

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



CULTURA VIVA: SERIE DOCUMENTAL DE LA COMUNIDAD NATIVA KICHWA WAYKU

Experiencia de dirección y realización de una serie minidocumental.

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

Edwin Raul Olaya Fernandez

Código 20150975

Asesor

Ángel Ricardo Vizcarra Cabrera

Lima – Perú
Marzo del 2023



CULTURA VIVA

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	VIII
ABSTRACT.....	IX
PRESENTACIÓN.....	X
CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES	1
1.1 Justificación del proyecto	1
1.1.1 Objetivos del proyecto	2
1.1.2 El documental y las redes sociales.....	3
1.2 Perfil del grupo objetivo	8
1.2.1 Casos referenciales.....	9
1.3 Cultura Viva: Serie documental de la comunidad nativa Kichwa Wayku	10
1.3.1 Capítulo 1: La pérdida del kichwa lamisto	11
1.3.2 Capítulo 2: Los jóvenes y la migración	11
1.3.3 Capítulo 3: El origen del Wayku	12
1.3.4 Capítulo 4: El Cántaro del Wayku	12
CAPÍTULO 2: REALIZACIÓN	13
2.1 Etapa de preproducción.....	13
2.1.1 Levantamiento de información	13
2.1.2 Propuesta de personaje.....	14
2.1.3 Realización del guion técnico y storyboard.....	14
2.1.4 Propuesta de planos.....	14
2.1.5 Propuesta de dirección de arte	18
2.1.6 Propuesta de dirección de foto.....	21
2.1.7 Propuesta de música.....	22
2.1.8 Propuesta de <i>moodboard</i>	23
2.1.9 Presupuesto total de Cultura Viva.....	23
2.2 Etapa de producción/rodaje.....	23
2.2.1 Primera fecha de grabación.....	23
2.2.2 Segunda fecha de grabación.....	25
2.2.3 Tercera fecha de grabación	26
2.2.4 Cuarta fecha de grabación.....	27
2.3 Etapa de posproducción	27

2.3.1	Imagen.....	27
2.3.2	Música y voz en <i>off</i>	28
CAPÍTULO 3: DISTRIBUCIÓN		29
3.1	Redes sociales de Cultura Viva.....	29
3.1.1	YouTube	29
3.1.2	Facebook	30
3.1.3	Instagram.....	31
3.2	Creación del plan de medios (anexo 4).....	32
3.2.1	Lanzamiento.....	33
3.2.2	Entrevistas.....	33
3.3	Resultados y logros conseguidos	33
3.3.1	Redes sociales – YouTube	34
3.3.2	Entrevista Elena Shupingahua – alcaldesa del Wayku	36
3.3.3	Entrevista Sonia Vela Lozano, regidora de la Provincia de Lamas y presidenta de la Comisión de Educación, Cultura, Turismo y Desarrollo Económico	37
3.3.4	Entrevista Raúl Olaya Fernández – Radio Millenium de Lamas.....	38
3.3.5	Difusión en los Medios de Comunicación	39
CAPÍTULO 4: LECCIONES APRENDIDAS		42
4.1	Preproducción de Cultura Viva.....	42
4.1.1	La importancia del trabajo de campo.....	42
4.1.2	Selección del personaje.....	42
4.1.3	La importancia de un presupuesto real y profesional	43
4.1.4	Equipo de producción	43
4.2	Producción o rodaje de Cultura Viva.....	44
4.2.1	Relación del director con el protagonista.....	44
4.3	Distribución del proyecto Cultura Viva	44
4.3.1	La importancia de un plan de medios o <i>gantt</i>	44
4.3.2	La importancia de las redes sociales	45
4.3.3	Entrevista y presentación a las autoridades regionales	45
REFERENCIAS.....		47
ANEXOS.....		49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Redes sociales más utilizadas.....	6
Figura 1.2 Aplicaciones de video más usado.....	6
Figura 1.3 Consumo diario de redes sociales	7
Figura 1.4 Consumo por horas de redes sociales.....	7
Figura 1.5 Combinación de redes sociales.....	8
Figura 2.1 Warmi de la comunidad nativa Wayku	14
Figura 2.2 Casas de la comunidad Nativa Wayku	15
Figura 2.3 Comunidad nativa Wayku – Lamas	15
Figura 2.4 Niños del Wayku	16
Figura 2.5 Estudiantes de Kichwa del pedagógico	16
Figura 2.6 Cesar Cachique – profesor de Kichwa	16
Figura 2.7 Segundo Sangama – estudiante de kichwa.....	17
Figura 2.8 Yeni de Cachique	17
Figura 2.9 Palabras en kichwa	17
Figura 2.10 Tacsha algodón con bividí.....	18
Figura 2.11 Pañuelo rojo del Wayku	18
Figura 2.12 Chumbe – correa tejida del Wayku	19
Figura 2.13 Polleras de las nativas del Wayku	19
Figura 2.14 Blusas de las nativas del Wayku	20
Figura 2.15 Pañuelos de las nativas del Wayku.....	20
Figura 2.16 Piso de tierra del Wayku	21
Figura 2.17 Luz de Día del Wayku.....	21
Figura 2.18 Luz en clave baja	22
Figura 2.19 <i>Moodboard</i> de Cultura Viva.....	23
Figura 2.20 Plaza de Armas del Wayku	24
Figura 2.21 Danza de los Nativos del Wayku	24
Figura 2.22 Entrevista a Cesar Cachique.....	25
Figura 2.23 Rodaje en la cocina de Cesar Cachique.....	25
Figura 2.24 Rodaje en la mesa de Cesar Cachique.....	26
Figura 2.25 Rodaje en el exterior de la casa de Cesar	26
Figura 2.26 Rodaje en las calles del Wayku.....	27

Figura 2.27 Rodaje en la sala de Cesar Cachique.....	27
Figura 3.1 Página Oficial de YouTube de Cultura Viva.....	30
Figura 3.2 Página Oficial de Facebook de Cultura Viva	31
Figura 3.3 Página oficial de Instagram de Cultura Viva.....	32
Figura 3.4 Reproducciones del primer capítulo de Cultura Viva	34
Figura 3.5 Comentarios del primer capítulo de Cultura Viva.....	35
Figura 3.6 Entrevista Elena Shupingahua, alcalde del Wayku.....	36
Figura 3.7 Entrevista Sonia Vela Lozano, regidora de Lamas	38
Figura 3.8 Entrevista Raúl Olaya Fernández – Radio Millenium.....	38
Figura 3.9 Post Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo San Martín.....	39
Figura 3.10 Post de Radio Millenium de Lamas	40
Figura 3.11 Post de Diario Selva de la región San Martín	41



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Escaletas de los capítulos de Cultura Viva	50
Anexo 2: Guion técnico y storyboard	51
Anexo 3: Presupuesto real y profesional	52
Anexo 4: Plan de redes o gantt del primer capítulo de Cultura Viva	53
Anexo 5: Trailer de Cultura Viva	54
Anexo 6: Primer capítulo de Cultura Viva	55
Anexo 7: Entrevistas a autoridades regionales de San Martín.....	56



RESUMEN

El presente proyecto documental Cultura Viva se ha realizado en la Comunidad Nativa Kichwa Wayku del distrito y provincia de Lamas, y cuyo objetivo principal es promover y difundir la Identidad Cultural de la familia kichwa hablante. El proyecto consiste en la producción de una serie de mini documentales con una duración entre 5 a 7 minutos de duración y será publicado en las redes sociales de YouTube, Facebook e Instagram. El primer capítulo titulado “La pérdida del kichwa lamisto” ya se encuentra publicado en las páginas oficiales, lo que ha generado bastante interés y preocupación en los espectadores de seguir conociendo e incentivando las tradiciones culturales de este grupo originario.

La población de la Comunidad Nativa Wayku, en la actualidad se encuentra en un proceso de aculturación con respecto a su identidad cultural, el cual tiene descendencia de los Chancas y Pocras. Las generaciones jóvenes han dejado de lado sus costumbres ancestrales como el idioma, la vestimenta y las celebraciones típicas de su comunidad, el cual los representa como una ciudad folklórica. Se ha observado que tienen vergüenza de hablar su lengua natal y prefieren comunicarse en castellano permitiendo la integración de la cultura occidental moderna; por lo que esto está perjudicando totalmente su cultura original.

Todo esto nos permite reflexionar sobre la problemática social que vive la Comunidad Nativa Wayku con la pérdida de sus tradiciones culturales y con el presente proyecto audiovisual se pretende contribuir en el mejoramiento y despegue cultural, social y económico de la referida comunidad.

Palabras clave: Aculturación, Identidad Cultural, Comunidad Nativa, Wayku, kichwa lamisto, serie documental.

ABSTRACT

This documentary project Cultura Viva has been carried out in the Kichwa Wayku Native Community of the district and province of Lamas, and whose main objective is to promote and disseminate the Cultural Identity of the Kichwa-speaking family. The project consists of the production of a series of mini documentaries with a duration between 5 to 7 minutes and will be published on the social networks of YouTube, Facebook and Instagram. The first chapter entitled "The loss of the Kichwa Lamisto" is already published on the official pages, which has generated a lot of interest and concern among viewers to continue learning about and encouraging the cultural traditions of this original group.

The population of the Wayku Native Community is currently in a process of acculturation with respect to its cultural identity, which has descendants from the Chancas and Pocras. The young generations have put aside their ancestral customs such as language, clothing and the typical celebrations of their community, which represents them as a folkloric city. It has been observed that they are ashamed to speak their native language and prefer to communicate in Spanish, allowing the integration of modern Western culture; so this is totally harming their original culture.

All this allows us to reflect on the social problems that the Wayku Native Community lives with the loss of its cultural traditions and with this audiovisual project it is intended to contribute to the improvement and cultural, social and economic takeoff of the aforementioned community.

Keywords: Acculturation, Cultural Identity, Native Community, Wayku, kichwa lamisto, documentary series.

PRESENTACIÓN

MATERIAL #1: Facebook: Cultura Viva - Serie documental de la Comunidad Kichwa Wayku

UBICACIÓN: <https://www.facebook.com/culturavivaminidocumental>

MATERIAL #2: Instagram: Cultura Viva Serie documental de la Comunidad Nativa Wayku (@cuturaviva_minidocumental)

UBICACIÓN: https://www.instagram.com/culturaviva_minidocumental/

MATERIAL #3: YouTube: Cultura Viva - Serie documental de Wayku

UBICACIÓN: <https://www.youtube.com/channel/UCe1E7ZPaWTq8kAV1g2YrAJg>

MATERIAL #4: Tráiler oficial de Cultura Viva - Serie documental de la Comunidad Nativa Wayku

UBICACIÓN: [Cultura Viva | Trailer Oficial](#)

MATERIAL #5: Primer Capítulo de Cultura Viva: La pérdida del kichwa lamisto

UBICACIÓN: [Primer Capítulo Cultura Viva: La pérdida del kichwa lamisto](#)

MATERIAL #6: *Moodboard* Mini Documental “Cultura Viva”

UBICACIÓN: [MoodBoard Tesis.jpg](#)

MATERIAL #7: Guion Técnico de Cultura Viva

UBICACIÓN: [Guion Técnico - Primer Capítulo Cultura Viva](#)

MATERIAL #8: Presupuesto Real y Profesional de Cultura Viva

UBICACIÓN: [Presupuesto Final Proyecto Cultura Viva](#)

MATERIAL #9: Plan de Redes de Cultura Viva

UBICACIÓN: [PLAN DE REDES CULTURA VIVA \(MINI DOCUMENTAL\)](#)



Capítulo 1: ANTECEDENTES

1.1 Justificación del proyecto

San Martín es uno de los departamentos con mayor índice de turistas debido a su cultura, paisajes, lugares turísticos, gastronomía, música típica, tradiciones y costumbres, que se encuentran en las diferentes provincias de la región. Según las estadísticas de arribos de visitantes nacionales a San Martín, el año 2018 se registró un crecimiento de 1.4 % comparado al año 2017 (Mincetur, 2022). Asimismo, pese a la pandemia, en el 2021 la región San Martín mostró una recuperación de un 84 % con respecto al 2020; y, de acuerdo a los reportes de los principales atractivos, durante los feriados largos de fin de año del 24 al 27 de diciembre y del 31 diciembre al 3 de enero del 2022, San Martín recibió aproximadamente 166 559 visitantes entre locales, nacionales y extranjeros (Gobierno Regional San Martín, 2022). Dentro de la región existen diversas comunidades nativas, una de las más conocidas es la comunidad nativa Kichwa Wayku, ubicada en la provincia de Lamas, primer pueblo de la selva y segundo del Perú denominado como “Pueblo con Encanto” (Mincetur, 2022). También, reconocido como uno de los mejores pueblos turísticos del mundo por la Organización Mundial de Turismo (OMT) (El Peruano, 2022).

