



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

UTILIZACIÓN DE LOS ELEMENTOS CULTURALES PREHISPÁNICOS PERUANOS EN EL CINE COMERCIAL Y LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PELÍCULAS NACIONALES

Línea de investigación:

Procesos sociales, periodismo y comunicación

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la
Comunicación

Autor:

Moreno Caparó, Jhalil Jussef

Asesora:

Azáldegui Moscol, Antonieta
(ORCID: 0000-0003-4511-1006)

Jurado:

Peña Huapaya, Pedro Saturnino
Orellana Marcial, Luz Marina
Moreno López, Wilder Emilio

Lima - Perú

2022

Referencia:

Moreno, J. (2022). *Utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en el cine comercial y la internacionalización de las películas nacionales*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional UNFV. <https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/6468>



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada (CC BY-NC-ND)

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede generar obras derivadas ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

UTILIZACIÓN DE LOS ELEMENTOS CULTURALES
PREHISPÁNICOS PERUANOS EN EL CINE COMERCIAL Y LA
INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PELÍCULAS NACIONALES

Línea de investigación:
Procesos sociales, periodismo y comunicación
Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la
Comunicación

Autor

Moreno Caparó, Jhalil Jussef

Asesora

Azáldegui Moscol, Antonieta
(ORCID: 0000-0003-4511-1006)

Jurado

Peña Huapaya, Pedro
Orellana Marcial, Luz
Moreno López, Wilder

Lima - Perú
2022

ÍNDICE

Resumen	6
Abstract	7
I.- Introducción	8
1.1 Descripción y formulación del problema	8
1.2 Antecedentes	12
1.2.1 Casos internacionales de películas animadas	17
1.2.2 Coproducciones latinoamericanas de corte internacional	17
1.3 Objetivos	19
- Objetivo general	19
- Objetivos específicos	19
1.4 Justificación	20
II.- Marco Teórico.....	29
2.1 Bases teóricas sobre el tema investigado	29
2.1.1 Hibridación cultural.....	29
2.1.2 Teoría de Usos y Gratificaciones	31
2.1.3 Cine en el Perú.....	32
2.1.4 Cine regional.....	33
2.1.5 Cine Comercial	33
2.1.6 Culturas prehispánicas.....	43
2.1.7 Sobre la formación histórica de criterios de valor con respecto al hombre andino y de la selva.....	46
2.1.8 Sobre cómo afectó la situación del campesino peruano en el desarrollo de la actual cultura cinematográfica.....	49
2.1.9 Imaginario colectivo respecto a la identidad peruana	50
2.1.10 Sobre la construcción del imaginario prehispánico a partir del registro fotográfico de piezas de museos y centros arqueológicos	52
III.- Método	68

3.1	<i>Tipo de investigación</i>	68
3.2	<i>Ámbito temporal y espacial</i>	68
3.3	<i>Variables</i>	68
3.4	<i>Población y muestra</i>	69
3.5	<i>Instrumentos</i>	69
3.6	<i>Procedimientos</i>	74
3.6.1	Creación del guión del teaser denominado El Retorno de SI.....	75
3.6.2	Construcción gráfica y física de los personajes.....	75
3.6.3	Construcción gráfica y física del escenario.....	77
3.6.4	Realización del teaser.....	79
3.6.5	Realización del video de presentación.....	80
3.6.6	Difusión del cuestionario virtual.....	82
3.7	<i>Análisis de datos</i>	85
IV.-	Resultados.....	86
V.-	Discusión de resultados.....	99
VI.-	Conclusiones.....	101
VII.-	Recomendaciones.....	102
VIII.-	Referencias.....	103
IX.-	Anexos.....	106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Películas extranjeras con elementos prehispánicos peruanos	14
Tabla 2 Películas nacionales con elementos prehispánicos peruanos	16
Tabla 3 Películas animadas con elementos culturales del país de origen	18
Tabla 4 Principales películas peruanas estrenadas el 2015	21
Tabla 5 Principales películas peruanas estrenadas el 2016	22
Tabla 6 Comparativo de taquillas - 2016	24
Tabla 7 Incremento de la taquilla en el Perú entre 1998 y 2009	34
Tabla 8 Películas regionales peruanas colgadas en YouTube	39
Tabla 9 Relación de culturas prehispánicas asentadas en el territorio nacional	43
Tabla 10 Centro arqueológico: Huaca de Puruchuco. Ate Vitarte. Lima	53
Tabla 11 Centro arqueológico de Caral. Provincia de Barranca. Lima	54
Tabla 12 Centro arqueológico de la Huaca Puellana. Distrito de Miraflores. Lima	55
Tabla 13 Museo de la Univ. Nacional Federico Villarreal. Lima	56
Tabla 14 Museo Etnográfico del C.C. José Pío Aza. Centro Histórico de Lima	57
Tabla 15 Museo del Banco Central de Reserva del Perú	58
Tabla 16 Museo arqueológico Tumbas Reales de Sipán. Lambayeque	59
Tabla 17 Complejo arqueológico El Brujo - La Libertad	60
Tabla 18 Viaje a Mórrope, Chiclayo y Lambayeque	62
Tabla 19 Elementos seleccionados recogidos de tres libros de Toro Montalvo para una potencial inserción en argumentos cinematográficos	63
Tabla 20 Muestra de elementos seleccionados del libro dioses y hombres de Huarochirí para una potencial inserción en los argumentos cinematográficos	66
Tabla 21 Extranjeros que accedieron colocar sus nombres en el formulario	86
Tabla 22 Agrupación de respuestas en categorías	95

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.Grilla de estrenos. Perú 2019.....	37
Figura 2.Modelo de encuesta.....	70
Figura 3.Arte conceptual de un chullachaqui.....	75
Figura 4.Arte conceptual del niño de la historia.....	76
Figura 5Retoque digital en personaje real. Actor: Salo Chapoñán.....	76
Figura 6. Prueba de vestuario. Actriz: Christel Adriana	77
Figura 7. Diseño en digital de la escenografía	77
Figura 8.En la imagen, el co-director Jorge García	78
.Figura 9. Test de iluminación	78
Figura 10. Grabación del teaser “El Retorno de SI.....	79
Figura 11. Vídeo de presentación instando a ver el teaser y realizar la encuesta.....	80
Figura 12.Video de presentación subtulado a varios idiomas.....	81
Figura 13. Plataforma de YouTube con el vídeo “El Retorno de SI	82
Figura 14. Lista de encuestas traducidas a diferentes idiomas.....	83
Figura 15. Ejemplo del extracto la encuesta online traducida al francés.....	84
Figura 16. Rango de Edad.....	88
Figura 17. Procedencia de los encuestados	88
Figura 18. Región de procedencia	89
Figura 19. ¿Te gustó el video?	89
Figura 20. ¿Cuál es tu apreciación respecto a la calidad del video?.....	90
Figura 21. ¿Qué tan interesante consideras la temática tratada?.....	90
Figura 22. ¿Qué tan comerciable crees que pueda llegar a ser en tu país de origen el video mostrado?.....	91
Figura 23. En la escala del 1 al 10. Donde 1 es la calificación más baja y 10 es la calificación más alta ¿Recomendarías este vídeo a otras personas?.....	91
Figura 24. ¿Qué tan perceptibles fueron para ti, los elementos culturales usados en la banda sonora?	92
Figura 25. ¿Qué tan perceptibles fueron para tí, los elementos culturales usados en la escenografía del vídeo?	92
Figura 26. ¿Qué tan perceptibles fueron para tí, los elementos culturales usados en el guión mostrado?.....	93

Figura 27. ¿Qué tan perceptibles fueron para tí, los elementos culturales usados en las Caracterizaciones de los Personajes?.....	93
Figura 28. Comentarios de los encuestados sobre el vídeo.....	94

RESUMEN

El presente trabajo de investigación trata sobre la utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos aplicados al cine nacional para lograr su internacionalización. Esto debido a que el mercado peruano resulta pequeño para mantener una sólida industria audiovisual y por esta razón, los productores locales podrían dar un viraje hacia la comercialización internacional, valiéndose del potencial audiovisual que tienen los referidos elementos. El objetivo fue determinar de qué manera estos elementos favorecen la internacionalización de las películas nacionales y para tal fin, se estableció en el método un enfoque cuantitativo de nivel descriptivo analítico, tipo transversal y diseño no experimental. El instrumento utilizado fue una ficción audiovisual de elaboración propia desarrollada con elementos culturales prehispánicos peruanos, que luego fue analizada por el público extranjero mediante la resolución de un cuestionario en línea. Los resultados demostraron que la gran mayoría de los encuestados tuvieron una inclinación positiva en sus preferencias sobre el material audiovisual, evidenciando así, la fuerza innovadora que brinda la aplicación de la cultura al cine nacional.

Palabras clave: *Elementos culturales prehispánicos, cine nacional, Perú, internacionalización, producto audiovisual, teaser, cultura Mochica, encuestas, extranjeros.*

ABSTRACT

This research work deals with the use of Peruvian pre-Hispanic cultural elements applied to national cinema to achieve its internationalization. This is due to the fact that the Peruvian market results in maintaining a solid audiovisual industry and for this reason, local producer should take a turn towards international commercialization, making use of the audiovisual potential that the aforementioned element have. The objective was to determine in what way these elements favor the internationalization of national films and for this purpose, a quantitative approach of analytical descriptive level, cross-sectional type and non-experimental design was established in the method. The instrument used was a self-made audiovisual fiction developed with Peruvian pre-Hispanic cultural elements, which was later analyzed by the foreign public through the solution of an online questionnaire. The results showed that the majority of those surveyed had a positive inclination in their preferences regarding audiovisual material, thus evidencing the innovative force that the application of culture to national cinema provides.

Keywords: *Pre-hispanic cultural elements, to national cinema, Peru, internationalization, audiovisual product, teaser, Moche culture, surveys, foreigners.*

I.- INTRODUCCIÓN

Durante mucho tiempo el cine nacional no ha logrado consolidarse en una industria debido a varios factores que limitan este objetivo, por esta razón, la presente investigación aborda una potencial vía de solución ligada a procurar la internacionalización de las películas mediante el uso de las culturas nacionales.

¿Por qué mirar hacia afuera? La taquilla anual del cine nacional nos muestra claramente que el mercado interno es muy pequeño y por lo tanto, no da la suficiente rentabilidad para volver una industria audiovisual sostenible; sin embargo, en el plano internacional, más allá de los concursos y festivales, existe una demanda constante y a la vez una competencia muy grande, la misma que se encuentra dominada por el cine norteamericano, el cine indio, el cine asiático y el europeo. Si a esta dificultad le agregamos el bajo presupuesto de los países en vías de desarrollo surge ya una desventaja fuerte frente a los pares internacionales.

La idea que hizo nacer esta tesis parte de la intención de usar las culturas del país, las cuales son muy complejas y ricas, en las producciones, con el fin de marcar un diferenciador al momento de salir afuera y enfrentarse a un vasto mercado donde rige la oferta y la demanda.

1.1 Descripción y formulación del problema

En Perú, aspirar a lograr una industria audiovisual nacional robusta y dinámica es todavía un objetivo muy distante, no sólo por las carencias económicas propias de un país en vías de desarrollo sino por la misma competencia del mercado que sobrepasa por mucho nuestros recursos cuando a producción audiovisual se trata.

Lograr la internacionalización del cine nacional es algo difícil de alcanzar, la situación se agrava con un mercado interno tan pequeño que no amortiza los gastos de producción y promoción de las películas que se realizan. Entonces, ¿cómo competir contra las producciones extranjeras?

Como menciona Hendrickx (2010) “...Solo algunas naciones, como India y China, que tienen una inmensa población, han podido enfrentar al coloso norteamericano produciendo una oferta propia de material cinematográfico dentro de sus fronteras”. De hecho, la penetración de salas de cine a nivel nacional es mínima por la débil demanda interna, dejando hasta la fecha a Lima como el principal mercado para el consumo de cine masivo, que, a la vez, está inundada de productos comerciales extranjeros. En ese sentido, Hendrickx (2010) menciona que las preferencias del espectador peruano están inclinadas hacia los *blockbuster* americanos, es decir, las películas más taquilleras y comerciales, dejando poco espacio para las demás producciones de la región.

Otro punto desfavorable para los productores nacionales radica en los altos costes de conversión al formato de treinta y cinco milímetros (35mm). Si bien es cierto, la mayoría de películas hoy en día se filma en formato digital, las salas de cine nacionales, en su mayoría, no están adaptadas para proyectarlas, teniendo que realizar una “conversión” del material digital al formato 35mm. Hendrickx (2010) menciona que para las salas de cine nacionales aún es muy costoso adaptarse al formato digital, motivo por el cual todavía no se realiza este cambio tecnológico.

La falta de financiamiento adecuado es otra constante en el cine nacional; debido principalmente a la ausencia de un público masivo que vuelva más atractivo el mercado local. Hendrickx (2010) resalta la importancia de conseguir financiamiento mediante los

fondos disponibles por Ibermedia, HubertBals, Sudance, Visio SudEst, entre otros, así como de fuentes privadas, mediante mecenazgo cultural o auspicios.

Esto podría deberse a la inexistente industria audiovisual en el país. Bedoya R (s.f.) comenta al respecto: “No existe una industria porque una industria supone otras cosas. En primer lugar, supone recursos económicos estables y, si quieres, estandarizados en sus procedimientos; es decir, la posibilidad de saber que, si yo tengo una película con una figura conocida de televisión, voy a llevar a cabo determinadas acciones para conseguir los recursos para hacerla. Y si tengo una película pequeña, que es una primera obra o una película experimental, también voy a tener esos recursos, que van a ser otros pero que están ahí disponibles”.

Con respecto al sistema de negocio aplicado por las distribuidoras resultan ser en parte una traba para la exhibición de películas nacionales, debido al sistema de venta de “films agrupados en paquetes”. Carpio (1997) comenta: “La red de exhibición está obligada a proyectar los filmes de las distribuidoras. Los contratos se estructuran en ‘paquetes’. Si el dueño de una sala quiere proyectar una superproducción que le podría dar grandes dividendos, deberá proyectar también películas menores que vienen junto con la grande”. (p.120)

Con respecto al paradigma tecnológico, si bien es cierto, los adelantos que hoy en día se han dado, permiten acercar la producción cinematográfica a un productor relativamente pequeño. Estos al poder adquirir equipos y software de alta calidad a precios muy competitivos en el mercado pueden permitirse realizar escenas y efectos que antaño resultaban ser muy costosos. Pese a ello, aún no hay evidencia de la existencia de una industria cinematográfica en el país.

Por último, el cine peruano no ha encontrado una marca distintiva que lo diferencie del resto de las producciones internacionales. Es decir, actualmente no se

puede referir al cine peruano de la misma manera que al cine hindú, argentino, chino, cubano, francés o alemán. Las películas peruanas en su conjunto no reflejan identidad cultural o nacional, por ejemplo, las películas norteamericanas en gran medida toman el valor de la libertad como parte de sus líneas argumentativas. Ejemplo de este caso se tiene en películas tales como: "Corazón Valiente" (sobre la aspiración del protagonista por su pueblo), "Día de la Independencia" (sobre el deseo de emancipación frente a opresores externos), "La lista de Schindler" (sobre la aspiración del pueblo judío a conseguir su supervivencia y posterior libertad), "Gladiador" (sobre la lucha de un hombre por conseguir su libertad), "Star Wars" (sobre la lucha de un pueblo por emanciparse de la dictadura de un imperio), e incluso animaciones tales como "Aladin" (sobre el deseo del genio de la lámpara y de la princesa de ser libres), "Moana" (sobre la opción de una chica a tener libertad de elegir).

Ante toda esta coyuntura, resulta necesario indagar sobre la creación de un nuevo escenario en el mercado nacional capaz de brindar las garantías necesarias para realizar producciones con cierto grado de éxito en las taquillas y de manera constante. Para esto, el presente trabajo de investigación propone un paradigma basado en la cultura peruana como un importante insumo en la producción de argumentos cinematográficos que les pueda dar valor agregado a las historias nacionales. Carpio (1997) afirma: "Todo parece indicar que el éxito de una producción se apoya en la posibilidad de crear un producto único a partir de la mezcla de los componentes que utilizemos y la búsqueda de la autenticidad, que no es otra cosa que evidenciar nuestros valores, nuestra propia cultura, nuestra idiosincrasia" (p. 28). La internacionalización del cine ahora puede usar un nuevo aliciente en la utilización de dichos elementos culturales. Es de vital importancia tomar en cuenta la trascendencia del mercado en el proceso de desarrollo de la industria audiovisual peruana. Las personas más destacables

de este punto son los productores; son ellos los que se encargan de lograr que el aspecto comercial de una película funcione, en ellos recae desde el inicio toda la responsabilidad de las ventas de una película. Por esta razón, el productor también es el encargado de colocar a los directores idóneos para lograr el objetivo, directores con un perfil tanto artístico como comercial, de manera que hagan sintonía con las personas de a pie y no reflejen sólo una obra de arte que unos pocos verán.

1.2 Antecedentes

Respecto a la presente temática, se puede ubicar dos trabajos de investigación que guardan cierta relación y que bien pueden formar parte de los antecedentes de la presente tesis:

- *"El cine de terror: historias de vampiros y qarqachas"* (Ensayo para obtener el grado de Magister en Comunicaciones), de José Carlos Cano López.

El trabajo mencionado aborda el cine de terror desde la misma descripción del género hasta el análisis de sus películas y personajes para luego concentrarse en el cine de terror peruano, específicamente el ayacuchano, de donde han nacido varias películas producidas tomando como referencia el mito de la "Jarjacha", un monstruo producto del incesto. Del presente trabajo se rescata el tratamiento del personaje mitológico nacido del imaginario colectivo andino el cual es descrito, desde un punto de vista filmico, con minuciosidad en la investigación. Dicho personaje puede utilizarse en posteriores películas de ciencia ficción para aumentar el folclor de las mismas.

- *"Contenidos en el cine regional de Ayacucho y Puno en el siglo XXI"*.(Tesis para optar por el grado de Magister en Comunicaciones), de Ana Caridad Sánchez Tejada.

