

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



LARGOMETRAJES ANIMADOS DIGITALMENTE EN EL PERÚ. LOS CASOS DE RED ANIMATION, ORIGAMI STUDIO Y ARONNAX

Trabajo de investigación para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Jimena del Rosario Montañez Arica

Código 20112050

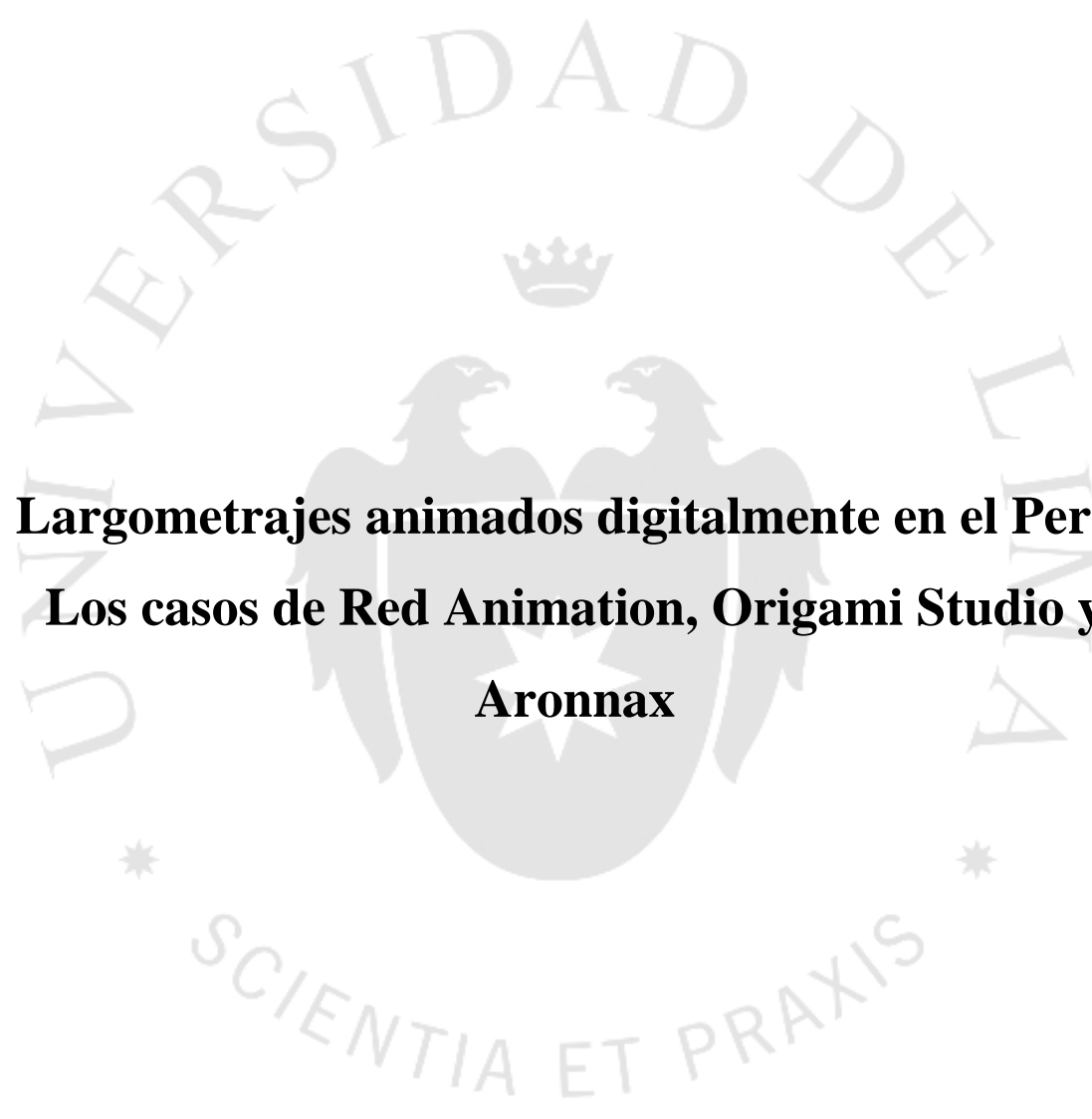
Asesor

Giancarlo Cappello Flores

Lima – Perú

Enero de 2017

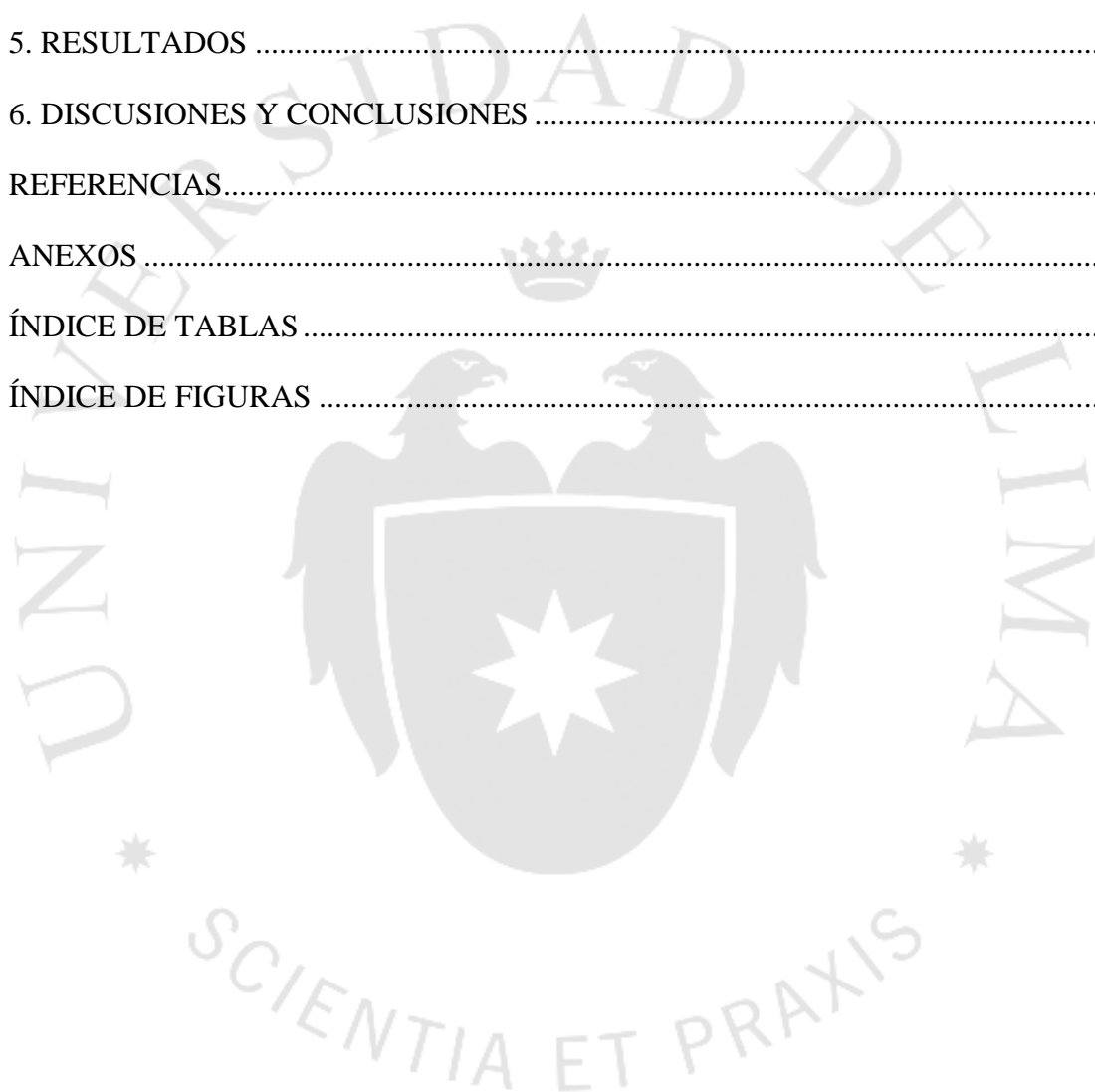




**Largometrajes animados digitalmente en el Perú.
Los casos de Red Animation, Origami Studio y
Aronnax**

ÍNDICE GENERAL

1. RESUMEN	5
2. INTRODUCCIÓN	5
3. ANTECEDENTES	7
4. METODOLOGÍA	15
5. RESULTADOS	17
6. DISCUSIONES Y CONCLUSIONES	39
REFERENCIAS.....	55
ANEXOS	59
ÍNDICE DE TABLAS	66
ÍNDICE DE FIGURAS	67



1. RESUMEN

Esta investigación analiza el panorama de largometrajes animados digitalmente en la ciudad de Lima, Perú, durante los años 2004-2016. Se aborda el proceso de realización de las películas, sus dificultades y características primordiales, a través del estudio de tres productoras: Origami Studio, Red Animation y Aronnax. El presente texto ofrece una perspectiva de la industria de la animación en Lima y desagrega tanto sus capacidades como sus posibilidades de desarrollo.

PALABRAS CLAVE: cine de animación digital, producción, cine, origami studio, red animation, aronnax

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the feature film digital animation scene, in the city of Lima, Peru, between the years of 2005-2016. To achieve this, the realization process of the animated movies made in the present, along with its main characteristics and difficulties, is investigated through the study of three different production companies: Origami Studio, Red Animation and Aronnax. The text offers an outlook of the animated movie industry and it divides both their capabilities and their development possibilities.

KEYWORDS: digital animation, production, cinema, origami studio, red animation, aronnax

2. INTRODUCCIÓN

La industria del cine de animación nacional, debido a la cantidad de estrenos y producciones de los últimos años, pareciera estar en crecimiento; sin embargo, comparada con películas extranjeras, su calidad técnica y narrativa es baja. Por esta razón, se ha considerado oportuno definir cuál es la cultura del cine de animación digital en Lima a través del análisis de las productoras en actividad, los diferentes *films* estrenados y los que están en proceso.

Para realizar este trabajo, se ha estudiado a tres de las cuatro productoras (ver tabla 1 y tabla 2) que están actualmente realizando un *film* animado en 3D: Aronnax, Origami Studio y Red Animation. La cuarta, Caracoles Estudio, lamentablemente no

accedió a brindar información ni participar de este estudio. En ese sentido, la búsqueda de contactos resultó un proceso tedioso, pero fructífero después de todo.

Se ha organizado el texto en tres pilares: a) técnica y narración de las películas animadas; b) organización de la productora; y c) financiamiento. Estos se detallarán en mayor profundidad más adelante. A continuación, se explicará cuáles son los antecedentes de la animación a nivel nacional y mundial, haciendo hincapié en aquellos casos cuya situación es análoga a la limeña.

Tabla 1
Estudios de animación activos, sus productores y sus películas

Estudios de animación			
Aronnax	Origami Studio	Red Animation	Caracoles Estudios
Productor(a)			
Gustavo Davirán	Jimmy Carhuas	Milton Guerrero	María Esperanza Barbosa
Películas			
<i>Lars y el misterio del portal</i> (estrenada en 2011)	<i>Nuna</i> (en etapa de preproducción)	<i>Rodencia y el diente de la princesa</i> (estrenada en 2012)	<i>Mochica</i> (en etapa de producción)
<i>Los ilusionautas</i> (estrenada en 2012)		<i>El reino en las nubes</i> (en etapa de desarrollo)	
<i>El cascanueces</i> (estrenada en 2015)			
<i>Condorito</i> (en etapa de producción)			

Tabla 2
Estudios de animación inactivos, sus productores y sus películas

Estudios de animación	
Alpamayo Entertainment	Dolphin Films
Películas	
<i>Piratas en el Callao</i> (estrenada en 2004)	<i>El delfín: la historia de un soñador</i> (estrenada en 2009)
<i>Dragones. Destino de fuego</i> (estrenada en 2006)	
<i>Valentino y el Clan del Can</i> (estrenada en 2008)	

3. ANTECEDENTES

3.1. El comienzo de una nueva era

La animación digital en el mundo data de la década de los ochenta. Fue el director John Lasseter, junto con Ed Catmull, presidente de Pixar, quienes revolucionaron con dicha técnica.

Según Catmull (2014), en los años ochenta, Lasseter trabajaba en el estudio Disney, cuando atravesaba por un periodo difícil e improductivo: no habían producido avances técnicos significativos desde *Los 101 dálmatas*, estrenada en 1961. En este panorama, Lasseter presentó a sus jefes la idea de una película, que sería la primera en situar personajes dibujados a mano contra fondos generados por ordenador. La idea fue considerada demasiado vanguardista y Lasseter fue despedido. Sin embargo, la intención de Lasseter encajaba con la propuesta del estudio Pixar, quienes deciden contratarlo. Con John a bordo, Pixar tenía el equipo perfecto, pues antes solo tenían animadores y expertos en el área técnico-digital y con la nueva adquisición consiguen un especialista en guion y narrativa. Si anteriormente podían hacer que “las cosas se movieran con gracia”, con Lasseter podían hacer que “pensaran, se emocionaran y tuvieran consciencia” (Catmull, 2014, p. 54).

En 1986, Pixar, con su nuevo equipo, lanza *Luxor Jr.*, primer corto animado digitalmente. Debido a la fascinación por la animación realizada, la tecnología se perfeccionó y a la par los efectos especiales para el cine de acción real (Duran, 2008). Durante los siguientes años, el estudio se dedicó a realizar diferentes campañas

publicitarias, mediante las cuales perfeccionaron su técnica. Debido a los problemas financieros que atravesaban, buscaron el apoyo de Disney para poder producir su primer *film* animado. Es así como en 1995 estrenan la primera película en animación digital: *Toy Story*, dirigida por Lasseter y coproducida por Pixar y Disney, que transforma el cine de animación gracias a que presenta una nueva estética y forma de narrar historias.

3.2. Detrás del mágico telón

Pixar, para llegar a ser la empresa que es hoy, pasó por varias dificultades antes y después del estreno de su obra prima: *Toy Story*. Formar el estudio cinematográfico fue una tarea ardua para Ed Catmull, quien se preocupó durante varios años en establecer una cultura organizacional con el objetivo de crear películas —cómo él las califica— geniales. A principio de los noventa, se enfrentaron ante problemas de déficit económico, baja de personal y poca experiencia en el ámbito narrativo. Incluso después del estreno de *Toy Story*, Catmull afirma que:

Los responsables de producción me dijeron que trabajar en *Toy Story* [para los empleados] había sido una pesadilla. Les parecía que no se les respetaba y que eran marginados, como ciudadanos de segunda. Y aunque se sentían gratificados por el éxito de *Toy Story*, se mostraban muy resistentes a trabajar en otra película con Pixar (Catmull, 2014, p. 79).

Para que ello no vuelva a suceder, se implantó cambios en la estructura comunicacional y se establecieron valores concretos para la empresa. Los contratiempos continuaron durante la realización de *Toy Story 2*: la empresa despidió al personal poco competitivo, lo que obligó a rehacer la película contra el reloj, dando como resultado una experiencia poco saludable para los empleados. Es así como Catmull modificó una vez más las conductas de la empresa, prevaleciendo por encima de todo el cuidado y la valoración del personal.

Los problemas y las respectivas soluciones en la vida empresarial de Pixar son muchas y están compiladas en el libro *Creatividad, S.A.* Las soluciones y guías son

diversas, pasando por el uso del *braintrust*¹, la filosofía de ver el fracaso como una oportunidad, tener un aprendizaje continuo, confiar en el personal, realizar investigación y llegar a tener una cultura de franqueza; pues “sin el ingrediente crítico de la franqueza, no puede haber confianza. Y sin confianza, la colaboración creativa es imposible” (Catmull, 2014, p. 107).

3.2. El ejemplo visto erróneamente

Según Viñolo e Infante del Rosal (2012), en América Latina hay una tendencia a la imitación de los procesos de grandes empresas cinematográficas norteamericanas, a lo cual se ha denominado “pixarización”, que consiste básicamente en la asimilación y sobredimensión de la propia realidad. Esto explica por qué en el Perú los *films* animados muestran una identidad cultural confusa, reflejada en personajes con rasgos universales sobre los que afloran injustificadamente detalles localistas.

3.3. Mellizos a larga distancia

La industria de animación coreana es un caso similar al peruano y al de otros países del mundo por la forma en como comenzó. In-ha (2012) relata que, en los años ochenta, no había instituciones educativas que ofrecieran cursos de animación y tampoco veían dicha técnica como una oportunidad de negocio. Fueron una serie de animadores quienes decidieron crear su propio rastro en la industria; entonces, estudiaron por su propia cuenta y perfeccionaron sus habilidades narrativas y progresivamente cambiaron la industria de animación coreana y la volvieron exitosa.