Los nativos de la comunidad Kichwa Wayku son descendientes de los grupos étnicos Chancas y Pocras y son personas alegres y acogedoras. Durante mucho tiempo fueron reconocidos por conservar y mantener intactas sus antiguas costumbres y tradiciones culturales, inclusive la vestimenta y los trajes típicos que utilizan en su rutina diaria. Asimismo, de conservar su arquitectura con materiales que representan el sur del país, como el techo de tejas, estructuras de tapial y pisos de tierra. Sin embargo, desde hace muchos años, estas costumbres se han ido perdiendo en la comunidad nativa y ha afectado severamente a su identidad cultural. La generación joven es protagonista de esta cruda realidad que, hoy en día, viven los kichwa hablantes del Wayku, ya que, producto de la influencia externa de la tecnología y la modernidad, han dejado de lado las manifestaciones culturales de sus ancestros (por ejemplo, el no querer comunicarse con sus parientes o amigos en su idioma natural, el kichwa, no utilizar la vestimenta típica y, menos aún, ser parte de las celebraciones culturales). En un estudio de campo, se

comprobó que más del 30 % de jóvenes adultos entre 18 y 35 años ha dejado de lado sus costumbres y, como también manifiestan los abuelos del Wayku, la generación más joven ha dejado de lado sus costumbres ancestrales, tienen vergüenza de hablar el idioma e incluso la mayoría de estos siente desdén de utilizar la vestimenta típica u otros accesorios que los identifica como nativos de Lamas.

Es preocupante esta realidad dado que las autoridades del distrito y los mismos padres de familia, según los profesores del Wayku, poco o nada hacen para seguir conservando la variedad de costumbres, tradiciones y creencias, así como el idioma. Asimismo, según los educadores de la Escuela de Educación Superior Pedagógico Público Lamas, y bajo un estudio de observación, la gran mayoría de alumnos de la carrera de Educación Intercultural Bilingüe asiste a sus clases con una vestimenta que no corresponde a su carrera y menos aún a su identidad cultural: “Cuando ves a los alumnos con polo y pantalón jean asistiendo a clases, las personas no van a saber que es un alumno de la EIB, no se identifican”, manifiesta el profesor Cesar Cachique Amasifuén. Por otro lado, se está tratando de insertar palabras nuevas al idioma kichwa lamista, esto con el objetivo de estandarizarlo con el quechua amazónico, acciones con las que no están de acuerdo diversos profesores bilingües de la comunidad Wayku: ellos revelan que no recibieron ninguna capacitación y esto generaría una confusión en los alumnos del pedagógico.

1.1.1 Objetivos del proyecto

En el trabajo de campo, los profesores de la comunidad predicen que el idioma kichwa lamista desaparecerá en unos diez años producto de la falta de personas que dominan la lengua y están interesados en aprender. Es por ello que se creará un canal de YouTube donde se realizará cuatro minidocumentales que tengan el objetivo principal de promover y difundir la identidad cultural de la comunidad nativa Kichwa Wayku para que más personas, turistas nacionales e internacionales conozcan nuestro patrimonio cultural y destaquen las riquezas culturales que posee. Los cuatro capítulos de esta serie documental abordan diversas situaciones, pero con base en un mismo tema que es la pérdida de las costumbres ancestrales. Asimismo, más allá de mostrar imágenes audiovisuales de los pobladores y sus tradiciones, el propósito es comunicar la problemática social y buscar un cambio en la comunidad nativa Wayku.

Por otro lado, este proyecto tiene como objetivo específico revalorar las tradiciones y costumbres de la comunidad nativa Wayku. Es decir, darle mayor importancia a lo nuestro, conocer primero los lugares más recónditos del país, descubrir otras realidades que muchos desconocen y se están perdiendo por priorizar otras actividades extranjeras. Asimismo, nos motiva el poder contribuir al turismo nacional que, durante la época de la pandemia, ha sido una de las industrias más afectadas en el país y que poco a poco se está restaurando. Por otro lado, como segundo objetivo específico se busca visibilizar la problemática social de la comunidad nativa Wayku en el siglo XXI. Es decir, más allá de mostrar imágenes audiovisuales de los pobladores y sus tradiciones, el propósito es comunicar la problemática social que están viviendo estos últimos años y buscar un cambio en esta comunidad. Si bien es cierto, en este lugar debería de predominar el kichwa lamisto, muchas de las personas en diferentes actividades sociales, políticas o de compra y venta le dan mayor importancia al castellano, lo mismo sucede con la vestimenta, en las calles se logra observar un menor número de personas con la ropa tradicional que forma parte de su cultura. Todo esto tiene una consecuencia: cuando los turistas nacionales o internacionales visitan este grupo étnico y ven que no transmiten sus raíces culturales, es fácil de integrar costumbres y gustos de otra cultura.

1.1.2 El documental y las redes sociales

El documental es un género del cine y *es el ojo a través del cual vemos representada una realidad* (Bruzzi, 2000). Como acto de representación tiene dos cualidades: la primera es que nos conduce a una forma clásica del realismo, y la segunda es que conduce también a una forma retórica. El documental utiliza la retórica en la capacidad de credibilidad que se obtiene a partir del encuadre, el ángulo, la iluminación, el montaje y el sonido, además del compromiso de la libertad de expresión en el cual este género cumple un rol muy importante para la creación de la opinión e interpretación del público. Por el lado del realismo, nos permite conocer hechos que suceden actualmente en nuestra sociedad y en los lugares más recónditos de nuestro país. Por lo tanto, tener en cuenta este concepto para hacer un documental y contar una historia de vida real, como es el caso de la pérdida del idioma en la comunidad nativa Kichwa hablante Wayku es importante porque abre

los ojos de los espectadores y nos ayuda a descubrir realidades no antes vista en otros formatos.

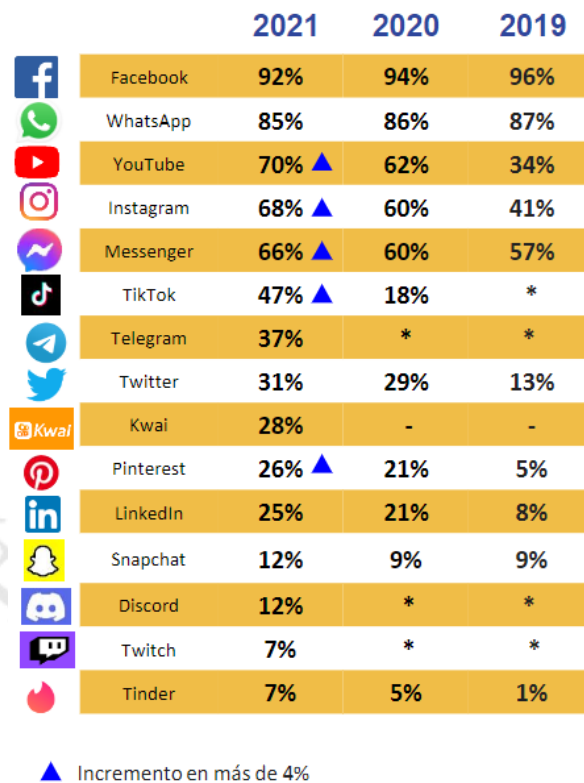
Asimismo, el proyecto Cultura Viva hace uso del documental seriado. Entendemos por esto un conjunto de unidades documentales, de estructura y contenidos homogéneos, el cual nos permite contar diversas historias y situaciones de un mismo problema o trama, pero con el reto de cumplir un mismo objetivo, en este caso, de promover y difundir la identidad cultural de una comunidad nativa que en los últimos años está perdiendo sus tradiciones y costumbres ancestrales. Esta serie documental nos ayuda a mantener la atención del espectador y generar intriga en sus emociones, a comparación de realizar un solo producto audiovisual. Para mantener tal interés en el espectador, la tendencia mayoritaria es abordar temas relacionados con asuntos sociales, familiares, grupos de amistad y escuela, de tal forma que se sientan identificados al ver los capítulos. Para reforzar aún más la relación entre el espectador y la serie, se destacan problemas cotidianos a modo de episodios (Vila y Brea, 2012). Es por ello que este proyecto social aborda diferentes situaciones en el Centro Poblado Wayku; la principal ventaja es crear vínculos no solo con todos los personajes que aparecen, sino también con los diversos problemas y escenarios. De esa manera se genera también una alta implicación del público a través de la identificación imaginaria, es decir, con los conflictos existenciales planteados. Otra de las ventajas es fidelizar al espectador a través de una trama completa que capte su atención y le genere expectativa. Por otra parte, la virtud del sector audiovisual es que está vinculado con la actividad de viajar, brindar la oportunidad de descubrir y trasladarse a otros lugares y escenarios, en otras palabras, observar otras realidades, tal es el caso de vivir la cultura de esta etnia kichwa lamisto. Finalmente, de la combinación del cine y el turismo surge un nuevo tipo de turista, el denominado set-jetter (de la combinación de set 'escenario, y jet, 'volar') cuya motivación de viaje es desplazarse a un destino visionado en una película o serie audiovisual que les ha impresionado (Vila y Brea, 2012).

Otra característica de este género es la entrevista, *el alma del cine documental* (Bruzzi, 2000). Este recurso cinematográfico es importante porque con él obtenemos información: si lo que se pretende es dar a conocer una situación de una comunidad se necesita que los protagonistas sean los que hablen, que profundicen en evidencias más personales el problema que viene sucediendo. En esta parte, César Cachique, protagonista del primer capítulo, fue entrevistado en diversas ocasiones y etapas del rodaje para

declarar la situación que vive su idioma ancestral y el esfuerzo que hace para mantenerlo vivo, para esto las entrevistas se realizaron en su casa, de tal forma que al hablar se pueda sentir seguro y cómodo. La ventaja de la entrevista es que estás en una comunicación constante y duradera con tu protagonista, es decir, se tocan diversos temas de manera que buscamos profundizar de ellos hasta el punto de hablar asuntos personales y familiares; esto permite conseguir confianza entre el director y el actor, porque no solo conocemos su vida personal y familiar, sino también nos facilita en la realización del documental.

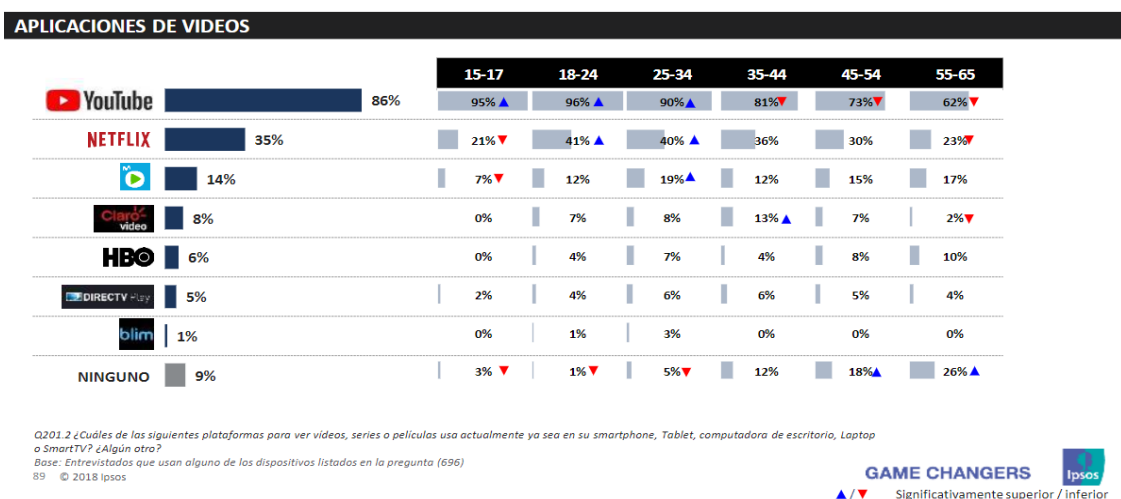
Por otro lado, los cuatro capítulos de la serie documental Cultura Viva tendrá una duración de 5 a 7 minutos y será compartida en las páginas oficiales de YouTube, Facebook e Instagram, ya que se estima que existe 13.8 millones de usuarios de redes sociales, lo cual representa el 80 % de usuarios entre 18 y 70 años del Perú, a nivel país representa el 42 % de la población (Ipsos, 2021). Según estudios realizados, las actividades que más hacen en internet es usar las redes sociales (77 %): Facebook (92 %) es el aplicativo de preferencia que tienen instalado en sus celulares, seguido por YouTube (70 %) e Instagram (68 %). Otra actividad, no menos importante, es ver series, películas y videos (68 %). Es por ello que una de las aplicaciones de video que más prefieren los adultos jóvenes es YouTube (86 %) (Ipsos, 2018). Asimismo, los dispositivos de acceso a las redes sociales son el smartphone (71 %) y la laptop (53 %). Estos porcentajes son positivos para la reproducción y difusión de la serie documental, no solo porque haya un gran porcentaje del público que esté conectado a las redes y que tenga a YouTube como principal medio de video, sino también porque los dispositivos de mayor acceso les permiten ingresar a estas aplicaciones en el lugar que estén y al lugar que se dirijan.

Figura 1.1 Redes sociales más utilizadas



Nota. De Perfil del usuario de redes sociales, por Ipsos, 2021 (<https://marketingdata.ipsos.pe/user/miestudio/2617>).

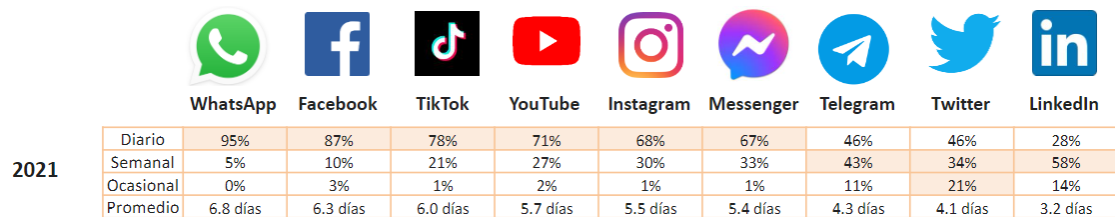
Figura 1.2 Aplicaciones de video más usado



Nota. De Consumo de medios de comunicación digitales y tradicionales, por Ipsos, 2018 (<https://marketingdata.ipsos.pe/user/miestudio/2519>).

