

Universidad de Lima  
Facultad de Comunicación  
Carrera de Comunicación



**Realización del documental “A patria profunda”  
como piloto de una serie documental sobre la  
búsqueda personal de la patria y el orgullo**

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

**Andrea Durand de la Puente**

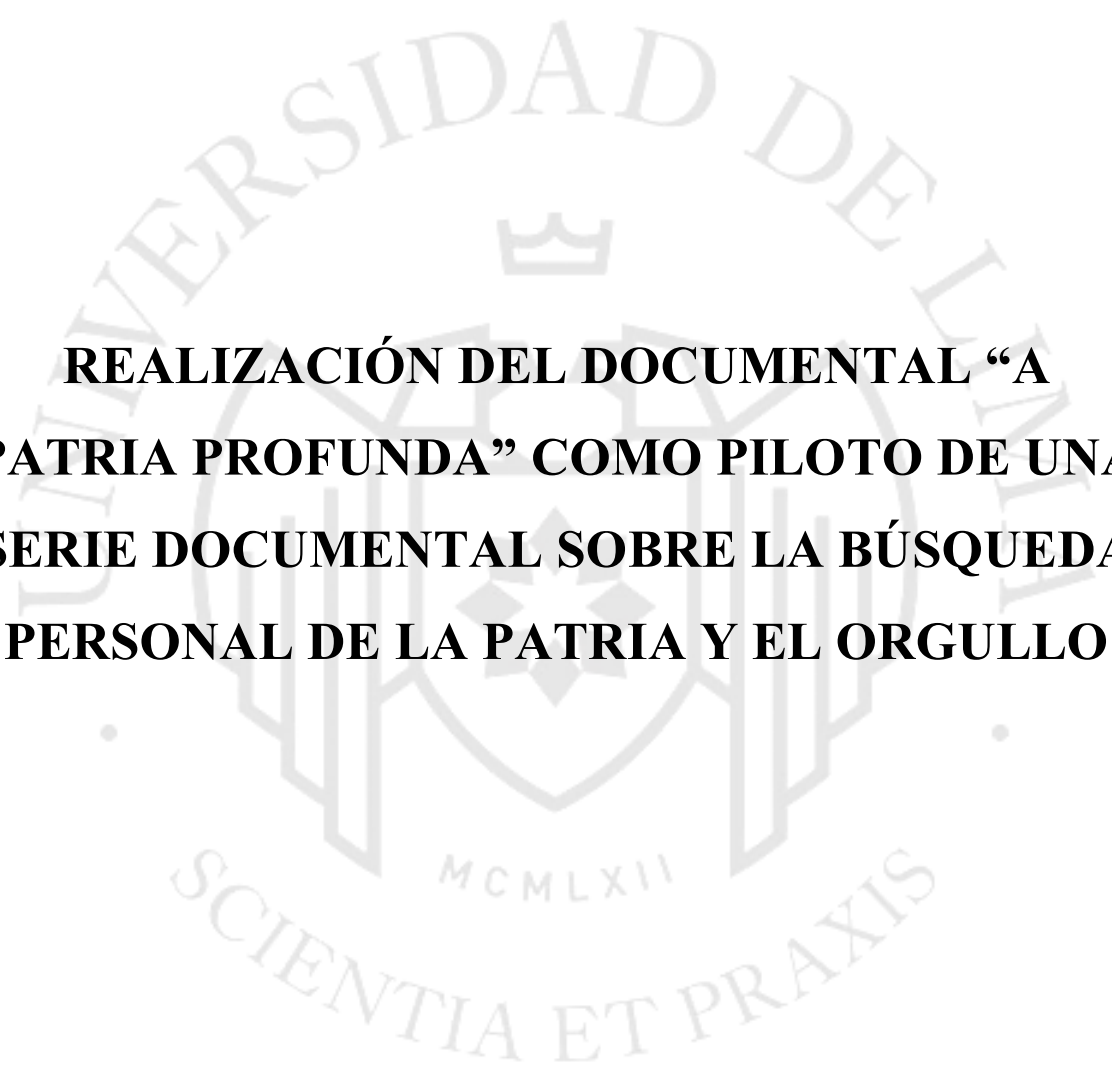
**Código 20170503**

**Asesor**

**Raúl Santiváñez**

Lima – Perú  
Noviembre 2022



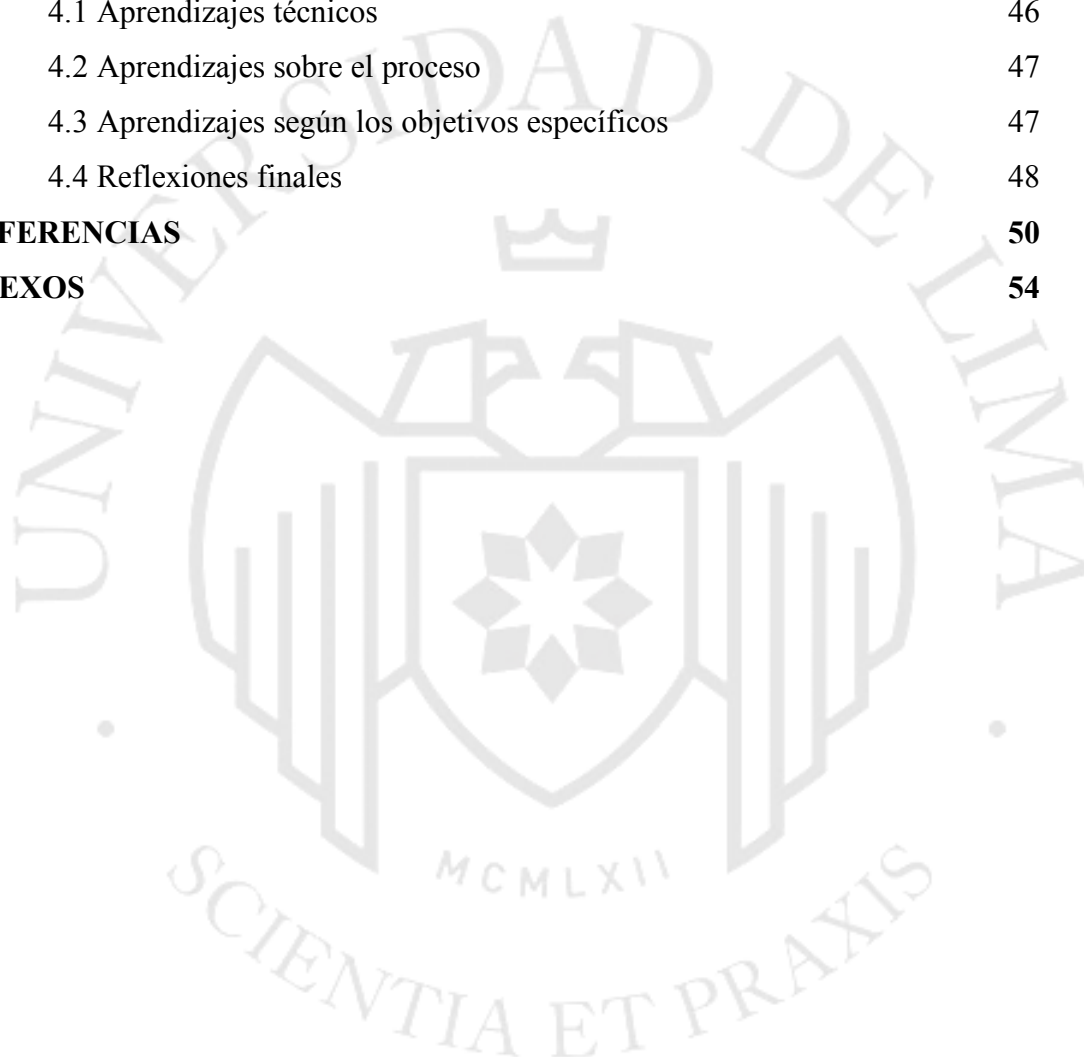


**REALIZACIÓN DEL DOCUMENTAL “A  
PATRIA PROFUNDA” COMO PILOTO DE UNA  
SERIE DOCUMENTAL SOBRE LA BÚSQUEDA  
PERSONAL DE LA PATRIA Y EL ORGULLO**

# TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN</b>	<b>VIII</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>IX</b>
<b>1. PRESENTACIÓN</b>	<b>1</b>
1.1 Material #1: Capítulo 2: Yvonne (subtitulado al inglés)	2
1.2 Material #2: Press Kit en español	3
1.3 Material #3: Press Kit en inglés	3
1.4 Material #4: Pósters para campaña de publicidad <i>offline</i>	3
1.5 Material #5: Landing page	4
<b>2. ANTECEDENTES</b>	<b>5</b>
2.1 Motivación	5
2.2 Género	6
2.3 Ejes temáticos	7
2.4 Referentes	8
2.5 Youtube: Casos referenciales	18
2.6 Objetivos	20
2.7 Público objetivo	20
<b>3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL</b>	<b>24</b>
3.1 Conceptualización del proyecto	24
3.2 Propuesta técnica	25
3.2.1 Estilo visual	25
3.2.2 Entrevistas	30
3.2.3 Propuesta de montaje	30
3.2.4 Estructuración temporal	32
3.3 Difusión y promoción	33
3.4 Visión a largo plazo	38
3.5 Proceso de realización	41
3.5.1 Primera fase: entrevista a profundidad	41

3.5.2 Segunda fase: material de archivo y primer corte	42
3.5.3 Tercera fase: entrevista de formato abierto	42
3.5.4 Cuarta fase: corte grueso, voz en off, animaciones, musicalización	43
3.5.4.1 Validaciones con expertas	43
3.5.5 Quinta fase: procesos finales de posproducción	44
3.6 Equipamiento y softwares utilizados	45
<b>4. LECCIONES APRENDIDAS</b>	<b>46</b>
4.1 Aprendizajes técnicos	46
4.2 Aprendizajes sobre el proceso	47
4.3 Aprendizajes según los objetivos específicos	47
4.4 Reflexiones finales	48
<b>REFERENCIAS</b>	<b>50</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>54</b>



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Imagen promocional de la serie Street Food Latin America	9
Figura 2.2 Fotograma tomado del tráiler oficial de Street Food: Latin America	10
Figura 2.3 Fotograma tomado del tráiler oficial de Street Food: Latin America	10
Figura 2.4 Fotograma tomado de Street Food: Latin America, capítulo 4	11
Figura 2.5 Fotograma que muestra uso de elementos gráficos en Street Food: Latin America	12
Figura 2.6 Fotograma que muestra uso de material de archivo en Street Food: Latin America	13
Figura 2.7 Fotograma de plano detalle en Street Food: Latin America	14
Figura 2.8 Fotograma de plano general en Street Food: Latin America	15
Figura 2.9 Fotograma de plano medio en Street Food: Latin America	15
Figura 2.10 Diagrama resumen de los aspectos a rescatar de Street Food: Latin America	16
Figura 2.11 Imagen promocional de la serie Down to Earth with Zac Efron	17
Figura 2.12 Diagrama resumen de los aspectos a rescatar de Down to Earth with Zac Efron	18
Figura 2.13 Consumo de documentales de encuestados entre 20 y 30 años	21
Figura 2.14 Consumo de documentales de encuestados por categorías	22
Figura 2.15 Consumo de documentales biográficos y de estilo de vida de encuestados consumidores de documentales entre 20 y 30 años	22
Figura 3.1 Ejemplos de color y saturación	25
Figura 3.2 Ejemplos de planos detalle	27
Figura 3.3 Ejemplos de planos medios y tres cuartos enfocados en la persona	28

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta sobre consumo de documentales	55
Anexo 2: Transcripción de entrevista a Verónica Calderón	59



## RESUMEN

"A patria profunda" es una serie documental que explora la búsqueda personal de la conexión con la patria y el orgullo. La directora busca comprender su propia sensación de no tener patria a través del entendimiento de personas que sí sienten una conexión con la suya. Para ello, parte de tres preguntas base (¿qué es la patria?, ¿de dónde nace el sentimiento de patria?, y finalmente, ¿necesitamos una patria?) para comprender las diversas perspectivas de sus sujetos sobre el tema. En este trabajo se presenta, a manera de piloto, el segundo de cuatro capítulos, cuyo sujeto es Yvonne, una mujer holandesa que fue mochilera por ocho años y que vive en el Perú hace treinta y tres años. El episodio tiene una duración de 16 minutos, está dividido en tres partes, y utiliza recursos como la voz en off, animaciones y material de archivo para retratar no solo las experiencias de Yvonne, sino también la mirada personal de la directora. El informe presenta, asimismo, el planteamiento artístico y técnico del resto de la serie documental, que en principio está compuesta por cuatro capítulos.

