construcción de sus productos, sus canales de distribución y comercialización y su posicionamiento en la mente del público.

Pero esa no es la única vez en que el factor político afectó el desarrollo de la producción televisiva de ficción. En los 80, la producción empezó a intentar rehacer el camino. Series como *Gamboa* y la telenovela *Carmín* de Panamericana Televisión o *Bajo tu piel* y *Malahierba* de la empresa Proa son el símbolo de la lucha de un medio que deseaba rehacerse. Sin embargo, el fenómeno del terrorismo y la crisis política y económica de la segunda mitad de los ochenta sumió al país en la época más oscura de nuestra historia. Un país en guerra, sumergido en la hiperinflación y alejado económicamente de la comunidad internacional, un país afectado en todos sus sectores productivos, incluida la televisión, y con ella la producción de material de ficción. Aún así hubo producción, pero en un volumen que reflejaba la crisis política y económica del país.

La tercera vez en que claramente ha influido el factor político en la producción de ficción televisiva se dio en fecha más reciente. A lo largo de los años 90, la producción de miniseries y telenovelas fue muy activa, sobretodo por la diversidad de empresas que participaron. América Televisión, Panamericana Televisión, Frecuencia Latina y ATV apostaron por la emisión de productos locales, producidos por ellos mismos o por empresas como Iguana Producciones y MGZ. Un amplio repertorio de miniseries permitió revitalizar los músculos de la industria, con títulos como *El ángel vengador*, *El Negociador*, *Regresa*, *La Perricholi*, *Tatán*, *La captura del siglo* y *Polvo para tiburones*. La producción de telenovelas fue más prolífica aún: *Los de arriba y los de abajo*, *Los unos y los otros*, *Tribus de la calle*, *Lluvia de arena*, *Todo se compra todo se vende*, *Malicia*, *Obsesión*, *Escándalo*, *La noche*, *Torbellino* y remakes como *Leonela*, *Luz María*, *Isabella*, *Natacha*, *Gorrión* y *Nino*. Pero esta renovada ola de producción de pronto se vio truncada cuando la caída de la dictadura sacó a la luz sus vínculos con los dueños y directivos de algunos canales, empresas que eran los principales productores, compradores y exhibidores de la producción nacional. Los medios se vieron sumidos en procesos judiciales o de reestructuración, en algunos casos. La recesión llegó a la televisión. Los canales dejaron de producir ficción, y también de comprarla. Por efecto de la demanda derivada, las empresas que los abastecían de series y telenovelas se vieron también perjudicadas al no tener compradores. La producción audiovisual volvió a languidecer a consecuencia del devenir político.

Estos tres momentos citados dan cuenta de la relación directa que el factor político tiene sobre nuestro interés de generar y hacer crecer el rubro de producción de ficción televisiva. Ciertamente es un factor que no podemos controlar, pero sí es importante entender su peso y papel. Para que la industria crezca a paso constante y sin tanto frenazo, giro o sensación frecuente de tener que reempezar en cada década, necesitaremos que el piso político este parejo.

El factor económico

Otro factor que explica nuestros modelos de producción de series, miniseries y telenovelas es el económico. La historia del Perú es una historia de inflaciones o recesiones, con pequeños momentos de bonanza que no duran mucho. A fuerza de producir en un país difícil económicamente, nos hemos acostumbrado a la imagen del productor como el gran gestor de los recursos escasos. No podemos darnos el lujo de grandes presupuestos. Los géneros mismos que podemos producir y hemos privilegiado dan cuenta de ello. La telenovela como formato no sólo cuenta con la simpatía del público latino, sino también con la de nuestras condiciones de producción: escenas dialogadas, escenarios que se construyen una vez y se aprovechan en 120 capítulos, técnicos y actores con

sueldos fijos en vez de por destajo, mecanismos en general que permiten producir capítulos en gran volumen intentando abaratar costos.

Los policiales, las series de tribunales, de acción o de terror son géneros caros y ajenos. Ha habido intentos en estos rubros como *Gamboa*, *La captura del siglo*, *Polvo para tiburones*, *La gran sangre* y recientemente *Calle en Llamas*. Pero en general, son producciones aisladas más que líneas de producción, a diferencia de la telenovela en la que sí hemos logrado generar una oferta clara. Experiencias como *Mil oficios* o *Así es la Vida* son muestra de cómo la comedia y el humor toman acá formato de culebrón adaptándose mejor a nuestras condiciones de producción.

En la actualidad, la economía del país y la de la producción audiovisual de ficción no parecen ir de la mano. El Perú crece en promedio a un ritmo de 7% anual, pero los presupuestos de producción son menores a los de los años 90. Mientras otros sectores del Perú crecen, los presupuestos de producción de televisión más bien pasan por una etapa recesiva. Si en la década pasada un capítulo se producía con cifras de 8 a 10 mil dólares, ahora se produce con el 60% o 70% de ello. Si en ese tiempo también se invertía en un guión de una hora un promedio de 500 o 600 dólares, ahora se invierte menos de la mitad.