Al mismo tiempo, se encuentra semejanzas con la animación española, en donde una proliferación de empresas de largometraje de animación no necesariamente significa que dicha industria goce de una buena salud. En el caso de España, Barnuevo (2009) señala que la producción anual de largometrajes es de tres a cuatro y cada año

¹ Según Catmull (2014), es la dinámica que consiste en reunir a personas que tienen un profundo conocimiento de la narración en una habitación, encargarles que identifiquen y resuelvan problemas sobre la película que está en marcha y animarlas a que sean francas. El *braintrust*; sin embargo, no tiene autoridad, los comentarios pretenden sacar a la luz las causas reales de los problemas, no exigir una solución específica.

aparecen nuevas empresas productoras que inician proyectos de animación. Si bien en el caso peruano la producción es de menor magnitud, sí es regular y se están conformando nuevas productoras con el fin de llevar a cabo proyectos individuales. Una diferencia con el caso de España es que la ayuda del Estado tiene una mayor presencia, a través de las subvenciones estatales. Según Zahed (2013), en España se está apostando por nuevas empresas interactivas y multiplataforma con tal de diversificar el negocio y hacerlo más rentable.

3.4. El hermano favorito

El año 2016 fue próspero para Chile, ya que, además de ganar un Oscar por el cortometraje *Historia de un oso*, ha marcado un precedente en la industria de animación chilena y probablemente latinoamericana. El corto se realizó con un equipo de quince personas en el estudio de animación Punkrobot, en Santiago, y demoró cuatro años, de 2010 a 2014. El motivo principal de su dilatación fue la usual falta de presupuesto, pues “el fondo del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes del gobierno chileno les alcanzó para producir la animación solo hasta la mitad. El resto se financió con proyectos comerciales que encararon a través del estudio” (Perasso, 2016, párrafo 19). En el noticiero chileno Tele 13 (2016), se indicó que el presupuesto destinado para el corto fue de 40 mil dólares, el costo aproximado de un segundo en una película de Pixar (segundos 27 al 40).

Perasso (2016) en una nota para BBC, señala que *Historia de un oso* está hecha a partir de una técnica mixta, con dibujos a mano, acuarelas, fotografías e imágenes 3D. Sin embargo, más allá de la técnica, es la historia la que llega a cautivar al espectador, pues evoca un sinnúmero de interpretaciones: desde un reflejo al maltrato animal hasta una crítica a los sucesos ocasionados durante la Segunda Guerra Mundial. El relato está realmente basado en un acontecimiento vivido por el director, Gabriel Osorio, y se presenta como una metáfora de lo que pasaron los presos políticos, exiliados y desaparecidos entre los años setenta y noventa durante la época de la violencia del régimen militar pinochetista en Chile.

La industria de animación chilena surge no solo con el esfuerzo de los animadores y de los estudios, sino que “[...] ha tenido un florecimiento en los últimos 15 o 20 años con el apoyo de los fondos públicos” (citado en Morán, 2016, párrafo 10).

3.5. La unión hace la fuerza

Un caso de prosperidad en la industria de cine animado es la India. Según Pandyan (2013), ahora India cuenta con grandes estudios, que llegan a albergar a 3000 empleados. El modelo que ha seguido la India es la asociación de varias productoras para el desarrollo de nuevos proyectos. De esta manera, colaboran para la realización de una película: estudios dedicados netamente a postproducción, otros únicamente a preproducción, entre otras productoras. En este sentido, Álvarez-Sarrat (2014) explica que el trabajo en equipo es probablemente la única manera de asegurar el futuro de la industria de la animación. Otros países con industrias de animación más sólidas, no tratan de producir éxitos de taquilla para el mercado internacional, como Eesti Joonisfilm Studio o el National Film Board de Canadá, los cuales han desarrollado un estilo único y reconocible, transformando la animación en uno de los mejores embajadores de su país.

3.6. La oposición nacional

Rivera (2010) sostiene que, en el Perú, la animación ha sido difícil de impulsar, debido a la poca fe en la industria. En la década de los sesenta, se intentó crear una serie animada televisiva; sin embargo, la animación era concebida exclusivamente para fines publicitarios. Es en los años ochenta, con la llegada de la animación digital al Perú, que nacen diferentes productoras destinadas a realizar animación, pero solo con fines publicitarios.

3.7. La gran conquista: La animación enamora a Schuldt

En el año 2000, surge la primera productora de animación digital en el Perú con la finalidad de llevar esta técnica al cine: Alpamayo Entertainment lanza el primer largometraje en 3D en Latinoamérica, *Piratas en el Callao* (ver tabla 3). Según Rivera (2010), esto se dio debido a que Eduardo Schuldt, director de la película, al ver el poco presupuesto con el que contaba para hacer una cinta de acción real —como se había planificado—, decidió hacer una animada. El *film* rompió récords, logrando una taquilla de más de 282 mil espectadores en la semana de estreno y ganando un EFI en 2006 por impulsar la animación digital nacional (Effie Awards Perú, 2006). Desde ese entonces, Schuldt ha sido director de la mayoría de cintas animadas; incluso abrió su propia

academia, Fx Animation School, en donde se capacitaba a especialistas en animación y efectos especiales por ordenador con el fin de llevarlos al mundo del cine, televisión y publicidad.



Tabla 3
Películas realizadas por Alpamayo Entertainment, sus presupuestos y sus utilidades

Alpamayo Entertainment				
Películas	Director	Estreno	Presupuesto	Estado
<i>Piratas en el Callao</i>	Eduardo Schuldt	2004	\$500 000	Ganancia
<i>Dragones. Destino de fuego</i>	Eduardo Schuldt	2006	\$900 000	Ganancia
<i>Valentino y el Clan del Can</i>	David Bisbano	2008	\$900 000	Pérdida

Nota: elaboración propia a partir de la tesis de Vernal, 2010.

Alpamayo perdió gran cantidad de dinero debido al fracaso de taquilla de *Valentino y el Clan del Can* (VCC), debido a que no se contó con el *software* necesario para realizar una producción como se esperaba que fuese (Vernal, 2010), conduciendo a la empresa a la quiebra y a su posterior desaparición.

3.8. La marea sube, Dolphin Film surge

En el año 2007, se funda el estudio Dolphin Films para realizar una película basada en el libro de Sergio Barbarem, *El Delfín: la historia de un soñador* (EDLHS), ya que se vio interés por parte de 20th Century Fox en invertir. Una vez más, Eduardo Schuldt dirigiría dicho *film*. Esta película fue una de las producciones más costosas: se invirtió en ella por lo menos 2 millones de dólares, el número de animadores aumentó a 38 —a diferencia de los 11 que hubo para *Piratas en el Callao*— y la tecnología y *software* utilizados fueron superiores a los de proyectos anteriores. La intervención de 20th Century Fox influyó bastante en la producción del *film*, por lo que hubo revisiones constantes. Dicha película fue criticada tanto a nivel internacional² como nacional, siendo una de sus deficiencias el guion y el poco número de animadores contratados para su producción. A pesar de esto, la realización de la película contribuyó

² El diario chileno *La Tercera*, así como *Clarín* y *La Nación* (ambos diarios argentinos), escribieron una crítica de *El Delfín* llamándola “animación pre-pixar” e indicando que la historia era redundante, tenía un ritmo lento, ocasionando la pérdida de interés hacia el desenlace.

brindando experiencia para el campo de la cinematografía animada, ya que fue la primera producción animada peruana en trabajar con una *major*³.

3.9. La carrera por un país en tercera dimensión

Red Post —actualmente Red Animation— fue fundada para llevar a cabo un proyecto dejado por Alpamayo: *Rodencia y el diente de la princesa* (REDP), película animada en 3D real y dirigida por David Bisbano. Al ser 3D real, se hicieron el doble de procesos, pues se tenía que simular la presencia de dos cámaras. Meses antes de su estreno, en 2012, se estrenó *Los ilusionautas*, producida por Aronnax y dirigida por Eduardo Schuldt, la cual también usó 3D real e incursionó con la técnica de captura de movimiento. Ambos *films* demostraron un avance en técnicas de animación, las cuales se han ido puliendo a lo largo de años.

A la luz de los antecedentes expuestos, el presente texto busca responder: ¿bajo qué preámbulos se maneja la producción en el Perú?, ¿cuál es el estilo de las diferentes productoras?, ¿a qué áreas se les da mayor prioridad en la producción de los diferentes *films*? Y, finalmente, ¿cómo se realiza el cine de animación digital en el Perú?

³ Las *majors* son las seis principales compañías productoras de películas del mundo, todas ellas situadas en Hollywood.

4. METODOLOGÍA

La investigación realizada es de tipo descriptiva y explicativa, pues caracteriza el trabajo que desarrolla el cine de animación digital en el Perú durante la última década. Ante la falta de información documentada sobre el tema, se realizó un acercamiento a fuentes primarias con el fin de completar los datos pertinentes. Al mismo tiempo y con el propósito de enriquecer la investigación, se recurrió también a la observación.

El estudio cualitativo consistió en la aplicación de entrevistas a tres tipos de público: a) productores de estudios de animación; b) animadores de las productoras; y c) directores de películas animadas. Adicionalmente, se entrevistó a una exfuncionaria del Ministerio de Cultura para indagar por el apoyo que esta institución ha brindado a la realización de diversas películas animadas.

Las entrevistas se han realizado en un periodo de tres años, de 2014 a 2016, con el objetivo de apreciar el progreso de las producciones actuales. En un inicio, se planteó incorporar a la investigación la producción de la película *Mochica*, pero el contacto con los encargados no fue posible. Debido a esto, se ha compilado información sobre el proyecto mediante entrevistas con personas relacionadas a la productora encargada del *film* y con la asistencia al Festival Digital organizado por la Toulouse Lautrec, donde se realizó una ponencia sobre la producción de la película. Además, se han tomado opiniones y declaraciones de distintas fuentes y medios. Las observaciones realizadas en campo han servido para complementar la información de las entrevistas.

En la tabla 4, se especifica las películas estrenadas y por estrenar hasta la fecha y que han servido para el desarrollo de este trabajo, junto a las personas involucradas en su realización.

Tabla 4
Relación de películas realizadas, producidas y personal involucrado

Películas	Director(es)	Personas involucradas – Cargo
<i>Piratas en el Callao</i>	Eduardo Schuldt	Alfredo Álvarez – animador
<i>Dragones. Destino de fuego</i>	Eduardo Schuldt	Alfredo Álvarez – animador Álvaro Iparraguirre – animador
<i>Valentino y el Clan del Can</i>	David Bisbano	Alfredo Álvarez – ex director
<i>El delfín: la historia de un soñador</i>	Eduardo Schuldt	Andrés Vernal – animador Álvaro Iparraguirre – animador
<i>Lars y el misterio del portal</i>	Eduardo Schuldt	Álvaro Iparraguirre – post producción
<i>Los ilusionautas</i>	Eduardo Schuldt	Álvaro Iparraguirre – post producción Gustavo Davirán – director técnico
<i>Rodencia y el diente de la princesa</i>	David Bisbano	Milton Guerrero – productor Marie Castañeda – render e iluminación William Mantari – director de animación
<i>El cascanueces</i>	Eduardo Schuldt	
<i>Condorito</i>	Alex Orella	Yibrán Vazquez – animador
<i>Nuna</i>	Jimmy Carhuas	Rodolfo Esquivel – guionista Samuel Chuquizuta – artista conceptual y animador
<i>Mochica</i>	Luigi y Mauricio Sparza	María Esperanza Barbosa - productora
<i>El Reino en las Nubes</i>	Por definir	Milton Guerrero – productor Marie Castañeda – arte conceptual

Nota: todas las personas que aparecen en el cuadro son aquellas que se mencionan a lo largo de la investigación y a las que se ha entrevistado, con excepción de Eduardo Schuldt, los hermanos Sparza y María Esperanza Barbosa.

5. RESULTADOS

Para efectos de presentar y relacionar mejor la información, a continuación es necesario conocer el estado de cada productora analizada (tabla 5).

Tabla 5
Estado de las productoras Red Animation, Aronnax y Origami Studio

Red Animation	Aronnax	Origami Studios
Origen		
Inicialmente Digimax. Se fundó con el objetivo de realizar un videojuego, que ahora es una película en proceso: <i>El Reino en las Nubes</i> .	La cabeza de Aronnax es Eduardo Schuldt y se podría decir que tuvo como antecedente a Alpaymayo Entertainment, productora creada para realizar la película <i>Piratas en el Callao</i> .	Se fundó con el fin de hacer publicidad y realizar cortometrajes, uno de los cuales se convirtió en la película: <i>Nuna</i> .
Número de trabajadores		
5-12. Varía por proyecto (cargos: animador, diseñador, director de arte, productor, guionista).	Alrededor de 70. Varía por proyecto. Han llegado a ser 140 para <i>Los ilusionautas</i> .	13-14. (áreas: arte, <i>storyboard</i> , guion, animación 3D, producción).
Lugar		
Departamento alquilado en Miraflores.	Local en Magdalena.	Departamento alquilado en Miraflores.
Horario de trabajo		
9 am a 7 pm	9 am a 7 pm	10 am a 7 pm
Dato		
Para <i>Rodencia y el diente de la princesa</i> , llegaron a ser 35 trabajadores. El establecimiento en donde se realizó se abandonó porque era muy grande para el personal actual.	En <i>Los ilusionautas</i> , cerca del 21% de los trabajadores eran estudiantes de Fx Animation. En 2015, la productora funcionaba en el segundo piso de dicha escuela. Ahora todo el local es de la productora.	Los trabajadores se dividen en aquellos que trabajan para proyectos solo del estudio y los que trabajan en la película <i>Nuna</i> . El establecimiento ha variado unas seis veces; el actual y sus implementos han sido alquilados con los fondos del premio de la DAFO.

5.1. Crece, crece sin importar los obstáculos

Las productoras nacionales se han visto obligadas a implementar diferentes líneas de negocio y a buscar la coproducción internacional con tal de sacar adelante la producción de sus películas animadas.

Red Animation, productora que realizó REDP⁴, tiene como proyecto producir la película *El Reino en las Nubes*, pero hasta el momento se está buscando financiamiento. El productor Milton Guerrero aclara que la empresa no es necesariamente una casa de producción o una realizadora, sino que es “un poquito de cada cosa [...] lo que estamos haciendo es cambiar el esquema que tenemos como comercial, para ya tener un equipo operativo” (Guerrero, 2016).

A principios de 2016, la empresa tuvo problemas económicos debido a que el año anterior se dedicaron únicamente a brindar servicios internacionales de producción de películas y se dieron cuenta que, al terminar los contratos, tenían varios meses improductivos. Es por ello que han empezado a trabajar con el mercado local, sobre todo en el de servicios (Guerrero, 2016). A su vez, están mejorando el *marketing* de la empresa: “Estamos haciendo pruebas de dossier, para entregar a agencias de publicidad [...] ya hemos trabajado con varias empresas [...]. Eso es lo que siempre hay, siempre entra, y es lo que mantiene la caja chica” (Castañeda, 2016).

A principios de 2015, Red Animation inauguró una sede en Brasil donde se está coproduciendo la película chilena-brasilera *Nahuel y el libro mágico*⁵ y la serie *Vegapolis*; además, tuvieron la oportunidad de brindar servicios de producción⁶ para la

⁴ Al principio, *Rodencia y el diente de la princesa* iba a ser un proyecto de Alpamayo Entertainment, por lo que estaba a mitad de producción cuando esta productora se disolvió. Entonces, Red Animation compró la historia para realizarla; sin embargo, la rehízo porque los estándares de calidad anteriores no les convencía.

⁵ Originalmente, era una película chilena de la productora Carburadores. Actualmente, está en proceso de producción y se comenzó la preproducción en diciembre de 2015. Red Animation intervendrá en la etapa de postproducción.

⁶ Para futuras referencias, servicios de producción y coproducción distan entre sí: en el primer caso, se contrata a un externo durante un periodo determinado; en el segundo, hay una asociación en donde los recursos de ambas partes entran a tallar para el financiamiento de la producción de un proyecto en específico.

película rusa *Quackerz*⁷ y recientemente han brindado servicios para la realización del *teaser* de la película *Mochica* de Caracoles Estudios. Por el momento están en negociación con el mercado Ventana Sur, en Argentina, para coproducir las siguientes temporadas de la serie argentina-colombiana; de llegarse a un acuerdo, la serie contaría con la participación de productoras de Argentina, Colombia, Chile y Perú.

Por otro lado, Origami Studio es una productora que cuenta con una película animada como proyecto: *Nuna*, que desde 2013 está en etapa de preproducción. Desde entonces hasta ahora, continúan modificando el guion. Actualmente, están realizando el *storyboard* para luego hacer el *animatic*⁸. Gracias a los premios que *Nuna* ha recibido por parte de la Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios (DAFO) y de Anecy Films, el proyecto ha ganado renombre, financiamiento y un espacio para presentarse en el Festival de Cannes 2017. Por esta razón, han buscado la coproducción con otros países. Al principio los miembros de Origami Studio tenían en mente a Brasil; pero debido a las políticas proteccionistas de dicho país, se desanimaron; ahora buscan asociarse con Argentina y Francia, no solo con el fin de aminorar la inversión y tiempo, sino también con miras a que el proyecto sea de escala internacional: “Queremos coproducir la producción [...] dirección de animación allá, dirección de animación aquí en el Perú [...]. No podemos hacerla toda acá; si la hacemos toda, se hará en cinco años [...]. La idea es acelerar los procesos” (Carhuas, 2016). A la vez, buscan trabajar con Argentina un proyecto transmedia con el fin de financiar *Nuna*. Según Jimmy Carhuas, productor y director de la película, el *film* también tendrá un giro transmedia, es por eso que planean estrenar para abril de 2017 un libro de cuentos con historias anexas.