**Palabras clave: patria, documental, mundo, patriotismo, hogar**



## ABSTRACT

"A patria profunda" is a documentary series that explores the personal search for a connection with and pride of one's homeland. The director seeks to understand her feeling of having no homeland through the understanding of people who do feel a deep connection with theirs. With that in mind, her starting point consists of three basic questions (what is "homeland? Where is the feeling of belonging to a certain homeland born? And finally, do we need a homeland?) designed to help her understand her subjects' diverse perspectives on the topic. In this project, the second of four episodes is presented as a pilot. Its subject is Yvonne, a Dutch woman who was a backpacker for eight years during her youth and who has now been living in Peru for thirty three years. The episode has a duration of 16 minutes, is divided into three parts, and uses resources such as narration, motion graphics and archive material to portray not only Yvonne's experiences, but also the director's personal views and feelings about what is being told. This paper also presents the artistic and technical proposal of the documentary series as a whole, which, as a starting point, is made up of four episodes.

**Keywords: homeland, documentary, world, patriotism, home**

# 1. PRESENTACIÓN

"A patria profunda" es un documental autobiográfico e interactivo-participativo producto de mi búsqueda personal, como directora, de una conexión emocional con el Perú mediante un viaje donde exploro la conexión que distintas personas tienen con su patria, y lo que la palabra "patria" significa para ellos.

En un estudio comprensivo realizado por el INEI sobre la emigración internacional de los peruanos entre 1990 y 2017, se estimó que para dicho año, el número de peruanos residiendo en el extranjero sobrepasaba los 3 millones de personas, de las cuales la mayoría eran jóvenes de entre 25 y 34 años (INEI, 2018). Y de este número de personas, se tiene que 21,9% declararon ser estudiantes (INEI, 2018). Esto quiere decir que hay un número significativo de personas que, tal como yo, deciden dejar el país, por uno u otro motivo, y que una buena parte de ellos son jóvenes. Por otro lado, el mismo INEI reportó en un estudio más reciente que los grupos de edad entre 25 y 29, y 30 y 34 años representaron el mayor porcentaje de emigrantes que retornaban a vivir al Perú después de por lo menos un año viviendo en el extranjero (INEI, 2022). Hay algo que nos hace irnos. Hay algo que nos hace volver. Y la patria, estoy segura, es un elemento clave de ese *algo*.

Pero es difícil hablar en estadísticas sobre un tema como la patria. Por eso, una de las primeras cosas que me propuse al escoger este tema fue a enfocarme precisamente en la vaguedad del concepto. Opté, entonces, por tratar de comprender lo que "patria" significa para cada uno de mis sujetos y encontrar aquello que sus definiciones tienen en común. Para ello, me acerqué a la realización del documental con tres preguntas principales. La primera: ¿Qué es la patria? La segunda: ¿De dónde nace el sentimiento de patria? Y la tercera: ¿Necesitamos una patria?

El documental como un todo contará con cuatro voces o personajes principales. La primera es la voz de la cineasta (es decir, mi voz), la persona en búsqueda de respuestas. Esta voz es transversal y nunca pasiva. Aún cuando el foco está en las experiencias de otros, queda claro que estamos viendo todo a través del lente de mi mirada. Cada una de las otras tres voces pertenece a una persona cuya experiencia con su patria

resulta relevante por el nivel de *insight* que puede brindar a la conversación. Así, cada voz es protagonista de un episodio completo. La idea es generar una introspección tanto en los sujetos como en el público. Para ello, se mantiene un estilo naturalista y estéticamente agradable, y un ritmo dinámico, que se logra con el uso de animaciones, voz en off y, por supuesto, personajes interesantes.

El documental es presentado como una serie de cuatro episodios: un episodio por personaje (empezando por el mío, que establece la búsqueda), cada uno de los cuales debe durar entre 15 y 20 minutos. Cabe resaltar que si bien esta es la estructura inicial y el alcance de este trabajo, este proyecto tiene potencial para convertirse en una serie de largo aliento.

En cuanto a la distribución, todos los capítulos se pondrán a disposición en Youtube y serán, por ende, de libre acceso. Esto con el afán de promover la accesibilidad del arte y facilitar el crecimiento orgánico del proyecto, siempre teniendo en cuenta que mis motivaciones no son económicas, sino primordialmente artísticas. La serie se promocionará a través de las redes sociales que mayor relevancia tienen entre los miembros del público objetivo: Instagram, TikTok y Youtube Shorts.

El objetivo general de este trabajo es representar la conexión humana entre las personas y su patria. Para lograr esto, se plantean dos objetivos específicos: el primero de estos es representar las experiencias de vida y patria de cada uno de los sujetos; el segundo, fomentar un cuestionamiento de la peruanidad y la conexión personal con la patria en cada uno de los espectadores.

### **1.1 Material #1: Capítulo 2: Yvonne (subtitulado al inglés)**

A manera de piloto, realicé el segundo de los cuatro capítulos. El personaje principal, Yvonne, es una mujer holandesa que vive en el Perú hace más de treinta años. Pero antes de llegar al Perú, fue mochilera por ocho años. Se fue de Holanda a los 19, vivió en Nueva York, luego en Los Ángeles, después en Hawaii, en San Francisco, y en Japón. En cada uno de estos lugares, Yvonne trabajó, experimentó la cultura y la gente, y dejó una parte suya. Le encantó el Perú, y finalmente se quedó aquí, se casó con otro holandés que conoció en Iquitos, y tuvieron dos hijos, que ahora son adultos y viven en Holanda.

Cuando conocí a Yvonne, supe que tendría una concepción de la patria única y que podría aportar mucho valor a mi proyecto. Además, es una mujer con una personalidad sumamente definida: extrovertida, abierta, carismática - todo lo necesario para convertirse en un personaje interesante que enganche a la audiencia.

El capítulo, que dura 16 minutos con 07 segundos, empieza y termina con una reflexión narrada por mí en voz en off, y está dividido en tres partes:

- i. Van Eyken: una presentación de Yvonne y su infancia
- ii. Trotamundos: sobre sus años de mochilera
- iii. La patria: el momento más introspectivo del episodio, donde, a partir de sus experiencias, hablamos sobre lo que la patria significa para ella.

El capítulo fue realizado por mí en su totalidad, desde la preproducción hasta la grabación, las animaciones, el montaje, la colorización y la musicalización. Su ubicación en línea es la siguiente:

[https://youtu.be/dULo-j\\_SYAU](https://youtu.be/dULo-j_SYAU)

### **1.2 Material #2: Press kit en español**

La ubicación en línea del material es la siguiente:

[https://issuu.com/andypandy2798/docs/press\\_kit\\_espa\\_ol](https://issuu.com/andypandy2798/docs/press_kit_espa_ol)

### **1.3 Material #3: Press kit en inglés**

La ubicación en línea del material es la siguiente:

[https://issuu.com/andypandy2798/docs/press\\_kit\\_ingl\\_s](https://issuu.com/andypandy2798/docs/press_kit_ingl_s)

### **1.4 Material #4: Pósters para campaña de publicidad *offline***

La ubicación en línea del material es la siguiente:

<https://drive.google.com/drive/folders/1C9DQp6cYpeY3uITYDiENAcCa5MQcVJMP?usp=sharing>

### **1.5 Material #5: Landing page**

La ubicación en línea del material es la siguiente:

<https://andreaduranddlp.wixsite.com/apatriaprofunda>



## 2. ANTECEDENTES

### 2.1 Motivación

Este proyecto nace de un lugar sumamente personal. Yo no siento una conexión con el Perú, no lo comprendo, siento que no lo conozco y que no pertenezco aquí. Tal vez es porque pasé cinco años de mi periodo formativo viviendo fuera del país. Quizás es porque mi familia tiene costumbres americanizadas. Posiblemente es porque, como mujer lesbiana, le guardo muchos resentimientos. En cualquier caso, este proyecto audiovisual es una de las últimas cosas que haré antes de partir para siempre del Perú.

Veo a tanta gente a mi alrededor que ama al Perú sin importar las desgracias por las que pasa el país, que he llegado a sentir que hay algo que ellos entienden sobre esta tierra. Algo que se me escapa. Antes de irme, quisiera entender qué es eso que no estoy viendo para comprender realmente qué es lo que estaré dejando atrás. Porque cuando uno se va de su país, inevitablemente se convierte en un representante del mismo. Y honestamente, yo no sé lo que quiero o debo representar.

Así empecé esta búsqueda. En un inicio, mi enfoque estaba solo en la peruanidad, pero mientras más avanzaba, más entendía que el tema era mucho más amplio. No se trataba solo de una desconexión con el Perú, sino de una sensación de que no tenía patria, que no pertenecía a ninguna parte. A partir de eso, amplí mi búsqueda. La patria es tan diversa, tan abstracta, tan emocional, y cada persona la entiende y la siente distinto. Este proyecto era mi oportunidad de explorar esa conexión.

Comprendí que para encontrar mis respuestas, era necesario dejar de lado el cinismo, la negatividad y los resentimientos. Empezar el proyecto abierta a todas las posibilidades y, sobre todo, con ganas de conectar y reflexionar. Con ganas de encontrar esperanza a través de las experiencias y miradas de los demás. Ese es el enfoque que le di al proyecto.

En el fondo, "A patria profunda" es una manera de encontrarme a mí misma. De ver mis experiencias a través de ojos nuevos, de definir y redefinir mi patria. Es arte como terapia, autoexploración y escape. Un lugar donde me permito hacer el arte que yo quiero hacer sin acatar a las reglas, definiciones o restricciones de nadie más. Busco

generar en mi público esa misma sensación de libertad e introspección que yo siento al hacerlo.

## 2.2 Género

Siguiendo a Godoy (2013, pp. 69-85), podemos clasificar este proyecto como un documental autobiográfico de acuerdo a las siguientes características:

1. **La presencia del yo:** en "A patria profunda" mi presencia como realizadora es constante y transversal, aún cuando el foco está en otras historias. Ya sea como voz en off, como una presencia física en la pantalla, o incluso a través del lenguaje cinematográfico mismo, queda claro para la audiencia que todo se está contando a través de mi mirada, mis experiencias y mi subjetividad. Así, como indica Godoy, "el realizador-narrador es a su vez el personaje." (2013, p. 69)
2. **Otra sensibilidad:** Godoy hace referencia a un tipo de documental femenino caracterizado por abordar temas que son especialmente relevantes para las mujeres y que los realizadores hombres no suelen tocar, puesto que se relacionan con las dinámicas heteropatriarcales y los efectos que estas tienen sobre las realizadoras (2013, p. 81). En ese sentido, considero importante recalcar aquí que parte de la desconexión que siento con el Perú viene del hecho de ser una mujer lesbiana y, como tal, carecer de una serie de derechos humanos básicos y, consecuentemente, de la oportunidad a un futuro digno y en pleno derecho en el Perú. Existe un resentimiento fuerte por mi parte que nace a partir de eso y en el que será clave reparar en el primer capítulo del documental. Por otro lado, la manera de abordar no solo estos temas, sino el proyecto en general - desde la intimidad, la exploración del mundo interno, la sensibilidad y lo emocional, responde también, según el autor, a estas sensibilidades nacidas de los feminismos.

