

Detrás del Ecran

Cómo financiar cine en el Perú.

Si nos ceñimos a la regla, todo el cine peruano es independiente. Indistintamente de lo experimental de un argumento o la poca elegancia del *product placement*. La ausencia de *majors* en el Perú —grandes estudios que financian monstruos del cine— hace que la producción nacional recurra a otras fuentes. En el libro *Financiamiento, distribución y marketing del cine peruano* (Universidad de Lima, 2018) —presentado en la última edición de la FIL—, el cineasta Augusto Tamayo y la productora Nathalie Hendrickx dan luces para que el sueño de hacer cine no termine en pesadilla. Allí enumeran las opciones para conseguir fondos. Van desde el autofinanciamiento y la coproducción hasta los patrocinios y los fondos nacionales, como el de la DAFO (Ministerio de Cultura), de 5008 UIT. “Nuestro presupuesto es escaso pero qué manera de repercutir tenemos. En México no conciben hacer una película por menos de 800 mil dólares”, explica Hendrickx. A pesar de las todo se han hecho bue-

FOTO: JAVIER ZAPATA



Autores Nathalie Hendrickx y Augusto Tamayo.

nas migas. En el 2017 el cine peruano estrenó 25 películas comercialmente y tuvo 51 millones 826 mil 794 soles de taquilla. Por otro lado, dice Tamayo, “hay que tener clara la proyección realista de la película, sacar una línea de cintas parecidas y calcular cómo les fue en las salas. Se programa el presupuesto con lo que se supone será tu ingreso”. Los pilares en el mercadeo son la identificación del público y el *film competitive*. “Tienes una buena película pero escoges una mala fecha, o tu cinta es buena pero pensaste que era *Transformers*, entras en cien salas y te matas. A veces es mejor entrar con pocas

copias y concentrar público para sostenerte en el tiempo”, aconseja Hendrickx. El cálculo y la cabeza fría también son protagonistas en esta película. (Jaro Adrianzén) ■



Guía para cineastas.