El referido trabajo de investigación abarca el estudio de las producciones ayacuchanas y puneñas, muy representativas del cine regional. El autor menciona que dicho movimiento cinematográfico en la actualidad deja de ser indigenista o regionalista, tomando un corte más comercial y dirigido a un público más amplio, pero sin dejar de lado la idiosincrasia y costumbres de sus pueblos de origen. Las películas estudiadas en la investigación bien pueden servir de antecedentes a la nueva propuesta cinematográfica presentada en este trabajo.

Por otro lado, no es nueva la idea de utilizar elementos prehispánicos peruanos en películas, sobre todo extranjeras. Si bien es cierto, los directores foráneos han intentado lograr una cierta fidelidad en la representación de lo andino en sus películas, sin embargo, no siempre fue la norma; algunos directores extranjeros utilizaron más imaginación que base científica en sus representaciones.

Antes ya se ha hecho uso de este recurso en repetidas ocasiones, en las cuales cada director ha plasmado su propia interpretación y cosmovisión sobre lo que vendría a ser el mundo prehispánico.

Tabla 1*Películas extranjeras con elementos prehispánicos peruanos***Secret of the Incas (El secreto de los Incas)**

Dirigido por: Jerry Hopper. EEUU. 1954

**Los Conquistadores del Pacífico**

Dirigido por: José María Elorrieta. España. 1963

**Hércules contra los hijos del Sol**

Dirigido por: Osvaldo Civirani. Italia. 1964



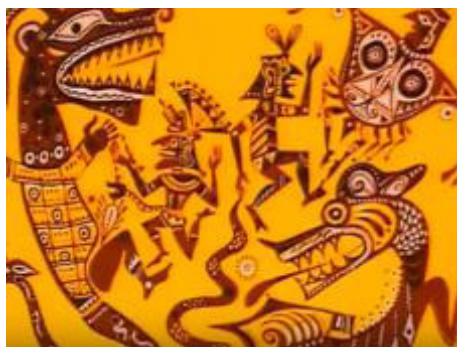
Das Vermächtnis des Inka (El último rey de los Incas)

Dirigida por: Georg Marischka. España, Italia, Alemania. 1965



The Legends Of the Peruvian Indians

Dirigida por: Vladimir Pekar. Unión Soviética 1978



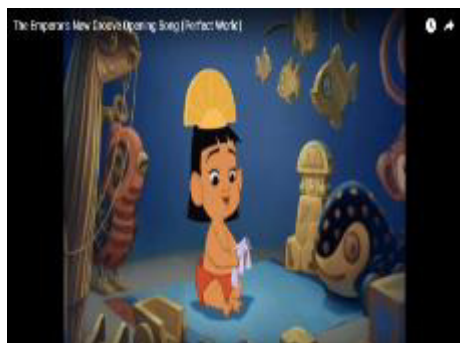
JikuuTenshou Nazca

Dirigida por: TokitaHiroko. Japón 1998



The Emperor's New Groove. (Las locuras del emperador)

 Dirigido por: Mark Dindal. EEUU. 2000


Tabla 2
Películas nacionales con elementos prehispánicos peruanos

PELÍCULA	AÑO	DIRECTOR
Qarqacha, el demonio del incesto	2002	Meliton Eusebio
La Maldición de los Jarjachas 1	2002	Fredy Palito Ortega Matute
La Maldición de los Jarjachas 2	2003	Fredy Palito Ortega Matute
Pisthaco	2003	José Antonio Martínez Gamboa
El Misterio de Kharisiri	2004	Henry Vallejo
Sangre y tradición	2005	Nilo Inga
El Tunche	2006	Roger Acosta
El último guerrero Chanka	2011	Víctor Zarabia
Jarjacha III	2012	Fredy Palito Ortega Matute

Nota. En el medio local se destaca la utilización de elementos prehispánicos, en menor medida, circunscritos a las leyendas urbanas de criaturas del imaginario andino. Si bien la inversión y técnica cinematográfica no alcanzan los estándares de sus pares internacionales, son loables los esfuerzos de los productores y directores peruanos.

1.2.1 Casos internacionales de películas animadas

“El viaje de Chihiro” y “Coco” son películas animadas internacionales en las cuales intervienen elementos culturales japoneses y mexicanos. La primera trata de un descubrimiento por parte de la pequeña Chihiro de un mundo fantástico lleno de deidades y criaturas propias de la mitología japonesa, mientras que el segundo, trata sobre el niño Coco, que termina accidentalmente en el mundo de los muertos -ilustrado según la cosmovisión mexicana- y del cual debe lograr salir para continuar con vida.

Ambas películas, sin perder su perfil artístico, tienen una clara intención comercial y por esta razón ejemplifican la propuesta de la presente investigación.

1.2.2 Coproducciones latinoamericanas de corte internacional

Por un lado se tiene a Pachamama, Francia (2018), dirigida por el argentino Juan Antin, coproducida en Canadá y Luxemburgo. Esta obra trata sobre dos niños en la época de los Incas, los cuales emprenden un viaje para rescatar el tesoro de su comunidad. La producción llegó a tener éxito internacional evidenciado en su transmisión en la plataforma de *streaming* Netflix. Mientras, por otro lado, la animación Ainbo, dirigida por el peruano José Zelada y coproducida internacionalmente entre Perú, Países Bajos y Estados Unidos, trata sobre una heroína amazónica que, junto a sus guías espirituales, busca salvar su hogar, ubicado dentro de la selva. La película, a la fecha, ya se ha estrenado en Perú, Ucrania, Italia, Francia, República Checa, Reino Unido, Australia y Nueva Zelanda.

Tabla 3

Películas animadas con elementos culturales del país de origen

El viaje de Chihiro	Coco
	
Pachamama	Ainbo
	

Nota. Imágenes obtenidas de Google

1.3 Objetivos

- Objetivo general

Determinar de qué manera la utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en el cine, favorecen la internacionalización de las películas nacionales.

- Objetivos específicos

- Analizar de qué manera la utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en la banda sonora favorecen la internacionalización de las películas nacionales.

- Analizar de qué manera la utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en la escenografía favorecen la internacionalización de las películas nacionales.

- Analizar de qué manera la utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en el guión favorecen la internacionalización de las películas nacionales.

- Analizar de qué manera la utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en el guión favorecen la internacionalización de las películas nacionales.

- Analizar de qué manera la utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en la caracterización de personajes favorecen la internacionalización de las películas nacionales.

1.4 Justificación

Por mucho tiempo el cine peruano ha venido ensayando un gran número de opciones y argumentos para lograr el “despegue” en la taquilla nacional, sin embargo, esta corriente se ha enfocado en realizar producciones para un mercado que por el número de espectadores y la poca penetración de salas de cine a nivel nacional no es suficiente para cubrir la oferta dada. La clave está en direccionar los esfuerzos a un mercado más grande: al mercado internacional, el de los bloques regionales, ¿por qué no aspirar a que nuestra producción la vea una persona francesa, estadounidense o española, por ejemplo? ¿Qué se necesita para lograr esto? El presente trabajo busca confirmar la predisposición positiva del público internacional hacia un cine marcado por su propia identidad cultural.

- La utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en el guion favorecen la internacionalización de las películas nacionales.

- La utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en la caracterización de personajes favorecen la internacionalización de las películas nacionales.

Tabla 4*Principales películas peruanas estrenadas el 2015*

PELÍCULA	FECHA DE ESTRENO	ESPECTADORES
Asu Mare 2	9 de abril	3 082 942
Lusers	1 de Octubre	740 650
Cementerio General	8 de Octubre	339 714
Como en el Cine	12 de noviembre	227 370
Macho Peruano que se Respeta	21 de mayo	177 686
Al filo de la Ley	9 de Julio	168 720
La Entidad	22 de Enero	163 950
La Herencia	23 de Julio	127 714
Atacada: La Teoría del Dolor	5 de marzo	116 996
El Pequeño Seductor	5 de Febrero	96 500
Magallanes	20 de Agosto	88 764
Poseídas	19 de Marzo	83 637
Desaparecer	14 de Mayo	61 789
Blanquiazul: El Sentir de una Nación	15 de Enero	37 124
NN: Sin Identidad	17 de Setiembre	16 034
Ella & Él	24 de Setiembre	15 825
Dos Besos	3 de Setiembre	14 589
Hija de la Laguna	27 de Agosto	9 984
El Beneficio de la Duda	19 de Noviembre	8 271
Planta Madre	13 de Agosto	6 649
Climas	4 de Junio	4 857

Avenida Larco: La Película	27 de Agosto	4 735
La Navaja de Don Juan	24 de Setiembre	4 224
Muerte de los Andes	10 de Septiembre	1 691
Encadenados	3 de Septiembre	1 295
Niñachay	15 de Octubre	1 120
El Cebichito	5 de Noviembre	1 066
Yo Mimo Soy	27 de Agosto	191
Total		5 604 087

Nota. Recuperado de “Lo que necesitas saber sobre la taquilla del cine peruano en el 2015” por Utero.pe

Tabla 5

Principales películas peruanas estrenadas el 2016

PELÍCULA	FECHA DE ESTRENO	ESPECTADORES
Locos de Amor	5 de mayo	1 221 932
Calichín	10 de noviembre	928 858
Guerrero	8 de diciembre	796 311
La peor de mis bodas	22 de setiembre	722 106
Siete semillas	20 de octubre	611 256
Margarita	8 de setiembre	550 279
Hasta que la suegra nos separe	25 de agosto	252 321
No estamos solos	14 de enero	228 464
El candidato	21 de setiembre	108 783

Maligno	14 de agosto	89 900
Así nomás	28 de agosto	54 999
El último verano	7 de enero	29 516
Condenados al infierno	3 de noviembre	17 529
La última noticia	21 de abril	16 251
El choque de dos mundos	13 de octubre	11 093
Sebastián	2 de junio	8 699
La deuda	17 de marzo	5 212
La hora azul	13 de octubre	3 592
Rockstaraviles	24 de marzo	2 770
Venganza justa	10 de noviembre	1 194
Solos	17 de noviembre	1 111
Tras la oscuridad	13 de octubre	914
Conciencia sucia	1 de diciembre	605
Súper cóndor	15 de setiembre	333
Videofilia síndromes virales	18 de agosto	187
Rodar contra todo	29 de setiembre	164
Total		5 664 379

Nota. Recuperado de “Películas peruanas que se estrenaron en el 2016” por Cine Encuentro

Con la lectura de ambos cuadros, se observa que en el año 2015 se logró un total de 5.6 millones de espectadores, mientras que el 2016 apenas se superó esa valla con un total de 5.7 millones de espectadores. Ahora, según el Resumen del Anuario Estadístico

de Cine Mexicano 2016 (IMCINE, 2016), este país logró una taquilla de 30.5 millones de espectadores para sus películas nacionales. Si se hace una comparación simple con la taquilla peruana en el 2016 se obtiene el siguiente cuadro:

Tabla6

Comparativo de taquillas - 2016

País	Taquilla de cine	Población
Perú	5.7 millones	31 millones
México	30.5 millones	123 millones

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de “Anuario estadístico de cine mexicano 2016 por IMCINE.

Analizando a dos países con idiosincrasias y culturas próximas, se ve que México tiene una población aproximadamente 4 veces mayor a la peruana, y un ingreso en taquilla aproximadamente 5 veces mayor.

Sólo con esto se puede tener una idea en principio del tamaño del mercado y en consecuencia hacia dónde se debería apuntar: el mercado internacional.

Como bien se sabe, el cine hindú y el cine chino utilizan sus propios elementos culturales en la construcción de las ficciones cinematográficas. Películas como "Héroe", "El Tigre y el Dragón", "La Casa de las Dagas Voladoras", en el caso chino y "Mohabbatein", "VeerZaara", "LoveAajKal" en el caso hindú, evidencian que este hecho no sólo está insertado en sus propias industrias, sino también se convierten en una

marca diferenciadora que produce valor agregado y los distingue frente al resto de producciones internacionales, sobre todo de la industria estadounidense.

En ese sentido, Perú posee un amplio y vasto repertorio cultural que, casualmente, se utiliza poco, desperdiciando así un excelente potencial que podría ser aprovechado. Como afirma Gonzales (2009) “La importancia que conservan las creencias y pensamientos en la preservación de la identidad cultural es un hecho innegable en las distintas sociedades del mundo” (p. 39).

La utilización de elementos culturales por parte de los productores audiovisuales peruanos contribuiría a la formación de la identidad y a la construcción de una propia marca diferenciadora. Carpio (1997) dice al respecto: “...En el mundo del cine y la televisión nacional, la producción devino en una labor de intendencia: administración y abastecimiento, dejando de lado su característica creativa, original” (p. 14). En ese sentido los elementos culturales prehispánicos tienen lo necesario para potenciar dicha creatividad y originalidad, algo que los volvería competitivos en el mercado nacional como internacional y, a la vez, aumentaría la posibilidad de ser más rentables, factor indispensable para la formación de una industria audiovisual sólida.

Pero no se puede caer en el facilismo de insertar elementos culturales de manera simplista en una producción, debe haber un concienzudo trabajo de investigación en la formación de la idea creativa del proyecto audiovisual, esto es, tener en cuenta la originalidad de la idea con una base sólida de información. Ante esto, Carpio (1997) advierte: “Recordemos también que no todas las producciones exitosas en un mercado garantizan lo mismo en otro. Un ejemplo fue el de la teleserie norteamericana *Murphy Brown*, que llegó con premios y reconocimientos, pero no tuvo acogida” (pp. 22-23). El autor señala que no siempre “una gran idea” aplica para todos los públicos, es decir, hay que tomar en cuenta también el *target* (o público objetivo) a quién va dirigido,

conocerlo bien, estudiarlo; en resumen, pensar en el proyecto audiovisual con un fin comercial y no tanto “por amor al arte”. Respecto a esto Carpio (1997) comenta que, “Aún existen sectores que niegan la importancia del mercado en la creación de productos audiovisuales, en tanto sugieren que el producto audiovisual es un producto artístico, de libre creación y que no tiene porqué sujetarse a las reglas del mercado de consumo” (p. 114).

Por otro lado, existe mucha información prehispánica que aún no se ha tocado ni retratado en las producciones nacionales y que aún están descansando en los museos y libros de bibliotecas, en las figuras de las cerámicas y demás objetos que se pueden encontrar dentro de un adecuado y responsable proceso de investigación. La mitología costeña, andina y selvática son muy ricas en contenido y la información es amplia, pero aún no se encuentran insertadas en el imaginario colectivo de las personas, en parte porque los medios tradicionales de comunicación poco o nulo espacio le han dado a este. Sin embargo, gracias a la acumulación a lo largo de varias décadas de esta información, yase presentan las condiciones de recrear mundos prehispánicos, junto a sus criaturas fantásticas, entidades divinas, cantos y costumbres en las producciones cinematográficas, un valor agregado importantísimo que países como India, China y Japón ya aplican desde hace mucho (en el caso de Japón, los ejemplos más representativos que han llegado al mercado son los conocidos dibujos en 2D llamados “animes”). Como ya se ha mencionado, todo esto tiene que estar acompañado de un trabajo de investigación serio y exhaustivo, con el apoyo de expertos en la materia. Para el guionista no debe ser suficiente indagar algunas películas y textos en Internet, de hecho, este sólo es el primer paso que apenas roza la superficie de un verdadero objeto de investigación, “hay un tumulto de información esperando afuera” el cual es necesario

buscar. Así, el cine peruano tiene una gran potencialidad con el uso de estos elementos prehispánicos.

Por otro lado, la supremacía técnica audiovisual de Hollywood resulta casi imposible de equiparar con los presupuestos ínfimos que se maneja en el país, pero esto no resta el hecho de que recae en las manos de los realizadores audiovisuales peruanos la responsabilidad de elaborar un buen trabajo sobre los factores en los que sí se tienen control:

A nivel de guion se tiene la idea original, creatividad, investigación teórica y empírica, estructuras narrativas, diálogos, entre otros.

A nivel de producción se tiene la visión comercial, la visión internacional, la elección de un talentoso equipo de producción, coordinación con expertos y asesores, inversores dispuestos a arriesgar, la creatividad en la misma forma de hacer producción, canjes por publicidad, permisos, organización global de la producción, entre otros.

A nivel de dirección se tiene la teoría, artes conceptuales, dirección actuarial, diseño artístico, narrativas audiovisuales, creatividad al momento de dirigir, entre otros.

El productor, director y guionista crean las bases de lo que será la película: de qué tratará, cómo será concebida, a quién irá dirigida y cuánta es la tasa de retorno de inversión esperada.

Incluso, son muchas las acciones de mercadeo que el productor puede realizar dentro de su visión comercial. Redondo (2000) para este fin recoge información valiosa sobre la promoción que se puede realizar incluso antes de ver terminada una película: póster, fotografías, documental, folletos, entre otros. Salvo algunas excelentes propuestas, un grupo representativo de películas nacionales carecen de algunos de estos indicativos anteriormente mencionados. Es cierto que no se cuenta con los presupuestos elevados de *Hollywood*, pero aún existe mucho margen de mejora para llegar a cubrir

falencias actuales. En el momento en el que se logre una constancia en la calidad media que debería tener toda producción peruana (incluso las de muy bajo presupuesto) ya se estaría creando un estándar técnico sobre el cual insertar los elementos culturales prehispánicos para lograr el valor agregado deseado.

II.- MARCO TEÓRICO

2.1 Bases teóricas sobre el tema investigado

2.1.1 *Hibridación cultural*

La teoría de la comunicación que soporta el presente trabajo está basada en las “Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad” de Néstor García Canclini, en la cual realiza un estudio sobre la fenomenología cultural en el que están envueltos los pueblos de América Latina. Así, García Canclini (1989) reconoce el entrelazamiento cultural que existe en la sociedad latinoamericana de la siguiente manera:

"Los países latinoamericanos son actualmente resultado de la sedimentación, yuxtaposición y entrecruzamiento de tradiciones indígenas (sobre todo en las áreas mesoamericana y andina), del hispanismo colonial católico y de las acciones políticas, educativas y comunicacionales modernas. Pese a los intentos de dar a la cultura de élite un perfil moderno, recluyendo lo indígena y lo colonial en sectores populares, un mestizaje interclasista ha generado formaciones híbridas en todos los estratos sociales. Los impulsos secularizadores y renovadores de la modernidad fueron más eficaces en los grupos "cultos", pero ciertas élites preservan su arraigo en las tradiciones hispánico-católicas, y en zonas agrarias también en tradiciones indígenas como recursos para justificar privilegios del orden antiguo desafiados por la expansión de la cultura masiva" (Canclini, 1989, p. 71).