El documental autobiográfico de tipo retrato se caracteriza, tal como indica Godoy (2013, p.57), por tener una estructura diacrónica que lo diferencia del diario, por el uso de la voz en off, de entrevistas a familiares y personas del entorno, y el uso de material de archivo para contar la historia. Así, implica un periodo de investigación por

parte del documentalista. En ese sentido, "A patria profunda" es en primera instancia un documental autobiográfico tipo retrato. Sin embargo, tiene también algo de diario, puesto que surge de un momento de crisis de identidad que me impulsa como directora a buscar respuestas y pasar por un proceso transformativo frente a la cámara, rasgo esencial de este tipo de documentales autobiográficos (Godoy, 2013, p. 55). Por otro lado, debido al carácter de la búsqueda, será necesario mezclar el retrato autobiográfico con el retrato familiar (Godoy, 2013, p.58): sería imposible entender la desconexión que tengo con la patria sin un recuento de mi infancia, mi familia y nuestra dinámica con el entorno.

Ahora bien, es importante acotar que si bien el primer capítulo de la serie es enteramente autobiográfico, los otros tres mezclan la autobiografía con la biografía, puesto que existen dos arcos narrativos paralelos: el de mi búsqueda personal y el del personaje principal de cada capítulo, que cuenta su historia de vida y su conexión con su patria. Estos tres capítulos encajan dentro de la categoría de documental participativo, donde, indica Godoy (2013):

El personaje se encuentra con el realizador, el cual se pone de manifiesto en la historia, como responsable y catalizador de lo que pasa. Este no busca ocultar su presencia para decirnos que lo que vemos es la verdad, sino hacerla presente y decirnos que lo que vemos es responsabilidad de su presencia, de que haya una cámara registrando todo lo que ocurre. (p. 46).

Por otro lado, si seguimos a Nichols (1997), podríamos llamarle también un documental interactivo con enfoque participativo, donde la presencia del realizador frente al sujeto y a la cámara "introduce una sensación de parcialidad" (Nichols, 1997, p. 79) y "las interacciones forman en sí mismas parte del resultado final" (Nichols, 1997, p. 85). Asimismo, se tiene que este tipo de documental se caracteriza, entre otras cosas, por la interacción a través de entrevistas y por la presencia de recursos como intertítulos gráficos y material de archivo, que se utilizan tanto para hilar la historia como para reconstruir los acontecimientos sin necesidad de una puesta en escena (Nichols, 1997, pp. 80-82), características con las que cumple "A patria profunda".

### **2.3 Ejes temáticos**

Para encaminar la búsqueda, partí de la idea de que, si la patria es un concepto entendido por varios, debe haber ciertos temas en común, ciertos elementos que influyen en la



formación del sentimiento. Escogí entonces un pequeño número de temas según mi percepción, y luego de validar el proyecto y conversarlo con algunos expertos, quedaron establecidos los siguientes temas:

- a) La familia
- b) La cultura
- c) El orgullo
- d) El pasado, presente y futuro percibido

Así, la idea de patria en cada uno de los sujetos estará guiada a través del lente de estos cuatro temas principales, aunque siempre será posible priorizar unos sobre otros dependiendo de la experiencia específica de cada sujeto.

Ahora bien, considero relevante acotar que este documental hace una exploración artística, no antropológica. No busco verdades objetivas, sino emocionales. Esta mirada se extiende a los ejes temáticos, que están siempre sujetos a cambio mientras avanza la producción. El viaje en el que me embarco tiene carácter transformativo, y, por consiguiente, el contenido siempre debe poder transformarse conmigo.

## **2.4 Referentes**

En cuanto a referencias, hay dos que resaltan. La primera de estas es *Street Food*, una docuserie americana de dos temporadas (una en Asia y una en Latinoamérica) que explora la comida callejera, su historia y sus representantes alrededor del mundo. Si bien el protagonista es la comida, la docuserie tiene un enfoque sumamente humano: se trata de quienes trascienden dentro del campo de la comida callejera, de sus historias de vida, del impacto que han tenido en su entorno, de su importancia.

*Street Food* toma algo que usualmente se entiende como mundano y lo convierte en algo extraordinario al concederle importancia. Así, es el caso ideal de un producto audiovisual que logra cambiar la narrativa de un tema al enfocarlo con un lente distinto a otros.

La segunda referencia es *Down to Earth with Zac Efron*. En esta docuserie participativa, el actor Zac Efron viaja con Darin Olien, experto en *wellness*, alrededor del mundo en busca de estilos de vida sostenibles y saludables.

Lo más relevante en cuanto a esta serie como referencia para "A patria profunda" es el hecho de que toca un tema transversal enfocado como una búsqueda, con subtemas distintos y lugares diferentes en cada uno de los episodios. Al final de la temporada, es evidente que se ha producido una transformación visible en los personajes principales y la manera en que entienden la vida con el pasar de los episodios.

Asimismo, las voces principales son las de las personas que realizan la búsqueda, aún cuando el foco está sobre los sujetos que cuentan su historia. Sin embargo, esto siempre se realiza de manera respetuosa y con interés genuino. Todas estas son cosas a las que aspira "A patria profunda", de manera que es relevante tomar esta serie y analizar sus buenas prácticas.

#### A) Street Food Latin America (2020)

#### **Figura 2.1**

*Imagen promocional de la serie Street Food Latin America*



*Nota.* De *Street Food: Latin America* [Comida callejera: Latinoamérica] de Lillegard, D., McGinn, B. (Productores ejecutivos). (Productores ejecutivos). [Serie de TV]. Netflix; Netflix.

Tras analizar la serie, concluí que son, a grandes rasgos, cinco los rasgos de Street Food que quisiera tomar como punto de referencia para la realización y dirección creativa de "A patria profunda":

a) El tratamiento de las historias personales

**Figura 2.2**

*Fotograma tomado del tráiler oficial de Street Food: Latin America*



*Nota. De Street Food: Latin America | Official Trailer | Netflix de Netflix. [Vídeo]. Netflix. 2020. (<https://www.youtube.com/watch?v=qErl4he7eMw>)*

Las historias personales tienen un enfoque sumamente humano y se retratan de manera que se desarrolla una conexión empática con los personajes y se genera un aura de intimidad. Cada una de las historias es contada con su propia cadencia y nivel de profundidad, siempre respetando el tono planteado por quien lo cuenta.

b) La elección de los sujetos

**Figura 2.3**

*Fotograma tomado del tráiler oficial de Street Food: Latin America*



Nota. De *Street Food: Latin America* | Official Trailer | Netflix de Netflix. [Video]. Netflix. 2020. (<https://www.youtube.com/watch?v=qErl4he7eMw>)

Cada uno de los sujetos que se muestra en la pantalla es necesario, ya sea para respaldar lo que los personajes dicen, para decir cosas sobre ellos que no pueden decir sobre sí mismos o para servir como personajes secundarios. Estos personajes secundarios solo se muestran en tiempos limitados, de manera que los personajes principales mantienen el protagonismo.

Más allá de esto, sin embargo, es evidente que los sujetos fueron escogidos con gran cuidado, puesto que no solo son las estrellas locales de la comida callejera, sino que también logran representar a un grupo de personas: trascienden su propia historia. Cada uno de los sujetos es sumamente interesante, con una historia importante que contar, y una personalidad cautivadora. Es importante que, para "A patria profunda", encuentre a sujetos que cumplan con estas mismas características, puesto que cada episodio se centrará en una historia principal.

c) La estructuración por capítulos e hilos narrativos

**Figura 2.4**

*Fotograma tomado de Street Food: Latin America, capítulo 4*



*Nota.* De *Street Food: Latin America* [Comida callejera: Latinoamérica] de Lillegard, D., McGinn, B. (Productores ejecutivos). (Productores ejecutivos). [Serie de TV]. Netflix; Netflix. 2020.

Los capítulos están estructurados de manera que cada uno es una ciudad distinta en Latinoamérica. En cada ciudad, a su vez, hay una historia principal, y alrededor de dos o tres historias secundarias.

Sin embargo, para generar la distinción entre una y otra, la presentación del sujeto principal abre con el nombre de su restaurante y, luego, su nombre (por ejemplo, “Al Toke Pez, Tomás “Toshi” Matsufuji), mientras que las historias secundarias se basan en un tipo de comida específica. Se presentan, entonces, con el nombre del platillo primero, y el nombre del restaurante abajo (por ejemplo: “Combinado, Huerta Chinen, Lima”). De esta manera, queda claro que hay un enfoque especial en la historia del personaje principal, y que es esa la que profundizará más y a la que volveremos constantemente a lo largo del capítulo.

### **Figura 2.5**

*Fotograma que muestra uso de elementos gráficos en Street Food: Latin America*



*Nota.* De *Street Food: Latin America* [Comida callejera: Latinoamérica] de Lillegard, D., McGinn, B. (Productores ejecutivos). (Productores ejecutivos). [Serie de TV]. Netflix; Netflix. 2020.

Este es un punto de referencia sumamente importante para “A patria profunda”, debido a que la estructura principal es similar a esta: son cuatro historias principales en cuatro lugares distintos, y cada una de ellas lidera el hilo narrativo de su capítulo. Es importante, entonces, estructurar el capítulo de tal manera que eso se entienda y funcione armónicamente.

d) La mezcla de medios visuales

**Figura 2.6**

*Fotograma que muestra uso de material de archivo en Street Food: Latin America*



*Nota.* De *Street Food: Latin America* [Comida callejera: Latinoamérica] de Lillegard, D., McGinn, B. (Productores ejecutivos). (Productores ejecutivos). [Serie de TV]. Netflix; Netflix. 2020.

Los sujetos de *Street Food* cuentan su historia en retrospectiva y, a la vez, los seguimos en entrevistas y los vemos en su rutina cotidiana. Para esto último es evidente que existe material controlable; es decir, material que ha sido grabado específicamente para el documental, bajo una dirección artística y creativa específica (Kashi, Winkour, 2017). Sin embargo, ilustrar el pasado requiere de otras soluciones. *Street Food* recurre en estos casos a material grabado o fotográfico personal. Es una buena práctica, que nos sumerge más en el mundo del sujeto y genera una conexión emocional aún más fuerte.

"A patria profunda" tendrá que encarar esta misma situación, y será importante tomar en cuenta que utilizar material de archivo y fotográfico puede ser una táctica sumamente efectiva si se realiza correctamente.

El otro referente en cuanto a este punto es el uso de *motion graphics* que no solo ayudan a establecer a las personas y lugares, sino que también tienen un rol importante en el establecimiento y la comunicación de la identidad de la serie.

e) El uso de planos

Esta serie hace un muy buen trabajo de utilizar los planos correctos en los momentos correctos para generar sensaciones específicas. Esto es especialmente cierto en cuanto su uso de los planos generales para establecer lugares, los primeros planos y los planos detalle. Esta combinación de planos, en mi opinión, es lo que hace posible que la docuserie tome algo ordinario y lo vuelva extraordinario: los planos están planeados con sumo cuidado y generan un buen balance entre el humano y el objeto (en este caso, la comida), confiriendo una importancia especial a cada uno de ellos.

A manera de ejemplo, se tienen los siguientes planos:

**Figura 2.7**

*Fotograma de plano detalle en Street Food: Latin America*



*Nota.* De *Street Food: Latin America* [Comida callejera: Latinoamérica] de Lillegard, D., McGinn, B. (Productores ejecutivos). (Productores ejecutivos). [Serie de TV]. Netflix; Netflix. 2020.

### **Figura 2.8**

*Fotograma de plano general en Street Food: Latin America*



*Nota.* De *Street Food: Latin America* [Comida callejera: Latinoamérica] de Lillegard, D., McGinn, B. (Productores ejecutivos). (Productores ejecutivos). [Serie de TV]. Netflix; Netflix. 2020.