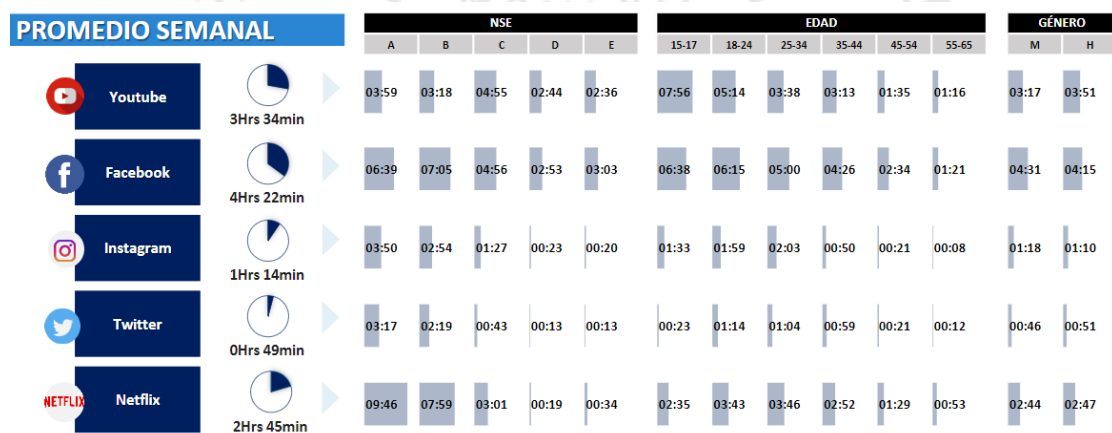
Por un lado, es importante señalar el uso diario que le dan a las redes sociales, si bien el WhatsApp (95 %) se presenta como la aplicación de mayor uso, el Facebook (87 %), el YouTube (71 %) y el Instagram (68 %) (Ipsos, 2021) son las plataformas que también tiene un alto porcentaje de empleo en la rutina diaria de este público. Es decir, de los siete días de la semana, 6 de ellos se encuentran conectados e interactuando con sus amistades, viendo videos, fotografías y reaccionando a publicaciones. Por otro lado, Facebook es el medio digital en el que más horas a la semana se invierte, siendo el NSE B el principal público que consume 7 horas a la semana; del mismo modo, en lo referido a YouTube, el principal público pertenece al NSE A, alcanzando las 4 horas a la semana (Ipsos, 2018). Esto permite que las probabilidades de visibilidad de los documentales sean mayores y devengan en resultados exitosos.

Figura 1.3 Consumo diario de redes sociales



Nota. De Perfil del usuario de redes sociales, por Ipsos, 2021 (<https://marketingdata.ipsos.pe/user/miestudio/2617>).

Figura 1.4 Consumo por horas de redes sociales



PROMEDIO GENERAL: Se incluye en el promedio a todos los entrevistados, incluso a quienes no consumen cada medio listado. Para ellos se asigna un valor 0 en el tiempo de consumo.

31 © 2018 Ipsos

GAME CHANGERS Ipsos

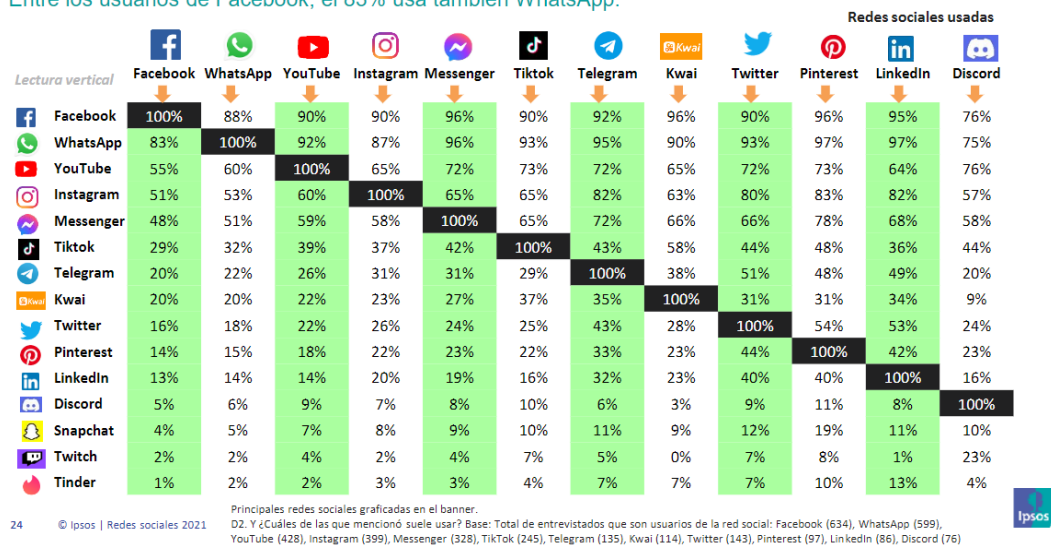
Nota. De Perfil del usuario de redes sociales, por Ipsos, 2021 (<https://marketingdata.ipsos.pe/user/miestudio/2617>).

Asimismo, es fundamental considerar la combinación que tienen las plataformas entre ellas: los usuarios de Facebook usan también YouTube (55 %), los usuarios de WhatsApp también van a Facebook (88 %), y los usuarios de Instagram usan también YouTube (65 %) (Ipsos, 2021). Esto permite que todas estas redes sociales estén conectadas entre sí al momento de compartir los minidocumentales y tengan como destino las páginas oficiales de Cultura Viva.

Figura 1.5 *Combinación de redes sociales*

COMBINACIÓN DE REDES SOCIALES ENTRE USUARIOS

Entre los usuarios de Facebook, el 83% usa también WhatsApp.



Nota. De Perfil del usuario de redes sociales, por Ipsos, 2021 (<https://marketingdata.ipsos.pe/user/miestudio/2617>).

1.2 Perfil del grupo objetivo

Es una oportunidad para demostrar a las autoridades locales y a todos los kichwa hablantes de distintas generaciones que la población en general ha descuidado la preservación de su identidad cultural y con ello han impactado negativamente a la actividad turística, así como a las generaciones más jóvenes que están creciendo dentro de la comunidad y dejando de lado sus raíces, las cuales los diferencia y los hace únicos. Asimismo, para dar a conocer a todos los peruanos que dentro del país existen diversas culturas nativas con diferentes idiomas y costumbres que se están perdiendo producto del desconocimiento y la falta de atención. Para ello, este piloto de mini documental estará dirigido principalmente a todos aquellos jóvenes adultos de 21 a 35 años de edad, el cual representa el 24 % de la población peruana y considerando que son una generación digital

el 73 % utiliza las redes sociales para ver videos, especialmente en Facebook (Ipsos, 2020). Asimismo, el 37 % de esta generación considera que las películas dentro de la parrilla digital son el segundo tipo de contenido más visto. Esta no es una tendencia para nada reciente, y responde a la intención del público por buscar en el medio una distracción o entretenimiento. Es así como la mayoría de las personas disfruta de ver un poco de todo, pero manifiestan tener alguna predilección por cierto tipo de películas. Lo curioso es que el favoritismo está relacionado con la edad de los cinéfilos televidentes: el adulto joven prefiere el género de comedia/humor, seguido por el género policial y de artes marciales; por otro lado, está el adulto mayor que prefiere el género de acción y el policial. Aunque la preferencia por el documental sea ínfima, es una oportunidad para que este público cinéfilo disfrute una historia de hechos de la vida real (Álvarez, 2018).

Por otro lado, un público secundario a este proyecto documental son todos aquellos vacacionistas nacionales que en promedio tienen 38 años de edad y cuentan con instrucción superior. Estas personas tienen como principal motivación descansar y relajarse (40 %) en los espacios que visitan; otros motivos frecuentes son conocer nuevos lugares y divertirse, principalmente entre los más jóvenes (18 %). Si bien este público gusta de conocer atractivos turísticos que no suelen ver en la ciudad, existe un porcentaje ínfimo (2 %) que tiene la intención de conocer otras costumbres (Promperú 2016).

1.2.1 Casos referenciales

Así como este proyecto existen otros canales de YouTube que tienen el propósito de promover diversas culturas nativas en todo el mundo para que más personas las conozcan y se animen a experimentar un poco de sus costumbres y actividades. En primer lugar, está el canal *Alan x por el mundo*. Este joven mexicano dejó su carrera de actor para tomar la decisión de viajar por el mundo, compartir lo que sus ojos han tenido la oportunidad de ver y sobre todo inspirar a viajeros experimentados o potenciales a que salgan a recorrer el planeta y conozcan más allá de su zona de confort. La manera en que puede aportar sus videos a este proyecto es que la forma de contar sus historias tiene ese tono documentalista, ya que sus planos son bastante ilustrativos y captura todas las actividades que realiza dicha comunidad o ciudad. Asimismo, la forma de narrar es bastante interactiva y engancha con el público espectador, debido a que utiliza la cámara en mano en sus conversaciones con las personas; por el lado técnico, la gran mayoría de

sus tomas son hechas con dron, esto para capturar los planos generales y ubicar al espectador; finalmente, los movimientos de cámara y la edición le dan también ese tono cinematográfico.

En segundo lugar, está la cuenta *Traveleras*, conformada por un par de chicas llamadas Sheyla y Nelyda, dos jóvenes peruanas que hablan el idioma quechua a la perfección. Años atrás ganaron un concurso a mejor reportaje en el Perú y desde allí comenzaron a crear contenido para su cuenta oficial. Actualmente viajan por todo el país con la misión de revalorar el quechua en los lugares que visitan, realizar reportajes y conocer más de las ciudades y sus habitantes. Este proyecto aporta a la investigación de forma que ayuda a conocer diferentes culturas nativas o ciudades alejadas del país que las personas aún no se atreven a visitar.

Por último, tenemos al artista y fotógrafo Yayo López, quien hace un par de años presentó una colección de retratos de nombre *Belleza peruana*, un trabajo fotográfico en el que se observa la historia de las mujeres peruanas de distintas edades, contextos, ideas y características físicas, desafiando las nociones de belleza que imperan en Occidente: “*Toda la serie cuenta la historia de nuestra diversidad, una virtud que es cada más apreciada por todos nosotros*”, explicó Yayo. Algo que se rescata de su proyecto es que abre su visión como fotógrafo y resalta la belleza que existe en todo el país sin ningún tipo de estereotipo o prejuicio.

1.3 Cultura Viva: serie documental de la comunidad nativa Kichwa Wayku

Cultura Viva es un proyecto documental que tiene como objetivo principal promover y difundir la identidad cultural de la comunidad nativa Kichwa Wayku. Se realizará la producción de una serie de cuatro minidocumentales que tendrán una duración entre cinco a siete minutos, en los cuales se abordará diferentes situaciones, pero con una misma problemática: la pérdida de la cultura Wayku. La principal plataforma por la que será publicado el material audiovisual será YouTube; además, se realizará la difusión previa y pospublicación en las páginas oficiales de Facebook e Instagram de Cultura Viva, según las fechas programadas del plan de redes. El primer capítulo tuvo como fecha de lanzamiento el 18 de febrero de 2023 a las 18:00 horas. La información y resultados estarán en el punto de distribución.

El primer capítulo presenta la historia de César Cachique, un profesor nativo que intenta mantener viva la lengua kichwa lamisto ante el rechazo de la generación joven. El segundo nos muestra las acciones que realiza la Escuela de Lamas para valorar esta cultura ante la búsqueda de los jóvenes por una mejor calidad de vida. El tercer capítulo exhibe el problema de estandarizar el idioma kichwa con el amazónico y cómo un grupo de profesores busca dialogar para preservar su idioma. En el último capítulo, presentamos las acciones de las autoridades regionales para mantener las tradiciones culturales del Wayku e incentivar el turismo cultural de esta comunidad. Consideramos que este patrón de situaciones y acciones que logramos ver en cada capítulo resuelve nuestro objetivo, ya que busca conservar y promover las costumbres ancestrales que el legado de la primera generación del Wayku ha dejado. Asimismo, creemos en absoluto que estas cuatro historias hablan de lo importante que es trabajar la identidad cultural en la escuela, donde los jóvenes conozcan el porqué de las tradiciones y las vivan como momentos de alegría y devoción de la comunidad y se sientan honrados de recibir tan importante herencia. De igual manera, esta serie nos ayuda a comprender las raíces de las ideas de los familiares y las personas alrededor; cosas tan simples como celebrar las fiestas tradicionales, la vestimenta que se utiliza o el idioma que se emplea ayudan a que las generaciones jóvenes logren ser multiculturales y entiendan lo que realmente es valioso en su vida personal. El aprendizaje de nuestra cultura y la tradición enriquecen el conocimiento de los jóvenes y les ayuda a desarrollar muchas ventajas a lo largo de su vida.

A continuación, describimos las sinopsis de cada capítulo de la serie documental Cultura Viva. Las escaletas estarán en el Anexo 1.

