

Publicado: 9/16/2011

El hollywood criollo



La producción y posproducción de televisión y cine están disparadas en Colombia. Existen 135 productoras en el país que venden más de US\$1.000 millones al año. Radiografía de un negocio en pleno auge.

En un estudio de grabación de 1.500 m², el más grande del país, Samuel Duque, presidente y fundador de Fox Telecolombia, le muestra a Dinero la escenografía para una nueva producción que estará al aire en pocas semanas.

Durante el recorrido relata cómo han cambiado las cosas en los últimos cuatro años: antes, su empresa facturaba cerca de US\$10 millones y ahora supera los US\$30 millones; la planta de personal pasó de 150 trabajadores directos a cerca de 600; hoy, solo en impuesto de renta, está pagando unos \$2.000 millones.

“Esas cifras dan una idea de cuánto ha crecido este negocio en los últimos años”, dice Duque, mientras cruza la salida en medio de un laberinto de muros de madera y fachadas recién pintadas.

Mientras camina del estudio a su oficina para seguir hablando de oportunidades de negocio y logros, el empresario resalta la trascendencia que han tenido las alianzas o matrimonios entre productoras locales y multinacionales que catapultaron un negocio que hoy está en pleno auge. Fox con Telecolombia, Sony con Teleset, Vista Producciones con Disney y Telemundo con RTI, son solo algunos ejemplos que han permitido la conquista de mercados como el hispano en Estados Unidos y en Europa.

“Nuestra alianza con Fox (multinacional que adquirió 51% de la compañía en 2007) nos representó el acceso a otros mercados y el apoyo financiero necesario para la realización de grandes producciones”, explica.

El boom de producción audiovisual en Colombia ya no tiene marcha atrás. Prueba de ello es que series con puro talento colombiano se pueden ver ahora de costa a costa en Estados Unidos, algo impensable hace una década. Las cifras confirman el optimismo que se respira en esta industria. De acuerdo con Invest in Bogotá, los ingresos de la producción audiovisual del país pasaron de US\$628 millones en 2005 a US\$1.200 millones el año pasado; 90% proviene de la televisión. Definitivamente, la actividad está disparada.

Otro hecho que marcó la pauta en este negocio es que el crecimiento en número y calidad de las

producciones fue visto más como una oportunidad y no como competencia por parte de los dos canales privados más grandes de Colombia –Caracol y RCN–, los cuales descargaron en estas compañías buena parte de las producciones que ahora tienen en sus parrillas.

Fox Telecolombia le hace cada año tres producciones a RCN y prepara dos novelas para mercados internacionales: Amo de casa y La Malnacida. Además, trabaja con National Geographic en la elaboración de documentales, para lo cual constituyó un grupo de investigación dirigido por Adriana Mariño.

Pero Fox Telecolombia no es el único protagonista que se roba las miradas en el negocio de las cámaras de alta definición y luces de sodio. Otro empresario que tiene muy metido en la cabeza el tema de la televisión es José Antonio de Brigard, fundador de Teleset, compañía que logró en 2008 una alianza estratégica con la poderosa Sony.

De Brigard es casi un ermitaño de la televisión. No le gusta hablar ante los medios porque cree que lo mejor es andar de ‘bajo perfil’ y mostrar sus productos y no su fotografía en los periódicos. De manera excepcional, atendió a Dinero en su oficina al norte de Bogotá.

“Teleset ha logrado penetrar con éxito en el mercado latino con producciones juveniles en MTV y Nickelodeon. Acabamos de estrenar Popland en MTV en español”, dice.

Su olfato para los buenos negocios le ha permitido anticipar lo que viene en el sector y las jugadas de sus rivales. De Brigard cree que multinacionales como Netflix, que ofrecen descargas por internet de películas y seriados, transformarán por completo un negocio donde las firmas cableras serán los ‘nuevos galanes’ en los próximos años.

Este empresario no cree en fórmulas mágicas y sabe que el éxito está amarrado a la calidad de los productos. “¡Es el contenido, estúpido!”, afirma el presidente de Teleset, parafraseando la frase de campaña de Bill Clinton en 1992.

La apuesta de Teleset por el contenido la ha llevado a producir exitosas series como Rosario Tijeras, número uno entre la audiencia hispana en Estados Unidos. .