### **Figura 2.9**

*Fotograma de plano medio en Street Food: Latin America*



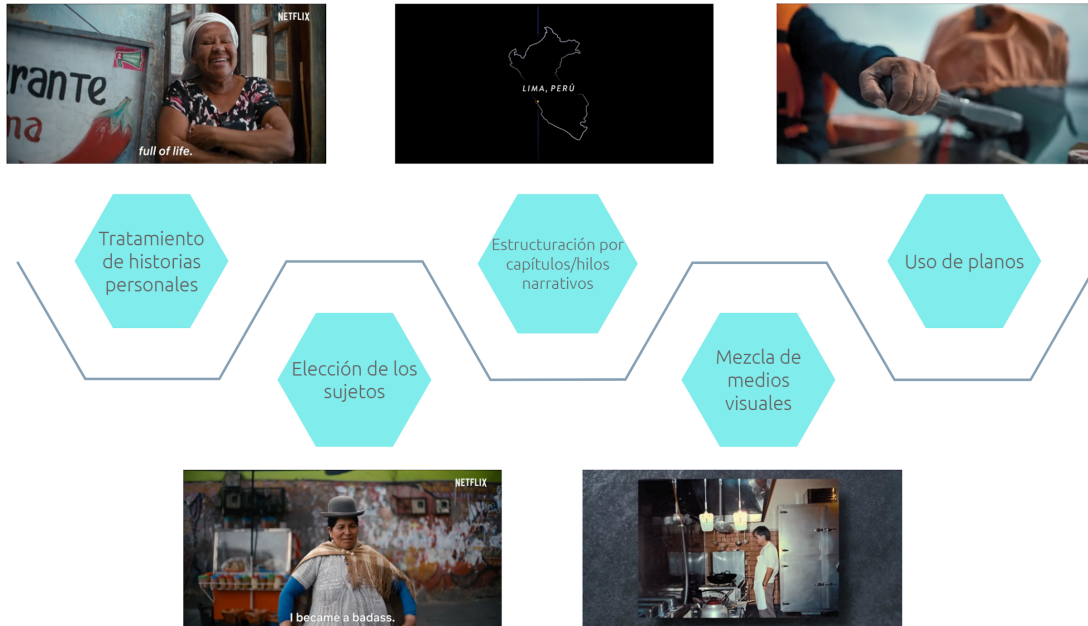


*Nota.* De *Street Food: Latin America* [Comida callejera: Latinoamérica] de Lillegard, D., McGinn, B. (Productores ejecutivos). (Productores ejecutivos). [Serie de TV]. Netflix; Netflix. 2020.

Entonces, los aspectos que busco rescatar de Street Food se pueden encontrar resumidos en el siguiente diagrama:

**Figura 2.10**

*Diagrama resumen de los aspectos a rescatar de Street Food: Latin America*



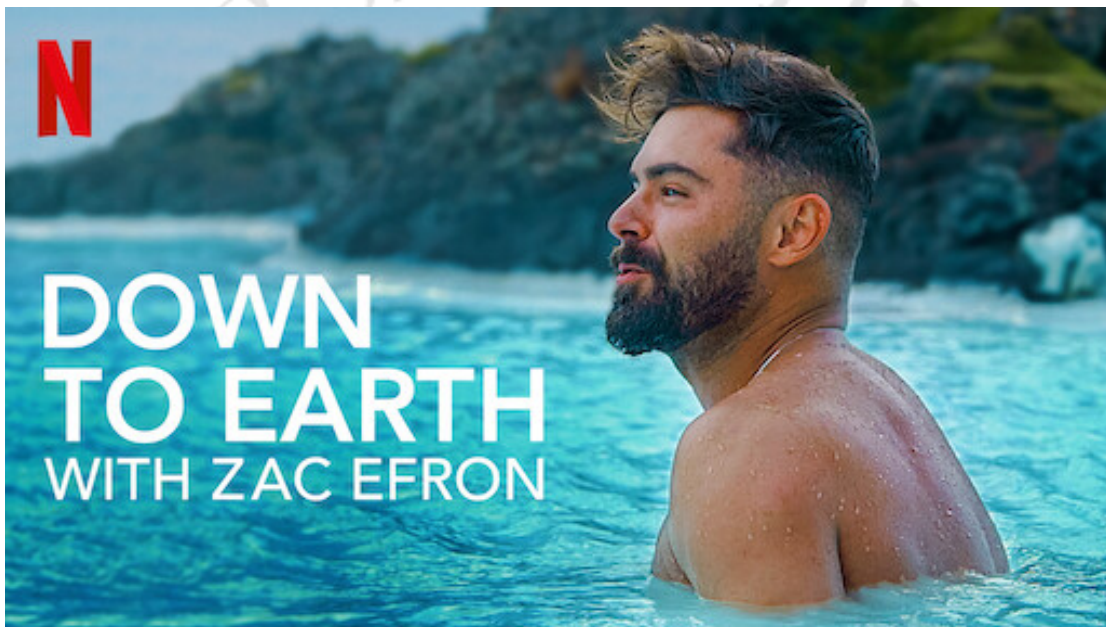
*Nota.* Fotografías de *Street Food: Latin America* [Comida callejera: Latinoamérica] de Lillegard, D., McGinn, B. (Productores ejecutivos). (Productores ejecutivos). [Serie de TV]. Netflix; Netflix.

B) Down to Earth

Tal como se ha mencionado previamente, esta es una serie documental donde el narrador y personaje principal se embarca en una búsqueda, la cual comprende un arco narrativo transversal a toda la temporada. No obstante, cada capítulo cuenta una historia diferente, con un personaje distinto y en un lugar nuevo. Es a través de las miradas de estos otros personajes que Efron, el buscador, encuentra las respuestas a sus preguntas. Y como audiencia, vemos su proceso de transformación. Todas estas características sirven como inspiración para este trabajo.

### Figura 2.11

*Imagen promocional de la serie Down to Earth with Zac Efron*



*Nota.* De *Down to Earth with Zac Efron* [Con los pies en la tierra con Zac Efron] de Barret J., Efron, Z., Gmelich, G., Henson, C., Olien, D., Simpkin, M., Volk-Weiss, B. (Productores ejecutivos). [Serie de TV]. Netflix, Nacelle; Netflix. 2020.

Visualmente, el estilo de esta serie es bastante directo, y eso agrega un cierto elemento de autenticidad. No obstante, para "A patria profunda", me gustaría lograr un estilo visual más definido y uniforme, aun manteniendo el elemento de autenticidad.

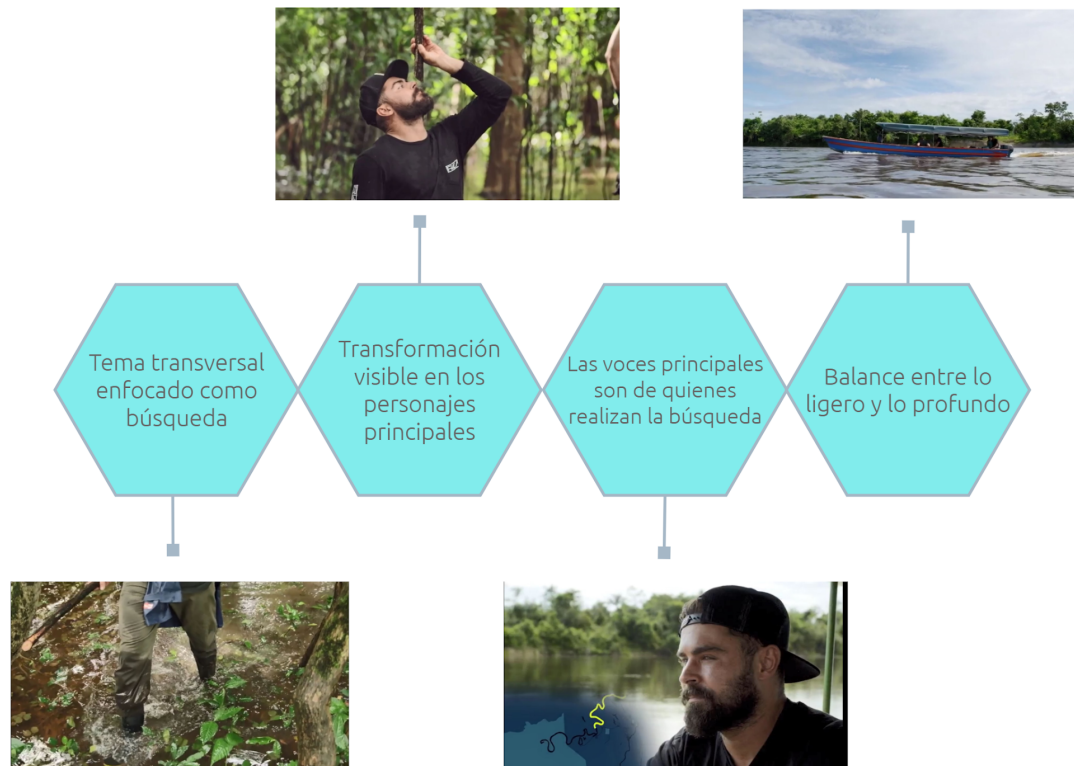
En cuanto al tono, esta docuserie es bastante ligera y se maneja con mucho humor y carisma, excepto en momentos donde se tocan temas más serios. "A patria profunda" no tiene el objetivo de hacer reír, pero yo soy una persona que se maneja mucho con bromas, y, al ser mi voz la principal, creo que es importante tomar eso en cuenta, sobre todo porque se busca mantener la autenticidad y el toque personal. Si bien el tono general es bastante filosófico, creo que es crucial lograr un balance entre lo ligero y lo profundo,

e intentar siempre mantener un cierto nivel de carisma que permita que la docuserie se vuelva más digerible y deje al público queriendo más.

Los puntos clave a rescatar de Down To Earth, entonces, se resumen en el siguiente gráfico:

**Figura 2.12**

*Diagrama resumen de los aspectos a rescatar de Down to Earth with Zac Efron*



*Nota.* Fotografías de *Down to Earth with Zac Efron* [Con los pies en la tierra con Zac Efron] de Barret J., Efron, Z., Gmelich, G., Henson, C., Olien, D., Simpkin, M., Volk-Weiss, B. (Productores ejecutivos). [Serie de TV]. Netflix, Nacelle; Netflix. 2020.

## 2.5 Youtube: Casos referenciales

Debido a que este proyecto fue concebido con Youtube como plataforma de distribución en mente, considero relevante incluir casos referenciales que utilizan dicha plataforma también.

El primer grupo de referentes está conformado por documentales parecidos al mío en tono, forma, tema o profundidad, que se encuentran disponibles en Youtube. El primero de estos es "Un documental sobre la Felicidad", de Verónica Calderón, cuyo proyecto, al igual que el mío, se realizó a manera de trabajo de suficiencia profesional en

el 2017. De hecho, este fue uno de mis mayores referentes en cuestiones de tono y forma. El documental inicia como un cuestionamiento: ¿Qué es la felicidad? Y Verónica, como protagonista, sale en búsqueda de respuestas.

Casos como el de este documental abundan en la plataforma. Desde documentales cortos sobre arte y artistas (e.g., *A Pursuit of Mastery* (Consmueller & Lipsman, 2022); *Brave Art* (von Kleist, 2018); *Portrait of a Portrait Artist* (DeMatteis, 2018)), hasta retratos de travesías milenarias y héroes desconocidos (e.g., *Forest Man* (McMaster, 2014); *Apu Sherpa Docushort* (undefined [Merlin Films LLC], 2018); *Last Nomads of the Everest* (Poudyal, 2020); *Kabuki* ([Spur Films] & Cooke, 2015)), documentales políticos (e.g., *La vida pública de Alan García* (Lezama, 2022)), historias impactantes con trasfondos sociopolíticos complejos (e.g., “*Joe Buffalo*”, *Surviving the Horror of Residential Schools by Skateboarding* ([The New Yorker] & Chebib, 2021)) y documentales que exploran temas más filosóficos (e.g., *The Simplicity of Happiness* (Darmali, 2017); *A Place Like This* (May, 2014)). Todos estos contenidos, hayan sido producidos independientemente o con apoyo financiero de entidades como The New Yorker, se encuentran disponibles en Youtube y son de libre acceso. En ese sentido, se comprende que es una plataforma adecuada para la clase de contenido que se propone en este proyecto.

El segundo grupo de referentes está compuesto por canales de Youtube dedicados a generar contenido cuyo valor temático y/o de producción es alto, y que han crecido paulatinamente y han logrado construir audiencias y comunidades que les han permitido ganar auspicios o incluso ser apoyados financieramente por su mismo público a través de plataformas como Patreon. En este grupo se encuentran canales dedicados al análisis de contenidos mediáticos como *FilmSpeak*, *Just Write*, *Thomas Flight*, *Sideways*, *Karsten Runquist*, *Quality Culture*, entre otros. Por otro lado, hay canales que hablan de temas de relevancia histórica, política o de actualidad, como *Half as Interesting*, *Wendover Productions*, y *CrashCourse*. Finalmente, existen canales enteros dedicados a temas filosóficos, muchas veces aplicados a la actualidad. Es el caso de *Philosophy Tube* y *Contrapoints*.