La penetración del cable ha comprometido la posición de los canales de señal abierta y esto ha derivado en menores recursos para la producción de ficción. Sin embargo, a la vez, el crecimiento económico constante del país en los últimos años ha salvado a las empresas que producen series y miniseries de corte más local. El poder adquisitivo y la capacidad de consumo de los sectores populares han aumentado en los últimos años, haciéndolos un público importante para los anunciantes. Algunos canales de señal abierta, han encontrado en ellos su salvavidas. Un nicho de mercado que es satisfecho con series y miniseries de argumentos, temáticas y personajes más locales. Así, en este primer decenio del nuevo siglo, empresas como *Del Barrio*, *Chroma Producciones*, *Mapa*, la cerrada *Capitán Pérez*, *La luz e Imiza*, han iniciado un nuevo ciclo de producción de miniseries trabajadas en esta línea.

Actualmente, los montos que reciben por capítulo no son altos, ni llegan con mucha anticipación. Esto tiene un efecto directo sobre el acabado de los episodios, que terminan siendo producidos sin mucho colchón. Los guionistas, productores y directores trabajan con el tiempo en contra lo que siempre afecta la calidad del producto, calidad que podría funcionar para el mercado interno, pero necesita mejorar su estándar para el externo.

Productoras independientes

El papel de las empresas independientes en la producción televisiva de ficción es fundamental. Desde mediados de los 80 a la fecha son ellas las que han impulsado las propuestas más innovadoras, vitales e interesantes en la producción de miniseries y telenovelas. Empresas como *Proa*, *Iguana*, *MGZ* y más recientemente, *Timeline*, *Capitán Pérez*, *Del Barrio*, *Chroma*, *Mapa*, *Imiza* o *La Luz* son la más clara señal de que aquí el impulso de la televisión de ficción viene principalmente de los productores independientes.

Estas productoras son empresas pequeñas y como tales su principal problema está en el financiamiento e inversión disponible para sus producciones. Para lograr producir dependen de las remesas de dinero que llegan de los canales de TV que financian su producción. Siendo además empresas pequeñas, no tienen acceso directo al mercado internacional ni a canales de distribución propios. Comercializar por sí mismas en mercados internacionales, mantener un canal de distribución constante, abastecer en volumen de producción alto y solventar estudios de mercado

internacional es algo que está fuera de su alcance. Sin embargo su necesidad de participar más del mercado externo es evidente.

Para lograr un espacio en el exterior se necesita, para empezar, establecer estándares mínimos de calidad narrativa y de puesta en escena. Nuestra propuesta es muy dispareja en este sentido. Por ejemplo, algunas series y telenovelas manejan muy bien el guión, pero otras parecen un tributo al tiempo muerto, al anti ritmo dramático y la escena interminable. Exportar televisión supone ofrecer productos con una calidad constante, con un estilo claro y diferenciable. El público peruano es poco exigente y esto puede llevar a que nuestras producciones se conformen con tenerlos satisfechos. Un público poco exigente no fomenta que se busque crear productos televisivos más competitivos. Si el público es poco exigente, nosotros sí debemos ser exigentes con nosotros mismos. Acceder de mejor manera al mercado internacional es factible, pero no es una tarea de pocos años. Estos son procesos posibles con un acercamiento más sistematizado, que involucre al sector en conjunto, no sólo a partir de intentos individuales o aislados.

Para hacer crecer nuestra industria de ficción televisiva debemos en primer lugar reconocerla como tal. La televisión de ficción es arte y a la vez industria. Y tenemos que aprender a asumir esta doble naturaleza. El problema es que solemos pensar que arte e industria son incompatibles o que la mayor presencia o peso de uno disminuye la presencia o peso del otro, que hacer industria es claudicar al deseo de hacer arte. Tal como yo lo veo, ambas cosas no son incompatibles sino plenamente necesarias. La televisión de ficción no es cincuenta por ciento arte y cincuenta por ciento industria, ni ninguna otra proporción que cada uno le quiera atribuir.

La televisión de ficción debe ser cien por ciento arte y cien por ciento industria a la vez. Ser únicamente “artista” es fácil, también es fácil hacer únicamente lo que el público quiere sin más preocupación que el rating. ¿Saben que es lo difícil? Lo difícil es lograr ser artista y a la vez hacer que el público nos vea. El gran reto de ingeniería es poder expresar plenamente aquel tema del que deseamos hablar y establecer a la vez contacto con el público. Miremos a la industria a los ojos o no lograremos manejarla.