Cabe destacar, la acotación que García Canclini realiza sobre la aparición del movimiento indigenista en el país ubicando su nacimiento en el año 1929:

"En el Perú, la ruptura con el academicismo la hacen en 1929 artistas jóvenes preocupados tanto por la libertad formal como por comentar plásticamente las cuestiones nacionales del momento y pintar tipos humanos que correspondieran al "hombre andino". Por eso los llamaron "indigenistas", aunque iban más allá de la identificación con el folclor. Querían instaurar un nuevo arte, representar lo nacional ubicándolo en el desarrollo estético moderno" (Canclini, 1989, p. 76).

Por otra parte, cierto es lo que afirma el autor con respecto a la responsabilidad final de la promoción de la cultura, en el sentido de que el deber recae en la misma comunidad, sin esperar necesariamente que el Estado solucione la problemática:

"Mientras el patrimonio tradicional sigue siendo responsabilidad de los Estados, la promoción de la cultura moderna es cada vez más tarea de empresas y organismos privados. De esta diferencia derivan dos estilos de acción cultural. En tanto los gobiernos entienden su política en términos de protección y preservación del patrimonio histórico, las iniciativas innovadoras quedan en manos de la sociedad civil, especialmente de quienes disponen de poder económico para financiar arriesgando. Unos y otros buscan en el arte dos tipos de rédito simbólico; los Estados, legitimidad y consenso al aparecer como representantes de la historia nacional; las empresas, obtener lucro y construir a través de la cultura de punta, renovadora, una imagen "no interesada" de su expansión económica" (Canclini, 1989, p. 86).

Más adelante, García Canclini describe el profundo cambio social que la sociedad ha sufrido a través del tiempo dando paso a una interacción profunda y heterogénea:

"Hemos pasado de sociedades dispersas en miles de comunidades campesinas con culturas tradicionales, locales y homogéneas, en algunas regiones con fuertes raíces indígenas, poco comunicadas con el resto de cada nación, a una trama mayoritariamente

urbana, donde se dispone de una oferta simbólica heterogénea, renovada por una constante interacción de lo local con redes nacionales y transnacionales de comunicación" (Canclini, 1989, p. 265).

En estas afirmaciones reposan en parte los enunciados propuestos de la presente tesis, la cual propone la promoción de esta cultura híbrida con las influencias occidentales, a mercados extranjeros.

2.1.2 Teoría de Usos y Gratificaciones

La teoría de los usos y gratificaciones explora la relación entre la oferta de los medios de la comunicación y la elección que ejercen sus públicos al escoger entre estas ofertas. De esta manera, significa un paso adelante con respecto al antiguo enfoque unidireccional. Según Maslow (2009) el ser humano experimenta una serie de necesidades que viene satisfaciendo a medida que no las ve satisfechas.

Sridharan (s.f.) en el portal *Think Insights* sintetiza la contribución de Blumber y Kats en la teoría agrupando las necesidades en cinco categorías:

Necesidades Cognitivas: Adquisición de información, necesidad de conocer y entender.

Necesidades de afecto: Emoción, placer, sentimientos.

Necesidades de integración del “Yo”: Exhibir credibilidad, estatus.

Necesidades de integración social: Identidad, pertenencia a familia y amigos.

Necesidad de relajarse: escape y diversión.

De esta manera, Fernández y Galgera (2009), comentan: “El uso que se da a los medios de comunicación, en términos de qué gratificaciones se buscan, depende de qué

tipo de personas somos, qué necesidades tenemos en determinado momento y qué otras fuentes de satisfacción están a nuestro alcance” (p. 105).

2.1.3 Cine en el Perú

El primer Cinema se ubicó en la Plaza San Martín del Centro Histórico en la calle Belén llamado el Cinema Teatro (1909). En 1911 se estrena la primera producción documental en formato cine llamado "Los Centauros Peruanos", con referencia a la caballería peruana. Dos años más tarde se exhibe la primera película de ficción peruana llamada "Negocio al Agua", estrenada en abril del 1913 en el Cinema Teatro y en junio del mismo año la Compañía Internacional Cinematográfica (rival de Cinema Teatro), exhibe "Del Manicomio al Matrimonio".

Fue en el año 1934 donde se estrenó la primera película sonora peruana del director Alberto Santana llamada "Resaca". Productoras reconocidas en dicho periodo fueron: Patria Films, Huascarán Films, Amauta Films, Nacional Films y Pachacamac Films.

En 1962 se promulga una ley que liberó de impuestos a las exhibiciones de largometrajes peruanos. En 1972, Juan Velasco Alvarado promulga la Ley de Fomento a la Industria Cinematográfica que obligaba a las salas de cine exhibir películas peruanas de forma obligatoria, lastimosamente la pésima calidad nacional pronto fue descubierta por el público que mostró una baja considerable en sus preferencias a estas.

Actualmente Lima sigue siendo el centro que aglomera la mayoría de salas de proyección, siendo secundada por Arequipa, Cajamarca, Ica, Iquitos, Piura, Trujillo y Chiclayo.

2.1.4 Cine regional

El cine regional -el cual muchas veces no llega a exhibirse en salas comerciales- ha orientado en gran medida sus producciones hacia un mercado interno con argumentos más locales que sus pares en Lima, es decir, se valen de costumbres, vivencias, modos de vida y problemáticas que suceden en su entorno. En ese sentido también es destacable la utilización de elementos prehispánicos en sus producciones. Sánchez (2015) comenta: “El cine regional también tiene como fuente de inspiración la tradición oral. Las películas relacionadas a personajes de la mitología andina buscan a través del lenguaje audiovisual materializar aquellos monstruos andinos que se mantienen en el imaginario popular” (p. 13).

2.1.5 Cine Comercial

¿Qué características debería tener una película para considerarse comercial? A primera impresión se puede entender que el cine comercial es aquel que busca el lucro por medio de la comercialización de films. Esto lo diferenciaría de otras corrientes distintas tales como el cine arte.

Sin embargo, bajo este mismo esquema de búsqueda de lucro, el cine se ha dividido de forma clásica en dos bandos: el cine comercial propiamente dicho, producido por las realizadoras *majors* estadounidenses (aquellas grandes empresas que en su conjunto crean un oligopolio en la producción y comercialización de films norteamericanos conocidos como *Blockbuster*), y el cine independiente, cuyo fin también es la búsqueda de lucro, sin embargo al estar fuera del circuito oligopólico de las grandes productoras, resulta ser de menor presupuesto y menor impacto en el mercado de consumidores.

Olaskoaga (2015) afirma al respecto: "El término independiente fue usado inicialmente a finales del s.XIX para describir a todos aquellos productores que empezaron a trabajar a la sombra de las grandes compañías que en aquel entonces controlaban el mercado cinematográfico... lo que los define a todos ellos es que han sido producidas al margen de los grandes estudios cinematográficos y por lo general son producciones de bajo presupuesto" (pp.10-11).El mercado peruano es pequeño, esto lo podemos dilucidar con el análisis de los presentes dos cuadros:

Tabla7

Incremento de la taquilla en el Perú entre 1998 y 2009

AÑO	ASISTENCIA APROXIMADA (EN MILLONES DE PERSONAS)
1998	6,84
1999	7,91
2000	8,38
2001	10,36
2002	11,81
2003	11,67
2004	13,20
2005	13,90
2006	15,25
2007	16,31
2008	18,60
2009	21,00

Nota: Recuperado de Perspectivas y posibilidades de crecimiento del cine peruano en el contexto mundial por Nathalia Hendrickx Pompilla.

La taquilla peruana en el 2009 fue de 21 millones de soles, esto es un promedio de 6 millones de dólares al cambio de S/3.50 el dólar de ese momento. Por otro lado, la taquilla estadounidense, pese al contexto de la crisis financiera internacional llegó a recaudar más de 10 000 millones de dólares (Romero, 2010). Esta gran diferencia es un indicador de lo reducido que es nuestro mercado frente al contexto internacional.

Por otro lado, sabemos que el cine peruano actualmente está siendo subsidiado por el Estado mediante incentivos económicos dados por la Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios (DAFO), una práctica que también se da en la Unión Europea. Sin embargo, cabe la pregunta: ¿será este el camino para incentivar las producciones de películas comerciales?

El Estudio de Mercado Servicios Cinematográficos en México realizado por la Oficina Comercial de ProChile en Guadalajara argumenta que:

“La industria del cine es un servicio que se encuentra abierto al a participación del sector privado en México, donde cabe señalar que las compañías cinematográficas públicas son las de mayor presencia numérica, pero son las privadas las que registran mayores ganancias” (p. 19).

Por su parte, Raposo (s.f) afirma:

“Un caso paradigmático de políticas proactivas de incentivo a la actividad audiovisual, amparado prioritariamente en el concepto de defensa de la diversidad cultural, es el de Europa, donde se producen en conjunto más películas que en los Estados Unidos. Sin embargo, analizado de manera global, a pesar de sus más de 900 películas producidas para el año 2006, no consiguió alcanzar una participación de mercado superior al 27,6 % para el conjunto de países que la integran”. (p. 1)

Tras el análisis de estas dos últimas afirmaciones se puede suponer en primera instancia que no existe una relación directa entre los subsidios del Estado y el carácter comercial del cine nacional.

Según la grilla de estrenos visualizada en la plataforma web "ultracine.com", las principales distribuidoras nacionales e internacionales que se encuentran activas en el país son: New Century Films, United Internacional Pictures, Disney, Sony, BF Films, Cineplex, Diamond, Andes Films Delta Films, Mundo Films, Star Films y Cinecolor Films.

Figura 1

Grilla de estrenos. Perú 2019

Competitive Report / Grilla de Estrenos										
Country / País: Perú										
Year / Año: 2019										
Movie / Película										
WEEK / SEMANA	NFW CENTURY FILMS	UFP	DISNEY	SONY	RF FILMS	CINPLEX	DIAMOND	ANDER FILMS	DRITA FILMS	OTHERS
JANUARY 3		Mortal Engines Máquinas mortales UNITED INTERNATIONAL PICTURES			Look Away No mires RF FILMS					La peor de mis bodas 2 INDIPENDIENTE
JANUARY 10	Dragon Ball Super: Broly NFW CENTURY FILMS The Mule La mula NFW CENTURY FILMS				Ya Veremos RF FILMS					El sibón: Orígenes El sonido de la muerte: El sibón STARPLANS
JANUARY 17		Instant Family Familia al instante UNITED INTERNATIONAL PICTURES					At Eternity's Gate Van Gogh, en la puerta de la eternidad DIAMOND		The Quake Terremoto 8.0 SALTA FILMS	Haunted Demoniaco ANDER FILMS Glass CINCO DE MAYO
JANUARY 24	Creed II Creed II: Defendiendo el legado NFW CENTURY FILMS Hotel Parisão NFW CENTURY FILMS Reign of the Supermen Reino de los Supermanes NFW CENTURY FILMS The Death of Superman La muerte de Superman NFW CENTURY FILMS	Schindler's List La lista de Schindler UNITED INTERNATIONAL PICTURES					Second Act Jefa por accidente DIAMOND	A Dog's Way Home Mis huellas a casa ANDER FILMS		Jugo de tamarindo STARPLANS BTS World Tour: Love Yourself in Seoul JUNJUNJUNJUN
JANUARY 31	Foto na pamyat Una foto antes de morir NFW CENTURY FILMS	How to Train Your Dragon: The Hidden World Cómo entrenar a tu dragón 3 UNITED INTERNATIONAL PICTURES			The Old Man & the Gun Un ladrón con estilo RF FILMS		Green Book Green Book: Una amistad sin fronteras DIAMOND			Réplicas Réplicas: Clonación humana STARPLANS

Nota. Ultracine

Este esquema de trabajo realizado en la construcción y distribución de las películas limeñas en general no ha tenido una mayor conexión con la población nacional y mucho menos con el público masivo internacional. Dos casos particulares con las películas "Asumare" y "La teta asustada": Mientras "Asumare" ya gozaba de un "enganche" previo creado por la enorme popularidad del personaje "Machín" de Pataclaun y el éxito comercial del unipersonal con el mismo nombre de la película logrando una muy buena recaudación en taquilla, "La teta asustada" por su parte, fue un éxito a nivel de festivales.

Las regiones presentan un escenario muy distinto, siendo Puno y Ayacucho departamentos que lideran este mercado. Aquí se observa, en general, una tendencia bastante local pero aparentemente más comercial que las limeñas [aunque no en el sentido tradicional de exhibición en salas de cine], es decir, estas se producen para que puedan ser consumidas por el público cautivo que ya tienen, pese a sus limitaciones técnicas y artísticas por una serie de factores que se escapan al ámbito de investigación del presente trabajo.

Tabla 8*Películas regionales peruanas colgadas en YouTube*

MATAR PARA VIVIR	ATARDECER DE LOS INOCENTES
	
Director:	Director:
Edgar Ticcona Mamani	Héctor Marreros
Fuente:	Fuente:
https://www.youtube.com/watch?v=gXJEHMWuIAo	https://www.youtube.com/watch?v=MHRaerfqO2s
Fecha de publicación:	Fecha de publicación:
23 de mayo del 2015	28 de marzo del 2015
Número de vistas:	Número de vistas:
Enero 2017: (No disponible)	Enero 2017: 244 682
Junio 2019 : 4,816,656	Junio 2019: 873,666
Diciembre 2021: 6.532.450	Diciembre 2021: Video no disponible

MALDITA SUERTE DE MI MADRE**PERDÓN DE HIJO**

**Director:**

Geraldine Zuasnabar

Fuente:<https://www.youtube.com/watch?v=R5s5RI9EiQw>**Fecha de publicación:**

5 de diciembre del 2016

Número de vistas:

Enero 2017: 979 658

Junio 2019: 2,491,893

Diciembre 2021: 3.290.697

Director:

Nelson Flores Zorrilla

Fuente:<https://www.youtube.com/watch?v=5SsPgp20sSY>**Fecha de publicación:**

10 de agosto del 2016

Número de vistas:

Enero 2017: 1 118 184

Junio 2019: 3,504,742

Diciembre 2021: Video no disponible

Con respecto a las producciones internacionales que toman como locación y referencia a Perú, es interesante destacar las películas que han hecho el esfuerzo por ser comerciales utilizando los elementos culturales propios del país. Por ejemplo, en la película “Los Conquistadores del Pacífico”, los realizadores se ahorran mucho tiempo en investigación al trabajar directamente con la comunidad en la que filman, ya que utilizan los elementos culturales tal y como los encuentran (generalmente vestimenta y locaciones) y crean un trabajo actoral en torno a ellos.

“El secreto de los Incas” también utiliza elementos culturales como las vestimentas y locaciones. Sin embargo, a diferencia de la anterior, el guion está escrito en un “formato más genérico”, es decir, la historia puede adaptarse para filmarse en otros lugares y contextos mientras que la película “Los Conquistadores del Pacífico” evoca a un escenario histórico en específico haciendo más difícil de adaptar el guion a otro contexto que no fuera el de la conquista en el nuevo mundo.

“El Último Rey de los Incas”, se creó a partir de referencias históricas de la época, una concepción de cómo sería el mundo incaico en la película, una visión bastante europea pero válida por la creatividad en la propuesta artística.

“Hércules contra los Hijos del Sol” sigue la misma línea que la anterior mencionada: destaca por su creatividad en la propuesta artística y añade mayor libertad en la construcción de la ficción (al incluir a un personaje mítico de la cultura griega en el nuevo mundo).

“Las Locuras del Emperador”, es una producción animada que destaca por el arte conceptual creada a partir de referencias incaicas.

“Nazca”, es un anime que mezcla arte conceptual relacionado a la cultura Nazca, Inca y japonesa.

“El viaje de Chihiro” no contiene referencias prehispánicas, pero sirve para efectos de la presente investigación como el antecedente de una “película en la cual se utilizan elementos culturales japoneses, aunque no llega a tener un formato “comercial clásico”, esto es, la estructura para realizar guiones estandarizada en *Hollywood*.

“Coco”, siguiendo la misma línea de “Chihiro” es una película que utiliza elementos culturales mexicanos, sin embargo, el formato de su historia sí resulta ser comercial, en parte por ser producida por la compañía estadounidense Pixar, que siempre apunta sus ventas al mercado norteamericano e internacional.

El presente trabajo de investigación propone la creación de películas con formato comercial, esto es: guiones de género con buenas historias realizadas con la intención de ser vendidas a un público consumidor; producciones con una calidad técnica estándar y acorde al mercado; un elenco artístico debidamente preparado y un sólido trabajo de investigación para la utilización de los elementos prehispánicos en la historia. Los antecedentes anteriormente mencionados contienen algunos de estos parámetros, pero ninguno contiene todos, entonces aún queda margen para crear nuevamente una siguiente propuesta que aporte en escalar un peldaño más hacia la internacionalización del cine peruano.

2.1.6 *Culturas prehispánicas*

Se denomina culturas prehispánicas a todas aquellas civilizaciones que surgieron en el continente americano hasta la llegada de Colón.