"A patria profunda", como propuesta, se encuentra en la intersección de estos dos grupos. Es una serie documental que busca tener una alta calidad y aportar contenido de valor. Es, asimismo, una producción totalmente independiente, mediante la cual se aspira a generar comunidad. Como se mencionará más adelante en este informe, dicho

crecimiento orgánico podría eventualmente generar auspicios. También se considera la posibilidad de eventualmente abrir una cuenta en Patreon donde miembros de la comunidad se puedan suscribir a cambio de beneficios especiales, lo cual ayudaría a financiar el proyecto. Estas dos posibilidades son, sin embargo, a largo plazo.

## **2.6 Objetivos**

Los objetivos de este proyecto son, primero, artísticos, y luego, de autodescubrimiento. En ese sentido, como se mencionó anteriormente, el objetivo general de este trabajo es representar la conexión humana entre las personas y su patria. Para lograr esto, se plantean dos objetivos específicos: el primero de estos es representar las experiencias de vida y patria de cada uno de los sujetos; el segundo, fomentar un cuestionamiento de la peruanidad y la conexión personal con la patria en cada uno de los espectadores.

Todo esto debe lograrse a través de una estética naturalista y un tono cercano y casual, pero profundo. Debe sentirse personal, introspectivo y, al mismo tiempo, debe ser ameno y entretenido.

Por otro lado, están los objetivos de autodescubrimiento. Busco generar en mí misma un cuestionamiento constante durante todo el proceso de realización de los capítulos - desde la preproducción hasta la postproducción, que me ayude a darle sentido a la idea de conexión con la patria que estaba buscando. El proceso completo de este viaje personal debe, a su vez, verse reflejado en los capítulos mismos, cuya forma y fondo se verán afectados por la forma que tome mi narrativa y mi evolución personal.

## **2.7 Público objetivo**

Como se mencionó al inicio de este informe, en un estudio comprensivo realizado por el INEI sobre la emigración internacional de los peruanos entre 1990 y 2017, se estimó que para dicho año, el número de peruanos residiendo en el extranjero sobrepasaba los 3 millones de personas, de las cuales la mayoría eran jóvenes de entre 25 y 34 años (INEI, 2018). Y de este número de personas, se tiene que 21,9% declararon ser estudiantes (INEI, 2018). Esto quiere decir que hay un número significativo de personas que, tal como yo, deciden dejar el país, por uno u otro motivo, y que una buena parte de ellos son

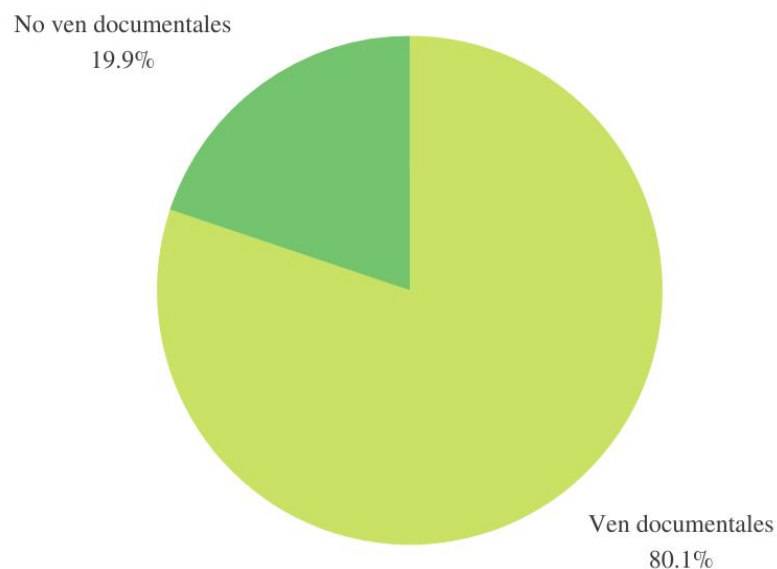
jóvenes. En ese sentido, hay un público que se podría ver reflejado en la búsqueda de fondo de este documental.

Siguiendo esta línea, el **público objetivo** de este documental son, en primera instancia, peruanos entre 20 y 35 años interesados en documentales de estilo biográfico y de estilo de vida, y que tengan o alguna vez hayan tenido cuestionamientos sobre su pertenencia al lugar donde nacieron.

Este público no solo se sustenta en la suposición de un sentimiento compartido, sino también en cifras sobre su consumo de documentales e interés declarado en el concepto de "A patria profunda" en una encuesta de realización propia cuya muestra fue de 180 personas entre 15 y 50 años de nivel socioeconómico A y B<sup>1</sup>. Al analizar los resultados de dicha encuesta, hallamos las siguientes cifras:

**Figura 2.13**

*Consumo de documentales de encuestados entre 20 y 30 años*



Este primer gráfico es un claro indicador de que, en primer lugar, existe un mercado entre los jóvenes peruanos para los documentales, por lo cual tiene sentido dirigir el producto hacia este público. Asimismo, se tiene que son estos mismos jóvenes quienes pasan más tiempo en línea y, específicamente, en redes sociales como Youtube,

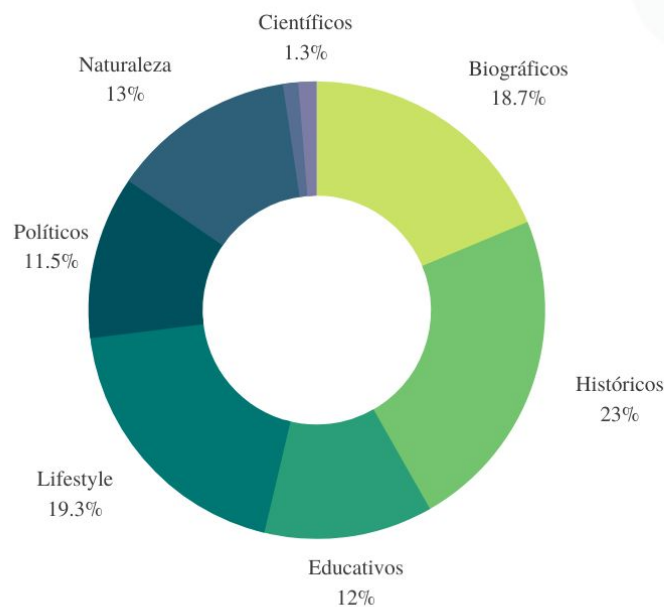
<sup>1</sup> Ver el anexo 1: Encuesta sobre consumo de documentales

donde se pondrá a disposición el producto terminado, y TikTok e Instagram, que se utilizarán como canales para promocionar el documental.

Por otra parte, los resultados de la encuesta indicaron que no solo existe entre el público objetivo un interés en los documentales, sino que existe un amplio interés por documentales biográficos y de estilo de vida (lo cual, tal como se indicó en la encuesta, comprende temas como moda, viajes y comida). Esto es sumamente importante, puesto que la propuesta de "A patria profunda" se sitúa en el cruce entre estas dos temáticas. Del público general encuestado, 38% indicó que consume documentales de este estilo:

**Figura 2.14**

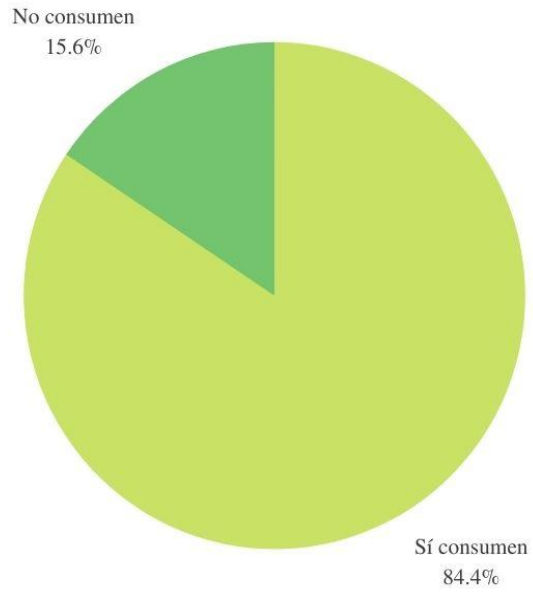
*Consumo de documentales de encuestados por categorías*



Sin embargo, al analizar las respuestas de las personas pertenecientes al público objetivo (entre 20 y 30 años que ven documentales), vemos que el porcentaje de personas interesadas en este tipo de documentales sube a un 84,4%.

**Figura 2.15**

*Consumo de documentales biográficos y de estilo de vida de encuestados consumidores de documentales entre 20 y 30 años*





## 3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL

### 3.1 Conceptualización del proyecto

Como se ha mencionado anteriormente, este proyecto nació de un lugar muy personal. Teniendo en cuenta que los objetivos del mismo son tanto artísticos como personales, pienso relevante tener en cuenta las siguientes consideraciones sobre la conceptualización de este proyecto:

1. No tiene motivaciones ni aspiraciones económicas. En un principio, "A patria profunda" es, para mí como realizadora, un escape y una forma de terapia de autoconocimiento. No es, ni busco que sea, una actividad que genere ingresos para mí, sino un proyecto constante que hago durante tiempos libres.
2. Como no tiene aspiraciones económicas, cualquier necesidad de financiamiento corre por cuenta propia. Cuento con todo el equipo necesario para realizar episodios del calibre del piloto, y mis habilidades técnicas seguirán creciendo, por lo cual la calidad de producto mejorará con el tiempo. Cualquier adquisición que considere necesaria se realizará en su debido momento.
3. El control completo de este proyecto estará en mis manos. No buscaré financiamiento externo, porque este suele venir con términos y condiciones que se traducen en limitaciones artísticas. Esto resulta contraproducente para un producto como este, donde reina la espontaneidad, la introspección y el carácter íntimo y personal. Si en un futuro se consiguen auspicios, se deben aceptar solo si es que el auspiciador comprende la esencia del proyecto y está dispuesto a que se le incluya de formas no disruptivas para el mismo.
4. Ocuparme del proceso completo de realización también me permitirá una mayor cercanía con las personas retratadas. Es importante tener en cuenta que al aceptar ser parte del proyecto me están dando acceso a su vida personal, a sus espacios, a sus memorias y a sus pensamientos. Ser yo sola quien está detrás de la cámara los ayudará siempre a sentirse cómodos y en confianza, lo cual, a su vez, contribuye a que obtenga mejores resultados para el documental.

5. Este es un producto abierto al cambio y la evolución. Si bien se plantean ciertos lineamientos básicos, tanto la forma como el fondo tienen la libertad de adaptarse a las necesidades de la historia que se cuente, la cual incluye mi evolución personal.
6. Soy fiel creyente de que el arte debería ser tan accesible como se pueda. Partiendo de esta idea, y comprendiendo que hay muchísimos productos audiovisuales peruanos que son imposibles de encontrar en línea de manera gratuita, "A patria profunda" fue concebido desde un principio para estar disponible en Youtube y ser promocionado en redes sociales. Esto se debe mantener así siempre.

## 3.2 Propuesta técnica

### 3.2.1 Estilo visual

#### a) Color

El estilo visual de "A patria profunda" será **sumamente directo y algo saturado, lleno de color**, de manera que genera una sensación de optimismo y vitalidad. Esta decisión se debe, en primer lugar, a que el color contribuye al tono general del documental. Si bien este es un documental de carácter casi filosófico, también es un viaje plagado de optimismo y auténtica curiosidad, y el estilo visual debe transmitir ese espíritu.

El color, asimismo, es un elemento que puede ser muy bien aprovechado en el Perú para distinguir entre los distintos escenarios: los colores de Lima son tan particulares como los de los Andes, el Titicaca, o la Amazonía. De esta manera, la saturación cumple un rol casi narrativo.

#### **Figura 3.1**

*Ejemplos de color y saturación*



### b) Planos

El concepto de estilo visual general de este documental deriva de mi estilo fotográfico, que, en los retratos, busca **capturar el espíritu humano** de la manera más auténtica

posible, y, en los paisajes, busca encontrar perspectivas novedosas. En ese sentido, los planos en este documental deben servir esos mismos propósitos.