1.3.1 Capítulo 1: La pérdida del kichwa lamisto

Cesar Cachique, profesor nativo del Wayku, se encuentra preocupado por el idioma kichwa lamisto perteneciente a sus descendientes, el cual está siendo dejado por las nuevas generaciones. Por lo tanto, propondrá ciertas estrategias para mantener vivo el idioma.

1.3.2 Capítulo 2: Los jóvenes y la migración

Las generaciones jóvenes de la comunidad nativa Wayku en los últimos años vienen dejando de lado sus tradiciones étnicas y culturales para buscar una mejor calidad

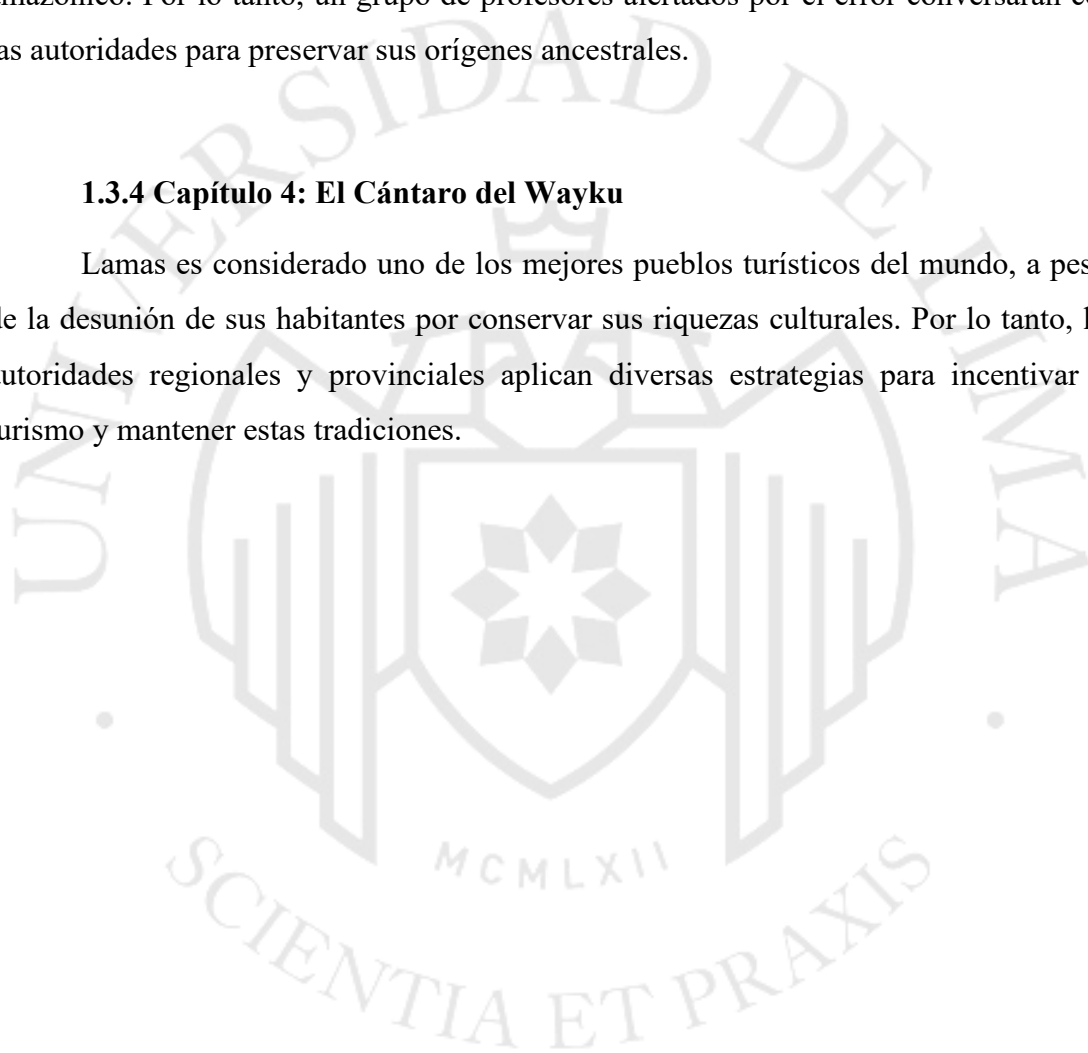
de vida. Es por ello que la Escuela Superior de Lamas pondrá en marcha iniciativas para revalorar esta cultura.

1.3.3 Capítulo 3: El origen del Wayku

Durante muchos años, el kichwa lamisto ha sido la lengua oficial de la comunidad nativa Wayku, pero hace un tiempo buscan estandarizar el idioma con el quechua amazónico. Por lo tanto, un grupo de profesores alertados por el error conversarán con las autoridades para preservar sus orígenes ancestrales.

1.3.4 Capítulo 4: El Cántaro del Wayku

Lamas es considerado uno de los mejores pueblos turísticos del mundo, a pesar de la desunión de sus habitantes por conservar sus riquezas culturales. Por lo tanto, las autoridades regionales y provinciales aplican diversas estrategias para incentivar el turismo y mantener estas tradiciones.



Capítulo 2: REALIZACIÓN

La serie minidocumental Cultura viva se ha realizado a través de 4 etapas, las cuales serán detalladas en los siguientes párrafos.

2.1 Etapa de preproducción

2.1.1 Levantamiento de información

En este proceso se realizó una exploración del lugar meses antes del rodaje. Se llevaron a cabo 2 visitas por semana a la comunidad nativa Wayku. Primero, para descubrir el acceso al lugar y la distancia a la que se encuentra; descubrimos que el acceso es libre y el tiempo de viaje es corto. Se determinaron también los lugares exactos para realizar el rodaje: calles, colegios, miradores, casas y parques de la zona. La segunda visita fue para comprobar la accesibilidad de las personas, es decir, si no tienen inconvenientes de ver a una persona grabando alrededor de su espacio, ya que cuidan bastante la riqueza cultural de su comunidad.

Asimismo, en esta etapa se realizó una investigación para conocer al público objetivo al cual nos vamos a dirigir con el minidocumental, es decir, sus gustos, preferencias de género, de redes sociales y formas de entretenimiento. Se escogió como público principal al joven adulto de entre 21 y 35 años, considerando que son una generación digital que se conecta diariamente a internet y que frecuentemente utiliza las redes sociales para ver videos, fotografías, reaccionar y compartir publicaciones. Además, tenemos como público secundario al turista nacional, el cual le gusta viajar y visitar otras culturas del país.

Por un lado, se buscó a un equipo de producción preprofesional que se dedique a la fotografía o grabación de videos en el mismo distrito de Lamas, ya que el presupuesto del proyecto no podía contar con equipos o comunicadores profesionales. Por otro lado, la financiación priorizó el pago al protagonista, al fotógrafo, pasajes y alimentación. Se había previsto visitar al protagonista 2 veces por semana, una de ellas para conversar y orientarlo para la siguiente grabación, y la segunda netamente para el rodaje y alimentación de los personajes, en caso esto fuese requerido.

2.1.2 Propuesta de personaje

Se realizó una investigación de campo en la misma comunidad para seleccionar al protagonista de la historia. El equipo conversó con diversos habitantes del lugar quienes ya tienen bastante tiempo viviendo en el Wayku y se consideró la opinión de los jóvenes acerca de los perfiles de algunas propuestas. Al final, más allá del profesionalismo y buen desenvolvimiento, en este primer capítulo se priorizó la buena reputación y conexión sentimental del personaje con los espectadores y pobladores del Wayku, ya que el propósito de la historia era identificar a muchos de los habitantes de la comunidad Wayku.

2.1.3 Realización del guion técnico y storyboard

El siguiente cuadro del guion técnico y storyboard se encuentra en el Anexo 2.

2.1.4 Propuesta de planos

Gran plano general: este plano se utilizó especialmente para las tomas áreas de la comunidad nativa El Wayku, ya que cumple la función de contextualizar y ubicar al espectador sobre dicho lugar. Este encuadre se utilizó para la introducción del minidocumental y para esto se empleó un dron, con el cual se realizaron movimientos de cámara como el trávelin.

Figura 2.1 *Warmi de la comunidad nativa Wayku*



Figura 2.2 Casas de la comunidad nativa Wayku



Figura 2.3 Comunidad nativa Wayku – Lamas



Plano conjunto: en este tipo de plano se realizaron las entrevistas al protagonista, recorridos de personajes secundarios y otras acciones dentro y fuera de un ambiente cerrado. Asimismo, en este plano se ha dado primacía a la inmovilización interna del encuadre cuando se grababan las entrevistas al protagonista u otros personajes. Esto con el objetivo de no perder la calidad visual y no distraer al espectador con otros elementos. Por otro lado, también se utilizó el desplazamiento dentro del campo visual, es decir, se han grabado algunas danzas, caminatas, vehículos en las calles; todo esto para otorgar dinamismo a la historia.

Figura 2.4 *Niños del Wayku*



Figura 2.5 *Estudiantes de Kichwa del pedagógico*



Plano busto: fue utilizado específicamente en las entrevistas para denotar las expresiones faciales y convocar a la interioridad del personaje, lo cual permite observar la intimidad a través del gesto y la mirada. También se aplicó con un ángulo frontal y de perfil para que, de igual manera, se logre percibir el testimonio de dicho personaje.

Figura 2.6 *Cesar Cachique – profesor de Kichwa*



Figura 2.7 Segundo Sangama – estudiante de kichwa

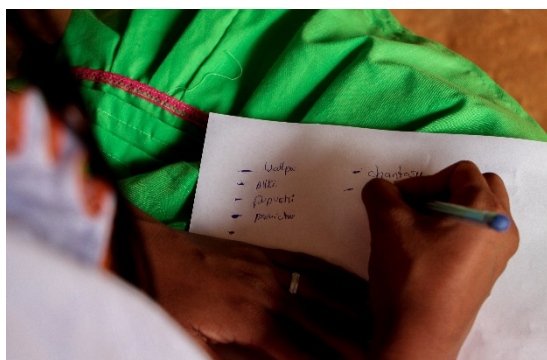


Figura 2.8 Yeni de Cachique



Plano detalle: en este tipo de plano se grabaron algunas acciones de los personajes como, por ejemplo, la mano escribiendo en el cuaderno o el plumón escribiendo en la pizarra. Esto con el objetivo de observar a detalle la figura humana en un tamaño muy pequeño.

Figura 2.9 Palabras en kichwa



2.1.5 Propuesta de dirección de arte

En esta propuesta se prioriza utilizar la vestimenta típica de la familia kichwa de la Comunidad nativa Wayku. Por un lado, la vestimenta de los nativos presenta un pantalón color negro remangado llamado wara, también un tacsha algodón o fila botón de color negro con una fila de botones en el pecho de diferentes colores que representa a la camisa. Asimismo, utilizan un bividí blanco o celeste dependiendo de su costumbre ancestral. Además, el nativo porta en la cabeza un pañuelo generalmente rojo que representa la sangre derramada por sus ancestros guerreros, así como otros colores fuertes y saturados.

Figura 2.10 Tacsha algodón con bividí



Figura 2.11 Pañuelo rojo del Wayku



También utilizan una pretina o correa tejida por ellos mismos llamada chumbe, ceñidor importante para diversos usos de los pobladores en las actividades de la comunidad. Estos son coloridos y diseñados a partir de animales silvestres. En las fotografías se observa unas pretinas de color entero y diseños de animales. Estos se encuentran destinados para usos casuales en su rutina diaria.

Figura 2.12 *Chumbe – correa tejida del Wayku*



Por otro lado, las nativas utilizan polleras en su día a día, las cuales son confeccionadas con tela tocuyo blanco que luego entra a un proceso de teñido con la llangua, tomando un color negro o azul oscuro. También hay polleras en otros colores: amarillo, verde, anaranjado, azul añil, turquesa, fucsia, entre otros. No obstante, estos colores se utilizan para las fiestas patronales o como vestimenta de gala. Asimismo, la nativa utiliza el color blanco para la blusa con decoraciones bordadas y grecas de diferentes colores en el pecho, y muy recogida en las mangas. Lleva pañuelos multicolores en la parte de la cintura y cintas de colores del arco iris en la cabeza. Según su cosmovisión, el arco iris representa la fertilidad.

Figura 2.13 *Polleras de las nativas del Wayku*



Figura 2.14 *Blusas de las nativas del Wayku*



Figura 2.15 *Pañuelos de las nativas del Wayku*



Por último, algunos nativos mantienen algunas manifestaciones culturales tales como andar descalzos por las calles o dentro de su casa, ya que también forma parte de su vestimenta. Toda esta descripción llena de riqueza folklórica está acompañada de características culturales, creencias y mitologías capaces de orientar la personalidad de cada uno de ellos, como también de tener el piso de tierra dentro de sus hogares, una característica típica de las construcciones de las ciudades del sur del país.