Por último, se encuentra Aronnax, que está produciendo la película *Condorito* a estrenarse en octubre de 2017. Dicho *film* tiene un caso parecido a EDLHS, de Dolphin Films, pues la película también se está haciendo con la supervisión de Fox. En relación a este tema, Yibrán Vázquez, uno de los animadores, explica que la dinámica

⁷ Red Animation hizo 30 minutos de la película gracias a que ganaron el concurso de dicha producción. Se trabajó con un equipo de tres a siete animadores internos y cinco externos; la dinámica se dio a través de Internet.

⁸ Es un tipo de película que se ejecuta secuencialmente y al mismo ritmo que el producto final; pero, a diferencia de este, no consta de animación, sino solamente de las imágenes estáticas dibujadas para el guion gráfico.

es que “prácticamente nosotros hacemos el trabajo, ellos [Aronnax] se lo muestran a Fox, Fox dice me gusta o no me gusta. Hasta ahorita están contentos” (Vazquez, 2016). Sobre la calidad e impacto de la película, respecto a las anteriores realizadas por el estudio, se afirma que “va a ser un *boom*, la película de “Condorito” le va a dar renombre a Aronnax” (Vazquez, 2016).

5.2. El no tan eterno limosnero

Las producciones de las películas animadas se ven frustradas por el presupuesto. Los fondos son siempre los que dictan el siguiente movimiento en la realización de un *film*; por ejemplo “cada película crecía más en presupuesto, por lo mismo que era más ambiciosa, necesitaban más gente. Una empresa como Pixar o producciones de afuera tienen tres años a la gente; acá tienes que hacerla en un año, año y medio” (Iparraguirre, 2015).

Una manera de conseguir los fondos es presentar el *teaser*⁹ de la película a los posibles interesados. Es lo que ha realizado el estudio Caracoles Estudios con *Mochica*. Según la productora María Esperanza Barbosa (2015), la etapa de desarrollo —durante la cual se recaudan los fondos— de la película ha tomado dos años. Esta etapa podría tomar más tiempo puesto que “la realidad peruana es que comenzamos con 0 fondos” (Barbosa, 2015). Para 2015, *Mochica* no tenía un inversionista grande, es por este motivo que:

Están buscando participar en el concurso de DAFO. Están apoyándose con Toulouse mismo [...], tienen una especie de negociación, de convenio; entonces, de esa manera, se están financiando su proceso y, a su vez, eso les ha exigido a ellos afinar muchos de sus procedimientos [...] para no tener un costo innecesario (Álvarez, 2015).

Red Animation realizó REDP con la colaboración de la productora argentina Vista Sur, quien tenía el apoyo y financiación del gobierno, mientras que en Perú la inversión fue netamente privada: se contó con 2 millones de dólares y la recuperación recién se ha dado cuatro años después de la fecha de su estreno, siendo las utilidades

⁹ El *teaser* sigue unos pasos de realización parecidos al de una película, solo que más breves.

mínimas. Pese a ello, el tener ganancias “es raro, porque generalmente pierden [...] ese tipo de películas en Latinoamérica son con fondos no reembolsables entonces desde el primer día que recibes la plata, ganaste, no tienes que devolver a nadie” (Guerrero, 2016). El presupuesto para el *film* fue un impedimento en todo momento, “nos quedamos sin plata los últimos tres meses de la película” (Guerrero, 2015b). Los realizadores se vieron obligados a pedir ayuda a amigos y el productor y otro socio vendieron sus autos. Es por ello que para *El Reino en las Nubes*, Red Animation espera conseguir el 60% del presupuesto para poder entrar a la etapa de producción. La estrategia de financiamiento que plantean es postular a concursos nacionales e internacionales: “Buscamos un sistema de financiamiento, tipo un 70% de financiamiento en coproducción estatal y 30% de inversión privada” (Guerrero, 2016). Guerrero considera que invertir 100% de manera privada¹⁰ es muy riesgoso, ya que los tiempos de recuperación son largos y a veces inexistentes.

Andrés Vernal (2014) afirma que EDLHS fue un caso similar, debido a que no fue rentable sino hasta después de cuatro años de su estreno. El retorno fue tangible gracias a las ventas de la película en cadenas de televisión y a la distribución de está por vías de transporte. Este es el motivo por el cual la empresa Dolphin Films, perteneciente a esta película, sigue activa —ya que recibe ingresos esporádicos—, pero no está en funcionamiento. Respecto al caso, Álvarez (2015) indica que lo último que realizó la productora ha sido el tráiler para la segunda parte de EDLHS, para el cual se invirtió 300 mil dólares. El tráiler fue presentado a Fox, pero no les fue bien; finalmente encontraron apoyo en una productora de Canadá.

Origami Studios busca financiar *Nuna* a través de los trabajos de publicidad que realizan, motivo por el que el proyecto se paralizó cerca de dos años: “Sabido que [...] vamos a hacer la misma política que siempre hemos tomado, financiar nuestro proyecto nosotros mismos” (Carhuas, 2015). Recientemente, han ganado el Premio del Ministerio de Cultura. Carhuas (2016) comenta al respecto que los ha ayudado a costear la consolidación de la coproducción con otro país, parte de la preproducción de la película —que se estima terminará en unos seis meses—, el local, las máquinas y el

¹⁰ Inversión privada se refiere al financiamiento tanto de la misma productora como de otras empresas privadas.

personal. Sin embargo, el actual local será cambiado más adelante puesto que el espacio no es suficiente para albergar al personal durante la etapa de producción, en la que proyectan tener el triple de trabajadores con los que cuentan a la fecha. Se ha estimado 2 millones de dólares para la producción; no obstante, buscan abaratar costos con la realización de nuevas técnicas, como el mezclar 3D con 2D, pues “hacer una animación 2D es más rentable que hacer 3D” (Esquivel, 2015). Constantemente exploran formas de aminorar el esfuerzo, “sino estamos estancados, sería una forma muy romántica de hacerlo, al menos que nos sobre el presupuesto” (Carhuas, 2015).

Debido a la baja calidad de las películas, es difícil conseguir colaboración de parte de empresas privadas y en algunos casos se consigue auspicios al final de la producción: “No hay una cultura de consumo acerca de la animación, muchas producciones encuentran una falencia por ahorrar costos [...] entonces la calidad también es malísima es [...] un punto débil” (Chuquizuta, 2015). Las empresas prefieren dejar de invertir en la industria de películas animadas por una que les permita tener un retorno inmediato a causa del pasado de las antiguas producciones, como es el caso del quiebre de Alpamayo Entertainment debido a la baja taquilla de VCC o “después de ese grupo de inversionistas que se juntaron y se fueron a la quiebra [para la película REDP]” (Álvarez, 2015). Es por ello que en las nuevas producciones como *Nuna* “la gente confía en que podemos hacer un producto de calidad bacán; pero cuando hablamos de presupuesto [...] hay un temor en cuanto a la inversión porque [...] no han recuperado [refiriéndose a la inversión]” (Esquivel, 2015).

Es por el miedo a invertir sin recuperar que las productoras ven como única vía de financiamiento el postular a concursos nacionales, a pesar de reconocer que el Estado brinda un fondo¹¹ escaso, que solo costea una parte de la realización de las

¹¹ Según Vargas (2016), el fondo destinado de los concursos cinematográficos por el Ministerio de Cultura se intentó ampliar mediante la petición a la Municipalidad Metropolitana de Lima para que ceda el ingreso del cine destinado a las municipalidades. Este fondo consistía en un total de 60 millones de soles que sería parte de las premiaciones; sin embargo, fue denegado. Cabe mencionar que el ingreso del 6% de entrada del cine a las municipalidades es parte de una ley que se emitió durante el gobierno de Velasco, debido a que en aquella época la gente hacia cola en la calle para entrar a los cines, por lo que las municipalidades se veían obligadas a limpiar la zona alrededor del cine, a contratar seguridad y a pagar los servicios de alumbrado. Pero con la apertura de la economía y la llegada de cines privados, eso ya no era necesario

películas. Guerrero (2016) afirma que en otros países los fondos llegan a ser de un millón de dólares, mientras que en el “Perú el fondo de producción es de 560 mil soles que son algo de 160 mil dólares, son 160 mil versus 1 millón, es como menos del 20% del fondo total”. Por otro lado, Aronnax tiene una ventaja basada en buenos contactos, quienes les brindan el dinero necesario.

A pesar de lo señalado, se corrobora que el gobierno es el mayor inversor de cine en el Perú. Respecto a ello, Carmen Rosa Vargas (2016), exfuncionaria del Ministerio de Cultura, afirma que “la única manera de cambiar eso es cambiando la ley [...] porque las empresas no ayudan, porque tampoco no hay ninguna ayuda para ellos”. El dinero del Estado puede ser considerado insuficiente para financiar una película animada, pero la idea del fondo es que este sea “un fondo de motivación a los cineastas, no es un fondo de vivencia y así se ha estado interpretando ahora y todos los años” (Vargas, 2016). Hay una tendencia a hacer cine con el dinero del Estado sin una inversión propia: “Todo el mundo hace cine una vez que ganó el premio del Estado o ganó Ibermedia [...], pero esa no es la idea de los premios del Estado” (Vargas, 2016). El propósito del premio es que la productora y el director se hagan un nombre en el medio y obtengan beneficios, como que el proyecto sea considerado un evento cultural por el cual no se tiene que pagar impuestos o que después del estreno del proyecto ganador —gracias a la taquilla y a su recaudación—, la productora no tenga que recurrir a estos premios nuevamente.

5.3. El molesto *tic tac*

Una de las películas que tomó más tiempo en realizarse fue *Rodencia y el diente de la princesa* (REDP), realizada en tres años. Mientras que las otras seis películas —*Piratas en el Callao*, *Dragones. Destino de fuego*, *Valentino y el Clan del Can* (VCC), *El delfín: la historia de un soñador* (EDLHS), *Lars y el misterio del portal* (LMP) y *Los ilusionautas*— se han realizado en un período máximo de dos años. Este tiempo de realización varía debido a una constante ya mencionada: el bajo presupuesto. Mientras que en algunos casos el presupuesto dicta que el proyecto se finalice

puesto que dichos servicios son costeados por las mismas empresas de las cadenas de exhibición.

rápidamente, en otros la producción se dilata debido a que toma tiempo conseguir el financiamiento de la película: “A veces ‘Dreamworks’ se toma cinco años [...] para hacer una película y vemos [...] la calidad que es impresionante, pero eso depende mucho de la inversión que se pone” (Davirán, 2015).

En las producciones de Schuldt, se han tomado medidas para contrarrestar la limitación de tiempo; por ejemplo, se ha prescindido de pasos importantes para la realización de una película, como el no ejecutar el *animatic*, e incluso han optado por nuevas técnicas, como la captura de movimiento, con el propósito no solo de innovar, sino de que el animador reduzca tiempos para realizar su trabajo. Sin embargo, aun así, se ha tenido que limpiar el *trackeo* para que no se vean errores. Además, por el bajo presupuesto, se ha usado el programa 3D Max, que es más económico que el Maya¹², y se ha simplificado la animación, omitiendo el animar ciertas partes de los personajes. Esto sucedió en EDLHS: “Tienes que solucionar de repente en un plano medio algo que pudiste haber solucionado en una toma más complicada, pero una toma más detallada te exige más trabajo” (Álvarez, 2015); pero, para ser justos “Eduardo ha enfrentado de la mejor manera el objetivo de tener que tener una película terminada en un tiempo determinado, en un tiempo tan corto” (Álvarez, 2015).

Por otro lado, el director de REDP, David Bisbano, ya había tenido experiencia dirigiendo una película animada (VCC), pero el proceso fue completamente diferente. VCC fue un proyecto iniciado por Álvarez y que Bisbano abordó a la mitad, con 4-5 meses para terminar. Bisbano no estaba familiarizado con la mecánica de trabajo, por lo que adaptarse fue complicado. Él explica: “Trabajamos rápido y mal para ‘Valentino’ con la promesa de que para ‘Rodencia’ nos iban a dar el tiempo suficiente, que tampoco pedíamos mucho, un año, un año y pico más” (Bisbano, 2015). Es así como VCC fue finalizada en poco tiempo.

Entre los dos casos en 3D real, las diferencias más resaltantes son que, mientras que en REDP se tomaron el doble de tiempo en iluminación, *render*, postproducción y en algunas cosas de animación, en *Los ilusionautas* solo se tomaron el doble de tiempo en *render* y en algún efecto. Para REDP, el tiempo apremió en varios

¹² Si se compara ambos programas que se usan para hacer *rigging*, el Maya da un mejor resultado.

aspectos y esto afectó la calidad del producto. Al respecto, Castañeda (2015) menciona que “a veces queríamos que una escena tenga una muy buena calidad [...] el *render* se demoraba [...] se podía demorar hasta 5, 6 o 10 horas. Ahí era el problema, tratar que esa toma se acabe”.

En todos los proyectos, muchos procesos se han dado en paralelo y sobre este hecho hay dos opiniones opuestas. Por un lado, Davirán opina: “No esperamos tener todo el arte para poder avanzar sino sería un tema un poco desorganizado, porque si no, no tendríamos un inicio para poder comenzar algo y [...] estar avanzando en la película” (Davirán, 2015). Por otro lado, el productor de REDP establece que ahora quieren cerrar etapas, puesto que en paralelo todo se atrasaba y a veces el personal tenía mucho trabajo y otras veces no.

Actualmente, para *Condorito* (película de Aronnax), también se está trabajando de forma apresurada a causa de que se estrena el próximo año; por tal motivo, se espera terminar con la animación en mayo o junio de 2017. En un mes, los animadores tienen que realizar, entre todos, 360 a 400 segundos de la película; de no ser así, se acumulan más segundos para el siguiente mes. Lo normal es que: “Por animador se supone que por mes tenemos que hacer alrededor de 25 segundos” (Vazquez, 2016). De esta manera, se establece que lo más difícil en las producciones es terminar a tiempo: “Al final empiezas a hacer la animación súper rápido [...] tienes que hacer las cosas rápidas, pero sin bajar calidad [...] a veces ves que tu animación tiene un error, pero ya no puedes corregirlo porque tienes que terminar” (Vazquez, 2016). Sin embargo, si bien el tiempo apremia para finalizar la producción, para la realización del *teaser* —que sirve como enganche principal— decidieron tomarse el tiempo necesario para perfeccionarlo y hacerle las correcciones pertinentes al personaje: “Se hicieron dos semanas para una toma cortita, pero era [...] por una cuestión que el director quería que quedara bien, bien” (Vazquez, 2016). Es importante señalar que los retrasos son comunes en la producción por falta de organización y comunicación, puesto que toma tiempo poner en sinergia el equipo de trabajo.

5.4. El colegio permanente y los estudiantes desechables

La mayoría de *films* peruanos, como se mencionó anteriormente, han sido dirigidos por Eduardo Schuldt; sin embargo, las productoras involucradas han ido

variando: Alpamayo Entertainment, ahora disuelta; Dolphin Films, por ahora sin producciones en proyecto; y Aronnax, que actualmente está produciendo *Condorito*. En un principio, en Alpamayo Entertainment, para *Piratas en el Callao* solo se contó con diez animadores, siendo un total de trece personas, contando a los directores. En el equipo en mención, “todos hacían de todo [...] era un poco desordenado en el sentido de que no había alguien especializado en cada área” (Iparraguirre, 2015). Ya en *Dragones. Destino de fuego*, aumentaron entre veinte y veinticinco empleados y hubo mayor especialización; pero, por cuestiones de tiempo, al igual que el ejemplo anterior, todos tenían que hacer de todo. Por otro lado, para realizar la película EDLHS de Dolphin Films, se crearon áreas de trabajo y el número de personal aumentó, llegando a ser en total cincuenta personas. Una vez ya en Aronnax, para *Los ilusionautas*, las áreas ya estaban designadas y, a diferencia de las otras producciones, contaban con una granja de *render*, en donde había veinte computadoras destinadas exclusivamente para ese proceso. Cabe señalar que el aumento de personal para EDLHS se debió a la presión de una *major* involucrada en el proceso: 20th Century Fox, que exigía mejoras constantemente, las cuales requerían más tiempo y, al no tenerlo, se contrataba más empleados.