Según las teorías oficiales, los primeros hombres americanos ingresaron al continente desde el estrecho de Bering, Oceanía y probablemente Europa, desde hace 20 mil años aproximadamente, para luego volverse sedentarios entre el periodo de 1300a.c a 100d.c. En el territorio se formaron varias culturas y para efectos del presente estudio se destacarán las desarrolladas en el área geográfica correspondiente al territorio nacional:

Tabla 9

Relación de culturas prehispánicas asentadas en el territorio nacional

Lista de Culturas prehispánicas peruanas	
Cultura Inca	Cultura Sechín
Cultura Chinchorro	Cultura de Valdivia
Cultura Caral	Cultura Chavín
Cultura Cupisnique	Cultura Pucará
Cultura de Wankarani	Cultura Virú
Cultura Salinar	Cultura Gallinazo
Cultura Paracas	Cultura Mochica
Cultura Nazca	Cultura Vicús
Cultura Recuay	Cultura Huarpa
Cultura Lima	Cultura Tiahuanaco

Cultura Chimú	Cultura Chíncha
Cultura Chachapoyas	Cultura Chancay
Cultura Huari	Cultura Lambayeque
Cultura Chanca	Cultura Huanca
Cultura Ichma	Cultura Cajamarca
Cultura Colla	Cultura Chiribaya

Nota: Información obtenida de Google

La información recogida sobre el pasado histórico ha sido mal interpretada desde el inicio, empezando por los cronistas y los testimonios españoles de la época virreinal, seguidos por los investigadores que se basaban en ellos, e incluso por grupos de intelectuales que de forma casi adrede han interpretado dicha información para adaptarla a sus fines políticos, tal es el caso del marxismo. Sobre los cronistas y testimonios de los españoles Rostworowski (1983) afirma: “Es curioso constatar que, por lo general, los cronistas mencionan costumbres similares a las europeas para luego describir tradiciones opuestas, indígenas. Fueron conscientes de estas contradicciones, de ahí que se lamentaban de lo confusas que eran las noticias recogidas de labios de los señores andinos, cuando fueron los propios hispanos los que crearon tal enredo” (p. 127).

Además, según Rostworowski (1983) cuando los españoles llegaron a Perú, tenían un esquema mental totalmente diferente al andino. Por ende, empezaron a construir la concepción de las culturas desde un punto de vista netamente occidental de la época. Por esta razón, se empezó a nombrar todo aquello que no conocían, como las ánimas del bosque o seres mitológicos, bajo el apelativo de “*supay*” (demonio en el

idioma quechua), en parte para apoyar a la evangelización que se empezó a dar en detrimento un tanto inconscientemente de la conservación de la riqueza cultural.

También advierte la autora el tener en cuenta que el español de aquella época no era tan diferente con respecto al factor supersticioso, es decir, ellos también llegaron y aplicaron su propio folclor nacional para entender lo que veían: Santos trasladados por ángeles hacia las Américas, la transformación del demonio en animales, etc.

Un dato muy interesante que brinda Rostworowski (1983) es con referencia a los documentos de la Iglesia sobre la extirpación de las idolatrías, los cuales tienen datos precisos y relevantes sobre la concepción mágico-religiosa del antiguo peruano.

Por otro lado, la autora brinda una acertada orientación sobre una eficaz vía para seguir conociendo el pasado histórico del Perú (culturas prehispánicas) por medio del método de observación y recopilación de información de las culturas presentes.

Rostworowski (1983) dice: “Esperamos encontrar una ayuda para comprender los hábitos andinos a partir de lo ocurrido en otros lugares...” (p. 93). Esto es, actualmente se puede encontrar en las regiones del país una gran cantidad de poblaciones que de alguna forma aún conservan parte de las costumbres e idiosincrasias del “Perú ancestral”, como lo dice Gonzales (2009) “Actualmente, son las comunidades campesinas de la sierra peruana las que conservan todo un bagaje cultural mitificado y ritualizado, con el trabajo de campo, con la adoración al agua, la luna, las huacas o cerros” (p.39). Incluso, entre los mismos peruanos radicados en las ciudades centrales de cada departamento, también se puede percibir parte de esta herencia cultural. Esto tiene su origen en el hecho que en la actualidad la mayor parte de la población que radica en las ciudades, son de ascendencia provinciana. Probablemente este panorama actual hubiera sido muy diferente sin la aparición de Velasco Alvarado en el escenario político por la década de los ‘70. La destrucción del sistema de haciendas colapsó la

economía nacional, pero a la vez significó la abolición de la servidumbre en el Perú. Caro, (Citado en Transformaciones en el paisaje social andino, 2009) cuenta al respecto:

“Cuando Velasco entró al gobierno prácticamente ahí se acabó la hacienda. Más o menos ya nosotros sabíamos y leer y escribir ¿no? Siempre veíamos ya esas noticias que venían por periódico, así, y también por la radio salía ¿no?, entonces ya ¿por qué extrañar, no?, porque la servidumbre también era pues fuerte”. (p. 242)

2.1.7 Sobre la formación histórica de criterios de valor con respecto al hombre andino y de la selva

¿Qué hechos han ocurrido en el pasado para que hoy en día recién el país se encuentre en plena etapa de formación de su identidad cultural por medio del cine?
¿Cuál es la visión que se ha heredado sobre el antiguo peruano?

Para responder estas interrogantes es necesario analizar nuestro propio proceso socio-histórico surgido a partir de la independencia a fin poder contextualizar las diferentes formas de pensamiento que en cierta medida incidieron en la escasa utilización actual de elementos culturales en el cine.

Se tiene como punto de partida el s.XIX, con la incursión de las empresas británicas en la Amazonía nacional. En el Boletín temático Servindi (la fiebre del caucho) se narra:

“Un censo del año 1849 estimaba la población de "rationales" —como se designaba a los funcionarios, comerciantes y colonos— de esta región en 242 personas; los indios "civilizados", es decir aquellos en alguna forma influidos por las misiones católicas, localizados sobre todo en el alto Putumayo, se estimaban en 16.549; la mayor parte del territorio estaba habitado por gentes que los censos describían de forma

etnocéntrica como "salvajes", "antropófagos" e "irracionales", grupos que vagaban por el bosque y cuyo número se desconocía”.

Por otra parte, también se puede constatar las afirmaciones históricas de personajes que encuadran al estudio de las antiguas culturas desde un punto de vista más crítico, por ejemplo, Engels (1884) afirma: “(...) los indios de los llamados pueblos de Nuevo México, los mexicanos, los centroamericanos y los peruanos de la época de la conquista, hallábanse en el estadio medio de la barbarie; vivían en casas de adobes y de piedra en forma de fortalezas; cultivaban en huertos de riego artificial el maíz y otras plantas comestibles, diferentes según el lugar y el clima, que eran su principal fuente de alimentación, y hasta habían reducido a la domesticidad algunos animales: los mexicanos, el pavo y otras aves; los peruanos, la llama. Además, sabían labrar los metales, excepto el hierro; por eso no podían aún prescindir de sus armas a instrumentos de piedra”. (p. 14)

Luego, el mismo autor afirma más adelante:

“Quizás la evolución superior de los arios y los semitas se deba a la abundancia de carne y de leche en su alimentación y, particularmente, a la benéfica influencia de estos alimentos en el desarrollo de los niños. En efecto, los indios de los pueblos de Nuevo México, que se ven reducidos a una alimentación casi exclusivamente vegetal, tienen el cerebro mucho más pequeño que los indios del estado inferior de la barbarie, que comen más carne y pescado...” (p. 15).

Por su parte, de Baudin (citado en Los modos de producción en el imperio de los incas, 1985) afirma: “En ningún pueblo del Nuevo Mundo encontramos, como entre los incas, una absorción lenta y gradual del individuo por el Estado. El veneno no es dado a los indios en dosis considerables, capaces de determinar una reacción, sino que se insinúa lentamente hasta determinar la pérdida de la personalidad” (p.172). Luego

continúa: “Si el bienestar y la virtud, fuentes de felicidad, son el objetivo de la vida, puede decirse que el inca realizó una obra maestra. El alma del indio se adormeció al ritmo monótono de una existencia demasiado bien reglamentada. Pero sí, por el contrario, es el desarrollo de la personalidad humana lo que se mira como el objeto de toda existencia, entonces el sistema peruano ha sido la más desastrosa de las experiencias sociales”. (p. 177)

Los juicios de valor de Engels y Baudin responden a un contexto histórico en el que gran parte de la concepción del antiguo americano estaba basada en relatos y crónicas recogidas por los españoles y en algunos casos, indígenas; sin embargo, con las nuevas investigaciones surgidas en las últimas décadas, en especial con los valiosos aportes de María Rostworowski, constatamos que basarse en relatos e historias no necesariamente responde a un esfuerzo científico por entender la realidad, en ese sentido, Rostworowski (2007) argumenta: “...los españoles, al recoger la información indígena, añadieron sus peculiares interpretaciones, de acuerdo a su propio bagaje cultural, mezclando los relatos bíblicos con los mitos andinos. El dios Viracocha sufrió más que los otros dioses de estas anexiones judaico-cristianas, llegando a confundir el pensamiento indígena original”. (p. 33)

Para empezar, se debe considerar que los dos problemas que se tienen para estudiar las culturas prehispánicas radican en la tergiversación de la historia por parte de los cronistas y la ausencia de escritura propia.

Así, Rostworowski (1983) afirma que: “Un verdadero problema en la llamada ‘historia’ inca son las interpretaciones de las fuentes conocidas, debido a las contradicciones y confusiones que se derivan de sus informaciones”.

En conclusión, el s. XX ha sido marcado por un variopinto contraste de ideas nacidas en gran parte por la desinformación o tergiversación de las fuentes consultadas que poco contribuyen a ver el pasado nacional con un carácter histórico-científico.

2.1.8 Sobre cómo afectó la situación del campesino peruano en el desarrollo de la actual cultura cinematográfica.

Antes, es necesario aclarar que, al inicio de la época republicana, el indígena pasa a un estado de servidumbre ahora bajo la forma del campesino. En este sentido, el presente apartado se referirá a la clase campesina. Por medio de testimonios y registros históricos se puede tener una idea de en qué medida el gamonalismo afectó la vida del campesino peruano. La baja condición social e histórica que ha sufrido el campesino a causa de la servidumbre, la falta de tierras y el escaso o nulo acceso a la educación lo mantuvo relegado de la “élite criolla” que gobernó el país desde comienzos de la República, entre guerras, golpes de Estado, gobiernos transitorios militares y autoritarismos civiles que marcaron la primera etapa de vida democrática del s.XIX. Sin embargo, el poblador andino siguió ubicándose al margen de la sociedad civil, mientras que el peruano de la Amazonía, más aislado en la geografía, casi ni era tomado en cuenta.

En los inicios del s. XIX se constata la generalización de la servidumbre insertada en el sistema de producción peruano que significó la acumulación de extensas áreas de tierra a mano de pocas familias criollas y una creciente tecnificación del agro que más adelante jugarían a favor en el aumento de las exportaciones nacionales.

Actualmente se cuenta con información testimonial importante respecto a las vivencias del hombre andino de mediados del s.XX. A continuación, se presentarán tres testimonios:

Caro (Citado en: Transformaciones en el paisaje social andino. 2009), nos cuenta:

“(…) nos daban parcelas los patrones, nuestros padres trabajaban año tras año, de los cuales, cuando no iban a trabajar les quitaban las chacras, además también si faltaban un día, tenían que ir dos personas al día siguiente para completar ese día que había faltado…”

Más adelante, el mismo autor nos cuenta:

“E: ¿Habían castigos antiguamente?

Solamente... este... dice mi papá, tenían sus patronas más antes, y ella misma dice le despachaba las cementeras que cosechaban ¿no? Y tenía que ser pesado para que ellos trasladen, ellos mismos a espalda desde las partes de arriba hasta abajo y también de ahí hacían pasar hasta Huaraz con el burro. Ellos mismos lo trasladaban con burro, sí así era”. (pp. 241-242)

Por su parte Cadino (citado en: Transformaciones en el paisaje social andino. 2009) nos cuenta:

“(…) las personas por el sometimiento que tenían por ejemplo en Copachica y todas las comunidades casi han sido serviles pobres, obedecían al patrón al pie de la letra y claro el patrón les proporcionaba un pedazo de tierra y con eso satisfacían sus necesidades”. (p. 250)

2.1.9 Imaginario colectivo respecto a la identidad peruana

Como bien dice d' Aubeterre (s.f)

“El imaginario es una dimensión social fundacional de la realidad humana que supone la capacidad creativa de invención de formas y sentidos que permiten instituir relaciones de orden y des-orden distintas a lo ‘natural’. El imaginario no es lo opuesto a

lo real, sino la condición misma de su posibilidad, en tanto integra aspectos intangibles (imágenes, representaciones, ideales, utopías, deseos, etc.), de la realidad social compartida por un colectivo humano específico, en un tiempo-lugar determinado”. (p.3)

El imaginario colectivo representa un conjunto de construcciones mentales que sirven como “ingrediente” para la construcción de la identidad cultural: las creencias, costumbres, historias, entre otros, todos ellos forman un conjunto de pensamientos ya socializados en la comunidad. Sin embargo, para que este imaginario contribuya a la construcción de la identidad cultural debe de tener justamente aquellos elementos culturales que definen a esta última, esto es, un conjunto de creencias que hagan asumir que una “persona es peruana, latina o andina por los siguientes motivos...”. Como ya se ha visto en apartados anteriores, el desenvolvimiento de la historia nacional no ha favorecido necesariamente la idea de que las raíces culturales prehispánicas forman parte importante de la identidad, por el contrario, los grupos de poder minoritarios y el racismo imperante desde la época virreinal han mantenido rezagados estos conceptos. Paradójicamente, las nociones sobre el legado prehispánico se ‘han importado del extranjero’, mediante películas, entrevistas, comerciales, reportajes, entre otros, que nos dan una pista sobre “cómo nos ven en el extranjero”. En Lima del siglo XX, era usual escuchar calificativos despectivos usando los vocablos “cholo” y “serrano”. Así se decían con frecuencia: “te agarran como a cholito”, “qué cholo eres”, “calla serrano”, “vete a tu chacra”, “serranazo”, “serrano huevón”, entre otras. Curioso es saber que a la par se iba formando una percepción positiva a la gente de color, es decir, cada vez era menos usual o “políticamente incorrecto” usar como calificativos despectivos el vocablo “negro”, para definir a una persona de raíces africanas. El origen de esta transformación mental dentro del imaginario colectivo limeño quizás se deba a la potente influencia del cine norteamericano (comprobar esta hipótesis necesitaría un trabajo de investigación a

parte solo enfocado a este tema). En tal caso, en el imaginario limeño coexistía esta paradoja: el entendimiento sobre la necesidad del guardar respeto a las minorías étnicas de origen africano y a la vez el racismo preponderante hacia las personas de origen andino.

2.1.10 Sobre la construcción del imaginario prehispánico a partir del registro fotográfico de piezas de museos y centros arqueológicos

La construcción de historias y guiones originales constan de un proceso que parte de la investigación. Debido a que el presente trabajo trata sobre la utilización de elementos andinos en las construcciones narrativas cinematográficas es necesario tomar como base registros históricos que permitan reconstruir en parte un imaginario colectivo ficticio sobre cómo fue la vida del indígena prehispánico. En este presente apartado se recoge un registro fotográfico de los museos y centros arqueológicos visitados con el fin de servir de insumo para la elaboración de la producción como experimento para esta tesis.

Tabla 10*Centro arqueológico: Huaca de Puruchuco. Ate Vitarte. Lima*

Anfiteatro central



Maqueta de la edificación



Sombrero con detalle de plumas



Sandalias



Máscara mortuoria



Quipu

*Nota.* Registro fotográfico propio.

Tabla 11

Centro arqueológico de Caral. Provincia de Barranca. Lima

Vista panorámica de 2 pirámides



Templo del anfiteatro



Esculturas pequeñas antropomórficas



Vista del Valle con perspectiva humana



Piramidal y proporción con humano



Reloj solar y proporción con humano



Nota. Registro fotográfico propio.

Tabla 12*Centro arqueológico de la Huaca Pucllana. Distrito de Miraflores. Lima*

Ambientes y proporción humana



Caminos con pendiente ascendente



Color original de la Huaca (limonita)



Réplica de vida cotidiana



Troncos para techo de cobertura



Réplica de entierro

*Nota.* Registro fotográfico propio.

Tabla 13*Museo de la Univ. Nacional Federico Villarreal. Lima*

Cerámica con grabados de deidades



Cerámica con figura antropomórfica



Figuras antropomórfica y zoomórfica



Recreación de pared pre inca



Lienzo con deidad en el centro



Collar

*Nota.* Registro fotográfico propio.

Tabla 14*Museo Etnográfico del C.C. José Pío Aza. Centro Histórico de Lima*

Bolsa. Procedencia: río Urubamba. Perú



Peine. Procedencia: Río Colorado



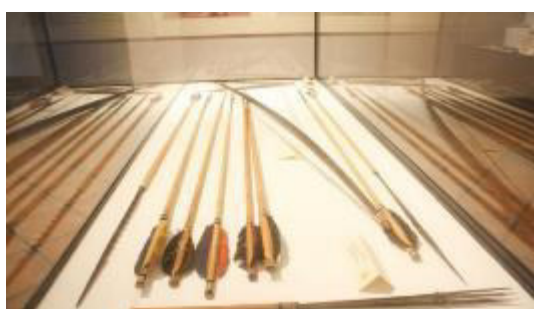
Máscaras. Procedencia: Río Purús



Comunidad nativa. Puerto Maldonado



Armas



Sellos

*Nota.* Registro fotográfico propio.

Tabla 15*Museo del Banco Central de Reserva del Perú*

Máscara funeraria



Entidad sobrenatural



Representación de Criatura



Orejeras prehispánicas

*Nota.* Registro fotográfico propio.

Tabla 16*Museo arqueológico Tumbas Reales de Sipán. Lambayeque*

Casa con decorados Mochica



Tumba señor noble



Tumba señor de Sipán



Recreación de Altar



Ornamento



Cerámica



Nota. Registro fotográfico propio.

