

# Más que festivales: tres mujeres del cine sugieren cómo promover la industria

Una directora, productora y sonidista retratan las carencias del mercado. Más que premios, se necesita una comisión filmica, estímulos para coproducir y horarios competitivos.

LUCIANA TELLO RAMÍREZ

luciana.tello@diariogestion.com.pe

Hacer cine de autor o documental en Perú es una labor casi romántica. En números, no se aspira a obtener la retribución que recibe el cine comercial. A pesar de ello, tres mujeres de la industria lo intentan y nos cuentan cómo.

La directora de cine Delia Ackerman postulará su documental "Hatun Phaqcha, tierra sana" a más de 62 festivales en total. Hasta ahora ha pasado por más de 50 con una inversión de más de US\$ 2,800. Sin embargo, la inversión total que incluye la traducción de su obra alcanza casi los US\$ 22 mil. Debido a la pandemia, perdió el auspicio que financiaría casi la mitad. Pero sigue buscando alianzas.

"Estoy invirtiendo mucho en marketing digital. Y a pesar de haber ganado un premio en un festival, no espero un retorno económico. Así que tengo que buscar fondos institucionales", sostiene la cineasta.

## Estímulos

Esto retrata la forma en que se producen proyectos no comerciales en Perú. ¿Cómo mejorar el escenario?

"Hacen falta mecanismos de atracción para que lleguen productoras a Perú y encuentren oportunidades para coproducir", señala la experta en el campo Nathalie Hendrixc.

Según ella, Colombia lleva varios años de ventaja porque cuentan con ellos no solo para cine que llega a sa-

## DIXIT



**Delia Ackerman**  
Directora de cine



**Nathalie Hendrixc**  
Productora de cine



**Rosa María Oliart**  
Sonidista de Fade Out

las, sino para streaming y series.

Hace falta también una comisión filmica, indica. Esta permite conectar a todos los ministerios, la policía, los gobiernos regionales y municipalidades para facilitar los permisos y permitir que las grabaciones fluyan. Pero "somos el único país de la región que no tiene una", sostiene.

También se necesita la oportunidad para estar en cartelera. "Hacen falta salas y horarios más convenientes. Sin embargo, sabemos que los empresarios necesitan que haya asistencia, así



**Esperanza.**  
Cineastas aguardan por mayores oportunidades en cartelera.

que tal vez se puede buscar un estímulo de parte del Estado como sucede en Argentina, por ejemplo", añade Hendrixc. Por ahora, lo que conviene es concentrar público. "Si la distribuidora no te da cuatro o cinco horarios, puedes juntar una exhibición en Miraflores y San Miguel a las 8 p.m. Así juntas dos públicos interesantes. Es lo que hicieron Retablo o Wiñaypacha".

Además, gozar de un premio de festivales ayuda a atraer público. "Sin la repercusión que tuvo 'La teta asustada' no habría ido la mitad del público", calcula la también docente de la Universidad de Lima.

## Auspicios y streaming

La búsqueda de auspicios es otra lucha. Cada vez las marcas buscan más que aparecer con un logo, quieren que las producciones les ofrezcan una ex-

## EN CORTO

**Posproducción.** Rosa María Oliart, sonidista y directora de Fade Out, cuenta que la posproducción fue el área menos afectada de la industria. Incluso se han sumado trabajos como series y trabajos para plataformas streaming. "Una serie es como trabajar en cuatro películas", comenta.

periencia. "Los actores de la película pueden ser parte de la publicidad de las empresas", sugiere Hendrixc como alternativa.

También se puede vender un proyecto a una plataforma streaming porque estas siempre están atentas a nuevas historias. "Puedes vender solo la idea o también producirla. Lo im-

portante es hacer la mejor película con el menor costo", detalla pues una vez vendida a Netflix, por ejemplo, impide distribuirla por 3 años y además "pagar un seguro alto".

## Sin olvidar lo comercial

Si se trata de apostar por lo rentable, el género más consumido en el cine peruano sigue siendo la comedia. "Esto debe ir de la mano con buenos guiones y personajes que capten al público. Pero también lo que funciona es el terror, aunque en los últimos años ha bajado su recepción", comenta la productora.

Una opción segura también es comprar los derechos de una producción que haya tenido éxito en su país de origen, como fue el caso de "Recontra loca", con la que se hizo una versión peruana. Esa es parte de la estrategia de Tondero.