Es por este motivo que los horarios de los trabajadores solían ser de 9 am a 7 pm, para terminar el trabajo y llegar a la fecha límite; incluso en muchas ocasiones se amanecían con el fin de entregar un rollo¹³: “Creo que un mes en EDLHS, estuvimos de [...] lunes a domingo de corrido” (Álvarez, 2015) incluso no se respetaban los feriados: “he pasado malos momentos, pésimos momentos quería largarme a mi casa [...] es complicado, el estrés, manejar gente, tener a tu equipo, no es tan fácil” (Iparraguirre, 2015). Además de ello, el hecho de trabajar con una *major* por primera vez los intimidó hasta el punto de no leer las letras chicas del contrato, el cual indicaba que:

Fox pagaba las garantías en seis meses de la venta. Se fue recibiendo a gotas y por eso se recuperó el dinero recién en el 2013. Se esperaba que Fox iba a hacer [sic] un contrato general. No se negoció antes porque, como era Fox una súper distribuidora, se decidió por acatar todo lo que decían (Vernal, 2014).

¹³ Para las producciones de Schuldt, siempre se trabajaba con cuatro rollos de película, de veinte minutos cada uno, los cuales se iban entregando por separado en una fecha determinada.

Mientras se trabajaba EDLHS, Alpamayo Entertainment realizaba VCC, película en la que todo el personal intervenía en todos los procesos y no había áreas establecidas. Sobre este punto, Bisbano (2015) declara que: “Los separé en grupos y estaban muy contentos, entonces eso levanta el nivel”.

En las primeras producciones, como *Piratas en el Callao*, ser autodidacta era primordial y hoy en día esto no ha cambiado. Ahora “es más fácil con el tema de que Youtube ha crecido bastante” (Iparraguirre, 2015). Antes se buscaba la información sobre la técnica en foros. Para EDLHS, por ejemplo, “no teníamos la mínima idea de cómo hacer agua [...] y no había gente que lo manejara [...] teníamos que estar yendo sobre camino, tratando de encontrar una técnica que nos permita hacerlo, ¿no?, poca planificación por ese lado” (Álvarez, 2015). Uno de los errores que se cometió en las producciones dirigidas por Schuldt fue ver la película por partes —a través de los rollos—, en lugar de ver la película como un todo: “Como la vimos por partes, ya no la podías modificar” (Álvarez, 2015).

En el caso de Aronnax, la productora “es como decir [...] un semillero de talentos” (Davirán, 2015). La mayoría de trabajadores han sido exalumnos y varios trabajaron en la producción de *El cascanueces*. Incluso *Lars y el misterio del portal* fue un proyecto de los alumnos de Fx Animation, una película de bajo presupuesto que se armó con ganas e interés. En *Los ilusionautas*, el número de personas aumentó, llegando a ser en todo el proceso —contando trabajadores nuevos y retirados— entre 130 a 140 personas; cuando al inicio eran solo quince y durante los dos años de realización unos treinta integrantes, aún eran alumnos de la escuela Fx Animation. Es común que en Aronnax los alumnos de su escuela se hayan visto involucrados en la elaboración de los *films*, no sin pasar antes por un proceso de reclutamiento y preparación.

Para producir *Condorito*, Aronnax ha decidido contratar a una gran parte de personal extranjero, artistas y profesionales de Chile, Colombia, Ecuador, Argentina, Brasil, España e Israel. Cuentan con un aproximado de veinticinco animadores y entre ellos solo hay “alrededor de cinco peruanos” (Vazquez, 2016). El director de la

película, Alex Orelle¹⁴, es israelí y el codirector, Ignacio Ochoa, es mexicano. Debido a que son extranjeros, viajan constantemente, por lo que la dinámica de realización de la película utiliza como recurso conversaciones por Skype: “Le mandamos nuestras escenas y él nos responde [Alex Orelle], ahorita ya es corto, ya es conciso [las correcciones, o acotaciones]” (Vazquez, 2016).

Red Animation es una productora independiente que se encargó de realizar REDP. A causa de la escasez de animadores, estos se tuvieron que preparar en la misma empresa. La capacitación duró seis meses, con frecuencia de cinco veces a la semana durante ocho horas. Esto aumentó el presupuesto planeado inicialmente: “Esa capacitación primero fue gratis [...], pero después tuvimos que pagarle a la gente para que aprendiera a animar” (Guerrero, 2015b). Un par se fueron antes de empezar la película, quedaron solo quince animadores y el equipo en total llegó a ser treinta y cinco. El número de personas involucradas durante el proyecto cambió, dependiendo de la etapa en la que se encontraban: al principio eran tres, luego cinco y más tarde siete; a mitad de producción ya eran quince: “Si ese equipo hubiera estado ensamblado desde el comienzo, hubiéramos acabado mucho antes” (Guerrero, 2015b). Como en otros casos, varios del equipo se fueron, “porque no iluminaban bien, tenían que hacer millones de correcciones, se enojaban porque había que hacer correcciones [...] se tardó un montón en encontrar un sistema de luz que era renderable para nuestras posibilidades” (Bisbano, 2015). Ensamblar un buen equipo toma tiempo, “no puedes tener gente separada trabajando para un proyecto, tienen que estar todos juntos, se tienen que entender [...]. Eso nos llevó mucho tiempo” (Bisbano, 2015). El horario de trabajo era exhaustivo, un día normal comenzaba a las 9 am y terminaba a las 10 pm. Williams Mantari, director de animación en REDP, comenta que en efecto a veces se tenían que quedar hasta el día siguiente con tal de terminar los encargos de la película y, si bien se contó con lo mejor en cuanto a máquinas —eran unas diecisiete, con buena memoria *ram* y buena tarjeta de memoria— tuvieron muchos obstáculos: “A veces las máquinas se morían, personas se fueron por estrés; no llegaban a las expectativas [...] y teníamos esas complicaciones: menos gente” (Mantari, 2015).

¹⁴ Alex Orelle ha trabajado como animador en *Los increíbles* (2004) y en *Buscando a Nemo* (2003) y como supervisor de animación en *El oso Yogi* (2010).

Ahora, con la nueva producción que esperan realizar, *El Reino en las Nubes*, no quieren cometer las mismas equivocaciones. “Hubo muchos errores en el camino, obviamente porque era nuestra primera película [...] porque bueno estás aprendiendo ¿no? En Perú ¿quién te enseña a hacer una película de ese tamaño?” (Guerrero, 2015b). Uno de los errores fue el cronograma, pues se hizo pensando en una megaproducción y no se pudo cumplir por los pocos recursos que había; además, un año tomó capacitar a su personal:

No hay una escuela en Perú [...] donde les enseñen a entrar directamente a una productora, a un engranaje de trabajo. Nos encontramos con mucha gente que es muy talentosa de repente, pero no [...] acostumbrados a trabajar con gente, en cadena, en un sistema. (Bisbano, 2015).

Debido a su poca experiencia, se tenía trabajadores sin hacer nada mientras se esperaba que el *rigging*¹⁵ que se mandó a hacer llegará; por lo tanto, hubo bastante desorganización, “eso te lleva a gastar plata, plata que podrías gastar en otra cosa [...] se notó mucho que era la primera película y que no había sido planeada correctamente la parte técnica” (Bisbano, 2015).

La renuncia de personal se ha visto como algo recurrente en todas las producciones ya estrenadas, lo cual se daba a causa de la presión, “las expectativas de los chicos de repente eran mayores y no se producían y bueno pues migraban” (Álvarez, 2015). Al finalizar las producciones, lo que se suele hacer es prescindir del personal contratado, ya que no hay fondos para pagarles y las productoras, como Red Animation, se quedan con menos de la tercera parte de los trabajadores:

Aprendimos a la mala [...]. Lo que se necesita es ser bien sincero con el equipo: yo te voy a contratar para tal y tal fecha [...]. Y eso le ha pasado a todos [...]; siempre termina la producción y se queda todo el personal, creyendo que automáticamente iba a entrar otra producción y eso se iba comiendo todos los recursos y al final todo terminaba mal para todos (Guerrero, 2016).

¹⁵ El *rigging* para REDP fue un proceso trágico, ya que se mandó a hacer en la India ; pero se realizó mal, por lo que se tuvo que trabajar sobre este, tomándoles mayor tiempo y costos.

Es por esto que a la fecha dicha productora cuenta con cinco personas fijas y las demás son contratadas por proyecto.

Para Origami Studio, el hacer *Nuna* es un proceso completamente desconocido y nuevo. Son inexpertos en las etapas de realización como en la negociación para buscar coproducción, incluso creen que hubiera sido mejor comenzar con un proyecto más pequeño, como una serie de televisión. Jimmy Carhuas, el director, afirma que es su primera vez desempeñando ese rol y además realiza “muchos roles, soy director, soy el creativo, soy productor y también soy director técnico” (Carhuas, 2016). Pero, Carhuas ya ha sido empleado en un estudio de animación que quiso hacer una película, “pude ver cómo es que se cayó el proyecto, entonces aprendí o hice míos esos errores” (Carhuas, 2015). Los trabajos de publicidad que ejecutan les sirve a ellos de práctica para perfeccionar su técnica para la película, pues “permiten explorar un poco” (Carhuas, 2016). Consideran que las películas que se han hecho anteriormente han sido realizadas de manera muy improvisada:

Nosotros también estamos improvisando cosas, pero estamos tratando de tener mucho cuidado en eso [...] aquí hay una corriente de emular a Pixar, [...] y nosotros no estamos apuntando a Pixar, nosotros lo que queremos hacer es hacer algo bueno dentro del arte que se puede hacer aquí y con la plata que podamos conseguir (Carhuas, 2015).

Sobre la proliferación de nuevas productoras —como Origami Studio, Caracoles Estudio y, en su momento, Red Animation—, Álvarez explica que es frecuente terminar una película y luego dejar a todo el personal fuera:

Y el chico necesita trabajar, por eso es que hay tanta automatización, muchos chicos que han tenido esa experiencia de trabajar en un proyecto, en quedarse en nada, ellos mismos han tenido que autogenerarse empleo, por eso mismo es que han puesto su productora (Álvarez, 2015).

Por lo tanto, no ha habido una continuidad de personal y una nueva película equivale a comenzar desde cero, con un nuevo equipo y con nuevas productoras: “Estos errores que te cuento los están haciendo de nuevo y se están quedando sin plata, porque [...] no quieren tomar la experiencia de las otras productoras y quieren hacer la propia [...] es un desperdicio de tiempo y dinero para mí” (Bisbano, 2015).

5.5. La carrera del siglo. El ganador: la técnica, el perdedor: el guion

Con el pasar de los años y la producción de cada película, se ha logrado perfeccionar la técnica de animación. Con ello, las diferentes productoras se han preocupado en ser las primeras en incorporar, en diferentes campos, las innovaciones tecnológicas ya existentes; pero las críticas han sido continuas respecto a los guiones y a las historias:

Creo que por cada película hay mayor interés por el tema visual [...] no en la historia en sí [...]. Creo que, igual eso puede ser perjudicial, pero a la vez puede ser un acierto porque no se hubiera avanzado técnicamente (Iparraguirre, 2015).

Desde el principio hubo complicaciones en el guion. En *Piratas en el Callao*, “el guionista estaba más perdido” (Álvarez, 2015), pues era un guionista de teatro y el guion no estaba terminado para cuando se comenzó a animar la película, por lo que perdieron veinte minutos de animación.

En la siguiente producción de Alpamayo Entertainment, *Dragones. Destino de fuego*, se dio un caso similar: el guion, a pesar de estar mejor armado, carecía de humor y, para remediar esto, se motivó a los animadores a que aportaran con ideas: “En *Dragones* [...] nos llegamos a juntar, conversar un poco del guion, pero no estuvo bien manejado y pasaron dos horas y no avanzamos mucho [...]. El guion tampoco era que todos lo leyeran [...] solo algunos lo leíamos” (Iparraguirre, 2015). En muchas ocasiones la presión del productor apremiaba para introducir sus ideas y el personal acataba, aunque no esté de acuerdo. Lo mismo sucedió en la película *VCC*, cuya historia tiene su origen en un concurso de cuentos de Crisol. El productor se encaprichó con ella, puesto que Wendy Ramos hizo la adaptación: “Funcionaba, pero como obra de teatro, no era una película” (Álvarez, 2015). Es por esta razón que Alfredo Álvarez decidió abandonar el proyecto, dejando la posta a David Bisbano, a quien tampoco le agradó el guion puesto que lo consideraba demasiado lento; a pesar de esto, no se podía cambiar los diálogos porque ya estaba grabado todo el audio, aun así hizo todo lo posible para mejorarlo.

En *EDLHS*, Dolphin Films buscó ayuda de fuera. Hubo *script doctors* que trabajaban de manera esquematizada: “Salió una película bien correcta [...], pero la idea era que se riese el niño” (Álvarez, 2015); entonces, se introdujeron personajes y

textos en el camino, había diálogos que eran muy largos y en el proceso se intentó introducir escenas que los aligeraran, situaciones paralelas para mejorar la conversación, “pero el guionista quería los 15 minutos de diálogo” (Álvarez, 2015). Se fue improvisando en el proceso. Hubo circunstancias en las que no se pudo hacer nada y se tenía que incluir diálogos bastante formales y solemnes, lo que trajo como consecuencia que el *film* tenga “una línea narrativa que es episódica, o sea te cuenta episodio por episodio que sucede, no está muy continua, tanto así que hay muchos *fade and black*” (Vernal, 2014).

Para la película de Aronnax, *Los ilusionautas*, el director técnico indica que se trabajó con cabello real, por lo que fue un proceso largo. Se trabajó con un *software* nuevo, por eso tomó tiempo dominarlo. Aronnax tiene también un sistema llamado DOREMI “que es exactamente el sistema que usamos para poder sacar DSP, el material digital final para mandarlo directamente a proyectores de cine. Ya no hay ese proceso de mandarlo en 35 mm” (Davirán, 2015). La historia se dio a conocer a los animadores mediante el proceso:

Nosotros teníamos un cuarto grande, era como un salón. Los chicos estaban alrededor animando cada uno, pero al centro se hacía las capturas de movimiento, o sea si los chicos miraban, animaban, giraban veían las capturas, y veían [...] cómo iba la historia (Davirán, 2015).

La productora Aronnax establece un tiempo de realización de guion que consta de tres meses para comenzar a hacer la película: “Un buen guion, no duraría más de tres meses [...] claro que varía en el proceso de producción” (Davirán, 2015). *

La película a estrenarse, *Condorito*, tiene como guionista a Alfonso Santistevan, guionista de *Asu Madre*, y como director a Alex Orelle, admirador de la historieta de René Ríos. Según Hugo Rosé, el *film* espera explotar el elemento del pueblo; es decir, que en cada país latinoamericano los espectadores se sientan identificados. En este sentido, se ha incluido el tema del fútbol como un elemento, sin dejar de lado a los personajes de la historieta (cómo se cito en Ávila, 2015). Se identifica como un riesgo que parte del personal encargado en la realización no tenga noción de quién es Condorito: “Al principio sí era un poco difícil porque, cuando recién llegué, yo no tenía mucha noción de cómo se comportaba Condorito tal cual, porque yo no he leído Condorito, no me gusta” (Vazquez, 2016). Hasta el momento, Vazquez no ha leído la

historieta, pero ya conoce el comportamiento del personaje gracias al apoyo de sus compañeros animadores. La sinergia entre ellos llevó tiempo:

El director nos regresaba, a cada rato, escenas porque unos animábamos de una forma, otros animábamos de otra forma [...] llegamos como a un caminito todos juntos, para definir más o menos el diseño de Condorito [...]; ese camino fue a base de prueba y error [...]. Vamos a entrar a la parte de otros personajes y estamos un poco preocupados porque no hemos movido antes esos personajes. Otra vez empezar de nuevo [a acomodarse y acostumbrarse] (Vazquez, 2016).

Red Animation, para realizar un mejor trabajo en *El Reino en las Nubes*, ha optado por trabajar el arte conceptual ya no en función del guion, sino en función de la historia en general para que los artistas creen un mundo, pues “cuando tú creas el arte y el diseño para el guion, se crea específicamente para las necesidades; en cambio, si tienes mucha más libertad, empiezas a trabajar con cosas que suelen pasar desapercibidas” (Guerero, 2015b). Esto lo han tomado como referencia de la creación de mundos de Disney. Para REDP, Bisbano estuvo presente todo el tiempo: realizaba reuniones grupales con el equipo de trabajo, donde veía el *animatic* y les contaba el porqué de cada toma y qué era lo importante de la escena. También asociaba a los personajes con referencias de personas reales; en el caso del *animatic*, era esencial, ya que les sirvió a los animadores como guía para conocer la historia. Vale decir que REDP es la única película animada estrenada, hasta el momento, que ha realizado *animatic*.

Debido a que la producción era un proceso nuevo para Red Animation, tuvieron deficiencias tanto técnicas como narrativas:

Lo más difícil en un *film* animado, básicamente, sería la animación que nosotros sentíamos que le faltaba [...]: La calidad, los efectos [...]. Tenían buenos modeladores todo; pero lo que le faltaba era animación. Mejorar más la animación y también la historia (Mantari, 2015).