Tabla 17*Complejo arqueológico El Brujo - La Libertad*

Murales



Adobes firmados por familias



Escenificación de curanderismo



Murales



Perro peruano extinto en huaco



Recreación de vestimenta Mochica



Huaca del Sol



Deidad el degollador



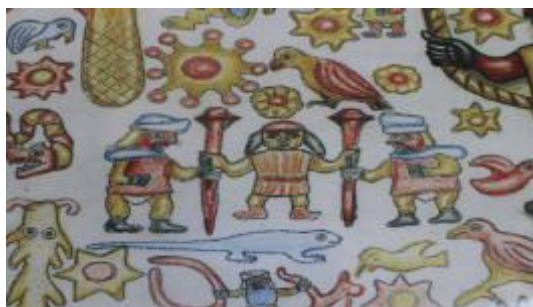
Símbolos



Muro Mochica



Señora de Cao representada



Museo



Nota. Registro fotográfico propio

Tabla 18*Viaje a Mórrope, Chiclayo y Lambayeque*

Casa de tejedora de Mórrope



Capilla de Mórrope



Nota. Registro fotográfico propio

Tabla 19

Elementos seleccionados recogidos de tres libros de Toro Montalvo para una potencial inserción en argumentos cinematográficos

Personajes seleccionados para una potencial inserción en los argumentos cinematográficos

- Dios del cielo: Pachacamac.
 - Diosa de la tierra: Pachamama.
 - Hombre semidesnudo: Wa-Kon
 - Dios de los vientos y las tempestades: Guatán
 - Señor Moche: Naylamp
 - Deidad andina: Con
 - Ave que anuncia la salida del sol: Huay-Chau
 - La madre de los zorrillos: El Añas
 - Hijos de Pachamama: Willkas varón y Willkas mujer
 - Hombre Semidiós: Vichama
 - Gigantes largos y grandes: Huilcas. El mayor de ellos es Turuncana”.
 - Mono negro de cabeza horrible: Mancharu
 - El gigante devora viajeros: Canlin
 - El enano minero: Muqui
 - El enano del puquio: Inclli-ollgo
 - El ser de las bromas molestas pero casi inofensivas: El Saqra
 - Dios del cielo: Viracocha
 - Diablos: Chullpas
 - Inmensa Serpiente alada: El Amaru
 - Puma de Oro
 - La Huaylas
 - Mensajeros de Viracocha
 - Degolladores: Ñakaq
 - Pistacos
 - La leyenda de cómo nace el Sol y la Luna.
-

-
- Bardal y la sirena.
 - Cuando el hijo de Dios andaba por la tierra.
 - Sobre la creación del mundo. El mito de ApoKatekil.
 - La leyenda de Yakonero y el Dios Tsla.
 - La leyenda de la chicha.
 - La Madre del Agua.
 - La chacra de los duendes.
 - Leyenda sobre Chainganabe.
 - La Luna, (versión extendida donde vive la esposa).
 - Origen de la leyenda de las aves. Muerte de un Inca.
 - El Catequil: Atagujo
 - Tigre Demonio: IguanchiSupay
 - El hombre Jaguar: Uum
 - Espíritu del Monte: ChundaSupay
 - Gran Puma: Yanan-Puma.
 - El curaca de los animales: Amasanga
 - Boa comegente
 - Reina de los Katzari: Caribaserini.
 - Pájaro de Mal Agüero: Chivani
 - Demonio delfín: El Bufe Colorado
 - Duende del bosque: El Tunchi
 - Enano Inmortal protector de los Piros: Kajpamuiliti
 - Duende de la laguna: Gepchigiuiti
 - El toro encantado
 - Brujo Piro: El Hoyakali de nombre Gouariyauaka
 - Madre de las Chacras: Komshi
 - Brujos Piro de mucha fuerza: Kahonchi
 - La madre de los ríos: Yacu-mama
 - Gran Machiguenga: Chainganabe
-

-
- Dios de los gavilanes: Shiguiri
 - Madre de los tigres: Tsimpi
 - Dios de la luna machiguenga: Cashiri”.
 - Árbol Gigantesco, duende de la selva: Mapoa o Uimba
 - Fundador del pueblo Sarayacu: Pandu
 - La anaconda: Pagki

Creencias seleccionadas para una potencial inserción en los argumentos cinematográficos

- Hablar con la voz de alguien.
- Subir al cielo.
- Para convertirse en aves.
- Los gentiles.
- Para que se escuchen los cantos en las quebradas.
- Hablar con la voz de alguien.
- Subir al cielo.
- Evitar que un tigre resucite.
- Un duende luego de varias pruebas, convierte en Kahonchi a un Piro.
- El humo de ají sopladitos a la cueva espanta los murciélagos.
- Chicha especial del árbol de molle.
- Poderes de un brujo.
- Tutapishku: Cueva de los Murciélagos donde viven supays.

Nota. Elaboración del cuadro por autoría propia. Recuperado de Mitos y Leyendas del Perú. Tomos de la Costa, Sierra y Selva, de César Toro Montalvo.

Tabla20

Muestra de elementos seleccionados del libro dioses y hombres de Huarochirí para una potencial inserción en los argumentos cinematográficos.

Personajes seleccionados para una potencial inserción en los argumentos cinematográficos

- Huaca: YañamcaTutañamca
 - Líder: HuallalloCarvincho
 - Huaca: Pariacaca
 - Huaca: Cuniraya
 - Huaca Femenina: Cavillaca
 - Dios de los gavilanes: Shiguiri
 - El antiguo sol: Villca o Willca
 - Huaca hijo de Pachacamac: Llocllayhuancu
 - Un ser: Yacana
-

Creencias y lugares seleccionados para una potencial inserción en los argumentos cinematográficos

- Cuniraya le contestó [al Puma]: Tú que has ser muy amado; comerás las llamas de los hombres culpables, y si te matan, *los hombres se pondrán tu cabeza sobre su cabeza en las grandes fiestas, y te harán cantar.* p. 19.

- Y si mueres (halcón), o alguien te mata, *con una llama te ofrendarán los hombres; y cuando canten y bailen, te pondrán sobre su cabeza y allí, hermosamente estarás.* p. 19.

- Pariacaca se encontraba formado por 5 hombres nacidos por los 5 huevos. p. 51.

- Los nombres de los hombres que formaban Pariacaca son: Chucpaico, Huariruna, Utcochuco, Tutayquiri Huarquinri, Hasenmale. p. 55.

- Y por eso, los hombres del Tahuantinsuyo ofrendaban a un hombre y una mujer (a Pachacamac). A esta ofrenda la llamaban <<Gran Culpa>> [Capac Hucha]. Cuando el hombre y la mujer destinados al sacrificio, los <<Gran culpa>>, llegaban hasta Pachacámac, eran enterrados vivos: <<Cómelos Padre>> y en el mes pura le ofrendaban plata, oro, llamas, le daban de beber y de comer sin faltar nunca. p. 119.

- Y así, los Yuncas, por esa causa, todos los años llevaban oro y plata y los enterraban delante de este

Sucyahuillca. Los sirvientes [Yanacunas de este Sucyahuillca] eran del Ayllu de Yasapaya y los pastores de llamas de Allauca. pp. 119-121.

- Los Incas conocían, pues, bien a todas las huacas de todas las partes. Y a cada huaca le mandaban entregar su oro y su plata, conforme estaba apuntando en los quipus p. 121.

- Cuando llegaban a adorar a Llollayhuanca, se dirigían al día siguiente, hacia Sacsayhuillca para servirle, pues le temían por ser quien era su padre. p. 121.

- Y cuando le trajeron mullo [a la huaca Macahuisa], lo devoró al instante. (No comía comidas normales). p. 127.

- Después y tal como lo dijimos hace un rato, cumplido el décimo día, sacaban a los curi [mellizos] envueltos en ropa grande, de modo que no podían ser vistos. Entonces, toda la gente y los masa de tres en tres o de dos en dos agarrados de las manos y jalándose unos a otros, iban cantando y llorando. p. 181.

- Y cuando ya llegaban a la pampa, así como ahora llevamos *el mango de la cruz* por delante en las procesiones, así, llevaban el venado (esto es, el pellejo y cabeza embutido de paja porque ya la carne era comida como se ha dicho). Lo llevaban muy bellamente, entre la pupuma y la lanza ordenándolo todo bien, y muy por delante de todas las cosas. p. 181.

- A cambio de la muerte han de nacer mellizos. p. 189.

Nota: Elaboración del cuadro por autoría propia. Recuperado de dioses y hombres de Huarochirí de Francisco de Ávila.

III.- MÉTODO

3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación es de enfoque cuantitativo de nivel descriptivo analítico. Tipo transversal y diseño no experimental, debido a la observación de fenómenos en su contexto natural para ser analizados.

Según Baptista et al., (2006), en una investigación de tipo analítica se descompone un todo para poder observar las causas, la naturaleza y los efectos del mismo. En este caso se desmiembra la problemática de la internacionalización del cine para comprender su esencia y comportamiento y de este modo analizar su relación con la inserción de elementos culturales prehispánicos.

3.2 Ámbito temporal y espacial

De enero 2017 a junio de 2019, desarrollada en Lima - Perú.

3.3 Variables

Variable independiente:

Utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en el cine comercial.

Variable dependiente:

Internacionalización de las películas nacionales

3.4 Población y muestra

La población fueron hombres y mujeres, cuyas edades fluctuaron entre 18 a más de 60 años, provenientes de Estados Unidos, Europa, Oriente Medio y Latinoamérica, sin contar Perú. La muestra fue no probabilística y la conformaron 86 encuestados.

3.5 Instrumentos


La técnica utilizada fue la encuesta virtual, mediante un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas. Dicho instrumento debía ser llenado luego de ver el *teaser* “El Retorno de SI”. El *teaser* se colgó en la plataforma de *YouTube* traducido en varios idiomas.

El cuestionario se sometió a juicio de expertos, quienes le otorgaron el puntaje de 92.44 de validez (ver anexos) lo que permitió asegurar la confiabilidad del mismo.

Figura 2.*Modelo de encuesta*

Mira el video y responde

elretornodesi@gmail.com (not shared) [Switch account](#)



Primer nombre y primer apellido

Your answer _____

Pais de procedencia

- España
- Argentina
- Venezuela
- Colombia
- Cuba
- Perú
- EEUU
- India
- Japón
- Mexico
- Other: _____

Rango de edad

- Menor de 13 años
- 13-17
- 18-24
- 25-35
- 36-59
- Mayor de 60 años

Escribe un comentario sobre el video. Lo primero que se te venga a la mente

Your answer _____

¿Te gustó el video?

- Me gustó muchísimo
- Sí me gustó
- Me gustó un poco
- No me gustó

Cuál es tu apreciación respecto a la calidad del video

- La calidad del video es muy buena
- La calidad del video es buena
- La calidad del video es regular
- La calidad del video es mala

¿Qué tan interesante consideras la temática tratada?

- Muy interesante
- Interesante
- Poco interesante
- Nada interesante

¿Qué tan comerciable crees que pueda llegar a ser, en tu país, el video mostrado?

- Muy comerciable
- Comerciable
- Poco comerciable
- Nada comerciable

En la escala del 1 al 10. Donde 1 es la calificación más baja y 10 es la calificación más alta ¿Recomendarías este video a otras personas?

- | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

¿Qué tan perceptible fue para ti, los elementos culturales usados en la banda sonora?

- Muy perceptible
- Medio perceptible
- Poco perceptible

¿Qué tan perceptible fue para tí, los elementos culturales usados en la escenografía del video?

Muy perceptible

Medio perceptible

Poco perceptible

¿Qué tan perceptible fue para tí, los elementos culturales usados en el guión mostrado?

Muy perceptible

Medio perceptible

Poco perceptible

¿Qué tan perceptible fue para tí, los elementos culturales usados en las Caracterizaciones de los Personajes?

Muy perceptible

Medio perceptible

Poco perceptible

Submit [Clear form](#)

3.6 Procedimientos

Se invirtió un año para la preproducción, filmación, edición y post producción en la creación de un *teaser* de 2 minutos titulado “El Retorno de SI”, obra que promociona una imaginaria película de ciencia ficción basada en la cultura Mochica. Dicho recurso se elaboró desde cero, es decir, se tuvo que preparar una investigación paralela sobre la cultura Mochica (por ejemplo, el viaje de investigación en el norte de Perú). La producción fue realizada en su totalidad con material original.

Dicho vídeo, cuya narración original está en la actualmente extinta lengua *Muchik*, fue traducido a 9 idiomas: español, inglés, árabe, chino, japonés, polaco, portugués, hindi y francés. Dichos recursos se publicaron en diferentes grupos de redes sociales y fueron difundidos por medio de contactos residentes en el extranjero.

3.6.1 Creación del guión del teaser denominado *El Retorno de SI*

Sinopsis: Una gran sequía asecha el mundo y la hambruna se aproxima. En su desesperación, un viajero chullachaqui (demonio) de la selva se refugia en una de las habitaciones de un noble moche, pero es descubierto por su hija menor, una niña que no le tiene miedo.

3.6.2 Construcción gráfica y física de los personajes

Figura 3.

Arte conceptual de un chullachaqui



Nota. Elaboración de Marco Condori

Figura 4

Arte conceptual del niño de la historia



Nota. Elaboración de Jorge García Jaramillo

Figura 5

Retoque digital en personaje real. Actor: Salo Chapoñán



Nota. Retoque digital de Jorge García Jaramillo

Figura 6

Prueba de vestuario. Actriz: Christel Adriana

**3.6.3 Construcción gráfica y física del escenario****Figura 7**

Diseño en digital de la escenografía



*Nota.*Elaboración de Oscar Madrid.

Figura 8

En la imagen, el co-director Jorge García



Nota. En la imagen, el co-director Jorge García

Figura9

Test de iluminación



Nota. Elaboración de Joahari Rodriguez. En la Imagen, Carla Tejada

3.6.4 Realización del teaser

El *teaser* fue grabado en un día y editado en un mes (post producción incluida). Luego del exportado final se procedió a subtítular en los idiomas afines al público potencial a encuestar.

Figura 10

Grabación del teaser “El Retorno de SI



Nota. Fotografía de Alejandro Sulca Cabezas

3.6.5 Realización del video de presentación

Para lograr una mejor acogida en la realización de los cuestionarios, se procedió a grabar un video de presentación de un minuto de duración, instando a ver el teaser para luego realizarlos. Este video estaba subtulado a los idiomas de los países de origen del potencial público a encuestar.

Figura 11

Video de presentación instando a ver el teaser y realizar la encuesta



Figura 12

Video de presentación subtulado a varios idiomas

The screenshot shows the Creative Studio interface with a list of video presentations. The interface includes a sidebar on the left with navigation options like 'Inicio', 'Biblioteca de contenido', 'Publicaciones', 'Inicio de publicación', 'Inicio de actualización', 'Inicio de configuración', 'Inicio de análisis', and 'Inicio de informes'. The main content area displays a table of video presentations with columns for 'Tipo de publicación', 'Estado', 'Fecha de publicación', 'Título', 'Duración', 'Reproducciones', and 'Interacción'. The table lists several video presentations, each with a thumbnail, a title, a status of 'Publicado', a publication date, and performance metrics.

Tipo de publicación	Estado	Fecha de publicación	Título	Duración	Reproducciones	Interacción
Video	Publicado	Abr 12 17	Presentación de la biblioteca de contenido en Creative Studio	14'	1	0
Video	Publicado	Abr 12 17	Cómo personalizar el contenido de la biblioteca de contenido en Creative Studio	17'	0	0
Video	Publicado	Abr 12 17	Sección de la biblioteca de contenido en Creative Studio	22'	0	0
Video	Publicado	Abr 14 17	Cómo personalizar el contenido de la biblioteca de contenido en Creative Studio	17'	14	0
Video	Publicado	Abr 14 17	Una presentación de la biblioteca de contenido en Creative Studio	20'	14	0
Video	Publicado	Abr 14 17	Una presentación de la biblioteca de contenido en Creative Studio	21'	0	0
Video	Publicado	Abr 14 17	Una presentación de la biblioteca de contenido en Creative Studio	21'	0	0

3.6.6 Difusión del cuestionario virtual

El video se subió a una cuenta de *YouTube* con el mismo nombre del proyecto “El Retorno de SI”, en sus varias versiones de idiomas subtitulados.

Figura 13

Plataforma de YouTube con el video “El Retorno de SI



El aplicativo “Formularios de Google” sirvió para almacenar las encuestas en varios idiomas y aplicarlas a los extranjeros por medio de enlaces *online*.

Para lograr los objetivos se realizaron encuestas al paso en la Plaza de Armas de la ciudad de Lima al público extranjero mediante la visualización del video y llenado del cuestionario por medio de una *tablet*. Por otro lado se procedió a enviar los enlaces del video y cuestionario vía online a “contactos de contactos” residentes en el extranjero para su llenado.

Figura 14*Lista de encuestas traducidas a diferentes idiomas*

The screenshot shows the Google Drive interface. At the top left is the Drive logo. A search bar contains the text 'Buscar en Drive'. Below the search bar, the breadcrumb path is 'Compartido conmigo > encuestas'. The left sidebar shows navigation options: 'Nuevo', 'Mi unidad', 'Ordenadores', 'Compartido conmigo', 'Reciente', 'Destacado', 'Papelera', 'Copias de seguridad', and 'Almacenamiento' (13,5 GB de 15 GB usado, with a link to 'ADQUIRIR MÁS ALMACENAMIENTO'). The main area displays a list of files under the heading 'Nombre ↑'. Each file is represented by a purple icon, a list of three horizontal lines, and the name of the language, followed by a sharing icon.

Nombre
China
English
Español
français
portugues
Svenska (sueco)
árabe)) العربية
हिंदी (hindi)
日本人の (japonés)

Figura 15

Ejemplo del extracto de la encuesta online traducida al francés

The image shows a screenshot of an online survey form in French. The form is divided into four sections, each with a title and a description of the question type. The first section is titled 'Enquête sur la vidéo montrée' and has a 'Form description' field. The second section is titled 'Nom et prénom' and has a 'Short answer text' field. The third section is titled 'Pays d'origine' and has a list of radio button options: Espagne, france, USA, Inde, Le japon, Chine, and Other... The fourth section is titled 'Tranche d'âge' and has two radio button options: Moins de 13 ans and 13-17.

Enquête sur la vidéo montrée

Form description

Nom et prénom

Short answer text

Pays d'origine

Espagne

france

USA

Inde

Le japon

Chine

Other...