Figura 2.16 *Piso de tierra del Wayku*



2.1.6 Propuesta de dirección de foto

Se ha priorizado la iluminación en clave alta, imágenes con alta luminosidad que disminuyan las zonas de sombra en el campo visual hasta tornarse insignificantes. Por ejemplo, hay escenas que se grabaron en exteriores e interiores y se necesitaba visualizar todo el panorama que hay en el encuadre. Para eso la función de la luz ambiental y climática permitía la legibilidad de los personajes, de la escenografía y el mobiliario, pero también apreciamos las cualidades climáticas del entorno. Asimismo, se necesitó ver las expresiones del protagonista y demás personajes secundarios cuando se grabó en interiores; para eso nos propusimos utilizar la luz natural del mediodía, la cual entraba por las ventanas y puertas abiertas, siempre tratando de atenuar la luz dura. En las tomas de entrevistas con el protagonista se buscaba un ambiente con una luz semibaja y contrastada para darle un cierto significado de emoción y sentimentalismo.

Figura 2.17 *Luz de Día del Wayku*



Figura 2.18 *Luz en clave baja*



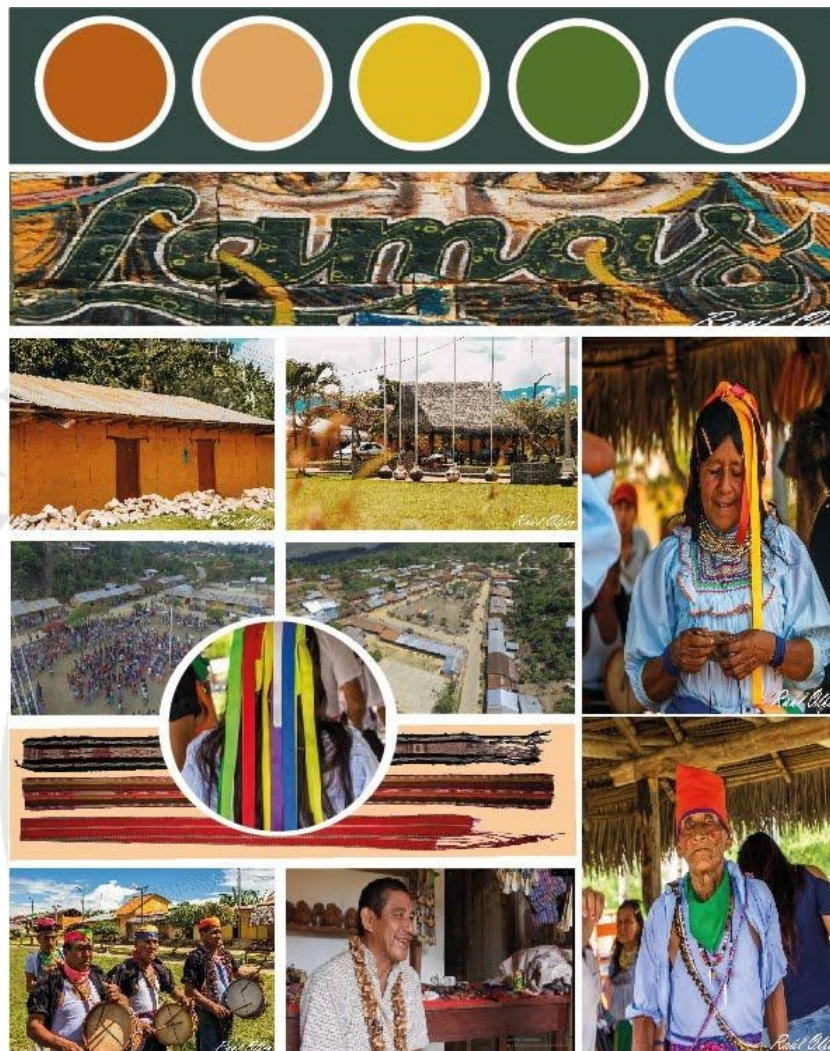
2.1.7 Propuesta de música

En la propuesta de música se invocó a artistas regionales de la ciudad de Tarapoto y de la ciudad de Lamas. Uno de ellos es Percy Aleksander, investigador y músico de la Pontificia Universidad Católica del Perú que durante muchos años ha investigado la música de los kichwa lamistos, también consideramos al conjunto típico “Los abuelos del Wayku” y la música típica de los Kichwa lamistos, es decir, las famosas danzas e instrumentales. Estos intérpretes son reconocidos en el departamento de San Martín por la fusión de diversos géneros en la música amazónica. A continuación, la lista de música de Cultura Viva.

- Danza – Motilones (fusión de música amazónica)
- Niña serrana (Cover) El Polen – Percy Aleksander
- Oriental Dream – Percy Aleksander (Single 2014)
- Música de los Kechwas Lamistas – El conjunto típico “Abuelos del Wayku”

2.1.8 Propuesta de *moodboard*

Figura 2.19 *Moodboard de Cultura Viva*



2.1.9 Presupuesto total de Cultura Viva

El cuadro del presupuesto total del proyecto se encuentra en el Anexo 3.

2.2 Etapa de producción/rodaje

2.2.1 Primera fecha de grabación

Esta primera fecha de rodaje comenzó a mediados de octubre del año 2020 en la comunidad nativa el Wayku. Se comenzó a grabar material de archivo, es decir, tomas de apoyo de las casas de la comunidad, de las personas, de las danzas, los bailes, entre otras más. Se aprovechó la luz del día para registrar los detalles de los elementos que iban a

salir en el campo visual, para esto se utilizó una cámara en mano y un dron para las tomas aéreas y planos generales de dicho lugar. Asimismo, se aprovechó para conversar con el protagonista y poder registrar su testimonio en video.

Figura 2.20 *Plaza de Armas del Wayku*



Figura 2.21 *Danza de los Nativos del Wayku*



2.2.2 Segunda fecha de grabación

En la segunda fecha de rodaje nos concentramos más en el testimonio del personaje principal y las diversas acciones y actividades que realizaba dentro de su casa. Por ejemplo, en esta etapa menciona la importancia de su familia, de sus clases virtuales y de su hermano, quien ya falleció pero le dejó un gran legado. Estas escenas, de igual forma, fueron grabadas en la cocina de la casa del protagonista, un lugar que se acercaba al estilo de las casas de la cultura Kichwa. En este caso, se utilizaron planos cerrados y ángulos frontales para las entrevistas, y tomas de apoyo de la vida cotidiana de la familia.

Figura 2.22 *Entrevista a Cesar Cachique*



Figura 2.23 *Rodaje en la cocina de Cesar Cachique*



Figura 2.24 *Rodaje en la mesa de Cesar Cachique*



2.2.3 Tercera fecha de grabación

En esta etapa convocamos a otros personajes que aporten a la historia. Fue el caso de los alumnos de la Escuela de Educación Superior Pedagógico Lamas, donde enseña el profesor Cesar Cachique. Ellos simularon diversas actividades que el protagonista contaba en su testimonio para poder mantener vivo el idioma oficial en su comunidad, como son las clases a las que asiste con su vestimenta típica, expediciones en las calles y visitas de los abuelos kichwa hablantes. Para este caso, se utilizó planos generales y conjuntos para registrar a todos los personajes y los lugares que visitaban.

Figura 2.25 *Rodaje en el exterior de la casa de Cesar*



Figura 2.26 *Rodaje en las calles del Wayku*



2.2.4 Cuarta fecha de grabación

En esta fecha final nos concentramos en el cierre del documental, donde el protagonista brinda un mensaje a todos los jóvenes de la comunidad. Para esto, se grabó dentro de su casa y en planos cerrados, de tal forma que el mensaje sea directo y frontal a todos los espectadores. Asimismo, se realizaron algunas tomas de apoyo que anteriormente mencionó en su testimonio.

Figura 2.27 *Rodaje en la sala de Cesar Cachique*



2.3 Etapa de posproducción

2.3.1 Imagen

En esta parte visual del documental lo que se busca es la naturalidad en los colores de cada elemento del campo visual, como se muestra en el *moodboard* el cielo es de color

celeste y se logra notar la textura de las nubes, también las plantas, árboles, palmeras son de color verde claro que les da cierta calidez junto a los colores de las casas de la comunidad, asimismo, los colores de las vestimentas de los personajes realzan que le dan vida y armonía al encuadre. Entonces, la iluminación en clave alta con colores vivos va a ser predominante en toda la serie documental, si bien en las escenas de entrevistas, las cuales se filmaron en interiores, tuvieron cierto contraste entre claroscuros, pero con altas sombras en el rostro del personaje. Por otro lado, el ritmo de la edición será normal: ni tan rápido ni tan lento. Si bien el comienzo presenta planos con cortes de 4 segundos, estos tendrán mayor duración en las siguientes secuencias.

2.3.2 Música y voz en *off*

En la parte musical, como se había mencionado en la propuesta, se utilizarán canciones propias de autores naturales del departamento de San Martín. En primer lugar, el autor Percy Aleksander, investigador y compositor de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), quien fusiona el género rock con la música amazónica de una forma sutil y con un estilo propio. Asimismo, el conjunto típico *Los abuelos del Wayku*, con una música autóctona de su comunidad acompañada por danzas amazónicas y pandillas bailables.

Para el primer minidocumental de Cultura Viva se inició con una música de fondo de la *Danza de Motilones* de Percy Aleksander, agregado a ello una voz en *off* de Cesar Cachique en su lengua originaria, el kichwa lamisto. Luego, el mismo personaje aparece en pantalla con una voz *on*, pero en castellano. En la siguiente escena se ve al protagonista caminar por la calle con otra música de fondo, *Niña serrana*, interpretada por el mismo autor sanmartinense. Esta música acompaña en las diversas escenas posteriores del profesor cuando es entrevistado y cuando se le ve en los exteriores de la comunidad nativa el Wayku. Por otro lado, en una de las escenas utilizamos el sonido ambiental; es el caso de cuando Cesar Cachique brinda una clase del idioma kichwa a sus alumnos del Pedagógico de Lamas: se escuchan las voces de los alumnos y demás actores. Finalmente, en las últimas escenas se hace uso de la música de los kichwa lamistos, es decir, las danzas típicas donde ellos bailan con su traje típico y descalzos haciendo la forma de un círculo.

Capítulo 3: DISTRIBUCIÓN

Este capítulo se dividió en tres partes y se llegó a abordar desde el prelanzamiento hasta el poslanzamiento de la serie documental Cultura Viva.

3.1 Redes sociales de Cultura Viva

Las plataformas digitales son fundamentales para la difusión de los contenidos audiovisuales de Cultura Viva. Es por ello que se han creado las siguientes redes sociales.

3.1.1 YouTube

La página de YouTube tiene como nombre Cultura Viva - Serie documental del Wayku, actualmente cuenta con 62 suscriptores desde su creación y ya se han colgado 6 videos de información e interacción. Esta red social es el principal medio de difusión de la serie documental y de los demás contenidos audiovisuales del proyecto, es decir, se compartirán los capítulos de la serie documental, las entrevistas, el tráiler y el *making of*. El objetivo es ofrecer a nuestro público objetivo los contenidos audiovisuales en alta calidad para que ellos puedan reaccionar, comentar y compartir con otras personas, ya que es el aplicativo preferido para ver videos, series y películas (Ipsos, 2021).

Figura 3.1 *Página Oficial de YouTube de Cultura Viva*



Nota. De *Cultura Viva – Serie Documental del Wayku*, 2023 (<https://www.youtube.com/@culturaviva-seriedocumental>).

3.1.2 Facebook

La página de Facebook tiene como nombre *Cultura Viva - Serie documental de la Comunidad Kichwa Wayku* y actualmente cuenta con 236 seguidores. En esta red social se comparten todos los contenidos realizados para el pre y poslanzamiento de la serie documental: fotografías de los rodajes, personajes, locaciones, entre otros. Además, se comparte videos en formato horizontal de una duración no menor a 1 minuto con la foto de portada respectiva, además de los diseños de cada etapa del proyecto. Esta página tiene como objetivo interactuar de forma rápida con los seguidores, ya que permite también reaccionar, comentar y compartir las publicaciones, al ser la principal red social preferida por nuestro público objetivo.

