

MIS INICIOS

LA TARUMBA IDENTIKIT

La función continúa

FÉLIX INGARUCA



ARTISTA. "La Tarumba es un producto cultural que se sostiene económicamente, lo que prueba que otros lo pueden hacer".

➔ Un circo diferente y que enseñe valores. Ese es su producto desde hace 24 años

JULIO ESCALANTE ROJAS

A Estela Paredes, productora de La Tarumba, le gusta trabajar con las ventanas abiertas de su oficina. Esto no ocasionaría problemas si no fuera porque las ventanas

dan a la Vía Expresa de Lima. Entonces, imagine el escenario de esta conversación y el sonido del ambiente. Bocinazos y motores rugiendo. Sin embargo, ningún ruido incomoda a Estela. "Estoy adaptada", dice. "Sin esto difícilmente puedes ser un artista en el Perú".

Era un grupo de cuatro jóvenes rebeldes el que inició La Tarumba. Subversivos del aburrimiento y actores autodidactas por vocación. "Queríamos lograr una propuesta que nos distinga, una propuesta artística y educativa". Actuaban en plazas,

parques, parroquias, pasaban el sombrero. Actuaron hasta dentro de un contenedor en la selva. "Teníamos el deseo de que nos descubrieran", dice Estela Paredes. Pero ellos fueron quienes descubrieron que el futuro del grupo debía afincarse en los terrenos de la música, el teatro y el circo. Su vida errante duró ocho años con un clima de caos económico y de violencia en el país. Pero eran optimistas.

En los años 90 el apoyo que recibían de la cooperación internacional para impulsar proyectos en los co-

LAS CLAVES

➔ **Participación en redes culturales.** Esto nos permitió construir relaciones con artistas extranjeros, aprender de ellos y compartir experiencias.

➔ **Fidelización.** Podemos movernos donde sea y el público va. Ya lo quisiera otra empresa. La fidelización tiene que ver con transmitir emoción y nos ha costado años.

nos de Lima fue desapareciendo y los obligó a buscar otros recursos. Realizaron giras y todo lo ganado se invirtió. Así compraron una casona en Miraflores, que hoy sigue siendo la sede de sus talleres. Querían cubrir un vacío de la educación formal, detenerse en cada niño y desarrollar su potencial.

Desde el 2001, el grupo supo que tenía que convocar amigos artistas y profesionales para integrar un comité consultivo que tradujera su propuesta cultural en negocios concretos. Si la formación actoral de los fundadores de La Tarumba había sido autodidacta, también lo fue su ingreso a las ligas empresariales. Con años de experiencia La Tarumba había logrado una marca poderosa que podía sentarse a la mesa con otras empresas y convencerlas de jugársela por ellos. El sueño de la carpa propia estaba cerca.

Estela visitó diversos bancos y nadie quería otorgarle el préstamo final para pagar la carpa que costaba US\$500 mil. "Decían que el circo no tenía un antecedente como negocio". Pero lo consiguieron con una cooperativa de ahorro. Y ya van por su sexto espectáculo en su carpa.

"Si eres capaz de abstraerte y quieres transformar un ambiente feo en algo mejor, con solo una actitud mental, lo transformas". Entonces, de pronto, la bulla de los claxon de la Vía Expresa son como olas de mar. Créelo y escucharás. Es la magia que enseña el circo.



VAINILLA

La vainilla es un producto de reciente exportación para el Perú.

MERCADO DE DESTINO:

España se ha convertido en el mayor comprador de la vainilla producida en el Perú. Los cinco primeros meses se ha enviado US\$2.215 (cabe señalar que este es el primer año en el que se vende a este mercado). Le siguen Estados Unidos con US\$2.072 e Italia con US\$1.174, luego se encuentran pequeños envíos a Japón, Canadá, el Reino Unido y Suiza.

EXPORTACIÓN:

ÁDEX reportó que la venta de vainilla de enero a mayo de este año tuvo un valor de US\$4.766 en comparación con el monto obtenido en el 2007 que solo fue de US\$1.110 en el mismo período.

POTENCIAL:

La vainilla es una especie de orquídea de la que se obtiene un fruto en forma de vaina. Es utilizado como saborizante. Actualmente es producida en algunos países de América Central (México, Costa Rica y Puerto Rico), Oceanía y África (Madagascar). Más de cinco empresas peruanas han visto el potencial de la exportación de vainilla en líquido.

Esta presentación tiene demanda en diversos sectores industriales para la elaboración de gaseosas, licores, helados, galletas dulces y medicinas.

1984

Dos años atrás, La Tarumba había iniciado sus actividades como grupo de teatro errante. En este año logran formalizarse.

1992

El grupo llega a ocupar en Miraflores la casa en la que hasta hoy brindan talleres de circo y teatro para niños y adolescentes.

2003

La Tarumba levanta su carpa de circo permanente detrás del supermercado Metro de Chorrillos (Hoy C.C. Plaza Lima Sur). Aquí realizan su primera temporada de espectáculos por fiestas patrias. La obra se llamó ITÓ.



2006

Se realiza en Lima la primera edición del Festival del Circulo, en el que La Tarumba reúne a otros grupos de teatro y circo del mundo.

2008

Desde el 20 de julio en su carpa de Chorrillos iniciará la presentación de "Iluminare", su sexto espectáculo de circo. Planean abrir una nueva sede en La Molina.