Para lograr este estilo, lo mejor será capturar **primeros planos y planos detalle** de las personas: ojos, manos, caras, piernas - cualquier parte del cuerpo que cada uno de los sujetos utilice para expresarse a su manera particular.

### **Figura 3.2**

*Ejemplos de planos detalle*



El lenguaje corporal, asimismo, comunica mucho sobre una persona, de manera que los **planos medios, americanos y enteros** deben ser utilizados con ese propósito, además de para establecer a cada uno de los personajes. Los planos cerrados deberían ser acompañados por una **apertura grande**, mientras que en el caso de los planos amplios esto puede variar: se utilizarán aperturas grandes cuando el sujeto necesite atención

exclusiva, y **aperturas pequeñas** cuando sea necesario establecer a un sujeto dentro de un lugar o contexto.

### Figura 3.3

*Ejemplos de planos medios y tres cuartos enfocados en la persona*



En cuanto a los **paisajes**, se deben realizar planos generales para contextualizar a la audiencia. No obstante, será también sumamente necesario tener **grandes planos generales** y **planos detalle** de los paisajes. La idea en el caso de los primeros es mostrar la inmensidad del Perú (y será aún más efectivo cuando sea posible que haya dentro del gran plano general un elemento humano que permita contrastar las magnitudes), como una metáfora visual de la inmensidad de la búsqueda que se realiza en el documental: la idea de patria es tan inmensa y diversa como el mundo mismo. Los planos detalle son también sumamente importantes, puesto que agregan dimensión y profundidad a la

información que tenemos a partir de los planos más abiertos. Retratar rincones y detalles del entorno del personaje nos da más información sobre el mundo interior del mismo.

### Figura 3.4

*Ejemplos de planos generales y detalle en paisajes*



#### c) Movimientos de cámara

Debido a la naturaleza de este proyecto, se deberá alternar entre **cámara en mano** (con Gimbal) y **trípode**. En cuanto a lo demás, se pueden utilizar **paneos** y **travellings** en cualquier momento que parezca adecuado. No obstante, no se trabajará con **zooms** y los **movimientos circulares** deben ser igualmente sumamente limitados o nulos.

#### d) Iluminación

"A patria profunda" hará uso predominante de la luz natural. En primer lugar, porque si mis sujetos están fuera de Lima es posible que los viajes se compliquen demasiado llevando equipos de iluminación. Por otro lado, este es un documental que realizaré sola, y no tengo

la capacidad física de llevar demasiados equipos, y tampoco los medios económicos para financiarlos. En ese sentido, lo ideal será programar los viajes necesarios no solo en función de la disponibilidad de los sujetos y los eventos que puedan estar sucediendo, sino, dentro de lo posible, teniendo en cuenta las épocas del año donde las condiciones climáticas sean óptimas en cada región. Así, por ejemplo, grabar en la costa en verano es buena idea, y en la sierra, conviene más el invierno, cuando no hay lluvias.

### **3.2.2 Entrevistas**

Este documental utilizará una estrategia mixta en cuanto a las entrevistas. En primer lugar, se realizarán entrevistas tradicionales, que servirán como espacio para explorar al sujeto a profundidad en un espacio íntimo y privado. Estas entrevistas serán el lugar donde se toquen los temas más delicados, propicios a poner a la persona en situación de incomodidad, y que a veces son sumamente necesarios en los documentales. Para este tipo de entrevistas se seguirá un modelo semi estructurado, de manera que haya una cierta guía de los temas que se quiere conocer de cada sujeto de acuerdo al tema particular del capítulo, pero con suficiente flexibilidad como para entrar a nuevos temas valiosos si estos surgen.

En segundo lugar, se intentará realizar entrevistas más casuales cuando los sujetos estén en acción, en un ámbito cómodo y conocido para ellos. Estas entrevistas se prestarán más para establecer la manera en que realmente *son* en su vida cotidiana, profundizando en la conexión emocional aún más y de una manera distinta. Esta suerte de cambio de ritmo ayudará asimismo a mantener un paso dinámico, de manera que el público se mantenga enganchado e interesado a la vez que se muestran distintas facetas del sujeto en cuestión. Este segundo tipo de entrevistas son abiertas. Se busca conocer el mundo interno del sujeto en relación a su entorno y sus actividades diarias.

### **3.2.3 Propuesta de montaje**

#### **a) Voz en off**

La voz en off en este documental se presenta como un recurso complementario mediante el cual se expande y se profundiza la búsqueda de fondo al agregar reflexiones o dimensiones nuevas conforme avanza el viaje. Asimismo, se utilizará con el objetivo de agregar contexto o en momentos donde yo (como narradora y personaje) quiera recalcar algún pensamiento o

alguna reflexión que no se haya podido hacer en el campo. Esto ayudará a impulsar la narrativa hacia adelante, pero también a generar una conexión más profunda conmigo y que el público esté al tanto de la evolución de la búsqueda principal y la manera en que esta progresa en mi mente a lo largo de los episodios.

#### b) Diseño sonoro y musicalización

Se utilizará sonido diegético y extradiegético. En este documental será sumamente importante mantenerse alerta durante el proceso de grabación a sonidos o músicas propias de los lugares y los sujetos, pues sería muy valioso encontrar algo que los represente e incluirlo en el documental (podría empezar siendo diegético y convertirse en extradiegético, inclusive). Asimismo, los sonidos del ambiente son sumamente importantes para conferir una identidad específica a cada contexto, de manera que grabar ambiente será clave.

Por otro lado, cualquier musicalización que se realice deberá ir acorde a la personalidad de los sujetos y los lugares que aparezcan en pantalla, por lo cual cada uno de los episodios tendrá su propia identidad sonora. Lo único constante será la música de la introducción. Para hacer esto, se utilizará música de stock. Eventualmente, se podría considerar la opción de trabajar con un compositor o sonidista, pues es un ámbito en el que no tengo expertise.

Ahora bien, esto también está sujeto a cambios dependiendo de la narrativa. En el episodio de Yvonne, por ejemplo, surgió la necesidad de retratar sonoramente no solo al lugar donde habita actualmente, sino también a Holanda, Nueva York, Los Ángeles, San Francisco, Hawaii y Japón. Cada lugar se convirtió en una pequeña cápsula narrativa, y, por consiguiente, se utilizó un mismo estilo general de música, y con connotaciones siempre optimistas, pero se buscó música que encarne, de alguna manera, la esencia de cada país o ciudad.

#### c) Medios mixtos

Con el objetivo de mantener la mayor autenticidad posible y conectar emocionalmente con la audiencia, en este documental no se utilizará ningún tipo de actuación, incluyendo reconstrucciones o recreaciones de hechos pasados.



En ese sentido, cuando la narrativa se remita al pasado y sea necesario visualizarlo, se utilizará una estrategia de medios mixtos: se podrá incluir fotografías, videos y otros materiales de archivo, según disponibilidad en cada uno de los casos. Dichos medios se utilizarán para contextualizar en una época histórica, para hacer visible un suceso del pasado, y para agregar dimensión a las historias narradas por los sujetos. Se convertirán en parte del estilo e identidad de la serie documental como un todo.

Esta estrategia permitirá una mayor inmersión en el mundo de cada uno de los sujetos, a la vez que profundiza el vínculo emocional con la audiencia, puesto que los sujetos les están confiando parte de su intimidad. La decisión, asimismo, se debe en parte a que este documental no contará con un elevado presupuesto, y llevar a cabo recreaciones de eventos pasados supone en la mayoría de casos la contratación de actores y producción de escenas. Entonces, no es un camino viable en este trabajo, ni por el lado de producción, ni por el lado artístico.

Por otro lado, el documental hará uso de motion graphics como recurso para introducir los títulos, lugares y sujetos principales de cada uno de los episodios. Esta decisión se sustenta, en primer lugar, por la necesidad de que el documental tenga una identidad propia fuerte y diferenciable. El estilo de los gráficos ayudará a comunicar tanto la identidad como el tono del documental. Esto es especialmente importante debido a que se trata de una serie y no un largometraje: la identidad comunicada a través del diseño de los gráficos ayudará a generar cohesión visual y a que los episodios sean entendidos como partes de un todo integrado. En segundo lugar, la decisión de utilizar motion graphics cumple una funcionalidad práctica dentro de la narrativa: se utilizarán para contextualizar a la audiencia en cuestiones espaciales y de personajes, de manera que puedan seguir la historia sin problemas.

#### **3.2.4 Estructuración temporal**

Si bien los tiempos de los episodios pueden presentar variaciones de acuerdo a las necesidades de cada historia, será importante mantener cierta estructura que ayude a dar una sensación de cohesión.

Teniendo en cuenta que la duración promedio de los capítulos es entre quince y veinte minutos, la estructuración en términos generales es la siguiente:

- a) Segundos 00:00 - 00:15: *Cold opening*. Se inicia el capítulo con uno o varios insertos llamativos del capítulo. Esto tiene el rol de, en primer lugar, constituirse como algo atractivo para el público; en segundo lugar, establecer el tono general del capítulo; y, en tercer lugar, introducir al personaje de forma dinámica y generar intriga.
- b) 00:16 - 00:40: Secuencia de introducción. Aquí se dará contexto del personaje y cómo nos encontramos. Luego, se mostrarán los títulos de la serie y del capítulo. Se utilizará material de archivo y *motion graphics* para construirlos.
- c) 00:41 - 10:00: Desarrollo de la narrativa personal del sujeto. Empieza con la introducción del personaje (aprox. 10 segundos), el inicio de mi viaje o mi encuentro con el personaje y una presentación visual que nos acerca al personaje mismo y a su entorno (30 segundos - 1 minuto). Luego, el personaje cuenta un poco de su vida. En estos nueve primeros minutos lo conocemos a fondo y comprendemos por qué es una persona que tiene *insights* relevantes sobre la patria. En el caso de Yvonne, por ejemplo, sus años como mochilera por tantas partes del mundo, conociendo y viviendo con gente de tantas nacionalidades, la convierten en alguien cuya opinión en este tema y cuya filosofía resultan relevantes. Se utilizarán las entrevistas como punto de partida, y se intercalarán con el uso de voz en off y material de archivo. Para darle dinamismo a esta sección, se podrá dividir en subcapítulos si se considera adecuado. Terminará con una reflexión sobre lo contado por parte del personaje mismo, y con una recapitulación por parte mía, que resumirá en pocas palabras por qué me interesa la opinión de esta persona antes de entrar al tema de la patria.
- d) 10:01-14:40: Estos serán los minutos destinados a hablar sobre la patria como tal. Todo lo aprendido durante los minutos anteriores sobre el personaje y sus experiencias sirven como insumos para enriquecer el discurso. Al ser una sección cargada de filosofía y al construirse sobre la base de lo ya contado, se mantiene más corta que la sección anterior. En ese sentido, esta parte del documental tiene más peso y mantenerla lo más concisa posible ayudará a conferírsele.
- e) 14:41 - Final: Estos minutos finales constituyen la conclusión. Durante este tiempo se debe cerrar el arco narrativo de los sujetos y adicionalmente debe haber alguna reflexión final en voz en off por parte mía.

### 3.3 Difusión y promoción

La difusión se realizará a través de YouTube Shorts, Instagram y TikTok, con un enfoque en crecimiento orgánico. Estas plataformas fueron escogidas, por su relevancia con el público objetivo, por su capacidad de crear comunidades, por su favorecimiento hacia formatos de video, y porque ofrecen la posibilidad eventual de generar ganancias económicas. Asimismo, estas tres plataformas, aunque tienen ciertos requerimientos distintos para el éxito, son compatibles, puesto que el contenido en video creado para una de ellas puede ser utilizado en las demás.