Figura 3.2 *Página Oficial de Facebook de Cultura Viva*

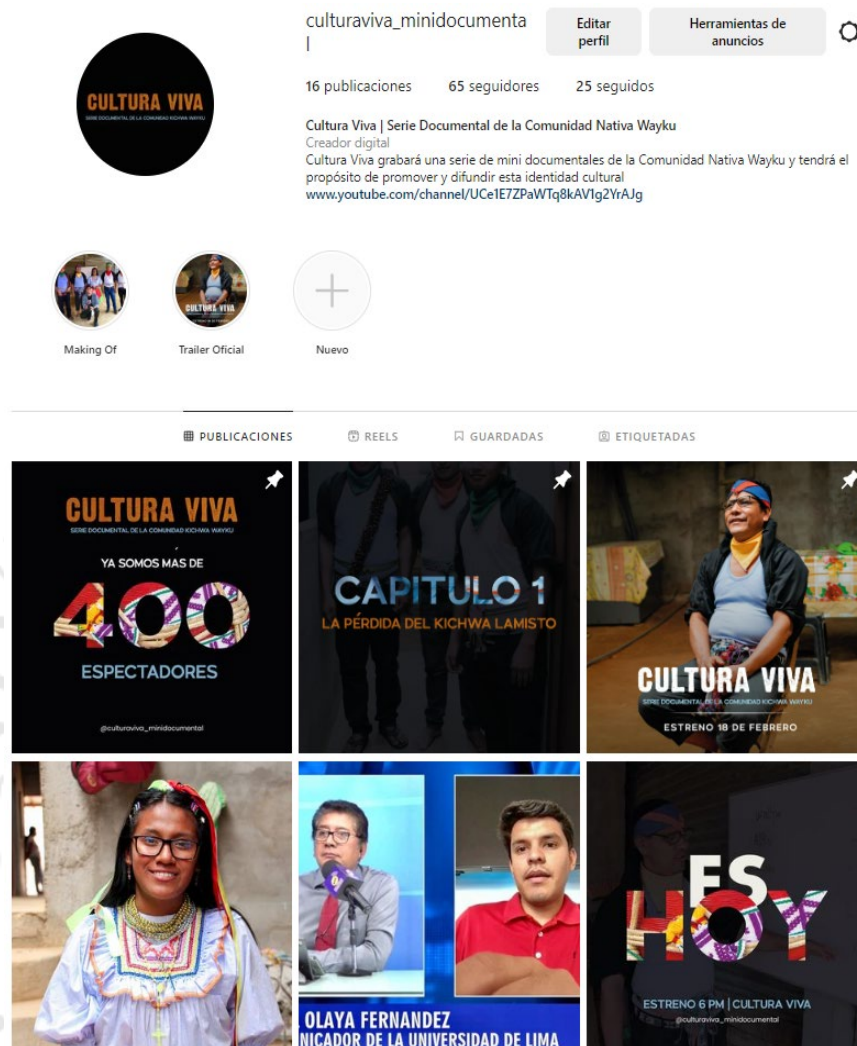


Nota. De *Cultura Viva – Serie documental de la Comunidad Kichwa Wayku*, 2023
(https://www.facebook.com/culturavivaminidocumental?paipv=0&eav=AfYlcuNKceccmt8XfLj-D4ic2x-SmxBP8fr8V-wUaMWe_ia8mYuhQze5zykPTqLroeE).

3.1.3 Instagram

La página de Instagram tiene como nombre *Cultura Viva - Serie documental de la comunidad nativa Wayku* y actualmente cuenta con 65 seguidores. En esta red social también se comparte todos los contenidos realizados para el pre y poslanzamiento de la serie. Además, se comparte videos en formato vertical de una duración no mayor a 1 minuto con la foto de portada respectiva, conocido también como *reels*, también se comparte los diseños de cada etapa del proyecto. Esta página tiene el objetivo de difundir el minidocumental con todos los seguidores y con los usuarios de Instagram por medio de *hashtags* y etiquetas, ya que es una de las principales redes sociales donde los usuarios pueden comentar su experiencia (44 %), además de ser la red que permite a los cibernautas encontrar recomendaciones (43 %) (Ipsos, 2021).

Figura 3.3 Página oficial de Instagram de Cultura Viva



Nota. De Cultura Viva | Serie Documental de la Comunidad nativa Wayku, 2023 (https://www.instagram.com/culturaviva_minidocumental/).

3.2 Creación del plan de medios (Anexo 4)

El plan de medios cumple el objetivo de programar todas las actividades de difusión e información del proyecto documental Cultura Viva, de tal forma que las actividades tienen un orden de lanzamiento y producción. Esto nos ayuda a comunicar a nuestros seguidores acerca del próximo lanzamiento del contenido audiovisual.

3.2.1 Lanzamiento

La serie documental de Cultura Viva consta de 4 capítulos que tienen una duración de 5 a 7 minutos. El primer capítulo *La pérdida del kichwa lamisto* está programado para ser publicado el 18 de febrero del 2023 en la página oficial de YouTube de Cultura Viva, desde donde será difundido a través de las redes sociales de Facebook e Instagram para luego ser publicado oficialmente. Cabe resaltar que, previo al lanzamiento del primer capítulo, se ha realizado contenido de intriga por medio de las redes sociales mencionadas anteriormente para que nuestro público objetivo esté informado de la fecha y hora de publicación, y se dirija directamente a la plataforma principal.

Asimismo, el segundo capítulo *Los jóvenes y la migración* está programado para ser publicado el 24 de junio del 2023 en la página oficial de YouTube, y difundido por las redes sociales de Facebook e Instagram para luego ser publicado oficialmente. El tercer capítulo *El origen del Wayku*, verá la luz el 28 de noviembre del 2023; por último, el cuarto capítulo *El turismo cultural del Wayku*, llegará el 30 de enero del 2024.

3.2.2 Entrevistas

Al ser un proyecto documental de una comunidad nativa kichwa hablante de la región San Martín que en los últimos años está perdiendo sus tradiciones ancestrales, los protagonistas no son solo los actores de la serie, sino también las autoridades de la comunidad y la región. Para este caso, se ha programado diversas entrevistas. Por ejemplo, con la alcaldesa de la comunidad nativa Wayku, Elena Shupingahua Salas, y la regidora de la Provincia de Lamas y presidenta de la Comisión de Educación, Cultura, Turismo y Desarrollo Económico, Sonia Vela Lozano. El objetivo es reflexionar sobre el problema social que viven los pobladores del Wayku y su cultura.

3.3 Resultados y logros conseguidos

En este punto se realizará un análisis de las entrevistas realizadas y las reacciones que logró tener el primer capítulo de Cultura Viva.

3.3.1 Redes sociales – YouTube


















El primer capítulo *La pérdida del kichwa lamisto* se lanzó el 18 de febrero del 2023 en la plataforma de YouTube y obtuvo una excelente acogida en los usuarios de la red social y el público de la región, teniendo 426 reproducciones y más de 25 comentarios. De lo más destacado es que “el Wayku necesita este tipo de iniciativas que revaloren sus tradiciones culturales”. Esto revela un indicador de que videos que muestran la realidad de una comunidad despierta el interés de conocer lo que está sucediendo en nuestro país. El video completo se puede observar en el Anexo 6.

Figura 3.4 Reproducciones del primer capítulo de *Cultura Viva*



Nota. De *Primer Capítulo Cultura Viva: La pérdida del kichwa lamisto*, por Cultura Viva – Serie Documental del Wayku, 2023, YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=m5nozTDKjig>).

Figura 3.5 Comentarios del primer capítulo de Cultura Viva

-  **BRENDA TORRES MACEDO** hace 2 semanas
Excelente trabajo. El Wayku necesita este tipo de iniciativas que revaloren sus tradiciones culturales 🍷
👍 2 🗨️ 🍷 Responder
-  **Sebastian Oviedo** hace 2 semanas
Que bonito conocer la cultura peruana de esta forma, excelente video.
👍 1 🗨️ 🍷 Responder
-  **Nicole Sánchez** hace 2 semanas
Qué interesante! Hace falta mucho trabajo hacia dentro para reinterpretar los vínculos con nuestra cultura peruana, tan diversa, y que todos nos sintamos orgullosos de ser parte de ella
👍 1 🗨️ 🍷 Responder
-  **Alexander Díaz Castro** hace 2 semanas
¿Cuándo salen los otros capítulos? 🍷
👍 1 🗨️ 🍷 Responder
-  **manuel diestra** hace 2 semanas
Gracias amigo por difundir nuestra Cultura de la zona ❤️
👍 1 🗨️ 🍷 Responder
-  **Amaselva** hace 2 semanas
Felicitaciones Raúl por esta iniciativa, sigue adelante con este proyecto de revalorar nuestra cultura! Saludos.
👍 1 🗨️ 🍷 Responder
-  **Abigail Coral Diaz** hace 13 días
Que buen documental! Nos hace reflexionar . Muchas felicitaciones al equipo.
👍 1 🗨️ 🍷 Responder
-  **Jorge Torres** hace 2 semanas
Espectacular: Imágenes, audio, testimonios, edición y una CULTURA VIVA
👍 1 🗨️ 🍷 Responder
-  **Zicri Cachique** hace 13 días
Que bonito conocer mucho más de la cultura lamista 🍷 🍷 🍷
👍 1 🗨️ 🍷 Responder
-  **Galita Luz Pérez Tuanama** hace 2 semanas
Mas videos así para que se conozca la cultura Kechua Lamista, Capital folclorica de la región San Martín 🍷
👍 1 🗨️ 🍷 Responder
-  **amir renjifo** hace 2 semanas
Buen trabajo Raúl y todo el equipo 🍷
👍 1 🗨️ 🍷 Responder
-  **alexis Guevara Flores** hace 2 semanas
Que buena iniciativa y excelente trabajo. 🍷
👍 1 🗨️ 🍷 Responder
-  **Maqaly Rios** hace 2 días
Que buen trabajo. Bien logrado. Felicitaciones!
👍 1 🗨️ 🍷 Responder
-  **Cira María Isabel GONZALEZ LEON** hace 2 semanas
Milagros te felicito!!!! Genial tus documentales.
👍 1 🗨️ 🍷 Responder
-  **Ayrton Castillo** hace 2 semanas
De ptm. Hermoso conocer Lamas de esa manera
👍 1 🗨️ 🍷 Responder
-  **david cruz** hace 2 semanas
Que buen video !!!
👍 1 🗨️ 🍷 Responder
-  **Lorena Ccama** hace 2 semanas
Buenazo!!!! 🍷
👍 1 🗨️ 🍷 Responder

Nota. De Primer Capítulo Cultura Viva: La pérdida del kichwa lamisto, por Cultura Viva – Serie Documental del Wayku, 2023, YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=m5nozTDKjig>).

3.3.2 Entrevista Elena Shupingahua – alcaldesa del Wayku

El proyecto Cultura Viva conversó con la alcaldesa del Wayku, Elena Shupingahua, y la estudiante de la EIB Luceña Amasifuén; ambas coinciden en que las tradiciones culturales de su comunidad se están dejando de lado por un desinterés de las autoridades y de las propias generaciones. “Poco a poco los adolescentes y por descuido de los padres han dejado de hablar el idioma kichwa de Lamas”, mencionó la autoridad del Wayku. Cabe resaltar que no solo existe una indiferencia por parte de los jóvenes estudiantes de aprender su idioma materno, vestir con prendas típicas y de formar parte de las celebraciones de la comunidad, sino que también hay un factor familiar de parte de los padres que no difunden sus costumbres en casa. Para esto, la joven estudiante mencionó también que sus compañeros de clase y amigos de barrio se avergüenzan de hablar el kichwa lamisto; sin embargo, eso le motiva a seguir aprendiendo y en un corto plazo poder enseñar su idioma a otras personas. Además, se están realizando diversos proyectos escritos y audiovisuales en un trabajo articulado con las autoridades provinciales e instituciones privadas para rescatar el idioma que se encuentra en “rehabilitación”, según la alcaldesa del Wayku.

Esta entrevista nos ayuda a confirmar una vez más el problema social que atraviesa la comunidad nativa Kichwa Wayku y las acciones que están tomando sus pobladores. Si bien hay un gran porcentaje de pobladores que no son conscientes de la pérdida de sus costumbres al pasar los años, existe una minoría que sí desea rescatar y enseñar parte de su identidad cultural.

Figura 3.6 Entrevista Elena Shupingahua, alcalde del Wayku



Nota. De Entrevista Alcaldesa del Wayku - Elena Shupingahua Salas, por Cultura Viva – Serie Documental del Wayku, 2023, YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=xxTW8-bpH7M>).

3.3.3 Entrevista a Sonia Vela Lozano, regidora de la Provincia de Lamas y presidenta de la Comisión de Educación, Cultura, Turismo y Desarrollo Económico

El proyecto Cultura Viva conversó con la regidora de la Provincia de Lamas y presidenta de la Comisión de Educación, Cultura, Turismo y Desarrollo Económico, Sonia Vela Lozano. La autoridad provincial nos confirma que, producto de la globalización, la tecnología y la migración de los jóvenes lamistos, las tradiciones culturales de la comunidad nativa el Wayku se han ido perdiendo con el tiempo. Otro de los problemas es la educación de los jóvenes de la comunidad y es la falta de implementación del idioma kichwa en la malla curricular de diversas escuelas de la provincia de Lamas. Para la autoridad, esto atenta contra la cultura del centro poblado y el rechazo por parte de la generación joven. Asimismo, la gestión actual ha centrado su enfoque en el turismo de Lamas, implementando ferias y talleres de cerámica, tejido y vestimenta para todos los pobladores que no solo desean aprender a realizar estos productos sino también a venderlos y generar un ingreso económico con la marca de Lamas, San Martín. Por otro lado, nos menciona el Centro de la Mujer, el Warmi Wasca, donde todos aquellos turistas que lo deseen puedan conocer la cultura del Wayku y aprendan de ella elaborando las cerámicas y tejidos de la comunidad nativa.

Sin embargo, la regidora considera que falta mucho por trabajar y que estas actividades y gestiones no son suficientes para que las generaciones futuras amen y se preocupen por mantener viva la cultura del Wayku. Una iniciativa de la presidenta de la Comisión de Educación, Cultura, Turismo y Desarrollo Económico es que todas las autoridades provinciales y regionales de Lamas hablen la lengua kichwa, y canten el himno nacional en su idioma originario. De esta forma los jóvenes podrán tomar conciencia de que este idioma es muy importante para su vida personal y profesional.

Figura 3.7 Entrevista Sonia Vela Lozano, regidora de Lamas



Nota. De *Entrevista Regidora de la Provincia de Lamas - Sonia Vela Lozano*, por Cultura Viva – Serie Documental del Wayku, 2023, YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=rAKcR3CG3jA>). .