Tranche d'âge

Moins de 13 ans

13-17

El vídeo fue difundido a los extranjeros mediante 3 formas: encuestas al paso en la Plaza de Armas de Lima con ayuda de *tablets*, enlaces del cuestionario enviados vía *WhatsApp* a contactos que tenían amistades en el extranjero y enlaces del cuestionario enviados vía *Facebook*, a contactos que tenían amistades en el extranjero.

La recopilación de la data se realizó por medio de “Google Formularios”, luego se realizó un proceso de filtrado, eliminando a los peruanos que pudieron haber respondido la encuesta, dejando solo a personas confirmadas como extranjeras. El siguiente paso fue elaborar los cuadros estadísticos mediante el programa Excel.

3.7 Análisis de datos

Culminada la encuesta los datos obtenidos fueron ordenados en gráficos estadísticos. En el caso de las respuestas abiertas, las frases fueron agrupadas según la relación de sus afirmaciones. Dichas frases fueron vaciadas en un Excel y contabilizadas mediante cuadros estadísticos.

IV.- RESULTADOS

De los 86 extranjeros que respondieron la encuesta, 77 accedieron a colocar sus nombres.

Tabla 21

Extranjeros que accedieron colocar sus nombres en el formulario

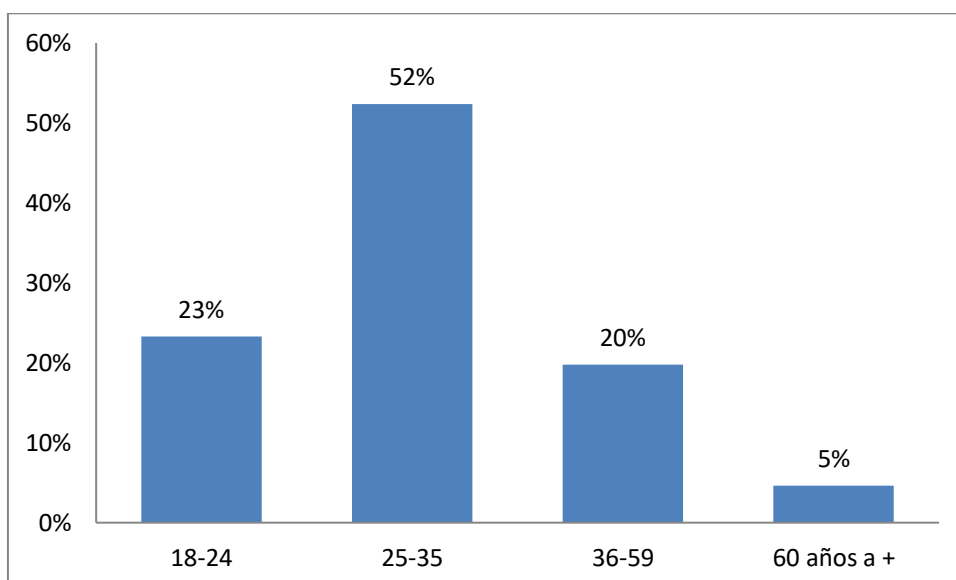
Lista de Nombres		
Bharatverma	Pedro Perez	Nancy Salazar
الاسم الأول واللقب الأول	Rosario Cornejo	Carlos Soto
FrاندJarufe	German Centurion	Fernando Fontal
De Palma Bryan	Milaarnao	SilBiselli
Flor Hurtado	Ana mariaGuiterras	Maria
Alex	Jenny Alvarado	Felipe
Pinto Laura	Jorge Moscoso	MaruBiaus
Picón Jose Manuel	Mattha Galvan	Carolina Martinez
Melisa Carrera Jurado	Rosa Reyes	Evangelina Nina
Baquero Johanna	Maria Dolores	Mauricio Troncoso
Jerome Boyer	Carlos Prado	Quyén Truong
EnesbeyBossa	Silvia Ruano	AbirChisti
Amore Lina	Obeth Hernández	Laura Rotundo
Lorena Benito	Jáir Bernal	Shelly Hsieh
Sierra Ana Maria	Carlos Perez	VishakhaShivkumar
Faty De Palma	Sofia Lantán	Zynia D

Diego	Efren Castillo	Cristin Urban
Saloma Lomel	Tania Otmane	Camila Rodríguez
Estephane Espinoza	Sara Diaz	Carla G
Sergio Garzón Cova	FlavienMarcelli	Adeline Atramont
Juan Guglieri	Renato Nicolini	Johnathon stock
Marta Diaz	Mariano Nicolini	Olga
ArbelisLópez	Rene lima	George French
Gemma García	Isabella Londoño	Sebastian
Naiara Bar	Cristian Murillo	Siebenmorgen
Beltrán Alonso	Alexis Boentes	

Resultados de la encuesta a extranjeros

Figura 16

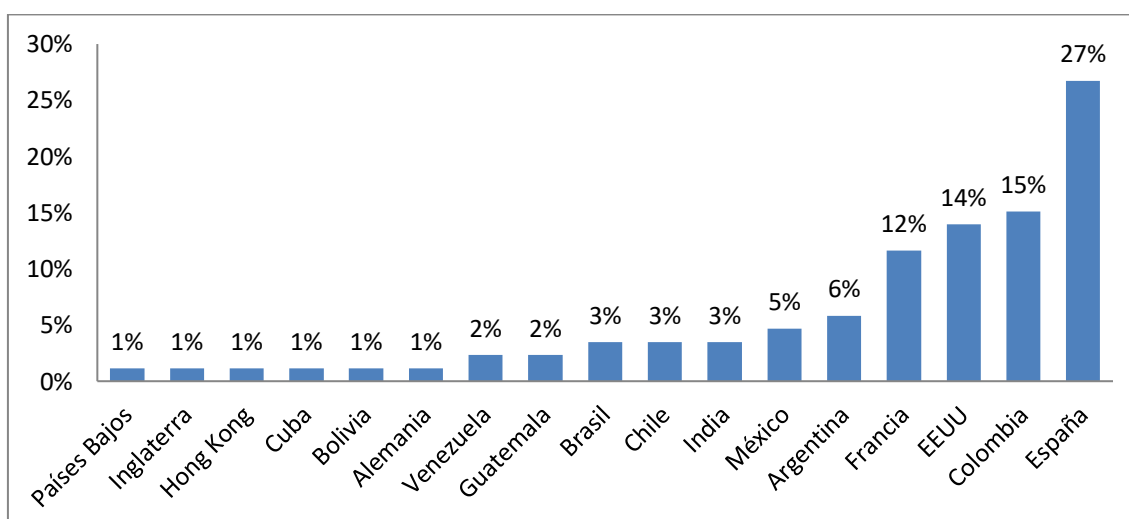
Rango de Edad



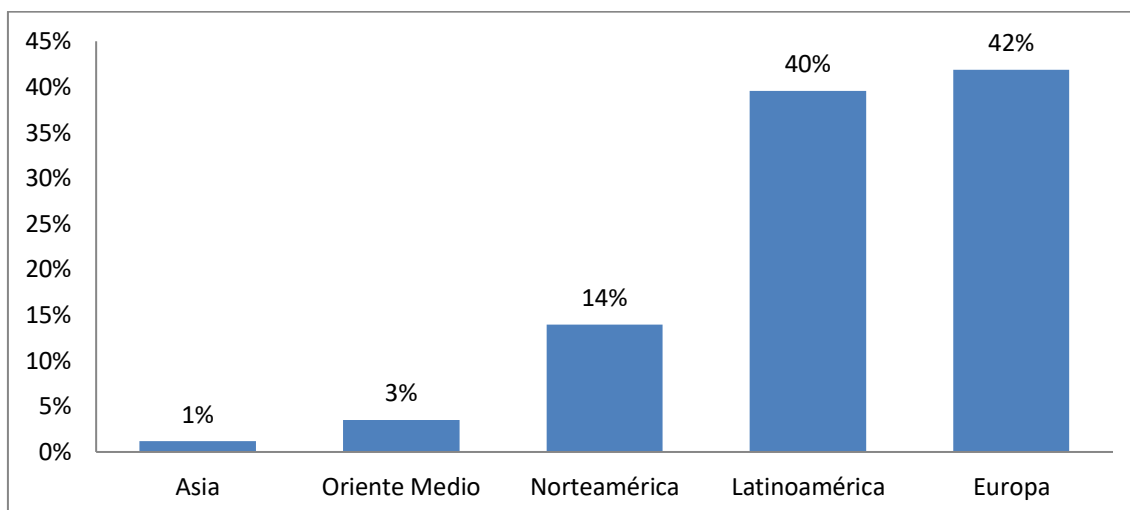
Nota. El 52% de los encuestados se encontraron dentro del rango: 25 a 35 años de edad.

Figura 17

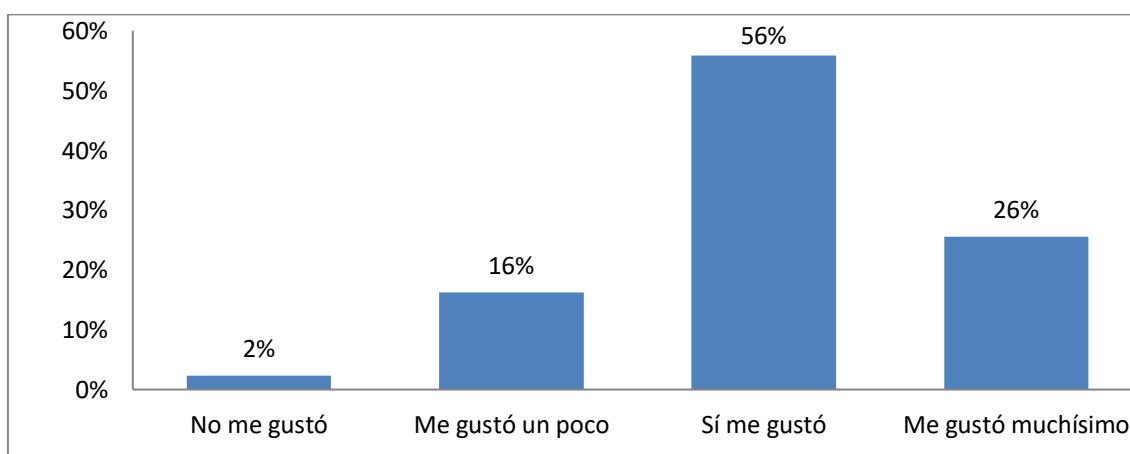
Procedencia de los encuestados



Nota. El 68% de los encuestados procedieron de España, Colombia, Estados Unidos y Francia

Figura 18*Región de procedencia*

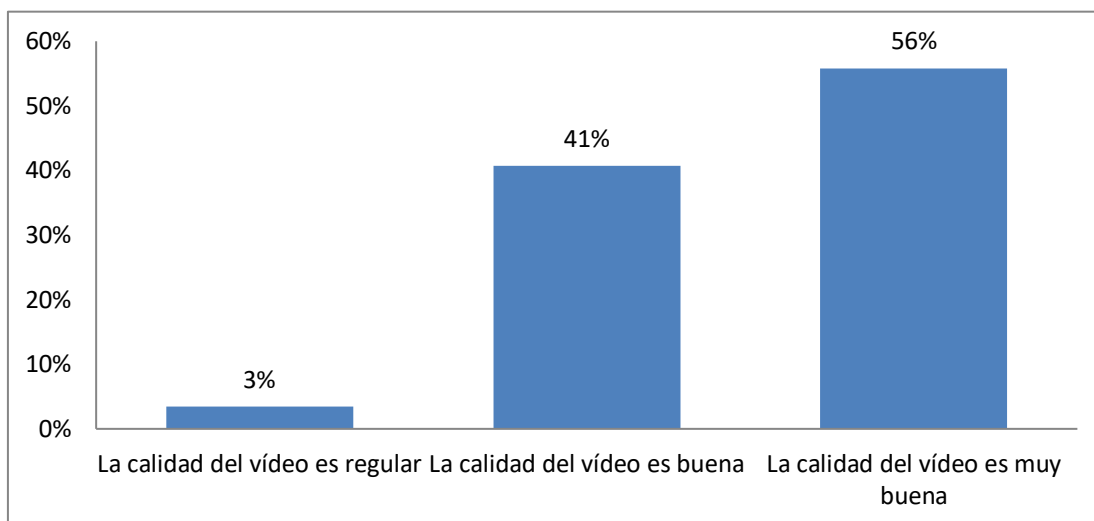
Nota. El 82% de los encuestados procedieron de Europa y Latinoamérica

Figura 19*¿Te gustó el video?*

Nota. Al 82% de los encuestados respondieron que les gustó el video y les gustó mucho.

Figura 20

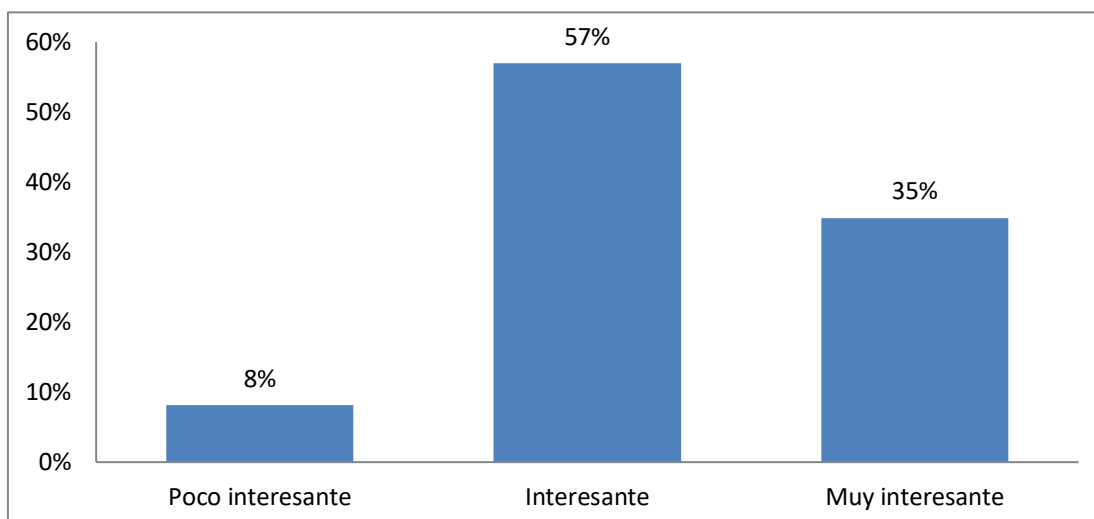
¿Cuál es tu apreciación respecto a la calidad del video?



Nota. El 97% percibió que la calidad del video es buena y muy buena.

Figura 21

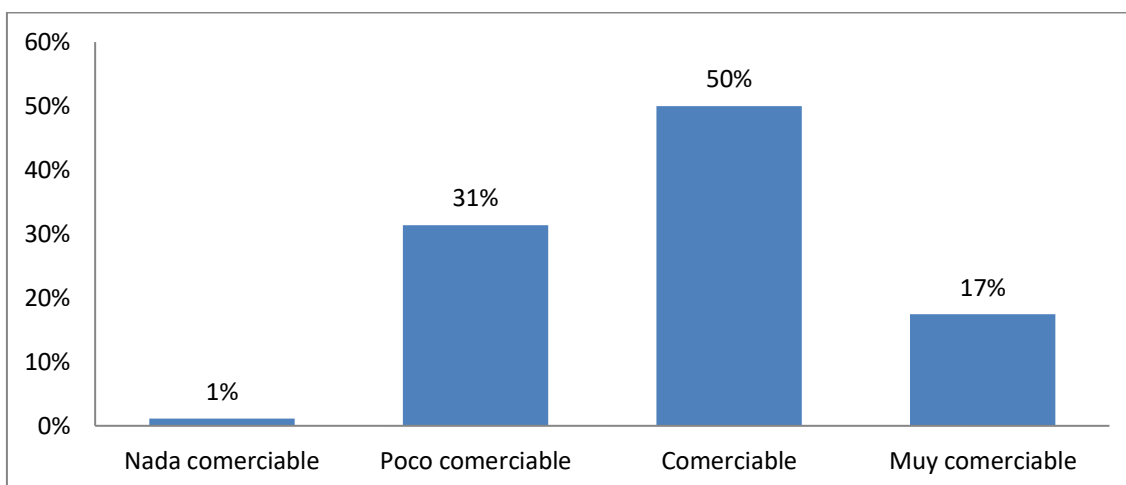
¿Qué tan interesante consideras la temática tratada?



Nota. Al 92% de los encuestados le pareció interesante y muy interesante la temática tratada.

Figura 22

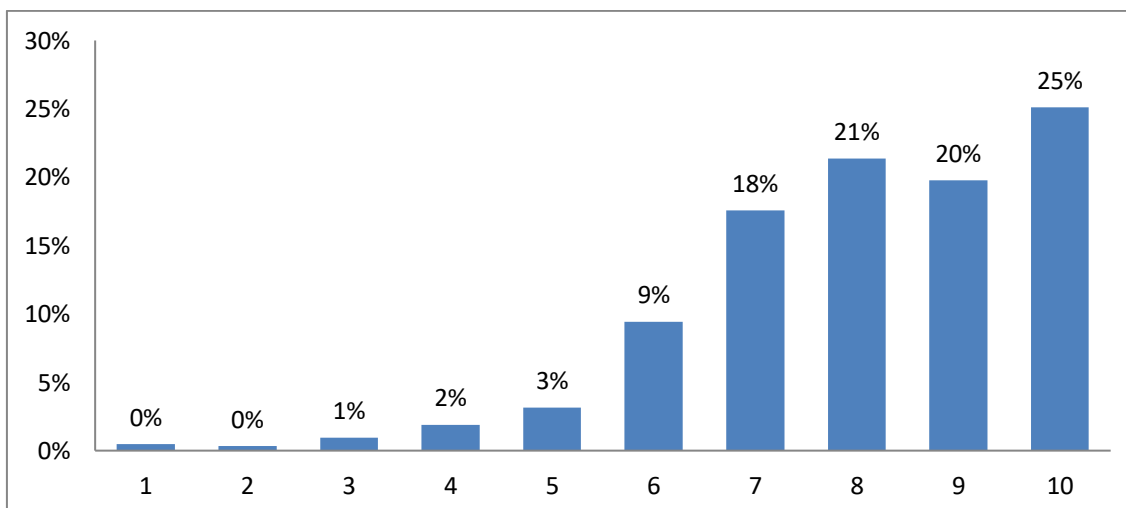
¿Qué tan comerciable crees que pueda llegar a ser en tu país de origen el video mostrado?