En las nuevas producciones —como *Nuna*, de Origami Studio—, el guion ha sufrido varias modificaciones —alrededor de treinta en tres años—: “Queremos que, si tenemos algunas fallas técnicas, nos perdonen eso, pero no queremos fallar en la historia; queremos cautivar al mundo en cuanto a historia” (Esquivel, 2015). Afirman

también preocuparse bastante por la línea de diseño, la cual les ha tomado dinero y tiempo conseguir, pues “la búsqueda del arte es una tarea que no sabes cuándo va a terminar, llevamos como cuatro años dibujando los personajes y ahora recién están definidos” (Carhuas, 2016).

Muchos consideran que la técnica no es el problema de las películas animadas nacionales:

Más que animación, yo creo que el ritmo o el *pacing* ha sido el problema más notorio, sobre todo para el espectador. [...] Quizá los efectos no lo ven, pero lo que si va a ver [el espectador] es la historia, y si la ve [sic] que es un poco lenta pierden el interés (Álvarez, 2015).

En Perú, notar los errores en la historia o en el guion durante el proceso de producción no es factible y es que:

Es muy cara la producción como para cambiar el guion a esa altura. O sea se puede ir cambiando mientras se va haciendo la preproducción [...], pero una vez animado no hay ninguna forma, salvo que tengas 2 millones de dólares de Disney, que se puede dar el lujo de decir “no me gusta, lo hago de nuevo” (Guerrero, 2016).

Además, enmendar los errores es una tarea ardua porque, a diferencia de otras productoras como Pixar, no cuentan con un amplio número de trabajadores: “En cada película de Pixar trabajan unas trescientas personas que están habituadas a que se realicen infinitos ajustes y cambios mientras la historia va encontrando su camino” (Catmull, 2014, p. 140).

Por último, se ha encontrado una tendencia de que los productores son amigos de los creadores de las historias o a veces es el mismo productor el creador del relato: “Más allá de que si la película era rentable o no, él [Sergio Barbarem] quería hacer su película [EDLHS]: ‘porque yo tengo mi libro ahora quiero mi película’ [decía]” (Álvarez, 2015).

5.6. Un triste reflejo, el espejo y Alicia en el país fragmentado

Como ya se ha mencionado, realizar una película animada es costoso:

Es tan cara y tan complicada de hacer que lo primero que debes hacer, es decir: “Perú no es, no es tu mercado” [...]. Una película animada con lo cara que es, no llega ni a la quinta parte de un “Asu Madre” o “Cementerio General” (Guerrero, 2015b).

Se entiende que la única manera de recuperar la inversión es vendiendo la película a otros países. En este sentido, es necesario hacer que el *film* sea interpretable por cualquier país de habla hispana: “Si eso es así, puedes vender una película acá, puedes vender una película afuera, porque [...] tu inversión por salas acá no es suficiente, tienes que vender afuera” (Álvarez, 2015). En cambio, los productores de *Nuna* tienen una visión diferente al respecto. Ellos afirman que dicha película existe con el propósito de mostrar la diversidad peruana, tanto a nivel nacional como internacional. Consideran que, al igual que los europeos y los norteamericanos muestran su mitología mediante sus *films*, ellos pueden dar a conocer la mitología peruana a través de *Nuna*. Además, reflexionan que en el Perú “hay mucha alienación [...]. Nos maravillamos de lo de afuera, de lo de Hollywood, de cosas externas; más bien, se ha generado un rechazo hacia lo interno [...]. Tenemos una cultura muy interesante y explotable” (Carhuas, 2016).

El brindar servicios entre productoras se hace cada vez más común, pero es restringido y no quieren llegar a coproducir ni asociarse entre ellas. Un ejemplo es lo que pasó años atrás con Red Animation, a quienes inicialmente se les contactó para coproducir REDP; sin embargo, ellos rechazaron la propuesta “porque no queríamos la intervención de otro estudio, [...] queríamos hacer las cosas como nosotros creíamos que debían hacerse. Aparte no estábamos muy contentos con lo que se había hecho antes” (Guerrero, 2015b). Esto también ha sucedido con Origami Studio y Carhuas aclara que no recibe ayuda de Caracoles Estudios como empresa, sino que colabora con él la productora del estudio, María Esperanza Barbosa, quien a título personal le otorga asesorías para construir el cronograma y presentar el proyecto de *Nuna* a concursos. En consecuencia, muchos especialistas consideran que el fusionar por completo las habilidades entre las productoras no va a funcionar: “No funciona aquí; [...] no sé si es un tema del peruano [...] que no, quiere hacer todo [...], no importa que le guste como trabaje la gente de otros estudios [...]. Hay mucha gente que no ha hecho nada y de repente dice: ‘ya, yo mañana voy a hacer mi película y va a ser genial y voy a hacer todo’ y ese es un error bien común” (Guerrero, 2015b) . Al respecto, se opina también

que: “El peruano es como el cangrejo, si ve que uno está saliendo, lo atrae para jalarlo hacia abajo [...]. Yo lo veo como que muy celosos, [...] [dicen] ‘yo lo hago a mi *level*’ [...]. Cada quien tiene una realidad distinta” (Álvarez, 2015).

Sin apoyo económico de otra productora y sin lograr convencer a auspiciadores en invertir, los estudios ven como única oportunidad los premios del Estado. Pero hay diversos desaciertos en estos concursos, comenzando por estar creados a partir de la ley de cine, la cual no está siendo supervisada de manera eficiente y es “una ley que está mal hecha [...] porque es un parche neoliberal sin proyección [...] no se han dado cuenta que ese parche que supuestamente era temporal se volvió la ley” (Vargas, 2016). Dicha afirmación se debe a que la DAFO, antiguamente Conacine¹⁶, otorga premios sin hacer un seguimiento riguroso de la inversión de estos:

Eso está en la ley [hacer un seguimiento], incluso en los artículos, pero no se cumple y al final lo que se cumple [...] es que el cineasta te entrega una ficha, un informe con facturas, verdaderas, falsas, inventadas, lo que sea, que cubren digamos lo que tú me has dado (Vargas, 2016).

Además de ello, los ganadores de la DAFO están obligados a presentar su proyecto terminado en un tiempo determinado: dos años y uno de prórroga (Vargas, 2016); de no terminarlo, a pesar que la ley indica que se devuelva el dinero al Estado, “no pasa nada [...] porque no hay supervisión [...], ¿cuánta gente hay que no ha entregado su película hasta el día de hoy, que ha ganado hace 20, 30, 40, 10 años?” (Vargas, 2016). De la misma manera, la ley no cuenta con una cuota de pantalla con la que se obligue a los exhibidores¹⁷ a mantener la película nacional por lo menos la primera semana en el cine:

¹⁶ Conacine era el organismo encargado de los concursos cinematográficos en el Perú. Estaba bajo la dirección del Ministerio de Educación y se disolvió debido a los escándalos de corrupción que los envolvía, entre ellos estaban: coimas, tratos bajo la mesa, premiaciones a películas escogidas a dedo y repartición ilegal de premios. Por ello, pasó a ser la actual DAFO —bajo la dirección del Ministerio de Cultura—, que reparte una mayor diversidad de premios.

¹⁷ Los exhibidores son las cadenas de cine como Cinemark, Cineplanet, UVK, Cinestar, etc. Vargas los llama “empresarios mercenarios”, puesto que ellos se enfrentan ante tratos muchas veces complicados, como es el hecho que las distribuidoras como Paramount Picture, Warner Brothers, Fox, entre otras, les venden las películas más esperadas solo si compran unas dos o cinco más que no son conocidas, con la condición de que las exhiban en algún momento del

Si no hay voluntad política no se puede hacer nada. Ahí quien va a cambiar el cine o no es el gobierno [...]. En todo caso los cineastas convencer [sinc] al gobierno a que entienda la importancia de la inversión del Estado en el cine (Vargas, 2016).

Es por esta razón que los estudios Red Animation y Caracoles Estudios, asesorados por el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Producción y Promperú, están realizando un estudio sectorial para el gobierno, mediante el cual se estudiará el estado de las diferentes productoras de animación con el fin de generar diversas recomendaciones, una de las cuales está ligada al financiamiento y los premios. A la par, en la segunda mitad de 2016, se ha logrado formar Peru Animation¹⁸, *cluster* que tiene como principal beneficio que las productoras involucradas tengan una posición sólida frente al Estado: “Por ejemplo, tenemos ya una representación con los agentes comerciales de todo el mundo, que entienden que la animación peruana, al menos por ahora, hay un grupo que la representa que es Peru Animation” (Guerrero, 2016). Sin embargo, es una asociación que tiene netamente un beneficio internacional. Si bien se conocen entre las productoras involucradas y existe entre ellas contratación de servicios, no desean llegar a crear un cruce completo de recursos humanos y económicos:

Todos estamos relacionados y todos hacemos negocios entre nosotros [...]. Es como guerrilla: no son como cosas permanentes, sino que son proyectos que tienen un principio y un fin [...]. Aparte de que ya entendemos todos cuáles son los límites; también, o sea tú como empresa siempre buscas tener el proyecto que salga tu marca adelante (Guerrero, 2016).

Guerrero considera que no es necesario formar una red de recursos entre ellos, ya que “los mismos animadores se conocen [...] el mercado no es muy grande, al menos los que ya tienen experiencia, son los mismos que trabajan siempre” (2016).

año. Entonces, estas películas quitan espacio y tiempo de exhibición a las producciones nacionales.

¹⁸ Asociación avalada por el Estado que integra varias productoras de Lima: Red Animation, Z Creative Studio, 3s Design, Origami Studio, Maneki Studios, Apus, Polirama Animación, Makaco y Cenital Concept.

Es así como se llega a la conclusión de que la única manera de unir a las productoras es mediante: “Una ley que los obligue y los junte a todos a la mala [...] y no se van a poner de acuerdo, [...] todos tienen resentimientos, intereses particulares y está bien tener intereses particulares, pero creo que en una industria cultural debería ser un poco más social” (Vargas, 2016).



6. DISCUSIONES Y CONCLUSIONES

En resumen, se ha podido observar que la producción de películas animadas tiene trabas mayormente por el limitado presupuesto que las productoras manejan. Esto genera que se descuide el guion y la atención se centra en resolver problemas de tiempo y financiamiento. Además, el número de trabajadores en los estudios es escaso, creando estrés por parte del personal. Esta suma de elementos suscita que el producto final no sea atractivo, ocasionando pérdida para los inversionistas o un retorno muy lento del capital; lo que resulta en que se vea al mundo del cine de animación incompatible con los negocios, motivando el origen de nuevas productoras que cometen los mismos errores que las anteriores.

6.1. El ejemplo está detrás del telón, no en la función

La debilidad de la producción nacional se encuentra en querer emular los avances y técnicas de grandes empresas como Pixar, Dreamworks y Disney, con gran trayectoria y con mayor presupuesto. No se trata de seguir su estilo de animación, ni de imitar las historias que ellos narran, ni de utilizar todas las técnicas que usan —esperando innovar tecnológicamente a nivel nacional—, sino más bien tomar en cuenta cómo es que estos estudios comenzaron y cómo construyeron una empresa exitosa a lo largo de los años.

Pixar, en un inicio, pasó por varios obstáculos: también sufrió de un déficit de recursos humanos y económicos a pesar de ganar premios, gastaban más dinero del que ganaban. Enfrentaron los obstáculos coproduciendo con el estudio Disney y aceptando la ayuda de Steve Jobs, a pesar que no lo querían como inversor, dejando de lado las preferencias personales y el ego. La importancia de dicha empresa recae en que su fundador, Ed Catmull, se preocupó por crear una organización, no solo en sacar una película; se preocupó en formar una cultura organizacional que perdure, en donde el personal sea lo más importante y que se creen historias a partir de la cohesión de varias personas, mediante una retroalimentación constante. Este último punto es tomado en práctica por la empresa Huevocartoon, de México, la cual, según Yibran Vazquez, tenía una mecánica de *feedback* que no ha tomado en cuenta Aronnax. Para la película *Un gallo con muchos huevos* de Huevocartoon, el director reunía a los animadores en una sala de proyecciones y dictaba las correcciones; luego eran subidas en una carpeta que

se podía consultar cuando fuese necesario, incluso había *feedback* entre los mismos animadores.

También es clave en una producción, según Catmull (2014), tener un buen equipo, más que personas talentosas de manera individual; puesto que, si se da una buena idea a un equipo mediocre esta no va a resultar, en cambio si se da una idea mediocre a un buen equipo, ellos la arreglarán o crearán una mejor. Asimismo, Reingold (2014) aconseja que es ideal recibir críticas después de la proyección de un primer vistazo de lo que sería el proyecto, incluso antes de finalizar una línea de la historia. Estas apreciaciones pueden ser brindadas por cualquier integrante del equipo, lo cual ayuda además al *crowdsourcing* para cualquier problema.

La investigación de la historia a relatar también es importante y, si bien muchas veces el presupuesto empleado no permite que ella se pueda realizar, es necesaria para producir una película creíble; pues los viajes de investigación “ponen a prueba nuestras nociones preconcebidas y ahuyentan los clichés [...]. Conocer por dentro y por fuera el tema y el escenario de tu película tiene algo, la confianza, que impregna hasta el último fotograma de tu película” (Catmull, 2014, pp. 218-220). Esto, hasta ahora, no ha sido explotado en las películas estrenadas por cuestión de tiempo, pero las productoras encargadas de realizar *Mochica* y *Nuna* sí se han tomado el tiempo para hacerlo. Han viajado a los lugares donde se va a desarrollar la historia y han investigado a fondo su cultura.

Por consiguiente, en la realidad nacional, ¿qué es lo que las productoras quieren? ¿Sacar una película o crear una empresa realizadora de películas animadas? De ser la respuesta esta última, aún hay bastante camino por delante, pues no es lo mismo ser un empresario que ser un animador o guionista talentoso. No cabe duda que las productoras están intentando salir adelante, pero se ven forzadas a hacerlo para lo que pareciera ser una sola meta: estrenar su película en el cine. Se espera que no se trate de un debut y despedida, y que las nuevas productoras se mantengan. Por el momento, los colegas de Red Animation están trabajando arduamente, mientras que solo Aronnax parece estar consolidada. Sin embargo, la carrera contra el reloj para no perder dinero continúa y el resultado de las producciones suele ser desfavorable.

6.2. Ir al paso del reloj, sin adelantarlo ni atrasarlo

La producción de películas animadas se basa en seguir pasos planificados (ver figura 1) que en teoría parecen fáciles, pero en la práctica no se logran llevar a cabo por la poca experiencia que tienen las productoras y el poco tiempo que se tiene para terminar las películas. Esto origina que se realicen etapas de manera simultánea, que no se cierren de manera completa y que tampoco se revisen a detalle, afectando como consecuencia el producto final.

Figura 1



Pasos del proceso de realización de una película animada

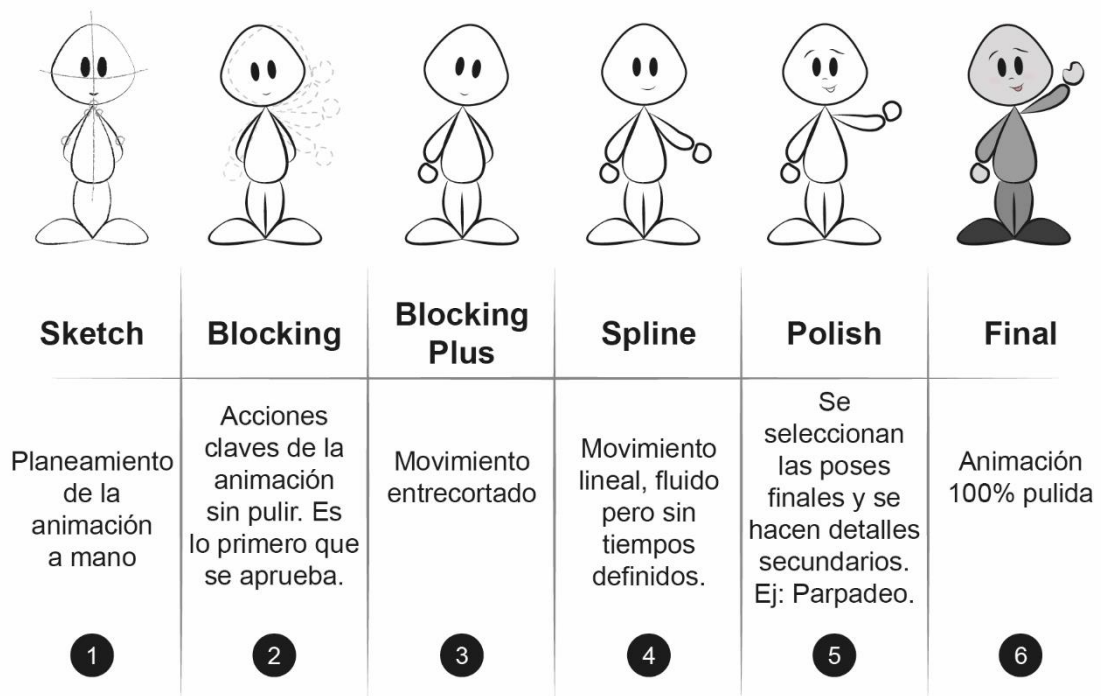
Nota: las etapas pueden variar según la productora.