3.3.4 Entrevista Raúl Olaya Fernández – Radio Millenium de Lamas

La Radio Millenium de la provincia de Lamas, región San Martín nos brindó un espacio en su secuencia televisiva del programa Edición Mediodía para conversar del objetivo del proyecto documental Cultura Viva y el trabajo que se viene realizando para difundir la identidad cultural de la Comunidad nativa Wayku. La entrevista aportó de gran manera, no solo para la difusión del documental y el conocimiento de este a toda la población de Lamas, sino también para reafirmar una vez más el problema social que viene pasando en toda la comunidad.

Figura 3.8 Entrevista Raúl Olaya Fernández – Radio Millenium



Nota. De *Entrevista Raúl Olaya Fernández - Radio Millenium*, por Cultura Viva – Serie Documental del Wayku, 2023, YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=mxYFFzhlEcU>).

3.3.5 Difusión en los medios de comunicación

- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de San Martín

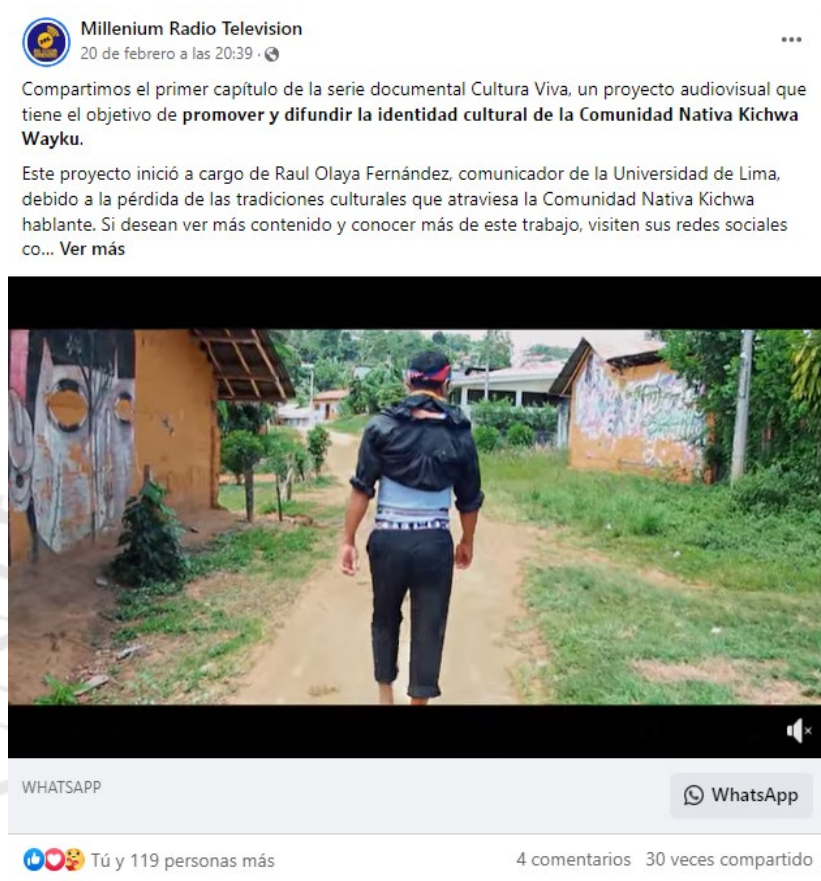
Figura 3.9 Post Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo San Martín



Nota. De Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo San Martín, 2023, Facebook (<https://www.facebook.com/100064793706943/posts/pfbid02NyiVHXuWmhRkvWdD5a6VceLhoMyMGryMzegrWqC9ezDWzZqZJZYg5868vHHQwkBpl/?mibextid=cr9u03>).

- Radio Millenium, provincia de Lamas, San Martín

Figura 3.10 *Post de Radio Millenium de Lamas*



Nota. De Radio Millenium, 2023, Facebook (<https://fb.watch/jCMwLND9hn/?mibextid=cr9u03>).

- Diario Selva, provincia de San Martín

Figura 3.11 Post de *Diario Selva* de la región San Martín



Nota. De *Diario Selva*, 2023, Facebook
 (<https://www.facebook.com/100064257332236/posts/pfbid0jKqmLnUJAZL5zejAmy11bwtz7asEwJqkxNwNm8z2MAMJn1Vd7MSwZFrNQ85DN7Qpl/?mibextid=cr9u03>).

Capítulo 4: LECCIONES APRENDIDAS

La realización del primer capítulo del proyecto documental Cultura Viva obtuvo diversas acciones logradas y no logradas en las diferentes etapas de producción. A continuación, describiremos cada punto de este proceso.

4.1 Preproducción de Cultura Viva

4.1.1 La importancia del trabajo de campo

En esta etapa fue fundamental la investigación y la observación previa al inicio del rodaje. Conocer el comportamiento, la rutina y la cosmovisión de los pobladores del Wayku nos ha ayudado en la redacción de los guiones y en la planificación del rodaje, pues nos permitió conocer las diversas actividades que se realizan en la comunidad nativa los días de la semana y los fines de semana. Resultó muy importante conversar con diversos pobladores acerca de la historia del Wayku y del primer minidocumental para corroborar la magnitud del problema y lo que ellos pensaban en su posición de nativos kichwa hablantes. De esta manera, no solo se logró acertar en todo lo que se observó dentro de la comunidad: también se pudo conocer las diversas situaciones e historias acerca de su grupo étnico y sus costumbres culturales. Asimismo, fue vital compartir las tradiciones y celebraciones de esta comunidad para establecer relaciones con diferentes personas y conocer más allá de sus actividades fuera de casa.

4.1.2 Selección del personaje

El primer proceso del trabajo de campo fue importante para continuar con esta etapa y entender que el personaje principal del primer minidocumental no solo debería de tener ciertas aptitudes para hablar frente a cámaras, sino también que tenga una reputación respetable con los demás pobladores, ya que, al ser una comunidad pequeña, todas las personas se conocen por su apellido y tienen cierto recelo quien los representa para hablar de su comunidad. Si bien no se logró realizar un casting para escoger al protagonista por diversos factores de tiempo, presupuesto y salud por la época de la pandemia, gracias a las amistades producto del trabajo de campo se llegó a conocer a un profesor nativo con una historia conmovedora que se relacionaba con el guion del primer documental.

El proceso para convencer al protagonista de colaborar con el rodaje no fue nada fácil, porque aún no conocía nuestra intención y no había la confianza de trabajar, lo cual implicaba grabar en diferentes lugares de la comunidad. Sin embargo, fue importante no hablar del proyecto al inicio y conversar de temas personales para establecer una relación amical. Asimismo, mientras pasaban los días realizamos diversas visitas a su domicilio para presentarle nuestros avances, referencias y videos de cómo sería este primer documental contando con su apoyo.

4.1.3 La importancia de un presupuesto real y profesional

Es esencial establecer un presupuesto sincero de toda la inversión que se va a realizar en la serie documental. No solo significa hacer un gasto en el transporte, alimentación y pago de los actores, sino que también implica una inversión profesional de los equipos audiovisuales y de producción que se va a utilizar. Es por ello que se realizó un presupuesto real y profesional de todos los montos que implicaban la realización del video. Esto nos ayudó a tener un orden para planificar las visitas, los actores y los equipos necesarios para el día de la grabación. Asimismo, nos permitió distribuir el dinero según la prioridad del caso en las diversas etapas de la producción. Por ejemplo, el pago al actor principal tomó una relevancia dentro de los gastos. Desde un principio fue importante aclarar el monto y tener reservada dicha inversión para no tener inconvenientes en el rodaje.

4.1.4 Equipo de producción

El presupuesto de Cultura Viva al ser un proyecto académico sin fines de lucro, trabajó con un presupuesto mínimo. Por lo tanto, no se logró reunir a un equipo de comunicadores profesionales con especialidad de fotografía, video, edición y diseño gráfico. Es por ello que, solamente se trabajó con un fotógrafo aficionado del mismo distrito de Lamas para que en los días de rodaje pueda recoger material fotográfico y de video para materiales próximos a publicar. De todas formas, consideramos que fue necesario el apoyo de un editor y un diseñador para la edición de contenidos audiovisuales que se publicaron en la etapa de distribución, ya que esto implicaba una identidad gráfica de todo el proyecto para las redes sociales.

Finalmente, al no tener apoyo especializado, el resultado final del primer minidocumental no tuvo un impacto significativo en la calidad de la imagen, a pesar de que no se realizó una edición específica en temas de color, audio y animación. Asimismo, por el lado gráfico, si bien se ha creado un logotipo y *flyers* para redes sociales, faltó ejecutar una línea gráfica del proyecto que implique diseñar de forma profesional el logotipo, la tipografía, la paleta de colores y demás elementos.

4.2 Producción o rodaje de Cultura Viva

4.2.1 Relación del director con el protagonista

La etapa de preproducción fue vital para fortalecer este proceso de relación con nuestro actor principal, Cesar Cachique. Entendimos que si no había confianza entre el director y el protagonista el proyecto iba a peligrar. Entonces, consideramos importante establecer una relación de amigos no solo con el actor, sino también con toda su familia y amistades. Es por ello que, al inicio de cada visita, el equipo llegaba con un alimento para que podamos compartir entre todos y aprovechar de conversar sobre temas que no tengan nada que ver con el rodaje. En cada entrevista o traslado de locación tocábamos temas externos, de tal forma que podíamos conocer nuestras actividades diarias de la semana.

Asimismo, presenté a mis padres a la familia de Cesar Cachique con el objetivo de que puedan conocer una parte de mi vida personal. Un caso especial fue cuando la esposa de César se enfermó y las limitaciones de salud en la comunidad eran mínimas, por lo que me ofrecí a llamar a un familiar doctor y visitamos la casa de César para auxiliar a su esposa, lo cual implicó una duración de viaje de 30 minutos. Este tipo de acciones generó respeto y mayor colaboración de parte del protagonista en las siguientes visitas para el rodaje, por lo que logramos ganar una buena relación de amigos.

4.3 Distribución del proyecto Cultura Viva

4.3.1 La importancia de un plan de medios o *gantt*

La etapa final del proyecto conlleva a pensar cómo podríamos mostrar todo el trabajo realizado durante las tres etapas de producción. Es por ello que un plan de medios fue de vital importancia para producir y diseñar los contenidos audiovisuales de tal forma que nuestro público objetivo en las redes sociales esté a la expectativa de reaccionar e

interactuar con las publicaciones. Logramos tener un orden con las publicaciones y a conocer en lo sucesivo a nuestro público objetivo con respecto a los días y horas de mayor conexión.

4.3.2 La importancia de las redes sociales

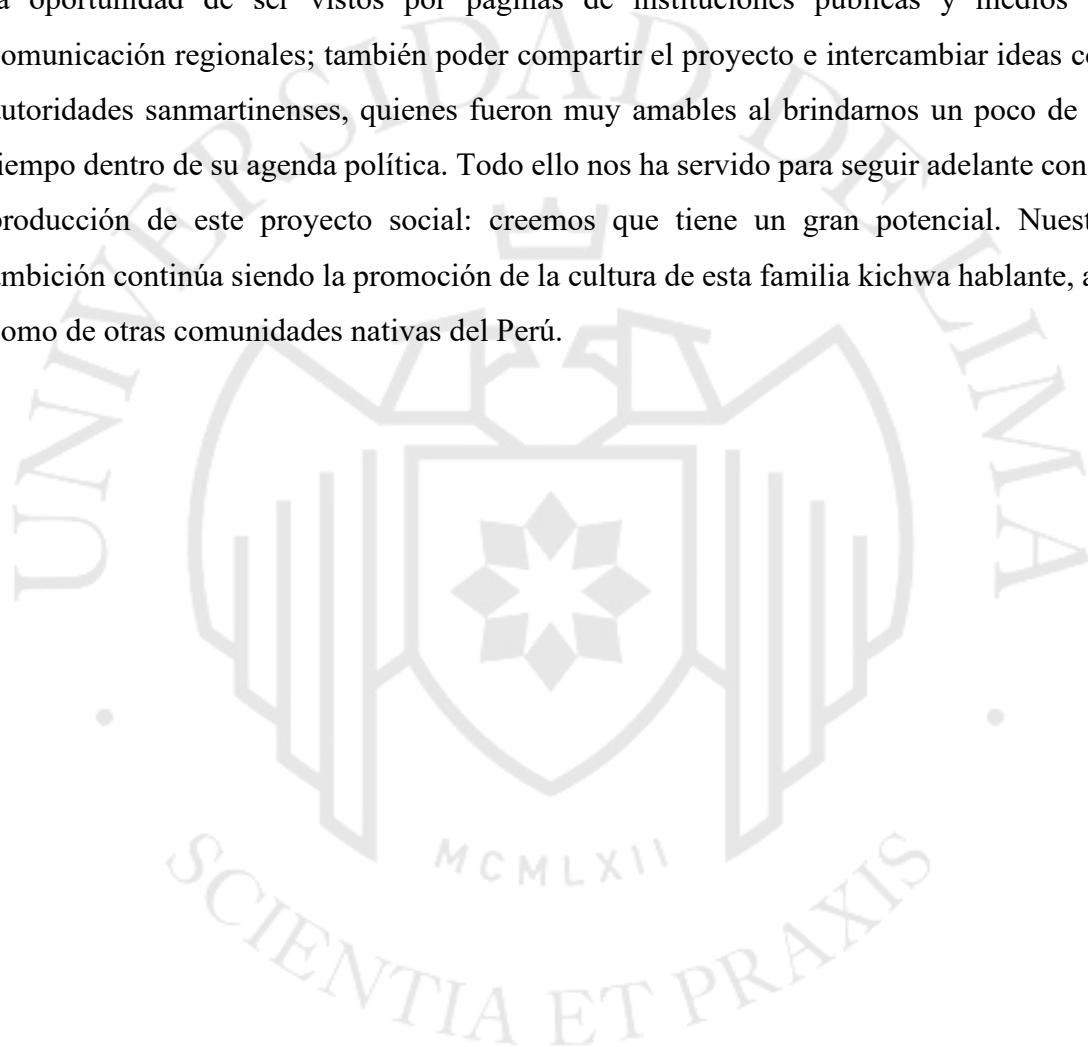
El uso de las redes sociales en el proyecto Cultura Viva fue clave para continuar con la investigación y el trabajo de campo en tiempos de pandemia. Si bien no podíamos salir de nuestra casa por el miedo al contagio de la COVID-19, la comunicación con el protagonista, equipo y demás personajes ha sido constante. Asimismo, gracias a estas plataformas hemos conseguido estar en contacto con el público objetivo al que nos planteamos llegar y con personas interesadas por conocer a profundidad sobre el documental y la riqueza cultural que tiene nuestro país. Las redes que tiene este proyecto han ayudado a que cada contenido pueda brindar información de utilidad para los seguidores, ya que las fotografías ilustraban una comunidad, tradición, cultura e historia, además de la información que se agregaba en cada una de ellas. Aunque no se ha logrado alcanzar una gran cantidad de seguidores, hubo personas e instituciones que constantemente compartían y recomendaban nuestro trabajo.