Hablar de productoras de televisión y no mencionar a RTI sería un craso error, máxime cuando se trata de la reina de reinas en facturación: en 2010 registró \$65.735 millones en este rubro. Don Chinche, En Cuerpo Ajeno, Naturalia y Los Victorinos, entre muchas otras producciones, marcaron la senda de esta productora fundada en 1963. Luego de su alianza con Telemundo, materializada en 2001, la compañía ha producido 40 telenovelas.

“Hace diez años, RTI se reinventó y se acomodó con éxito a la evolución de la industria. Aunque le seguimos produciendo a Telemundo, hemos iniciado contactos con clientes en Estados Unidos y Europa porque nuestra única vocación es producir”, dijo Patricio Wills, fundador de la empresa y quien centró sus operaciones en Miami con el propósito de catalizar ese tipo de oportunidades.

El presidente de RTI visualiza un gran potencial del país en este sector. “Tenemos una creatividad

importante, una manera distinta de hacer novelas, un lenguaje neutro de los actores y una estabilidad política relevante en el país. Todas las productoras estadounidenses están en Colombia, eso muestra el potencial”, afirmó desde Miami.

El padre de los regionales

Otro de los protagonistas de la industria es Francisco Muñoz, presidente y fundador de Televideo; lleva en su ADN la pasión por la producción de televisión. “Mi infancia transcurrió entre carretes de cine y proyecciones de El Gordo y el Flaco, por la década del 60.

“Las producciones colombianas han dado un salto grande en los últimos cinco años y pasan por su mejor momento. Las series y novelas están viajando por el mundo, siendo los mejores embajadores del país”, afirma. Pero Muñoz tiene un as bajo la manga con el cual busca eclipsar a sus compañeros de industria. Hace cerca de un año constituyó un grupo especializado y calificado para ingresar a un negocio que se está posicionando lentamente en Colombia: los videojuegos.

“Si le pegamos, la sacamos del estadio. Estamos trabajando con expertos en animación 3D para ofrecer videojuegos de alta calidad”, dice el empresario.

El primer videojuego estaría listo en 2012, pues debe pasar las pruebas en los pulgares de niños y adolescentes.

Lo que viene

El negocio de la televisión en Colombia es tan atractivo que en los últimos cuatro años se pasó de 35 productoras, entre pequeñas, medianas y grandes, a más de 135.

Compañías como Vista Producciones, erigida por Jaime y Gerardo Sánchez Cristo, también tienen resultados para mostrar. Esta empresa logró una alianza con Disney que le permitió incrementar sus utilidades operacionales de \$25.093 millones en 2009 a \$37.138 millones el año anterior.

Y hay muchas más, como Be TV, que se puede convertir en el corto plazo en la gran proveedora de Caracol Televisión.

Pero no nos podemos dormir en los laureles. “Empresas de Lima ya nos quitaron varias producciones porque sus costos laborales son inferiores”, dice Samuel Duque, de Fox Telecolombia.

En Argentina, el valor promedio de una hora de producción de telenovela asciende a US\$50.000, mientras en Colombia es de US\$80.000; en México llega a US\$150.000 y en Brasil a US\$200.000.

Ante esa realidad, el empresario le pidió al gobierno Santos incentivos económicos para no perder el terreno ganado.

Sintonizado con este llamado está Francisco Muñoz, de Televideo, quien le propuso la semana anterior al Ministerio de Comercio un megaproyecto para instalar en Colombia una ciudadela para cine y

televisión.

Los productores creen que la decisión del presidente Juan Manuel Santos de designar a John Leguizamo como ‘embajador’ de Colombia ante Hollywood podría ser una señal de que vienen más acciones concretas para impulsar lo que podría ser la sexta locomotora, la de la creatividad.

Está comprobado que una base empresarial fuerte y próspera, equipos técnicos de última generación y personal calificado pueden convertir a Colombia en un jugador de talla mundial. Si California tiene a Hollywood y la India a Bollywood para la industria del cine, ¿por qué el país no puede soñar, como lo propuso el candidato a la alcaldía de Bogotá, Gustavo Petro, con un Bogollywood?

DINERO.COM COPYRIGHT©2010 PUBLICACIONES SEMANA S.A.

Todos las marcas registradas son propiedad de la compañía respectiva o de PUBLICACIONES SEMANA S.A.

**Se prohíbe la reproducción total o parcial de cualquiera de los contenidos que aquí aparezca,
así como su traducción a cualquier idioma sin autorización escrita de su titular.**