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas y de la conferencia de Caracoles Estudios en el Festival Digital (2015).

El personal va cambiando durante el desarrollo del *film*. Al respecto, se dice que una película peruana es “como meterse a una nave espacial y hacer un viaje a

Júpiter, un grupo bien compacto de gente, todo el día encerrados, conviviendo, prácticamente día y noche” (Álvarez, 2015); pero este viaje no necesariamente es placentero, sino más bien se trata de una convivencia difícil donde el factor de unión es el estrés y el equipo no logra desempeñarse satisfactoriamente. Incluso, a pesar de tener una buena cantidad de trabajadores, las productoras han llegado a tener cuellos de botella (acumulación de trabajo en una determinada etapa del proceso), ya sea por personal mal empleado, una mala organización o máquinas insuficientes o lentas, etc. Esto resulta en ineficiencias y pérdida de tiempo, costándole dinero a la empresa. La rotación de personal quita tiempo para futuras proyecciones, pues cohesionar al equipo toma tiempo, al igual que uniformizar la línea de diseño.

Figura 2



Proceso de animación digital

Nota: en Perú, los pasos del 3 al 6 no necesariamente son consecutivos, cada animador tiene su técnica. Para Guerrero (2015a), el proceso de animación es mitad *blocking* y mitad proceso de refinamiento.

Fuente: elaboración propia a partir de la entrevista a Vazquez (2016) y de la conferencia de Caracoles Estudios en el Festival Digital (2015).

La organización del tiempo es un elemento clave en toda producción. Vazquez (2016) afirma que en Huevocartoon el tiempo apremiaba durante toda la producción; no obstante, en México, la producción era más ordenada: tenían asignaciones y fechas en

una carpeta, lo que hacía que para el animador sea más fácil saber en qué etapa del proceso se encontraba (ver figura 2). En Aronnax, a veces Vazquez llega al estudio después de un fin de semana y no sabe en qué parte del proceso se quedó o qué tarea pendiente se tiene que avanzar, lo que ocasiona una pérdida de tiempo diaria.

Esta carrera contra el reloj ocasiona que durante las producciones se pasen por alto errores en animación y que se prescindan deliberadamente de etapas importantes como la realización del *animatic* o la investigación de la historia. Estas deficiencias resultan en que el producto final se aleje de las expectativas del espectador. Entonces, es difícil atraer a posibles inversionistas y aficionados de la animación, quienes debido a su descontento fundan nuevas productoras.

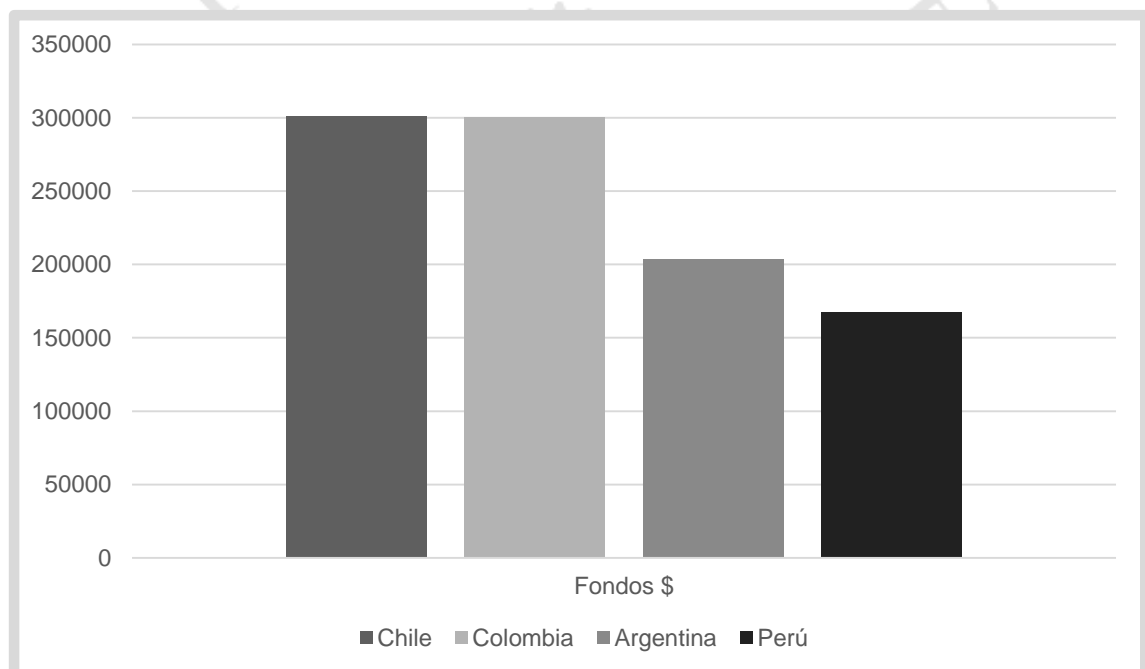
6.3. El padrino no hace todo lo que puede, pero no hay que esperararlo

Es un hecho que la mayoría de las productoras se valen de los premios del Estado para financiar sus películas (ver figura 3). Las productoras afirman que los fondos son insuficientes e incluso señalan que los fondos de premios extranjeros son más copiosos, llegando a la cifra de un millón de dólares en otros países latinoamericanos. Esto no es del todo cierto: en Colombia, el ganar el premio de la producción de largometrajes animados del Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía equivale a un millón de pesos colombianos (Proimágenes Colombia, 2016); es decir, alrededor de 300 170 dólares. Por otro lado, el gobierno de Chile, mediante los concursos audiovisuales del Consejo Nacional de Cultura y las Artes, ha otorgado un máximo de 200 millones de pesos chilenos a los ganadores del premio de producción de largometraje animado, lo que equivale a un aproximado de 300 860 dólares. Según las bases, esto equivale al 20% del costo de la producción total del largometraje (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2016). En Argentina, los premios que se otorgan para el fomento del cine nacional se dividen en tres: a) largometrajes de ficción dirigidos por directores primerizos; b) cortometrajes; y c) cortometrajes de animación. El concurso de ópera prima, en el que se otorga la mayor cantidad de dinero, tiene un tope de 3 248 000 pesos argentinos, que equivalen a un aproximado de 203 529 dólares (INCAA, 2016).

En el Perú, existe una variedad de premios otorgados por la DAFO: desde el de desarrollo de proyecto de largometraje de animación, hasta el de producción de

largometrajes de ficción. Este último alcanza el valor de 570 mil soles, lo que es aproximadamente 167 511 dólares (DAFO, 2016). Se observa que el fondo es mínimo comparado al de otros países latinoamericanos; sin embargo, estos últimos no llegan a otorgar más del 40% del financiamiento total de la película. Es evidente que los fondos nacionales no son suficientes y se necesita un replanteamiento de la ley. Es por este motivo que Red Animation ha visto necesario hacer el estudio sectorial; pero, mientras está en proceso, las productoras no pueden esperar y tienen que arriesgarse a invertir en lo propio.

Figura 3
Comparación gráfica de los fondos nacionales que otorgan los premios al cine de animación en Chile, Colombia, Argentina y Perú



Fuente: elaboración propia a partir de Proimágenes Colombia (2016), Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2016), INCAA (2016) y Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios (2016).

Con el propósito de dinamizar el mercado de cine de animación, la diversificación del negocio sería un buen punto de partida. Las productoras no deberían ver la publicidad solo como una vía de financiamiento para sus proyectos, sino que debieran fortalecerse en ese rubro. Un ejemplo es el caso español, en donde las empresas desarrollan actividades multiplataforma. También sería provechoso sugerir el *product placement* como una estrategia para que las empresas privadas inviertan en el proyecto a realizar. Si bien esto podría no ser del agrado de los productores —pues

consideran que están “arruinando” sus obras—, es un buen negocio para generar sostenibilidad.

6.4. De personal desechable a productora desechable

La primera película animada peruana, *Piratas en el Callao*, surge para abaratar costos; sin embargo, hacer un *film* animado suele ser mucho más costoso que hacer un *film* de acción real con bajo presupuesto, debido al número de trabajadores, el tiempo y la maquinaria necesaria. Por lo tanto, la calidad de la animación en *Piratas en el Callao* se explica por su origen. Si bien la cinta rompió récords de taquilla, la pregunta es si fue rentable, tanto económica como productivamente, la desaparición de la productora Alpamayo Entertainment, siete años después de su creación, es lo más cercano a la respuesta. Vale decir que, en definitiva, Alpamayo marcó los principios de producción de una película animada y un precedente en el cine animado peruano. A pesar de que el estudio no haya permanecido vigente, las nuevas productoras son producto de esta experiencia.

Hoy en día, las productoras emplean personal de manera provisional y consideran que no hay capacidades técnicas para realizar productos de alta calidad. Una prueba de esto es que los estudios contratan cada vez más personal extranjero. Aronnax, para redimir las críticas de sus producciones anteriores, tiene puestas sus esperanzas en su personal internacional. Es contradictorio que, en una productora peruana, más del 50% del personal sea extranjero y ni siquiera se puede decir que esta porción es latinoamericana, ya que el director de la película es israelí.

La razón por la cual las películas animadas no han logrado éxito es que en la mayoría de producciones la técnica ha prevalecido sobre el guion y, a pesar de haber percibido esta falencia, como fue el caso de REDP, la concentración del personal se rigió por sus capacidades para aprender a dominar diferentes técnicas, en lugar de hacer que estas acompañen la historia.

Hay una nueva generación de animadores peruanos en el mercado de producción de películas animadas. Durante los inicios de la animación en el Perú, no había una carrera de animación propiamente dicha; por el contrario, actualmente ya existe una generación capacitada en riesgo de no ser contratada por productoras que prefieren experiencia extranjera. También, al no haber estabilidad laboral, existe el

peligro de que la mano de obra nacional prefiera emigrar en busca de un trabajo estable y con mejores condiciones.

Esta preferencia por capital humano extranjero no solo se da en el Perú, sino también en América Latina. Como, por ejemplo, es el caso de la productora Huevocartoon que utilizó una técnica de reclutamiento similar para realizar la película *Un gallo con muchos huevos*. El hecho de que las productoras de películas animadas no otorguen un trabajo estable hace que profesionales capacitados busquen oportunidades de trabajo en la competencia, lo que se traduce en una pérdida de capital humano valioso que tiene como consecuencia la no disponibilidad de este personal cuando se requiera realizar una próxima producción:

En Aronnax [...] va a haber un tiempo donde no va a haber trabajo para nosotros [...]. Por ejemplo, en Huevocartoon duró un año y cacho para sacar las nuevas producciones. Entonces, en ese año y cacho Riva Palacios [de Huevocartoon], no nos quería dejar ir [...] nos mandaron un mensajito [...] para volver, y yo encantado [...], pero tampoco quiero dejar de lado a Mighty [otra productora mexicana]. (Vazquez, 2016).

6.5. La solución a la miopía: los lentes

El caso de Corea del Sur tiene un inicio similar al peruano, aunque con una ventaja de más de treinta años en la industria de la animación. En los años ochenta, los animadores independientes decidieron crear su propia trayectoria en la industria, sin importarles una retribución económica y a pesar de no haber instituciones educativas que ofrecieran cursos de animación (In-ha, 2012). Al igual que los animadores coreanos de los ochenta, actualmente los peruanos inician en la industria de la animación por vocación profesional y no con fines lucrativos; pero cabe resaltar que para los coreanos era un momento en el que el mercado de la animación internacional no era tan competitivo como lo es hoy en día, por lo que es más difícil conseguir éxito en la actualidad.

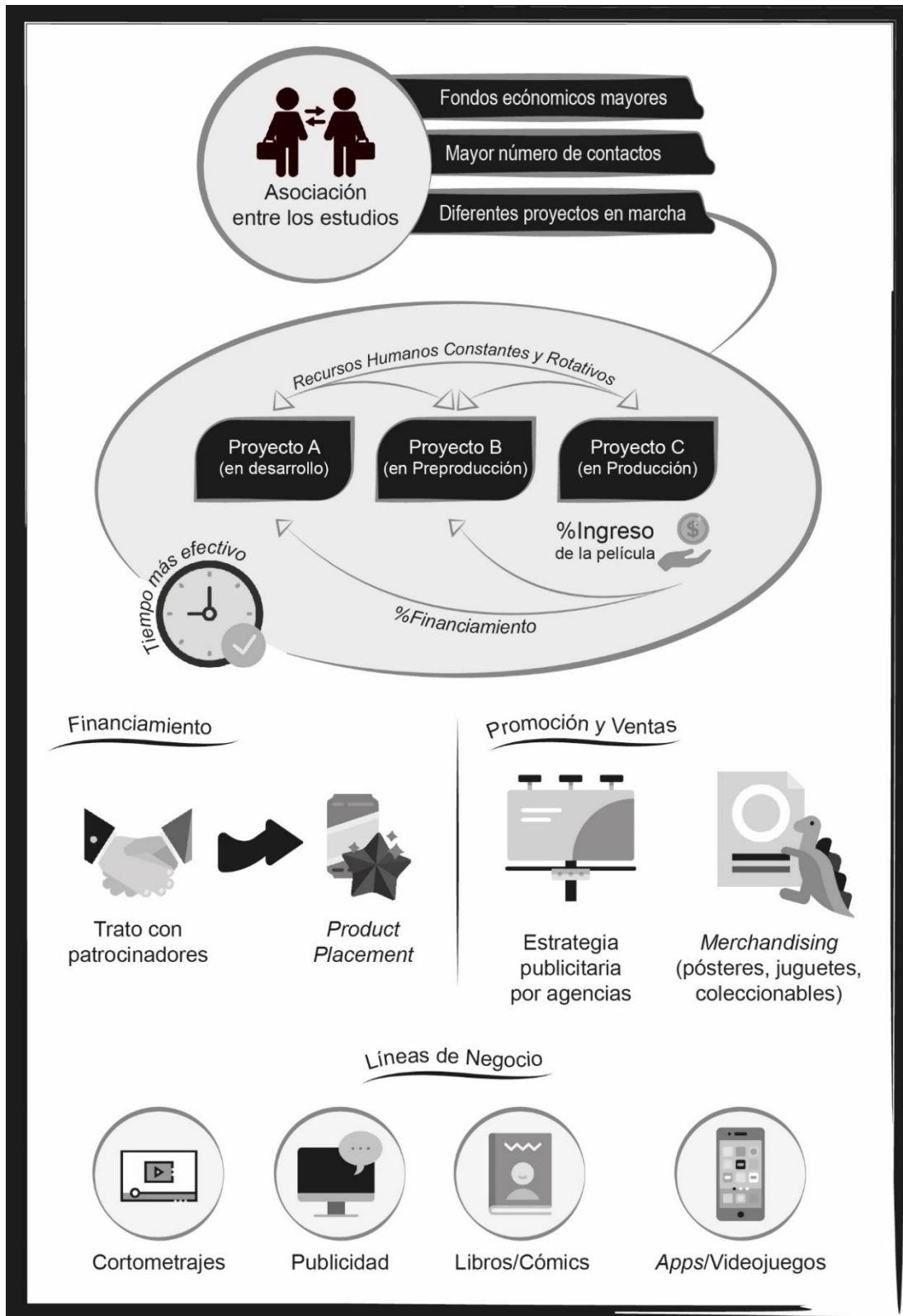
Por otra parte, la India es un país con una industria de animación sólida. Se construyó gracias a la cooperación entre varios estudios, los cuales ahora trabajan en conjunto para las creaciones de películas. Lo mismo sucede con algunas productoras en Estados Unidos. Ambos casos ponen en evidencia que, en el caso nacional, es necesario

un pacto de cooperación entre los diferentes estudios de animación, en especial ante el competitivo panorama internacional y la escasa financiación; sin embargo, son reacios a colaborar entre ellos.

Peru Animation es un avance importante, pero su objetivo es con miras comerciales con países extranjeros y pensando en el beneficio individual de cada productora involucrada. Al margen de ello, estas últimas se limitan a prestar servicios entre sí, sin considerar coproducir una película. Ello puede resultar contraproducente, debido a los problemas económicos en los que se encuentran. Por bien de la fuerza laboral nacional, es importante que se realice un acuerdo de recursos en donde todos salgan beneficiados. Un argumento que las productoras sostienen para no asociarse es que cada una tiene su propia cultura organizacional, cuando en realidad la mayoría son relativamente nuevas y el número personal es escaso.

Por el momento, hay cuatro películas en producción, una en desarrollo, otra en etapa de preproducción y otras dos en producción. Si los estudios se juntasen, no habría pérdida de tiempo, el personal tendría estabilidad laboral, se cohesionaría el equipo y habría un presupuesto disponible de manera constante (ver figura 4).

Figura 4
Propuesta de modelo y estrategia empresarial para los estudios de animación al



realizar una película

Nota: en promoción y ventas, la estrategia publicitaria para el *film* puede ser trabajada por alguna agencia a la que las productoras prestan sus servicios, con tal de llegar a un acuerdo más cómodo.