4.3.3 Entrevista y presentación a las autoridades regionales

El tiempo fue el factor desfavorable en la etapa de entrevistas con las autoridades y personajes principales. Si bien se logró entrevistar a la alcaldesa del Wayku y al director regional de Turismo y Comercio Exterior, ambos personajes importantes en la región San Martín, no se logró conversar con el alcalde de la provincia de Lamas y el gobernador regional. El motivo principal fue la poca disponibilidad por temas de inicio de gestión y visitas a las diversas direcciones y ministerios del Estado. Asimismo, no se logró presentar el primer capítulo en auditorios ni en los centros culturales de la provincia de Lamas por los mismos factores mencionados; sin embargo, se anhela presentar con mayor antelación el segundo capítulo de Cultura Viva a las autoridades regionales.

Finalmente, escribir esta serie documental y producir el primer capítulo ha sido uno de los retos más complicados como comunicador audiovisual, no solo por la responsabilidad que implica investigar, leer y saber más sobre una comunidad nativa tan reconocida a nivel nacional y ser uno de los mejores pueblos turísticos del mundo, sino

también por no dejar de creer en este proyecto a pesar de las adversidades y limitaciones producto de la COVID-19 en el año 2020. La mejor experiencia que nos llevamos es haber conocido a mucha gente que no forma parte de nuestro círculo amical ni familiar, y que ha apoyado en la producción y difusión de Cultura Viva. Gracias a ellos hemos podido pasar las 400 reproducciones en YouTube en las primeras 3 semanas de haber publicado el primer capítulo. Para un proyecto que recién inicia y no tiene tantos seguidores, es un logro. Asimismo, otro de los logros a nivel profesional es haber tenido la oportunidad de ser vistos por páginas de instituciones públicas y medios de comunicación regionales; también poder compartir el proyecto e intercambiar ideas con autoridades sanmartinenses, quienes fueron muy amables al brindarnos un poco de su tiempo dentro de su agenda política. Todo ello nos ha servido para seguir adelante con la producción de este proyecto social: creemos que tiene un gran potencial. Nuestra ambición continúa siendo la promoción de la cultura de esta familia kichwa hablante, así como de otras comunidades nativas del Perú.



REFERENCIAS

- alanxelmundo (13 de agosto de 2018). *Mi primera vez en el Perú* [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=TYW1menNWX&feature=youtu.be>
- alanxelmundo (2018). *Danza de los motilones* [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=AYq3rtz4-ZM>
- Álvarez Pecol, J. (2018). *Cuestión de género*. IPSOS. <https://www.ipsos.com/es-pe/cuestion-de-genero>
- Aurea Producción Audiovisual (16 de diciembre de 2014). *Oriental Dream - Percy Aleksander (Single 2014)* [Archivo de video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=_9dq_Mo3czg
- Bruzzi, S. (2000). *New Documentary: A critical introduction. Vol. 11*. Routledge.
- Cultura Viva – Serie Documental del Wayku (18 de febrero de 2023). *Primer capítulo Cultura Viva: La pérdida del kichwa lamisto* [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=m5nozTDKjig>
- Cultura Viva – Serie Documental del Wayku (2 de marzo de 2023). *Entrevista Raúl Olaya Fernández - Radio Millenium* [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=mxYFFzhlEcU>
- Cultura Viva – Serie Documental del Wayku (21 de febrero de 2023). *Entrevista Alcaldesa del Wayku - Elena Shupingahua Salas* [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xxTW8-bpH7M&t=98s>
- Cultura Viva – Serie Documental del Wayku (24 de febrero de 2023). *Entrevista Regidora de la Provincia de Lamas - Sonia Vela Lozano* [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=rAKcR3CG3jA&t=57s>
- Diario Selva (15 de marzo de 2023). *Compartimos el primer capítulo de la serie documental Cultura Viva, un proyecto audiovisual que tiene el objetivo de promover*. Facebook. (<https://www.facebook.com/100064257332236/posts/pfbid0jKqmLnUJAZL5zejAmy11bwtz7asEwJqkxNwNm8z2MAMJn1Vd7MSwZFrNQ85DN7Qpl/?mibextid=cr9u03>).
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo San Martín (18 de febrero de 2023). Facebook (<https://www.facebook.com/100064793706943/posts/pfbid02NyiVHXuWmhRkvWdD5a6VceLhoMyMGryMzegrWqC9ezDWzZqZJZYg5868vHHQwkBpl/?mibextid=cr9u03>).

- Gobierno Regional San Martín. (13 de enero de 2022). *San Martín recibió más de 160 mil visitantes en fiestas de fin de año*. <https://www.gob.pe/institucion/regionsanmartin/noticias/575959-san-martin-recibio-mas-de-160-mil-visitantes-en-fiestas-de-fin-de-ano>
- Ipsos (2018). *Consumo de medios de comunicación digitales y tradicionales*. <https://marketingdata.ipsos.pe/user/miestudio/2519>.
- Ipsos (2020). *Perfil del adulto joven en el Perú Urbano 2020*. <https://www.ipsos.com/es-pe/perfil-del-adulto-joven-en-el-peru-urbano-2020>
- Ipsos (2021). *Perfil del usuario de redes sociales*. <https://marketingdata.ipsos.pe/user/miestudio/2617>.
- Lamas y Raqchi entre los “Mejores Pueblos Turísticos” del mundo 2022 (20 de diciembre de 2022). *El peruano*. <https://www.elperuano.pe/noticia/199432-lamas-y-raqchi-entre-los-mejores-pueblos-turisticos-del-mundo-2022>
- Millenium Radio Televisión (20 de febrero de 2023). *Compartimos el primer capítulo de la serie documental Cultura Viva, un proyecto audiovisual que tiene el objetivo de promover y*. Facebook. https://www.facebook.com/watch/?v=2152727428262506&extid=CL-UNK-UNK-UNK-IOS_GK0T-GK1C&mibextid=1YhcI9R&ref=sharing
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (28 de octubre de 2022). *Mincetur: Lamas es el primer “Pueblo con Encanto” de la selva del Perú*. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/665181-mincetur-lamas-es-el-primero-pueblo-con-encanto-de-la-selva-del-peru>
- Percy Aleksander. (18 de marzo de 2018). *La música de los Kechwa lamistas* [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fEGlxbuxDg>
- Percy Aleksander. (21 de setiembre de 2017). *Niña serrana (Cover) El Polen / Percy Aleksander* [Archivo de video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=o_n4UScmE1c
- Promperú (2016). *Perfil del vacacionista nacional. Turismo en cifra*. [https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/loads_publicaciones_2025_PVN%2016%20\(SPREAD\).pdf](https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/loads_publicaciones_2025_PVN%2016%20(SPREAD).pdf)
- Vila, N. A. & Brea, J. A. F. (2012). Las series audiovisuales como herramienta promocional de un destino turístico: el caso de España. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 19(1), 8-15. <https://doi.org/10.1016/j.iedee.2012.07.001>



ANEXOS

Anexo 1: Escaletas de los capítulos de Cultura Viva

Link de descarga:

[Escaletas de Capítulos de Cultura Viva](#)



Anexo 2: Guion técnico y storyboard

Link de descarga:

[Guion Técnico - Primer Capítulo Cultura Viva](#)



Anexo 3: Presupuesto real y profesional

Link de descarga:

[Presupuesto Final Proyecto Cultura Viva](#)



Anexo 4: Plan de redes o gantt del primer capítulo de Cultura Viva

Link de descarga:

[PLAN DE REDES CULTURA VIVA \(MINI DOCUMENTAL\)](#)



Anexo 5: Trailer de Cultura Viva

Link de descarga:

https://drive.google.com/file/d/1BBsqNb7IzcNT93oKj3gTOvCDB6IZulFA/view?usp=share_link



Anexo 6: Primer capítulo de Cultura Viva

Link de descarga:

https://drive.google.com/file/d/1eGRUI_C3-O25PRsE1XFRkcSfNUIIhUVZ/view?usp=share_link



Anexo 7: Entrevistas a autoridades regionales de San Martín

Link de descarga:

https://drive.google.com/drive/folders/1pqr4LTNGgx25RPVGaClOnNPnCCqUTlfR?usp=share_link



Inf. Turnitin

INFORME DE ORIGINALIDAD

14%

INDICE DE SIMILITUD

14%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
2	www.revistas.unitru.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	www.elsevier.es Fuente de Internet	1%
4	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	www.ipsos.com Fuente de Internet	1%
6	www.gob.pe Fuente de Internet	1%
7	catarina.udlap.mx Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
9	www.vaildaily.com Fuente de Internet	<1%

10	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	www.ulima.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
13	www.youtube.com Fuente de Internet	<1 %
14	www.ikels.com Fuente de Internet	<1 %
15	www.yumpu.com Fuente de Internet	<1 %
16	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	www.alanxelmundo.com Fuente de Internet	<1 %
19	www.lse.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
20	www.physionet.org Fuente de Internet	<1 %
21	SERV GEOGRAFICOS Y MEDIO AMBIENTE SAC. "EIA del Proyecto de Exploración Sísmica de la	<1 %

Estructura Pihuicho en el Lote 103-
IGA0016716", R.D. N° 360-2006-MEM/AAE,
2022

Publicación

22	agenda.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	portaldeturismo.pe Fuente de Internet	<1 %
24	vtechworks.lib.vt.edu Fuente de Internet	<1 %
25	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
26	www.culturaimpopular.com Fuente de Internet	<1 %
27	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
28	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
29	lup.lub.lu.se Fuente de Internet	<1 %
30	infonegocios.com.py Fuente de Internet	<1 %
31	pt.scribd.com Fuente de Internet	<1 %

32

Submitted to Leeds Beckett University

Trabajo del estudiante

<1 %

33

Noelia Araújo Vila, José Antonio Fráiz Brea.
"Las series audiovisuales como herramienta
promocional de un destino turístico: el caso
de España", Investigaciones Europeas de
Dirección y Economía de la Empresa, 2013

Publicación

<1 %

34

repositorio.uide.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

35

www.facebook.com

Fuente de Internet

<1 %

36

biblioteca.uclm.es

Fuente de Internet

<1 %

37

blog.ktc.mx

Fuente de Internet

<1 %

38

cubanet.org

Fuente de Internet

<1 %

39

issuu.com

Fuente de Internet

<1 %

40

repositorio.usil.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

41

www.antevenio.com

Fuente de Internet

<1 %

42	www.frontera.info Fuente de Internet	<1 %
43	www.terranostra-cr.org Fuente de Internet	<1 %
44	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
45	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
46	guarumahonduras.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
47	journals.openedition.org Fuente de Internet	<1 %
48	misdeltosmariamuriedas.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
49	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
50	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1 %
51	www.hellopal.com Fuente de Internet	<1 %
52	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
53	lessophilles.wixsite.com Fuente de Internet	<1 %

54

mderecho.itam.mx

Fuente de Internet

<1 %

55

pastel.archives-ouvertes.fr

Fuente de Internet

<1 %

56

rusiahoy.com

Fuente de Internet

<1 %

57

uknowledge.uky.edu

Fuente de Internet

<1 %

58

vimeo.com

Fuente de Internet

<1 %

59

www.condesan.org

Fuente de Internet

<1 %

60

www.infochannel.com.mx

Fuente de Internet

<1 %

61

www.safecreative.org

Fuente de Internet

<1 %

62

www.villagenet.com

Fuente de Internet

<1 %

63

"Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano de Derechos Humanos, Volume 26 (2010)", Brill, 2014

Publicación

<1 %

64

[Submitted to Universiteit van Amsterdam](#)

Trabajo del estudiante

<1 %

Excluir citas Activo

Excluir coincidencias Apagado

Excluir bibliografía Activo