Un estudio publicado por Statista (2022) indica que TikTok cuenta con una penetración de 51,2% en el Perú en la población mayor a 18 años. Adicionalmente, en un artículo publicado por Time, McCluskey (2022) señala que la cantidad promedio de usuarios activos en dicha plataforma incrementó en un 234% durante el segundo cuarto del 2022 con respecto al mismo periodo en el 2019. Más allá de la cantidad de usuarios que utilizan TikTok, sin embargo, destaca el hecho de que, como menciona Reijonen (2021), el nivel de *engagement* en esta red social es mucho mayor que el de otras, con secciones de comentarios que se podrían caracterizar como subculturas completas. Esto genera una oportunidad para que los creadores y marcas se sumen a las conversaciones, interactúen directamente con su audiencia, crezcan orgánicamente y creen una comunidad.

Youtube Shorts, por su parte, es una plataforma que recién está tomando impulso, pero que, como indica el Wall Street Journal (2022), ya cuenta con aproximadamente 1.5 billones de usuarios por mes. Por otro lado, esta plataforma cuenta con una función que permite a los usuarios crear videos cortos a partir de los videos de larga duración que ya tienen en sus canales de Youtube. Esto representa una gran ventaja para mí, puesto que los episodios estarán disponibles en Youtube, y usar esta función significaría un gran ahorro de tiempo. En cuanto a lo económico, como reporta McCluskey (2022), Google está buscando hacerle la competencia a TikTok con Youtube Shorts, para lo cual anunció una serie de ajustes cuyo objetivo es permitir que más creadores generen mayores ganancias económicas utilizando la plataforma.

Finalmente, sobre Instagram, se tiene que, de acuerdo a McCluskey (2022), la cantidad de tiempo que los usuarios de Instagram pasan en Reels es menor a un décimo de la cantidad de tiempo que pasan en TikTok. Sin embargo, tal como reporta el Wall Street Journal (2022), Meta continuará buscando maneras de subir este número, para lo cual priorizará a aquellos creadores que utilicen Reels con mayor exposición. Por otro

lado, más allá de Reels, Instagram es una plataforma visual que permite el uso de recursos como infografías y fotos, y el espacio de las descripciones se puede utilizar para desarrollar textos con una voz de marca clara que ayude a posicionar a “A patria profunda” como una marca cohesiva y llena de propósito.

Asimismo, se realizará una campaña *offline*. A continuación se detallan ambas propuestas:

#### a) Campaña *online*: Instagram y TikTok

Ambas plataformas funcionan muy bien para construir comunidades y llegar a nuevos públicos de manera orgánica, especialmente a través de videos de corta duración. En el caso de Instagram, el formato de *reels* funciona particularmente bien para este fin. Es también un lugar propicio para construir y comunicar la identidad del proyecto, presentar sus objetivos y motivaciones, presentarme como creadora y abrir espacios de diálogo que resulte enriquecedor tanto para la audiencia como para mí como realizadora. En un inicio, tres estrategias que podrían resultar útiles para empezar a crecer la audiencia serían:

1. Utilizar mi cuenta personal como vehículo de promoción. Pedir a mis seguidores actuales y amigos que compartan el contenido de "A patria profunda", que sigan la cuenta e interactúen con ella.
2. Hacer teaser trailers, incluir fragmentos llamativos de los capítulos en formato de *reels* y adaptar y generar nuevos contenidos que se cuelgan con sonidos de tendencia. Estos, tanto en Instagram como en TikTok, son la mejor manera de llegar a nuevas audiencias.
3. Hacer alianzas estratégicas con otros creadores y artistas cuyo contenido apele a un público similar al mío. Esto, sin embargo, sería a mediano plazo, debido a que yo necesitaría tener ya una cierta plataforma para que la alianza pueda ser de beneficio mutuo.
4. Utilizar hashtags relevantes a la categoría, al tema y al producto en todas las publicaciones. Algunos ejemplos serían #perú, #documental, #documentalperuano y #patria. Esto se perfecciona a través de prueba y error, revisando siempre las métricas de cada red.

5. Participar activamente en las interacciones con seguidores y no seguidores. Estar atenta a las secciones de comentarios, insertarme en las conversaciones y conectar directamente con otros usuarios para crear eventualmente una comunidad. En TikTok, usar las herramientas de dueto y *stitch*.

En una entrevista con Verónica Calderón<sup>2</sup>, artista, creadora de contenido y creadora de "Un documental sobre la Felicidad" (2017), me recomendó utilizar estas plataformas primordialmente para generar un vínculo con la audiencia: Hacer que me conozcan, que se interesen por mi trabajo y mi punto de vista a través de contenidos relacionados al tema de la patria, que se conecten con mi estética y mi estilo artístico. Una vez que logre eso, será el público mismo quien se interese por consumir videos de más larga duración, y podré dirigirlos a Youtube para que vean los capítulos completos. En ese sentido, será esencial no solo que genere contenido de valor, sino que me mantenga constante al respecto.

Un excelente ejemplo de cómo se utiliza TikTok para dar a conocer un producto audiovisual y conectar con el público objetivo es el de *Cunk on Earth* (2022), una serie de comedia documental protagonizada por Diane Morgan. BBC, quien produce esta serie, empezó a poner fragmentos en su cuenta oficial de TikTok en septiembre (2022). El primer video que colgaron, donde habla de las pirámides de Egipto, ha recibido, hasta el 17 de octubre del 2022, 1.1 millones de *likes*. Otro, sobre las leyes de armas en Estados Unidos, recibió 1.9 millones de *likes* en el espacio de cuatro días. Una cuenta especialmente creada para compartir fragmentos de la serie, @CunkOnEarth, fue creada el 7 de octubre de 2022, y diez días después cuenta con 91,000 seguidores. El *hashtag* cunkonearth, por su parte, tiene 63.4 millones de vistas a la fecha. Este éxito es un gran indicador de que la plataforma es un espacio ideal para encontrar no solo a nuestro público objetivo, sino, más específicamente, al nicho de personas que tienen el potencial de realmente conectar con el contenido y compartirlo con otras personas de intereses similares.

#### b) Campaña offline: afiches, intriga y generación de leads

---

<sup>2</sup> Ver el anexo 2: Transcripción de entrevista a Verónica Calderón

Con el objetivo de generar curiosidad y conciencia sobre el proyecto, la campaña *offline* consiste en imprimir una cantidad limitada de folletos que inviten al cuestionamiento de qué es la patria. Estos se repartirán o dejarán en espacios a los que tengo acceso donde usualmente confluyen miembros del público objetivo. Por ejemplo: la cafetería de la Universidad de Lima y los múltiples corchos de anuncios de la Facultad de Comunicación; las mesas en el bar Casa Rebara en Miraflores, donde conozco bien a la dueña, y bares similares en Barranco y Miraflores; el corcho de anuncios de Tazza Café en La Encantada de Villa; la salida de la UPC sedes Villa y Monterrico; la salida de la Universidad Científica del Sur, etc. Cada uno de estos folletos contendrá los siguientes elementos:

1. Una pregunta que haga referencia a la patria. Esta será diferente dependiendo del espacio para el cual se haya diseñado. Así, por ejemplo, los folletos del bar preguntarán “¿qué es la patria, si no es esta mesa con amigos?”. Si consigo dejar uno en un café, este dirá “¿qué es la patria, si no es tu camino hacia el primer café de la mañana?”. Y si están en una universidad, preguntarán “¿qué es la patria, si no son los amigos de la facultad?” o “¿qué es la patria, si no es el micro que nunca llega tiempo cuando tienes práctica?”. Si están en La Encantada de Villa, dirán “¿qué es la patria, si no son las palmeras que se asoman cuando entras de la carretera?”
2. Un código QR que lleva al landing page del proyecto. Ahí, quien lo haya escaneado se encontrará con cuatro cosas:
  - a. La primera, es una introducción corta del proyecto: el nombre, el *tagline* (“hay algo que nos hace irnos, hay algo que nos hace volver), y el descriptor (“un documental sobre la búsqueda de una conexión con la patria y el orgullo”). Al lado de esto, por el momento, se encuentra el episodio de Yvonne. Una vez que se hayan grabado algunos más, se podrá realizar un trailer o reel y ponerlo en ese lugar.
  - b. Un pequeño formulario que pregunta “para ti, ¿qué es la patria?”. Este elemento tiene doble objetivo: primero, enganchar a la audiencia al generar interacción; segundo, generar *leads* y conseguir *insights* potencialmente interesantes. Estas respuestas podrían, eventualmente, formar parte de alguno de los capítulos.

- c. Una sección donde me presento brevemente y explico las motivaciones y objetivos del proyecto.
  - d. Un llamado a la acción para que quienes quieran ser parte del proyecto dejen sus datos y un breve resumen de su historia. Esto me ayudará a mí como realizadora y productora para encontrar a potenciales personajes interesantes.
3. El usuario de Instagram y Tiktok del documental (e.g., @apatriaprofundadocumental)

El estilo que se ha escogido para los folletos sigue la misma línea gráfica que se usó para el piloto y para los pósters. Sin embargo, decidí mantenerlos limpios y minimalistas, de manera que el protagonista es el mensaje mismo, la pregunta al centro de todo.

Finalmente, considero relevante mencionar que si bien los objetivos principales de este proyecto no son medibles, su evolución y crecimiento sí se pueden medir a través del desempeño de las campañas y las redes sociales. Para ello, se utilizarán las siguientes métricas:

- Número de visitas al canal en Youtube y al *landing page*.
- Número de visualizaciones en Youtube, TikTok e Instagram
- Número de seguidores en Youtube, TikTok e Instagram
- Número de usuarios que dejan sus datos (*leads*) en la página web
- Cantidad de interacciones como *likes*, comentarios y compartidos en Instagram, TikTok y Youtube.

Adicionalmente, se hará seguimiento constante a la conversación *online* alrededor del proyecto y los temas de interés para el mismo a través de *hashtags* y palabras clave en buscadores y redes sociales. Así, la estrategia de promoción y difusión está sujeta a cambios y ajustes de acuerdo al crecimiento y el análisis de las métricas ya mencionadas.

### 3.4 Visión a largo plazo

Como he mencionado anteriormente, este proyecto plantea en principio cuatro episodios. Pero lo cierto es que tiene potencial de convertirse en un proyecto de largo aliento, con cuantos episodios quiera y pueda realizar, y no tiene constricciones geográficas ni temporales. Incluso si me voy del Perú, podría continuar este proyecto reenfocando las preguntas que me trajeron hasta acá. Sería una forma de grabar mi propio viaje y mis propios sentimientos mientras cambian y evolucionan, a la vez que encuentro sujetos y perspectivas nuevas, que reten a aquellas que encontré durante mi tiempo acá.

A largo plazo, pienso que es un proyecto cuyo potencial para crear comunidad y generar espacios de diálogo es inmenso. Claro, eso solo se puede lograr si es que los esfuerzos de creación de contenido para redes se mantienen constantes junto con la creación de nuevos episodios, y siempre y cuando me sienta dispuesta a interactuar con mi audiencia, sin importar su tamaño.

Por otro lado, las posibilidades de recibir ayuda económica para el proyecto en forma de auspicios (siempre que estos se adecúen a los requerimientos antes descritos); las mismas reproducciones en Youtube y/o un perfil en Patreon que permita suscripciones se mantienen abiertas, así como también la opción de entrar al *Creator Fund* de TikTok una vez que ya no viva en el Perú (puesto que no está disponible para Latinoamérica todavía). Llegar a este punto no solo significaría que ha habido un aumento en la audiencia, sino que también abre las puertas a poder dedicarme a este proyecto a medio tiempo o tiempo completo.

En cuanto al Patreon en particular, luego de analizar los niveles de suscripciones y beneficios que ofrecen otros creadores de contenido similar al mío, considero adecuado ofrecer las siguientes opciones:

- Primer nivel, 2 dólares al mes:
  - Se incluirá el nombre del suscriptor escrito en los créditos de los episodios.
- Segundo nivel, 5 dólares al mes:
  - El beneficio del nivel anterior
  - Acceso temprano a los episodios
  - Acceso a clips exclusivos
  - Se mencionará el nombre del suscriptor en voz alta durante los créditos y se le agradecerá



- Tercer nivel, 8 dólares al mes:
  - Acceso a los beneficios de los niveles anteriores
  - Acceso a contenido *behind the scenes* como capturas de pantalla de los programas de edición, fotos del rodaje y las locaciones, videos del rodaje y locaciones, documentos como el guión, libro de la directora o material de archivo.
  - Un video donde le agradeceré personalmente al suscriptor
  - Acceso a tutoriales

Cabe mencionar que si bien Patreon se queda con aproximadamente el 8% de las ganancias por suscripciones al mes (Patreon, 2022), es una herramienta sumamente poderosa para construir comunidad y tener relaciones directas con quienes se identifican con lo que uno tiene que decir y su forma de hacerlo. Si bien lo más probable es que las ganancias provenientes de esta plataforma no sean una suma muy grande, servirían para financiar partes del proyecto sin que este pierda su esencia.