Nota. Al 67% de los encuestados les pareció que el video mostrado puede llegar a ser comerciable o muy comerciable en sus países de origen.

Figura 23

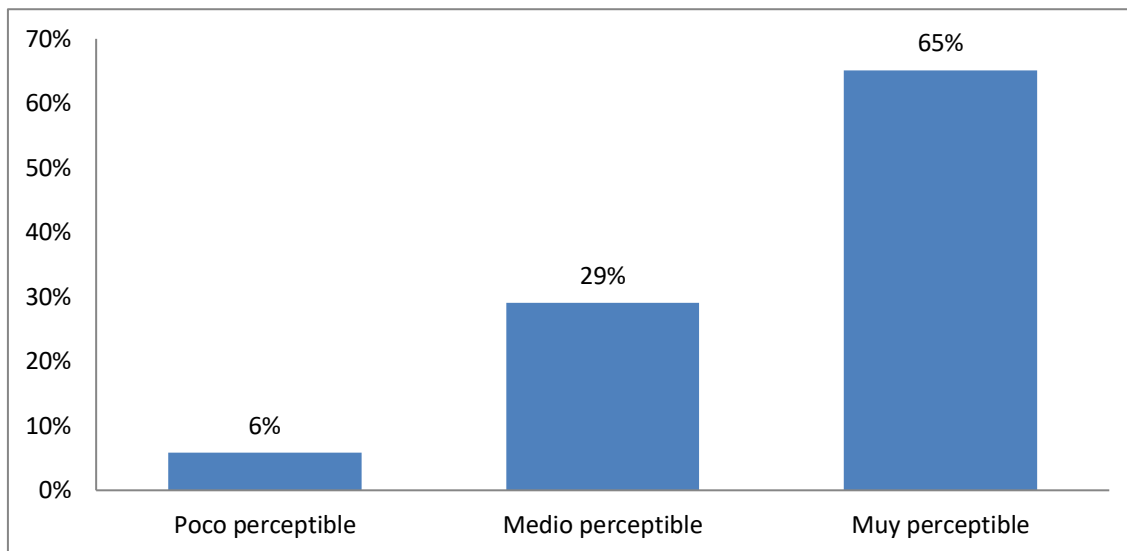
En la escala del 1 al 10. Donde 1 es la calificación más baja y 10 es la calificación más alta ¿Recomendarías este vídeo a otras personas?



Nota. El 84% de los encuestados calificó el video con un puntaje entre 7 a 10..

Figura 24

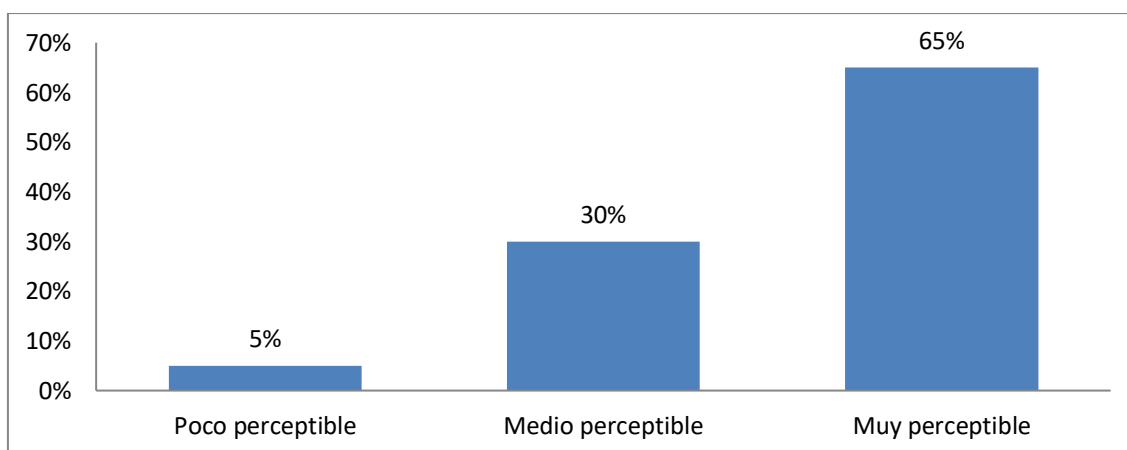
¿Qué tan perceptibles fueron para ti, los elementos culturales usados en la banda sonora?



Nota. Para el 65% de los encuestados la banda sonora fue muy perceptible.

Figura 25

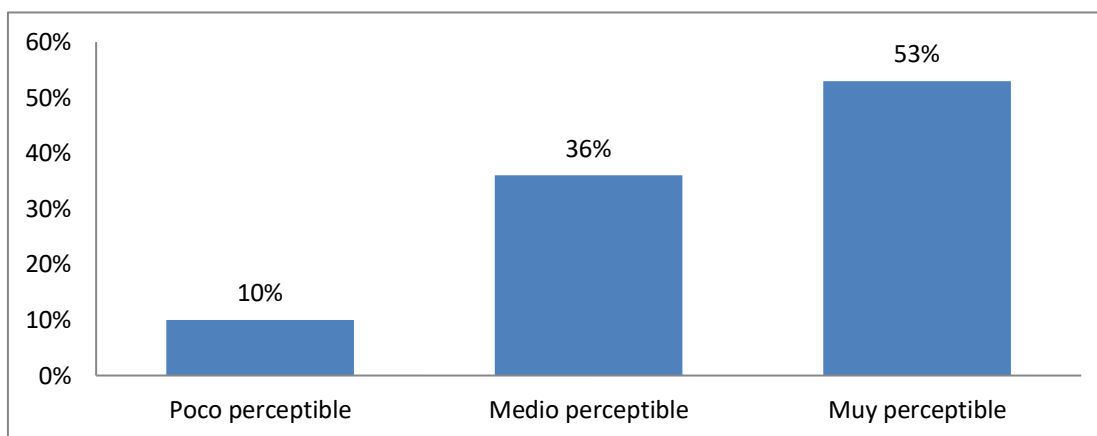
¿Qué tan perceptibles fueron para ti, los elementos culturales usados en la escenografía del vídeo?



Nota. Para el 65% de los encuestados la escenografía fue muy perceptible.

Figura 26

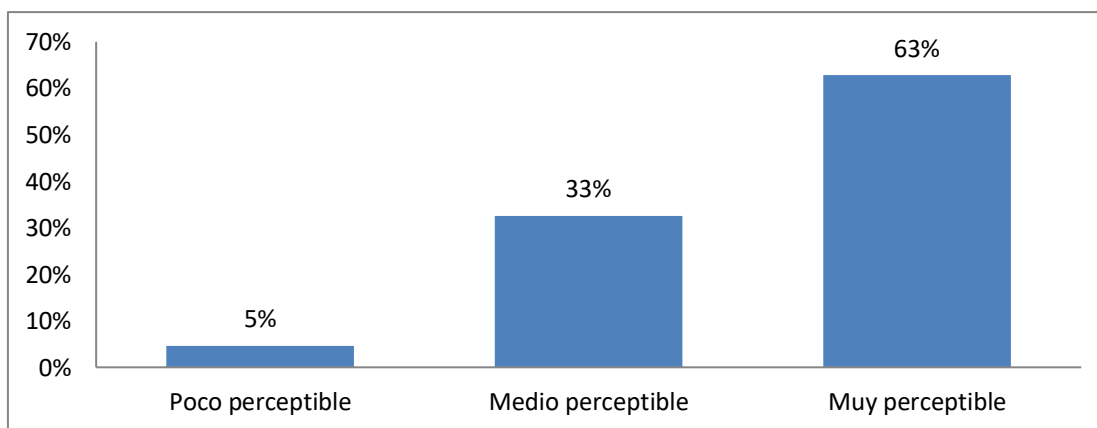
¿Qué tan perceptibles fueron para ti, los elementos culturales usados en el guión mostrado?



Nota. Para el 53% de los encuestados los elementos culturales usados en el guión fueron muy perceptibles

Figura 27

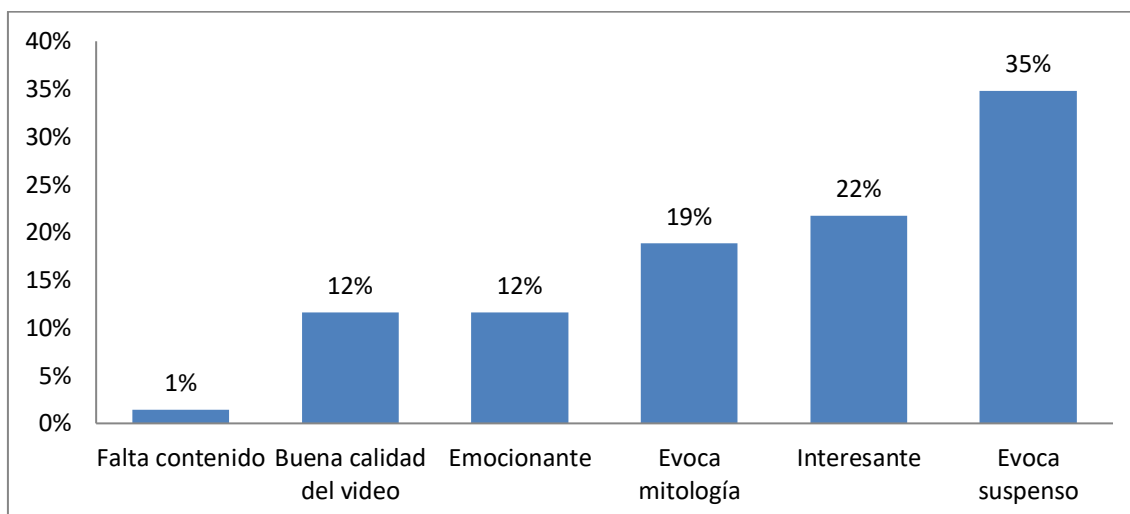
¿Qué tan perceptibles fueron para ti, los elementos culturales usados en las Caracterizaciones de los Personajes?



Nota. Para el 63% de los encuestados las caracterizaciones de los personajes fueron muy perceptibles.

Figura 28

Comentarios de los encuestados sobre el vídeo



Nota. Para el 35% de los encuestados el vídeo evoca suspenso, para el 22% es interesante y para el 19% es evoca la mitología. Para diseñar esta figura, en base a las respuestas dadas se tuvo que agruparlas siguientes categorías: evoca suspenso, evoca la mitología, emocionante, buena calidad de vídeo, interesante, falta contenido. El criterio de agrupación se evidencia en la Tabla 22.

Tabla 22*Agrupación de respuestas en categorías*

RESPUESTAS ABIERTAS	AGRUPACIÓN EN CATEGORÍAS (Autoría propia)
Buena iluminación	Buena calidad de vídeo
El sonido me gustó mucho	Buena calidad de vídeo
Buena fotografía	Buena calidad de vídeo
La atmósfera sonora es asombrosa. Me gusta que esté en su lengua nativa, ya que le aporta credibilidad a la historia.	Buena calidad de vídeo
Me ha parecido muy bien dirigido, mención especial para la luz (ambiente muy tenso)	Buena calidad de vídeo
Me gustó el juego de luz y sombra El niño q aprecio no me gustó espera algo más misterioso como un viejito ...	Buena calidad de vídeo
Muy buen trabajo en todos los sentidos.	Buena calidad de vídeo
Emocionante	Emocionante
Alucinante	Emocionante
Me quede con ganas de ver más	Emocionante
Genial	Emocionante
Fantastic! I'm very intrigued about the return of Si! Loved how he turned from an old demon to a kid demon.	Emocionante
Awesome	Emocionante
Je veuxvoir plus !!!	Emocionante
Magnifique	Emocionante
Historias mitológicas	Evoca la mitología
Es referente a un relato mitológico. Parece un ser que cambia de forma y asecha a los niños	Evoca la mitología

Perú	Evoca mitología
Ancestral	Evoca la mitología
Ficcion	Evoca mitología
El abrazo de la serpiente	Evoca mitología
Mythology	Evoca la mitología
Precolombino	Evoca la mitología
Ancestral	Evoca la mitología
Parece película de miedo	Evoca suspenso o misterio
Misterio	Evoca suspenso o misterio
Terror y fantasía	Evoca suspenso o misterio
Suspenso	Evoca suspenso o misterio
Misterioso	Evoca suspenso o misterio
Místico	Evoca suspenso o misterio
Está bien para recordar las traciones ancestrales del pasado pero me da mucho miedo verlo.	Evoca suspenso o misterio
Ambiente de terror	Evoca suspenso o misterio
Da mucho Misterio	Evoca suspenso o misterio
Creepy	Evoca suspenso o misterio
Suspenseful	Evoca suspenso o misterio
Suspenseful, captivating/ intriguing, mysterious	Evoca suspenso o misterio
Scary was the first thought that came to mind	Evoca suspenso o misterio
Scary.	Evoca suspenso o misterio
Scarybutintriguing	Evoca suspenso o misterio
Intriguing	Evoca suspenso o misterio

Theevil	Evoca suspenso o misterio
Mysterious	Evoca suspenso o misterio
Misterio	Evoca suspenso o misterio
Etrange, mysterieux	Evoca suspenso o misterio
Intrigue	Evoca suspenso o misterio
Suspense	Evoca suspenso o misterio
Flippant	Evoca suspenso o misterio
Misterioso	Evoca suspenso o misterio
Se me queda un poco flojo para ser un trailer. Le falta contenido. Las imágenes son buenas.	Falta contenido
Raro, no describe nada	Falta contenido
Me pareció interesante y curioso	Interesante
Muy interesante, el quechua de valora	Interesante
Me recordó las historias de duendes de mi pueblo de origen.	Interesante
Entretenido	Interesante
La niña muestra temor por algo inculcado por los padres.	Interesante
Muy Interesante	Interesante
Despertó mi curiosidad por saber más acerca del "Chullachaqui"...	Interesante
Capta la atención, interés	Interesante
Interesante	Interesante
Very captivating and interesting with an element of suspense	Interesante
La vidéo semble commencer à raconter une histoire très intéressante.	Interesante
Intéressant	Interesante
Je suis très intéressée à savoir comment terminée l'histoire	Interesante

Drama	Otros
Teaser	Otros
Jouer	Otros
Where the jeenie came from?	Otros

V.- DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Las personas encuestadas fueron 84, entre jóvenes y adultos desde los 18 años de edad, provenientes de Sudamérica, Norteamérica, Europa, Oriente y Oriente Medio.

Las respuestas ofrecidas por los encuestados reflejaron el impacto positivo que generó la visualización del vídeo *teaser* El Retorno de SI en el público extranjero. Se debe hacer hincapié en el hecho que para la producción de dicho vídeo se procuró manejar un alto estándar de calidad tanto en la historia, construcción de personajes, escenografía, sonido, edición, fotografía y producción en general.

La aceptación positiva del proyecto audiovisual estuvo en concordancia con lo dicho por Carpio (1997) quien argumenta que el éxito de una producción se podría apoyar en creación de un producto único y la búsqueda de autenticidad (valores, cultura, idiosincrasia). Tal afirmación fue confirmada en el presente trabajo al lograr crear un producto único de alta calidad basado en una cultura prehispánica, demostrando en primera instancia la potencialidad que las culturas prehispánicas tienen para servir de palanca a la internacionalización del cine peruano.

En ese sentido, Gonzales (2009) afirma: “La importancia que conservan las creencias y pensamientos en la preservación de la identidad cultural es un hecho innegable en las distintas sociedades del mundo” (p.39), por tal razón ya es tiempo de sumar esfuerzos para lograr una inserción profunda de la cultura en las películas nacionales con capacidad de ser comerciales en el mercado extranjero.

Finalmente, no hay que olvidar la importancia de lograr generar valor comercial a las producciones que hacemos. Carpio (1997) comentaba: “Aún existen sectores que niegan la importancia del mercado en la creación de productos audiovisuales, en tanto sugieren que el producto audiovisual es un producto artístico, de

libre creación y que no tiene porqué sujetarse a las reglas del mercado de consumo” (p.114). Esta mentalidad es contraria a la forma como se ideó el vídeo *teaser* El Retorno de SI, ya que en un producto comercial siempre se debe tener en cuenta al *target*, en este caso, el público extranjero.

VI.- CONCLUSIONES

- 6.1** La experiencia adquirida a raíz de la producción y posterior análisis de resultados del vídeo *teaser* El Retorno de SI induce a admitir que la inserción de elementos culturales prehispánicos peruanos en las películas nacionales sí favorecerían la internacionalización de dichas obras.
- 6.2** La utilización de elementos culturales en la historia contada del vídeo *teaser* no fueron un obstáculo para que las personas extranjeras identifiquen el género de la obra: suspenso.
- 6.3** Los elementos culturales prehispánicos en el cine comercial tanto en el ámbito sonoro, escenográfico, de caracterización de personaje y a nivel de guion sí son claramente percibidos por el público extranjero y estos mismos han respondido que el video mostrado tiene potencial para ser comercializable en sus países de origen. Incluso, las respuestas abiertas que han mencionado se han podido agrupar según su similitud en distintas categorías, destacando las palabras: interesante, evoca suspenso o misterio, evoca mitología, emocionante y buena calidad de video, por lo que se concluye que la producción en forma global no solo ha tenido buen recibimiento, sino que despierta la sensación de estar viendo algo mítico, nuevo e interesante.
- 6.4** Los elementos culturales prehispánicos, analizados en forma global producen una serie de sensaciones positivas en el público extranjero que no necesariamente lo conoce y contribuye como una prueba más de la eficacia de estos en los largometrajes nacionales.