Fuente: elaboración propia. Iconos recuperados de la plataforma Flaticon (2016).

6.6. Yo no tengo la culpa, la tiene el país

En su libro *El cine de animación en el Perú: bases para una historia (1952-2009)*, Rivera (2010) augura un futuro próspero para la industria, pues dice que la animación ha ido evolucionando para bien, ya que algo que antes se solía considerar con fines exclusivamente publicitarios y en menor medida educativos, es ahora visto con fines cinematográficos y de comercio. Pero los resultados demuestran que los interesados en cine de animación son solo inversionistas privados con ansias de realizar su propia película; no hay una industria que se esté cohesionando, sino más bien se disipa cada vez más. La animación aun es más valorada en la publicidad; es por esto que las productoras financian sus películas a través de proyectos publicitarios a pesar de no ser ese el fin. Hay poca confianza en la industria de animación nacional y mayor interés del extranjero por invertir en las producciones peruanas. Por esta razón, la segunda parte de EDLHS se realizará en Canadá, mientras que las otras productoras peruanas están en busca de coproducir una película extranjera.

Sobre este último punto, es una certeza que en diferentes países la industria cinematográfica ha llegado a surgir y ser exitosa gracias a las coproducciones internacionales. Según Pardo (2007), la “época dorada” de la industria cinematográfica europea de la posguerra se dio gracias a las coproducciones; pues, entre 1955 y 1965, el porcentaje de películas europeas coproducidas pasó del 10% al 40%. En España, la producción de películas ha pasado de 56 largometrajes en 1995 a 142 en 2005 y el número de coproducciones internacionales aumentó de 22 en 1995 a 53 en 2005.

El diario argentino *Metropolis* (2006) publicó una nota al respecto en la que se señala que en Argentina no se podría producir cine sin el aporte del capital extranjero, los fondos de ayuda europea y del Estado, pues les resulta imposible financiar las películas con capital nacional. El problema de las coproducciones internacionales se presenta cuando el *film* realizado pierde identidad cultural y se forman híbridos. Las coproducciones entre países latinoamericanos y europeos suelen resultar en mayor beneficio para los últimos, pues no solo le permite a Europa competir con la industria hollywoodense, sino que les es un negocio rentable debido a que en el cine argentino,

muchas veces por conseguir la última parte de la financiación, les entregan territorios e incluso los derechos de explotación respectivos. Por esta razón, surge la idea de buscar una coproducción latinoamericana donde los diversos aportes estatales puedan complementarse. El problema inicial es que no todos los países cuentan con una ley de cine, lo cual implica que muchos carezcan de fondos estatales. Esta es una de las razones por las que coproducir con otros países puede resultar caótico y contraproducente. Se propone que una mejor vía de fomento a la industria cinematográfica —en este caso, animada— es la coproducción nacional.

En el caso peruano, los entrevistados culpan de su fracaso al poco interés del público en las “buenas películas”, tomando como referencia el éxito de *Asu Madre*. Lo que le gusta al espectador es poder relacionarse con un personaje, tener empatía con él o que lo lleve a una aventura que siempre ha querido tener. Eso fue lo que *Asu Madre* logró y lo que no han conseguido los *films* animados realizados hasta el momento. Después de todo: “El cine es el único producto que se paga antes de consumir [...]; requiere mucha confianza, mucho respeto por el público que te va a consumir. Entonces, hay que trabajarlo [...], ese el problema de los cineastas, que creen que el público es el que está mal” (Vargas, 2016).

6.7. Querida productora, la clave del éxito puede ser confusa

No hay una sola manera de lograr el éxito, ni tampoco este es seguro, nadie puede predecir qué va a capturar la atención de un público tan complejo como el infantil (además del adulto). Son diferentes los factores que intervienen en la producción de una buena película y en lograr tener una productora estable. Estos no tienen que ver con la técnica de animación, que es en lo que los productores nacionales ponen más énfasis. Al imitar técnicas foráneas, el público espectador no puede evitar comparar las películas nacionales con las extranjeras; en consecuencia, el público queda insatisfecho con lo que observa. La solución más factible es crear una técnica propia, como ocurrió en Chile, donde *Historia de un oso* fue resultado de una técnica mixta, con dibujos a mano, acuarelas, fotografías e imágenes 3D. A causa de esto, no se dio lugar a la comparación, sino que se vio como un producto único y logró que la historia sea la protagonista. Y es que “por más cuidado que pongas en lo artístico, la elegancia visual carece de importancia si estás contando la historia como debe ser” (Catmull, 2014, p. 55).

Las historias se han visto hasta ahora de manera superficial en el país. Por el contrario, en el resto del mundo se ha llegado a contar historias con técnicas angloamericanas sin dejar de ser familiares, como es el caso brasilero de *Rio 2096*. El director, Luiz Bolognesi, considera a la animación como un vehículo para narrar historias atrevidas. En este caso, según Milligan (2014), se habla del holocausto de la civilización americana que comenzó en el siglo XVI. *Rio 2096* es una película ganadora de premios y aclamada por la crítica. Más que una historia comercial, cuenta una historia verdadera. Al igual que el corto chileno *Historia de un oso*, narra un relato desde el corazón, de experiencias propias del director, de algo que él conoce a la perfección.

Porter y Susman (2000) establecen que más importante que la técnica es tener como objetivo contar una historia convincente, logrando personajes que se conecten con el público y que provoquen una respuesta. Esto se logra mediante un comportamiento realista. Para esto, Robertson (2010) indica que es necesario actuar las escenas con tal de animarlas posteriormente, pero hay que separar la actuación de la mecánica para meterse en la cabeza del personaje. En este sentido, para que todo el proceso de realización sea coherente al igual que el producto final, es necesario que todos los diseñadores, animadores e involucrados sepan quién es o quiénes son los personajes; tienen que tener un perfil establecido con tal que no se caiga en el error de que cada uno lo interprete o represente a su manera. Muchas veces se crea la biblia de la animación, en la cual se incluyen diferentes hojas que sirven de guía al animador, haciendo posible que la animación parezca hecha por una sola mano (Webster, 2006). Si bien Red Animation Film y Origami Studio han realizado libros de arte conceptual, no se ha hecho una biblia de animación. Además, los animadores encargados afirman que solo se conoció la historia y los personajes mediante el *storyboard*, el *animatic* y a veces simplemente durante el proceso (ver figura 5). Adicional a ello, no existe una retroalimentación constante entre los animadores dentro de la misma productora.

Figura 5
Características de un animador



Fuente: elaboración propia a partir de Vazquez (2016), Davirán (2015) y Álvarez (2015). Iconos recuperados de la plataforma Flaticon (2016).

Todas las productoras analizadas se quieren diferenciar produciendo películas de calidad, pero no todas ellas entienden lo mismo por calidad: mientras que para unas significa mejor técnica, para otras una buena historia y para un tercero una mezcla entre ambas. La calidad, según Catmull (2014), es un prerequisite en toda producción, pero es un calificativo que la debe atribuir el público y no la empresa. Además, la calidad se puede ver afectada si es que hay prisa en producir material, como está sucediendo con Aronnax, que produce películas cada dos años. Esto puede resultar contraproducente y se teme que la productora esté atravesando por el mismo problema que pasó Disney a principios del nuevo milenio. Catmull (2014) relata que, cuando la infraestructura de Disney creció, se vio con la presión de tener una mayor producción en menor tiempo, lo que generó la pérdida de calidad del producto, por lo que el estudio sufrió un periodo de casi veinte años de pérdidas, sin lograr un solo éxito de taquilla.

Con respecto a las nuevas líneas de negocio que las productoras toman para seguir vigentes, tercerizar servicios puede ser una de ellas, pero no la única. Se puede generar proyectos a partir de la creación de cortometrajes en Internet, algo que en el ámbito de la animación peruana no ha sido aún explorado. Osorio, director de *Historia de un oso*, indica que “antes era muy difícil encontrar la audiencia, la gente por lo general no iba al cine a ver cortos. Pero ahora está más acostumbrada a ver formatos

cortos, en YouTube o en redes [sociales]. Este cambio de tendencias creo que ayuda a que resurja una audiencia para el cortometraje” (citado en Perasso, 2016, párrafo 24).

Otro punto importante de mencionar es que, al igual que el comienzo engorroso de Pixar, Studios Ghilbi —estudio oriental que inspira a Origami Studio— tuvo un comienzo similar. Martínez y Tuoza (2014-2015) aclaran que dicho estudio tuvo varios problemas económicos a lo largo de la historia debido a que no ganaba tanto con sus películas como lo que gastaba en producirlas. Aun así, lograron salir adelante creando *merchandising* de sus personajes, lo que les trajo tantos beneficios de exposición como económicos. En conclusión, las productoras que no ven un retorno inmediato pueden ver esto como una posible alternativa, como lo hace Origami Studio que planea crear transmedia con *Nuna*, lo cual puede generar ingresos de manera más rápida y efectiva.

6.8. Para ti, lector: no te mires al espejo y entra al país fragmentado

La industria del cine de animación está en proceso de formación, ya que solo se cuenta con una realizadora que produce de manera constante, Aronnax, pues Red Animation se está dedicando principalmente a realizar servicios de animación en el ámbito nacional; mientras que otras, que están produciendo, podrían tener éxito o no.

La dinámica de realización de un *film* animado refleja la identidad y problemática peruana casi perfectamente: El joven emprendedor que no encuentra un trabajo que cumpla con sus expectativas, que tiene un sueño y decide ir por él, sin embargo se ve frustrado por la falta de experiencia y los obstáculos que encuentra en el camino y eventualmente busca apoyo de sus padres para hacer resurgir su empresa. A pesar de eso, quiere hacer las cosas a su manera.

La proliferación de las pymes (pequeñas y medianas empresas) en el país no es reciente, el 99,6% de las empresas que existen en el Perú son consideradas micro, pequeñas y medianas empresas (Agencia Peruana de Noticias, 2015). Las nuevas productoras de animación llegan a ser consideradas pymes y no destacan en el mercado; que lleguen a tener consolidación como Aronnax requeriría de contactos con fuerza monetaria.

Se puede lograr una industria fructífera mediante el despojo del ego y una mentalidad cultural más amplia. Es lamentable que las realizadoras estén más

dispuestas a coproducir con empresas extranjeras que con las propias, frustrando el posible crecimiento de la industria nacional. Además, se considera que la ayuda del Estado es necesaria, pero no imprescindible. Si el Estado no hace algo es porque el ciudadano tampoco. El gobierno es solo un reflejo de la comunidad que no quiere aceptar sus falencias.

Para futuras investigaciones, se sugiere analizar en mayor profundidad el tema organizacional de las productoras, hacer un seguimiento de las películas a estrenarse en los siguientes años y también indagar sobre el guion de cada una. La distribución y la publicidad son un factor importante que recae en la taquilla y recaudación de capital; muchas veces este es omitido por la escasez de presupuesto. Sería conveniente hacer un estudio al respecto, así como también conocer el grado de acercamiento con el público objetivo.



REFERENCIAS

Bibliográficas

- Catmull, E. (2014). *Creatividad*, S.A. Lima: Penguin Random House.
- Duran, J. (2008). El Cine de animación en 3D: Los Pixar. En J. Duran, *El Cine de animación Norteamericano*. Barcelona: UOC.
- Rivera, R. (2010). *Cine de animación en el Perú, bases para una historia (1952 - 2009)*. Lima: Alas Peruanas.
- Vernal, A. (2010). *El proceso de producción y realización de la película El Delfín, la historia de un soñador (tesis de licenciatura)*. Lima: Universidad de Lima.
- Webster, C. (2006). *Técnicas de animación*. Madrid: Anaya Multimedia.

Recursos electrónicos

- Agencia Peruana de Noticias (2015). El 96% de empresas en el país son micro, pequeñas y medianas. Disponible en: <<http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-el-996-empresas-el-pais-son-micro-pequenas-y-medianas-546824.aspx>>.
- Álvarez-Sarrat, S. (2014). The Spanish Animated Short Film at the Turn of the Century. *Hispanic Research Journal*, 15(1), 75-87. Disponible en: <<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1179/1468273713Z.00000000075?needAccess=true>> (consultado en febrero de 2015).
- Ávila, F. (2015). ¡Plop! ¡Condorito regresa! *Excelsior*. Disponible en: <<http://www.excelsior.com.mx/funcion/2015/10/30/1054241>>.
- Barnuevo, M. L. (2009). La animación española de largometraje: pasado, presente. *Revista Latina de Comunicación*, 12(64), 401-507. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81911786041>> (consultado en enero de 2015).
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2016). Fondo Audiovisual. Línea de producción audiovisual. Gobierno de Chile. Disponible en: <<http://www.fondosdecultura.gob.cl/wp-content/uploads/2016/06/audiovisual-produccion-audiovisual-2017.pdf>>.
- Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios (DAFO) (2016). *Bases del Concurso Nacional de Proyectos de Largometraje de Ficción 2016*. Lima: Ministerio de Cultura del Perú. Disponible en: <<http://dafo.cultura.pe/wp-content/uploads/2016/03/Bases-2016-Concurso-de-Proyectos-de-Largometraje-Nacional-12-de-abril.pdf>>

- Effie Awards Perú (2006). *Effie Awards Perú*. Disponible en: <<http://www.effie-peru.com>>.
- Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) (2016). Concursos Cine. Disponible en: <<http://concursos.incaa.gov.ar/concursos>>.
- In-ha, P. (2012). Korean Animation. Evolution of a Cultural Industry. *Koreana*, 26(1). Disponible en: <https://issuu.com/leehyun/docs/koreana_2012_spring_eng>.
- Martínez, I. P. & S. M. Tuoza (2014-2015). *A través de la mente de Hayao Miyazaki*. Barcelona: INS LLUÍS DOMÈNECH I MONTANER. Disponible en: <http://www.edubcn.cat/rcs_gene/treballs_recerca/2014-2015-03-2-TR_baixa.pdf> (consultado en diciembre de 2016).
- Milligan, M. (2014). A Toon of Love and Fury. *Animation Magazine*, 16. Disponible en: <<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=29dc519e-e7cc-41a9-a681-2ad242b79e4b%40sessionmgr4010&vid=4&hid=4207>> (consultado en febrero de 2015).
- Metrópolis (2006). Coproducciones. Disponible en: <<http://www.metropoliscine.com.ar/2006/07/coproducciones/>>.
- Moran, R. (2016). La floreciente industria animada chilena llega a Annecy. *Las Voces del Mundo*. Disponible en: <<http://es.rfi.fr/cultura/20160617-la-floreciente-industria-animada-chilena-llega-annecy>>.
- Pandyan, K. (2013). The coming of age of Indian animation. *Journal of Asian Pacific Communication*, 23(1), 66-85.
- Pardo, A. (2007). Coproducciones internacionales españolas: ¿estrategia financiera o expresión multicultural? *Comunicación & Sociedad*, 20(2), 133-173. Disponible en: <http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=47#C01>.
- Perasso, V. (2016). “Historia de un oso”, el corto animado que logró el primer Oscar en la historia para Chile. Disponible en: <http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/02/160226_oscar_2016_nominados_chile_historia_de_oso_gabriel_osorio_gch_vp>.
- Porter, T. & G. Susman (2000). On site: creating lifelike characters in Pixar movies. *Communication of the ACM*, 43(1), 25. Disponible en: <<http://cacm.acm.org/magazines/2000/1/7745-on-site-creating-lifelike-characters-in-pixar-movies/fulltext>> (consultado en febrero de 2015).
- Proimágenes Colombia (2016). Convocatorias FDC 2017. Disponible en: <<http://www.proimagenescolombia.com/secciones/fdc/convocatorias/convocatorias.php>>.
- Reingold, J. (2014). 5 ways your company can be like Pixar. *Fortune*. Disponible en: <<http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=29dc519e-e7cc-41a9-a681-2ad242b79e4b%40sessionmgr4010&vid=13&hid=4207&bdata=Jmxhbmc9ZX>>

Mmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=94326555&db=bth> (consultado en febrero de 2015).

Robertson, B. (2010). Living the Animation Dream. *Computer Graphics World*, 33(9). Disponible en: <<http://www.cgw.com/Publications/CGW/2010/Volume-33-Issue-9-October-2010-/Living-the-Animation-Dream.aspx>>.

T13 (2016). ¿Cómo ha sido la historia de la animación en Chile?. Disponible en: <<http://www.t13.cl/videos/tendencias/como-ha-sido-historia-animacion-chile>>.

Viñolo, S. F. & Infante del Rosal (2012). La imagen sometida. Ideología y contraideología de la representación visual en el cine digital y de animación latinoamericano. *AISTHESIS*, 52, 369-391. Disponible en: <<http://www.scielo.cl/pdf/aisthesis/n52/art19.pdf>> (consultado en febrero de 2015).

Zahed, R. (2013). Spanish Players See Sunny Days Ahead. *Animation Magazine*, 27(10).

Entrevistas y conferencias

Álvarez, A. (2015). Director técnico en *Piratas en el Callao, Dragones. Destino de fuego* y *El delfín: la historia de un soñador*. Entrevista realizada el 19 de febrero. (J. Montañez, entrevistador).

Barbosa, M. E. (2015). Festival digital (conferencia). Lima: Tolouse Lautrec. Entrevista realizada el 25 de septiembre.

Bisbano, D. (2015). Entrevista realizada el 28 de enero (J. Montañez, entrevistador).

Carhuas, J. (2015). Productor de Origami Studios, director en *Nuna*. Entrevista realizada el 26 de enero (J. Montañez, entrevistador).

Carhuas, J. (2016). Productor de Origami Studios, director en *Nuna*. Entrevista realizada el 10 de noviembre (J. Montañez, entrevistador).

Castañeda, M. (2015). Directora de arte en Red Animation y *render* e iluminación en *Rodencia y el diente de la princesa*. Entrevista realizada el 27 de enero (J. Montañez, entrevistador).

Castañeda, M. (2016). Directora de arte en Red Animation y *render* e iluminación en *Rodencia y el diente de la princesa*. Entrevista realizada el 11 de noviembre (J. Montañez, entrevistador).

Chuquizuta, S. (2015). Arte conceptual en *Nuna*. Entrevista realizada el 30 de enero (J. Montañez, entrevistador).

Davirán, G. (2015). Aronnax. Entrevista realizada el 9 de febrero (J. Montañez, entrevistador).

Esquivel, R. (2015). Exproductor y guionista de *Nuna*. Entrevista realizada el 26 de enero (J. Montañez, entrevistador).

Guerrero, M. (2015a). Festival digital (conferencia). Lima: Tolouse Lautrec.

- Guerrero, M. (2015b). Productor de Red Animation y en *Rodencia y el diente de la princesa*. Entrevista realizada el 27 de enero (J. Montañez, entrevistador).
- Guerrero, M. (2016). Productor de Red Animation y en *Rodencia y el diente de la princesa*. Entrevista realizada el 11 de noviembre (J. M. Arica, entrevistador).
- Iparraguirre, A. (2015). Animador en *Dragones. Destino de fuego* y *El delfín: la historia de un soñador*, postproducción en *Lars y el misterio del portal* y *Los ilusionautas*. Entrevista realizada el 4 de febrero. (J. Montañez, entrevistador).
- Mantari, W. (2015). Director de animación en *Rodencia y el diente de la princesa*. Entrevista realizada el 2 de febrero (J. Montañez, entrevistador).
- Vargas, C. R. (2016). Entrevista realizada el 28 de noviembre (J. M. Arica, entrevistador).
- Vazquez, Y. (2016). Animador en *Condorito*. Entrevista realizada el 21 de noviembre (J. Montañez, entrevistador).
- Vernal, A. (2014). Animador en *El delfín: la historia de un soñador*. Entrevista realizada en junio (J. M. Arica, entrevistador).

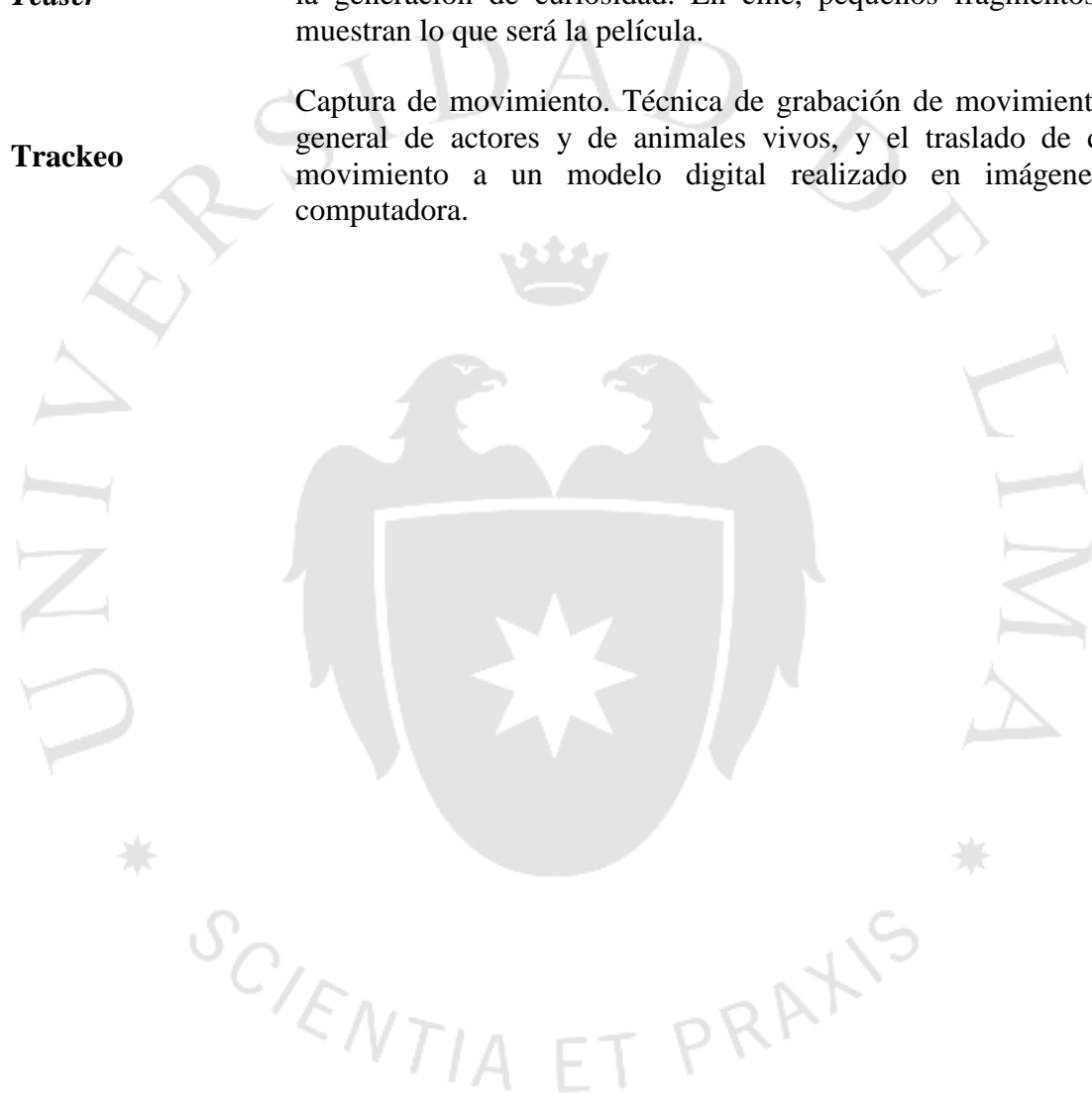




GLOSARIO

3D Real	Tecnología de filmación y proyección de cine que simula la visión tridimensional humana real.
Cluster	Grupo de empresas interrelacionadas que trabajan en un mismo sector industrial y que colaboran estratégicamente para obtener beneficios comunes.
Crowdfunding	Micromecenazgo. Red de financiación colectiva, normalmente <i>online</i> , que a través de donaciones económicas o de otro tipo consiguen financiar un determinado proyecto a cambio de recompensas o participaciones de forma altruista.
DSP	<i>Digital signal processor</i> o procesador digital de señales. Sistema basado en un procesador o microprocesador que posee un conjunto de instrucciones, un <i>hardware</i> y un <i>software</i> optimizados para aplicaciones que requieran operaciones numéricas a muy alta velocidad.
Merchandising	Conjunto de productos publicitarios para promocionar un artista, un grupo, una marca, etc.
Fade to black	Fundido a negro. Un tipo de transición al momento de editar un material audiovisual.
Pacing	En animación o cine, marcar el ritmo del objeto animado o de la narrativa.
Product placement	Técnica publicitaria que consiste en la inserción de un producto, marca o mensaje dentro de la narrativa del programa.
Render	Renderización. Término usado en jerga informática para referirse al proceso de generar una imagen o vídeo mediante el cálculo de iluminación GI partiendo de un modelo en 3D. Este término técnico es utilizado por los animadores o productores audiovisuales y en programas de diseño en 3D, como por ejemplo Cinema 4D, 3DS Max, Maya, Blender, SolidWorks, Source Filmmaker, etc.
Rigging	Proceso técnico/artístico que consiste en configurar un personaje/modelo/3D/propiedad/objeto para que pueda ser posteriormente animado. Consiste en construir un esqueleto con sus cadenas de huesos para que funcionen según las necesidades.

<i>Script doctors</i>	Consultor de guion. Profesionales contratados puntualmente para reescribir o pulir guiones ajenos ya existentes.
<i>Storyboard</i>	Guion gráfico. Consiste en el conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o seguir la estructura de una película antes de realizarse o filmarse.
<i>Teaser</i>	Recurso creativo que busca captar la atención del cliente mediante la generación de curiosidad. En cine, pequeños fragmentos que muestran lo que será la película.
Trackeo	Captura de movimiento. Técnica de grabación de movimiento, en general de actores y de animales vivos, y el traslado de dicho movimiento a un modelo digital realizado en imágenes de computadora.



ADDENDA

La reciente compra de derechos de la película animada *Ainbo*, de la productora Tunche Films, por parte de la conocida distribuidora norteamericana Cinema Management Group (CMG), ha sido motivo para agregar algunas conclusiones relevantes en la presente investigación¹⁹.

En primer lugar, la razón por la cual no se incluyó este film dentro del trabajo es debido a que era un proyecto animado que se realizó en 2010 y se pasó a guardar por las pocas posibilidades de hallar financiamiento; hasta que en diciembre de 2016 participó en el concurso “Animation!”, de Ventana Sur, gracias a que un contacto de uno de los directores le comunicó sobre ello. Si bien *Ainbo* no ganó, el proyecto logró llamar la atención de varios inversionistas de distintas partes del mundo, siendo el mejor postor CMG. Por el momento ya se ha logrado vender a once países y así recaudar 10 millones de dólares para comenzar su producción.

Es así como se decidió entrevistar, el 3 de marzo de 2017, a uno de los directores de *Ainbo*, César Zelada, con el fin de saber cómo es que el proyecto logró cautivar. Me indicó que fue posible gracias al aspecto global de dicha película, refiriéndose a que los personajes creados no tenían 100% rasgos andinos, sino que eran atractivos a los ojos extranjeros —en sus palabras, eran “comerciales”—; es decir, conservan el aspecto nacional siguiendo la línea de dibujo que se suele usar: ojos grandes, rasgos finos, entre otros aspectos. Y que, si bien la historia narrada en *Ainbo* es cercana a él, también tiene una importancia y ligamiento internacional, pues está basada en un tema universal: la contaminación de la naturaleza por manos del hombre. El lograr lo descrito no es sencillo y hay una delgada línea la cual se puede pisar. Buscar un equilibrio entre la internacionalización siendo aún nacional conlleva experiencia y es justamente lo que Tunche Films tiene, pues ha estado más de diez años realizando diferentes trabajos de producción de *spots* publicitarios, animados y de acción real. Con ello, cabe argumentar que, si se va a empezar a realizar películas animadas, no

¹⁹ Se han comprado los derechos de distribución mediante un contrato que otorga a la distribuidora CMG vender la película a las diferentes partes del mundo, excepto a Perú; dicha venta si le pertenece a Tunche Films. La película sigue siendo peruana y se producirá en el país.

puede esperar realizar un *film* 100% vanguardista, sino que tiene que tener aspectos comerciales con tal de que este sea rentable y así producir beneficios económicos y de reconocimiento a la productora para luego crear proyectos de corte mucho más filosóficos y artísticos.

La conversación con César me hizo reafirmar mi creencia de que, para repotenciar el rubro de la animación, es necesario de varios aspectos, pero el más importante es el modelo de negocio. Cuando he propuesto a los entrevistados una posible asociación entre las productoras, la mayoría responde que la cultura organizacional no es compatible, y yo me preguntó: ¿cómo una productora recién formada, con cinco trabajadores, puede tener una cultura organizacional tan bien definida?, ¿no es compatible la cultura o simplemente no quieren llegar a un acuerdo por cuestiones personales? Luego de preguntar lo mismo a César, este me respondió algo más esclarecedor: “Si *Condorito* y *Ainbo* estuvieran corriendo en simultáneo, tendríamos problemas muy serios [...] porque no habría gente para hacerlo [...] falta cantidad de talento [...] coproducir con una productora de acá, ninguna productora ni nosotros tenemos gente en planilla todos son contratos por proyecto coproducir con una productora de acá es simplemente contratar a una persona a la cual yo tendría que asociar al proyecto para después contratar gente [...] porque no tiene gente fija”.

Fue en ese momento cuando me di cuenta que las pymes y la informalidad en el Perú había llegado a tal punto que es desfavorable para el florecimiento no solo de la industria cinematográfica, sino para el crecimiento laboral nacional. Ya no solo se trata de un egoísmo, el cual muchos entrevistados me mencionaron, sino de una política empresarial que a larga se está volviendo contraproducente. ¿Cómo sería si llegáramos a tener una pyme por poblador? Sé que repotenciar la dramaturgia para el cine de animación es importante, pero no tiene sentido tener grandiosos escritores y grandiosos animadores si salen al aire a empresas que no los valoran o que no los logran apreciar y que creen que pueden hacerlo todo ellos solos y solo otorgan las tareas más mecánicas al personal contratado.

La productora Tunche Films se ha dedicado a publicidad desde sus comienzos, ya llevan más de diez años en dicho rubro. Uno de los socios, además de especializarse en publicidad en el Instituto Peruano de Publicidad, ha estudiado cine en New York Film Academy; por ende, sabe del tema al cual está incursionando y por eso logra entender qué es comercial y cómo aplicarlo en el cine. En el caso de las otras

productoras, como Origami Studio y Red Animation, son dirigidas por personas muy apasionadas, pero que no han tenido estudios profesionales de cine ni de publicidad, que es el rubro en el cual esperan desempeñarse.

No hay una visión de negocio, las productoras nacen por afición y con el único fin de desarrollar una película. No hay una consideración detrás de todo lo que conlleva, como lo es el hecho de contratar al personal y todo lo que implica formar una empresa. Estamos ante una sociedad en donde el ego superlativo se ha apoderado cada vez más de la gente y el llamado individualismo exacerbado se ve escenificado ya no solo en el ámbito comercial, sino también en la manera en que se están construyendo las empresas hoy en día, en donde el líder cree que puede hacer todo y desprecia o deja de lado muchas profesiones que se creen son muy sencillas o simplemente no cree necesitar ayuda de alguien que ya pasó por lo mismo porque cree poder hacerlo mejor. Es por eso que vemos que a Red Animation, quienes en un inicio se le ofreció coproducir y ellos se negaron, le ha costado recuperarse del fracaso económico que fue *Rodencia* y vemos cómo Origami Studio intenta salir a flote embarcándose en un viaje completamente desconocido, aprendiendo en el camino y con el riesgo de cometer los mismos errores de las productoras con las cuales no ha querido asociarse.

Sin embargo, debo de admitir que, antes de la noticia de *Ainbo* y de la conversación que tuve con César, veía el futuro del cine de animación digital un tanto gris; que, de triunfar *Condorito*, me alegraría, pero a la vez temería porque las empresas tomen la política de contratar a mayoría extranjeros y dejar de lado al peruano. Por ello, me inclinaba por desearle suerte a Origami Studio para que con *Nuna* triunfe y no se quede en solo una gran idea que tropieza en el desarrollo, esperando que la productora no quede en el olvido, gane regalías y que no se desintegre con el tiempo, apostando también porque Red Animation aprenda de sus errores, pero que no tema volver a arriesgarse y no haga una película completamente afuera porque cree que el público peruano no sabe de cine. Con *Ainbo*, mis ánimos aumentaron. No sé si logre triunfar ni si la idea sea magnífica, pero sé que la productora tiene detrás una visión empresarial más estable y marcada que la de sus colegas; por ende, Tunche Films, al contrario de los demás, no tiene el único objetivo de lanzar una película, sino que se ve con miras de seguir produciendo proyectos que hagan que el personal rote y se cree un flujo de trabajo estable.

Es así como considero que el crear una corporación fuerte y estable es importante, pues al final no importa cuánto talento haya si no hay algún lugar en donde se pueda albergar, cultivar y hacer brillar.



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estudios de animación activos, sus productores y sus películas	5
Tabla 2. Estudios de animación inactivos, sus productores y sus películas	6
Tabla 3. Películas realizadas por Alpamayo Entertainment, sus presupuestos y sus utilidades	11
Tabla 4. Relación de películas realizadas, producidas y personal involucrado	13
Tabla 5. Estado de las productoras Red Animation, Aronnax y Origami Studio	14



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Pasos del proceso de realización de una película animada	38
Figura 2. Proceso de animación digital	39
Figura 3. Comparación gráfica de los fondos nacionales que otorgan los premios al cine de animación en Chile, Colombia, Argentina y Perú	41
Figura 4. Propuesta de modelo y estrategia empresarial para los estudios de animación al realizar una película	44
Figura 5. Características de un animador	48