VII.- RECOMENDACIONES

El presente trabajo es sólo una parte de la solución propuesta a la problemática del cine nacional y pretende formar parte de una serie de futuras investigaciones que vayan en la misma dirección: aportar en los cimientos, crecimiento y fortalecimiento del cine nacional con identidad cultural. Queda realizar más trabajos de investigación que aborden temáticas sobre cómo abordar el mercado internacional, la creación de guiones comerciales basados en las culturas prehispánicas, formas de producción y coproducción de películas nacionales, entre muchos otros. Todo esto para que sirva a los futuros productores peruanos y extranjeros que necesiten una base y referencias para aplicar estos principios en sus producciones audiovisuales. Por lo expuesto se recomienda:

- 7.1 Realizar más investigaciones que contribuyan al desarrollo y fortalecimiento del cine comercial con incidencia en las culturas prehispánicas.
- 7.2 Procurar elaborar una obra mayor a la creada en el presente trabajo (ya sea la escena ficticia de una película o un medimetraje) con elementos culturales prehispánicos peruanos a fin de volver a validar un producto cinematográfico más complejo con el público extranjero.
- 7.3 Procurar elaborar un proyecto de cine completo con elementos culturales prehispánicos peruanos a fin de poder validar dicha obra cinematográfica en el mercado internacional.

VIII.- REFERENCIAS

- Ávila, F. (1598). *Dioses y Hombres de Huarochiri*. (J. Arguedas, Trad.). Fondo Editorial del IEP.
- Baptista Lucio, P., Fernández-Collado, C., Hernández Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill Education
- Baudin, L. (1981). *Una cáfila de hombres felices, la purificación del individuo*. En W. Espinoza Soriano, *Los modos de producción en el imperio de los Incas*. Amaru Editores.
- Carpio Valdez, S. (1997). *Producción audiovisual*. Fondo de desarrollo editorial de la Universidad de Lima.
- Castro, A. (26 de Diciembre de 2015). *Todo lo que necesitas saber sobre la taquilla del cine peruano en el 2015*. Utero. <http://encinta.uterop.com/2015/12/26/todo-lo-que-necesitas-saber-sobre-la-taquilla-del-cine-peruano-en-el-2015/>
- Fernández Collado, C., & Galguera García, L. (2009). *Teorías de la comunicación*. McGraw-Hill Interamericana.
- Friedrich, E. (1884). *El origen de la familia*. Marxists Internet Archive. https://www.marxists.org/espanol/m-e/1880s/origen/el_origen_de_la_familia.pdf
- Gonzáles, J. (2009). *Transformaciones en el Paisaje Social Andino*. Instituto de Desarrollo Gerencial.
- Hendrickx, N. (2010). *Perspectivas y posibilidades de crecimiento del cine peruano en el contexto mundial* [Tesis de maestría]. Pontificia Universidad Católica del

Perú.Repositorio institucional PUCP.

<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/1376>

Instituto Mexicano de Cinematografía. (2016). *Anuario Estadístico de Cine*

Mexicano.<http://anuario.imcine.gob.mx/Assets/anuarios/2016.pdf>

López Romero, E. (2 de Enero de 2010).*La taquilla de EEUU batió en el 2009 el récord*

de recaudación.[https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20100102/la-](https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20100102/la-taquilla-de-eeuu-batio-en-el-2009-el-record-de-recaudacion-210472)

[taquilla-de-eeuu-batio-en-el-2009-el-record-de-recaudacion-210472](https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20100102/la-taquilla-de-eeuu-batio-en-el-2009-el-record-de-recaudacion-210472)

Canal El Retorno de la Madre Luna. (30 de julio del 2019). *El Retorno de ENG SI -*

Official Teaser (2019) [Archivo de Vídeo].

<https://www.youtube.com/watch?v=FSFsJidiiiY>

Oficina Comercial de ProChile. (2011). *Estudio de Mercado Servicios*

Cinematográficos en México. [https://www.prochile.gob.cl/wp-](https://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/documento_05_04_11144836.pdf)

[content/files_mf/documento_05_04_11144836.pdf](https://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/documento_05_04_11144836.pdf)

Olaskoaga, A. (2015). *El Mercado del cine en EEUU*. ICEX.

Raposo, M. (s.f). *El desafío de fomentar y consolidar la industria cinematográfica*.

Universidad de Palermo

https://www.palermo.edu/economicas/pdf_economicas/pdfs_centrodeentretenim

[ientosymedios/Desafiodeaumentarla_participacionnacional_v5.pdf](https://www.palermo.edu/economicas/pdf_economicas/pdfs_centrodeentretenim)

Rojas, L. (28 de Diciembre de 2016).*Estas son las 48 Películas Peruanas que se*

estrenaron el 2016.

Cinencuentro.<http://www.cinencuentro.com/2016/12/28/estas-son-las-47->

[peliculas-peruanas-que-se-estrenaron-el-2016/](http://www.cinencuentro.com/2016/12/28/estas-son-las-47-peliculas-peruanas-que-se-estrenaron-el-2016/)

Romero, E. L. (2 de enero del 2010). La taquilla de EEUU batió en el 2009 el récord de recaudación. El Periódico. <https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20100102/la-taquilla-de-eeuu-batio-en-el-2009-el-record-de-recaudacion-210472>

Rostworowski, M. (1983). *Estructuras Andinas del Poder: Ideología Religiosa y Política*. Instituto de Estudios Peruanos.

Rostworowski, M. (1988). *Historia del Tahuantinsuyu*. Instituto de Estudios Peruanos.

Sánchez Tejada, A. (20 de Marzo de 2017). *Contenidos en el cine regional de Ayacucho y Puno en el siglo XXI* [Tesis de maestría]. Pontificia Universidad Católica del Perú. Repositorio institucional PUCP.

<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/6738>

Sridharan (s.f.). *Blumler And Katz Uses And Gratifications Theory*.

<https://thinkinsights.net/strategy/gratifications-theory/#uses-and-gratification-theory>

Toro Montalvo, C. (2006). *Mitos y Leyendas del Perú: Costa*. Editorial Cultura Peruana.

Toro Montalvo, C. (2006). *Mitos y Leyendas del Perú: Selva*. Editorial Cultura Peruana.

Toro Montalvo, C. (2006). *Mitos y Leyendas del Perú: Sierra*. Editorial Cultura Peruana.

Ultracine. *Competitive Reports*.

http://www.ultracine.com/competitivereports/index_competitive.php

IX.- ANEXOS

A.- MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES
¿De qué manera la utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en el cine comercial favorece la internacionalización de las películas nacionales?	Determinar de qué manera la utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en el cine favorecen la internacionalización de las películas nacionales.	Los elementos culturales prehispánicos peruanos en el cine favorecen la internacionalización de las películas nacionales.	<p>Variable independiente -Los elementos culturales prehispánicos peruanos en el cine.</p> <p>Variable dependiente - Internacionalización de las películas nacionales</p>
Problemas específicos	Objetivos Específicos	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	
*¿De qué manera la utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en la banda sonora favorece la internacionalización de las películas nacionales?	*Analizar de qué manera la utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en la banda sonora favorecen la internacionalización de las películas nacionales.	*La utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en la banda sonora favorecen la internacionalización de las películas nacionales.	
*¿De qué manera la utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en la escenografía favorece la internacionalización de las películas nacionales?	*Analizar de qué manera la utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en la escenografía favorecen la internacionalización de las películas nacionales.	*La utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en la escenografía favorecen la internacionalización de las películas nacionales.	
*¿De qué manera la utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en el guión favorece la internacionalización de las películas nacionales?	*Analizar de qué manera la utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en el guión favorecen la internacionalización de las películas nacionales.	*La utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en el guión favorecen la internacionalización de las películas nacionales.	
*¿De qué manera la utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en la caracterización de personajes favorecen la internacionalización de las películas nacionales?	*Analizar de qué manera la utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en la caracterización de personajes favorecen la internacionalización de las películas nacionales.	*La utilización de los elementos culturales prehispánicos peruanos en la caracterización de personajes favorecen la internacionalización de las películas nacionales.	

B.- OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM
Elementos culturales prehispánicos peruanos en el cine comercial	Video comercial	Calidad del video	Muy buena
			Buena
			Regular
			Mala
		Temática	Muy interesante
			Interesante
			Poco interesante
			Nada interesante
		Comercialización	Muy comerciable
			Comerciable
			Poco comerciable
			Nada comerciable
	Elementos culturales	Percepción de la banda sonora	Muy perceptible
			Medio perceptible
			Poco perceptible
			Nada perceptible
		Percepción de la escenografía	Muy perceptible
			Medio perceptible
			Poco perceptible
			Nada perceptible
Percepción de elementos en el guión		Muy perceptible	
		Medio perceptible	
		Poco perceptible	
		Nada perceptible	
Percepción en la caracterización de los personajes		Muy perceptible	
		Medio perceptible	
		Poco perceptible	
		Nada perceptible	
Internacionalización de las películas nacionales.	Espectadores extranjeros	Género	
		Procedencia	
	Preferencias de los encuestados	Mujeres	
		Hombres	

C.- VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Datos personales de los validadores				
Expertos	Nombre	Profesión	Lugar de trabajo	Cargo
Experto 1	Roberto Ochoa	Periodista	Grupo La República	Editor multiplataforma
Experto 2	Fiorella Espinoza	Comunicadora	UNFV	Docente audiovisual
Experto 3	Carlos Rejano	Comunicador	USIL y Domestika	Docente audiovisual
Experto 4	Rogger Vergara	Cineasta	La Taberna Studios	Guionista / Director
Experto 5	Ángela Vera	Montajista	Tondero Producciones	Montajista
Experto 6	Nataly Vergara	Directora de arte, guionista	La Taberna Studios	Directora de arte, guionista, productora

Resumen de validación de expertos								
Criterios	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4	Experto 5	Experto 6	Sumatoria	Promedio
1	90	90	95	95	93	80	544	91
2	95	85	95	100	96	85	558	93
3	90	85	95	95	90	90	548	91
4	90	91	95	100	82	90	552	92
5	95	99	95	100	75	85	554	92
6	92	90	95	98	87.2	86	554.2	92

D.- MODELO DE INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN

Dentro de los recuadros escribir los valores del “0” al “100” según la apreciación personal:

Del 100 al 91 = EXCELENTE Del 90 al 81 = MUY BUENO Del 80 al 61 = BUENO

Del 60 al 41 = REGULAR Del 40 al 0 = DEFICIENTE

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA				
	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
	Colocar un valor del 91 al 100	Colocar un valor del 81 al 90	Colocar un valor del 61 al 80	Colocar un valor del 41 al 60	Colocar un valor del 0 al 40
Criterio 1. Presentación del instrumento					
Criterio 2. Calidad de redacción de los ítems					
Criterio 3. Pertinencia de las variables con los indicadores					
Criterio 4. Relevancia del contenido					
Criterio 5. Factibilidad de aplicación					

Apreciación Cualitativa

Observaciones:

Validado por : _____ Profesión : _____

Lugar de trabajo : _____

Cargo que desempeña : _____

Fecha: ____ / ____ / ____

Firma: _____

E.- Experto 1: Roberto Ochoa-Berreteaga

Responses cannot be edited

Instrumento para la validación de la encuesta

*** Required**

Dentro de los recuadros escribir los valores del "0" al "100" según la apreciación personal:
 Del 100 al 91 = EXCELENTE Del 90 al 81 = MUY BUENO Del 80 al 61 = BUENO
 Del 60 al 41 = REGULAR Del 40 al 0 = DEFICIENTE

(Criterio) PRESENTACIÓN DEL INSTRUMENTO *

90

(Criterio) CALIDAD DE REDACCIÓN DE LOS ÍTEMS *

95

(Criterio) PERTINENCIA DE LAS VARIABLES CON LOS INDICADORES *

90

(Criterio) RELEVANCIA DEL CONTENIDO *

90

(Criterio) FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN *

95

A continuación escribir su apreciación Cualitativa y Observaciones respecto a la encuesta observada

APRECIACIÓN CUALITATIVA *

Buena pero insuficiente

OBSERVACIONES *

La encuesta debería incluir preguntas con respuestas abiertas.

DATOS PERSONALES

Validado por *

Roberto Ochoa Berreteaga

Profesión *

Periodista

Lugar de trabajo *

Grupo La República

Cargo que desempeña *

Editor periodístico y multiplataforma

Colocar fecha de hoy *

MM DD YYYY

05 / 30 / 2019

F.- Experto 2: Fiorella Espinoza Gutierrez

Responses cannot be edited

Instrumento para la validación de la encuesta

* Required

Dentro de los recuadros escribir los valores del "0" al "100" según la apreciación personal:
Del 100 al 91 = EXCELENTE Del 90 al 81 = MUY BUENO Del 80 al 61 = BUENO
Del 60 al 41 = REGULAR Del 40 al 0 = DEFICIENTE

(Criterio) PRESENTACIÓN DEL INSTRUMENTO *

90

(Criterio) CALIDAD DE REDACCIÓN DE LOS ÍTEMS *

85

(Criterio) PERTINENCIA DE LAS VARIABLES CON LOS INDICADORES *

85

DATOS PERSONALES

Validado por *

FIORELLA ESPINOZA GUTIERREZ

Profesión *

COMUNICADORA AUDIOVISUAL

Lugar de trabajo *

UNFV

Cargo que desempeña *

DOCENTE AUDIOVISUAL

Colocar fecha de hoy *

MM DD YYYY

05 / 31 / 2019

(Criterio) RELEVANCIA DEL CONTENIDO *

91

(Criterio) FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN *

99

A continuación escribir su apreciación Cualitativa y Observaciones respecto a la encuesta observada

APRECIACIÓN CUALITATIVA *

LA ENCUESTA ESTA BIEN PLANTEADA, PORQUE BUSCA GENERAR QUE EL ENCUESTADO TRANSMITA LA SENSACIÓN QUE PRODUCE EL CORTOMETRAJE.

OBSERVACIONES *

AGREGAR POR LO MENOS DOS PREGUNTAS RELACIONADAS A LA SENSACIÓN QUE TRANSMITE EL MATERIAL.

G.- Experto 3: Carlos Rejano Peña

Responses cannot be edited

Instrumento para la validación de la encuesta

*** Required**

Dentro de los recuadros escribir los valores del "0" al "100" según la apreciación personal:
 Del 100 al 91 = EXCELENTE Del 90 al 81 = MUY BUENO Del 80 al 61 = BUENO
 Del 60 al 41 = REGULAR Del 40 al 0 = DEFICIENTE

(Criterio) PRESENTACIÓN DEL INSTRUMENTO *

95

(Criterio) CALIDAD DE REDACCIÓN DE LOS ÍTEMS *

95

(Criterio) PERTINENCIA DE LAS VARIABLES CON LOS INDICADORES *

95

(Criterio) RELEVANCIA DEL CONTENIDO *

95

(Criterio) FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN *

95

A continuación escribir su apreciación Cualitativa y Observaciones respecto a la encuesta observada

APRECIACIÓN CUALITATIVA *

Una encuesta bastante completa. No es muy larga y esto ayuda a que las personas puedan rellenarla rápidamente.

OBSERVACIONES *

Se podría sumar una pregunta más donde se proponga que le falta al video o que se podría añadir.

DATOS PERSONALES

Validado por *

Carlos Rejano

Profesión *

Comunicador audiovisual

Lugar de trabajo *

USIL y Domestika

Cargo que desempeña *

Docente y Country Manager

Colocar fecha de hoy *

MM DD YYYY

06 / 02 / 2019

H.- Experto 4: Rogger Vergara Adrianzen

Responses cannot be edited

Instrumento para la validación de la encuesta

*** Required**

Dentro de los recuadros escribir los valores del "0" al "100" según la apreciación personal:
 Del 100 al 91 = EXCELENTE Del 90 al 81 = MUY BUENO Del 80 al 61 = BUENO
 Del 60 al 41 = REGULAR Del 40 al 0 = DEFICIENTE

(Criterio) PRESENTACIÓN DEL INSTRUMENTO *

95

(Criterio) CALIDAD DE REDACCIÓN DE LOS ÍTEMS *

100

(Criterio) PERTINENCIA DE LAS VARIABLES CON LOS INDICADORES *

95

(Criterio) RELEVANCIA DEL CONTENIDO *

100

(Criterio) FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN *

100

A continuación escribir su apreciación Cualitativa y Observaciones respecto a la encuesta observada

APRECIACIÓN CUALITATIVA *

Está bien orientada a saber si el impacto del contenido e historia son factores de interés en el público.

OBSERVACIONES *

Tal vez consideraría saber qué es lo que más recuerdan o más llamó la atención, y qué elementos de los presentados son los que generan más interés.

DATOS PERSONALES

Validado por *

Roger

Profesión *

Cineasta

Lugar de trabajo *

La Taberna Studios

Cargo que desempeña *

Guionista/Director

Colocar fecha de hoy *

MM DD YYYY

06 / 02 / 2019

I.- Experto 5: Ángela Vera Temoche

Responses cannot be edited

Instrumento para la validación de la encuesta

*** Required**

Dentro de los recuadros escribir los valores del "0" al "100" según la apreciación personal:
 Del 100 al 91 = EXCELENTE Del 90 al 81 = MUY BUENO Del 80 al 61 = BUENO
 Del 60 al 41 = REGULAR Del 40 al 0 = DEFICIENTE

(Criterio) PRESENTACIÓN DEL INSTRUMENTO *

93

(Criterio) CALIDAD DE REDACCIÓN DE LOS ÍTEMS *

96

(Criterio) PERTINENCIA DE LAS VARIABLES CON LOS INDICADORES *

90

(Criterio) RELEVANCIA DEL CONTENIDO *

82

(Criterio) FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN *

75

A continuación escribir su apreciación Cualitativa y Observaciones respecto a la encuesta observada

APRECIACIÓN CUALITATIVA *

Práctica , comprensible, fácil de llenar

OBSERVACIONES *

--

DATOS PERSONALES

Validado por *

Angela Vera

Profesión *

Montajista cinematográfica - Edición audiovisual

Lugar de trabajo *

La Soga producciones/ Tondero producciones- Free lance

Cargo que desempeña *

Montajista

Colocar fecha de hoy *

MM DD YYYY

06 / 05 / 2019