El ingreso al *Creator Fund* de TikTok, como mencioné anteriormente, será posible siempre y cuando viva en un país donde esté disponible. De acuerdo a Barnhart (2022) para poder acceder al fondo, es necesario primero contar con 10,000 seguidores; haberse adherido a las normas de la comunidad de TikTok; tener videos que hayan llegado a 100,000 visualizaciones en los últimos 30 días; tener al menos 18 años; y generar contenido original. Una vez que se cumplen estos requisitos, cualquier creador puede pedir acceso al fondo. Ahora bien, se sabe que lo que más influye en las ganancias de los creadores es el número de visualizaciones de los videos, pero TikTok no ha divulgado exactamente cómo calcula las ganancias de los creadores, y, por lo que se sabe de los creadores mismos, estas ganancias son sumamente variables y suelen ser bajas (Barhart, 2022).

En cuanto a Youtube y Youtube Shorts, se tiene que, de acuerdo a Mint (2022), es distinto al modelo de paga de otras plataformas, puesto que se utiliza un modelo de participación en los ingresos de publicidad de AdSense. Youtube paga alrededor de 0.18 dólares por visualización a través de AdSense, lo cual se traduce a un promedio de 18 dólares por cada 1000 visualizaciones (Mint, 2022). Youtube Shorts, por su parte, cuenta con un fondo de 100 millones de dólares, y, a diferencia de Tiktok, no pide un número mínimo de seguidores o visualizaciones para poder monetizar a partir de los videos

(Google, 2022). Google no ha revelado la fórmula que utiliza para calcular los bonos a creadores, pero se sabe que estos oscilan entre 100 y 10,000 dólares al mes, aunque todo esto está aún en una fase de experimentación.

Nuevamente, es evidente que todas estas fuentes de ingresos deben convivir y mantenerse en simultáneo para que dichos ingresos sean realmente significativos. Reitero el carácter a largo plazo de esta visión.

### **3.5 Proceso de realización**

Para este episodio, tenía claro desde un inicio que quería tener dos entrevistas. La primera sería a profundidad y tradicional, con Yvonne sentada en un solo plano y yo detrás de la cámara. Esto me ayudaría a determinar la estructura de la historia a contar. La segunda entrevista sería mucho más abierta, y quería seguir a Yvonne en su día a día para verla en su elemento y para comprender la manera en que se relaciona con su entorno. Esta entrevista aportaría para, primero, hacer que el personaje se sienta más tridimensional y que conecte con la audiencia y, segundo, dinamizar visualmente el episodio.

#### **3.5.1 Primera fase: entrevista a profundidad**

Con esto en mente, lo primero que hice fue realizar una lista de preguntas cuyo propósito era doble. Por un lado, me ayudarían a conocer a Yvonne más a fondo y comprender su historia de vida tanto como fuera posible. Esto, a su vez, me sería útil para determinar las aristas más interesantes y aquellas de las que hablaba con mayor pasión y soltura. Por otro lado, me ayudaría a comprender su punto de vista acerca de la patria, que era el tema al que quería llegar con ella, y encontrar la mejor manera de abordarlo con ella.

Con esta lista de preguntas en mano, tuve una primera entrevista con ella, en la cual nos sentamos frente a frente, con la cámara de por medio, y conversamos de todo. Toqué cada una de mis preguntas, y cuando surgieron otras, las conversamos también. Al final de la entrevista, tenía un total de tres horas grabadas en un solo plano, y una idea clara de cómo debería estructurarse la narrativa del episodio para dar a entender no solo la perspectiva de Yvonne sobre la patria, sino también las circunstancias que la formaron.

Así, entendí que era necesario conocer su viaje para poder comprender su visión de la patria, y entendí también que su vida tenía tres fases marcadas: su infancia en

Holanda, su etapa de mochilera, y su asentamiento en el Perú. La segunda etapa es sumamente relevante, y fue una suerte que Yvonne tuviera montones de material de archivo. Todos sus viajes están documentados en diarios que tienen fotos, dibujos, mapas, tarjetas, etc. A partir de toda esta información, decidí dividir el episodio en tres capítulos: Van Eyken, Trotamundos y La patria.

### **3.5.2 Segunda fase: material de archivo y primer corte**

Mi siguiente paso constó de dos partes. La primera fue recopilar material de archivo y organizarlo de manera que tenía claros los puntos narrativos que podía cubrir con eso, y cuáles otros requerirían otro tipo de soluciones para dinamizar el documental visualmente. Tuve suerte: Yvonne tenía alrededor de catorce diarios llenos de fotos, recuerdos, mapas y dibujos, además de recuentos en holandés de cada uno de sus viajes. Empecé un proceso que duró alrededor de dos semanas, donde revisé diario por diario y digitalicé todo aquello que podría servir en diferentes puntos de la narrativa.

La segunda parte fue revisar el material grabado y armar subsecuencias de cada parte. Fue durante este proceso que determiné los puntos clave de la narrativa y apunté aquellos donde me sería útil repreguntar algunas cosas o profundizar en otras. También noté que había tenido problemas con el audio en ciertos momentos, y los apunté también con la intención de grabar otra toma de la misma pregunta.

Con esto, realicé un primer corte, dividido ya en capítulos e integrado con algunas animaciones que hice con el material de archivo a modo de prueba, que finalmente quedaron en el corte final. Las tres horas de la conversación habían sido reducidas y condensadas a veinte minutos, todos en el mismo plano y con diálogo constante. Aún no se me escuchaba como narradora. El proceso entre la primera entrevista y la finalización de este corte grueso duró alrededor de un mes, y me dejó preparada para la siguiente fase.

### **3.5.3 Tercera fase: entrevista de formato abierto**

Una vez hecho todo esto, pacté la segunda entrevista con Yvonne. Le dije que quería que fuese espontánea, que quería verla viviendo un día normal y que yo la seguiría con la cámara mientras conversábamos. Así, en el transcurso del día fuimos a la playa donde pasea con sus perros; a su casa, donde tomó café, hizo el crucigrama y lavó ropa; al

mercado, donde tenía que comprar algunas verduras, y al costurero para recoger unos pantalones. Compartimos también un almuerzo y un par de cervezas, y, ya sueltas, nos sentamos a hacer algunas preguntas en su terraza y en su azotea. Aproveché también ese día para grabar algunas tomas de detalles en su casa que, a mi parecer, comunican algo sobre quién es Yvonne y cómo es su familia y su vida. Todo este material resultó clave y le inyectó vitalidad al primer corte.

#### **3.5.4 Cuarta fase: corte grueso, voz en off, animaciones, musicalización**

Al finalizar el día de grabación, tenía alrededor de tres horas más de material. Lo revisé cuidadosamente y lo dividí en aquello que serviría para reemplazar material de la otra entrevista, y aquello que serviría para agregar o vestir algo que quedaría de la anterior. Una vez armado todo esto, el corte se había reducido de veinte a más o menos quince minutos. Sin embargo, aún me faltaba algo: una mirada. Mi mirada, para ser exactos, porque este documental era sobre mi búsqueda. Procedí entonces a escribir y grabar algunos diálogos - un inicio, un medio, y una conclusión final, y las introduje al corte. Sobre ellos, diseñé y agregué gráficos y montajes que aludieran a aquello que estaba diciendo. Por ejemplo, entre el bloque sobre los viajes de Yvonne y el bloque sobre la patria, agregué un mapa animado y una voz en off que recapitulaba la serie de viajes que nos había contado Yvonne y funcionaba como puente hacia el tema de la patria. El corte final quedó en 16 minutos con 40 segundos.

Con el corte culminado, pasé a ajustar los audios y la mezcla y a musicalizar. Había dejado silencios específicos cuando aparecían los diarios para introducir a la siguiente ciudad, por ejemplo, y decidí buscar música sin derechos que aludiera al espacio que se estuviera representando. Así, la música en la sección de Nueva York es totalmente distinta a la de Hawaii o la de Japón. Y en cuanto al resto de la música, busqué música sin derechos que fuera moderna y animada, sin sentirse corporativa.

##### **3.5.4.1 Validaciones con expertas**

En este punto, el corte fue validado por dos profesionales: Sandra Rodríguez Benavides, docente de Taller de Televisión, y Alejandra Jáuregui, directora del Centro Cultural de la Universidad de Lima y docente de Dirección de Actores. Ambas tuvieron comentarios sumamente valiosos. En un principio, comentaron que les parecía un buen trabajo, que

Yvonne era sumamente entretenida, y que les gustaba la propuesta visual. Luego, dieron sus comentarios sobre las oportunidades de mejora. A partir de dichos comentarios, determiné que, para mejorar el episodio, debía:

1. Reducir el tiempo de la segunda parte para llegar antes al tema principal de la patria. Esto se lograría a partir de la eliminación de diálogos y segmentos que, a pesar de ser interesantes, desviaban mucho la atención del hilo principal de la historia.
2. Luego de esta reducción, dejar más espacios para silencios, dando más aire y peso a la historia, y permitiendo que el espectador internalice y reflexione sobre lo que está escuchando.
3. Dar más tiempo a las fotos que aparecen durante la segunda parte.
4. Encontrar momentos que me permitan introducirme como narradora para darle más forma a la historia desde mi perspectiva, y mejorar la dicción de los diálogos en voz en off.
5. Nivelar mejor los audios y la música, y ajustar las transiciones, priorizando los cortes en seco sobre los fade outs.

Estas acciones permitirían que mi proyecto se vea más profesional, y también ayudarían a enganchar a la audiencia, establecer un ritmo un poco más reflexivo y “cinemático”, y guiar la mirada del espectador hacia donde yo, como directora y realizadora, considero pertinente. Esto último es especialmente relevante teniendo en cuenta que el documental parte de mi búsqueda personal. Finalmente, mejorar los aspectos técnicos ayudaría a que la audiencia no se distraiga o se desenganche de la historia repentinamente al notar un error.

### **3.5.5 Quinta fase: procesos finales de posproducción**

Así, procedí a encargarme de cada una de estos puntos. El siguiente paso fue colorizar. Opté por un *look* contrastado, con cierta saturación, que enfatice los colores de las tomas soleadas y levante aquellas donde todavía estaba nublado. Mi intención fue que se sienta vibrante, pero siempre plantado en el naturalismo. Finalmente, procedí a subtítular el

capítulo al inglés. Traduje primero todo el audio en un documento de Word, y luego lo llevé a Premiere Pro, donde agregué los subtítulos.

### **3.6 Equipamiento y softwares utilizados**

En cuanto al equipamiento, utilicé mi propia cámara (una Sony a7iii), un lente normal de 28-70mm con apertura 4, un lente fijo de 50mm con apertura de 1.8, mi trípode Manfrotto simple y mi gimbal, un Zhiyun Weebil-S, para estabilizar la imagen. Contaba también con un micrófono shotgun que se conecta a la cámara y dos pecheros. Utilicé el de mejor calidad para Yvonne. Para la iluminación contaba con un aro de luz que utilicé solo durante la primera entrevista. Por lo demás, utilicé luz natural. En cuanto a software de edición, utilicé Illustrator para componer algunas animaciones, After Effects para animar, Premiere Pro para hacer el montaje, Reaper para hacer ajustes de audio y mezcla, y DaVinci Resolve para colorizar.



## 4. LECCIONES APRENDIDAS

Creo que este es un trabajo donde he aprendido mucho, no solo técnicamente, sino también sobre mí misma, mis capacidades y mis limitaciones como profesional. Inicialmente, este documental era mi despedida del Perú, entonces quería viajar por el país y grabarlo así. Pero la pandemia me obligó a adaptarme, a encontrar otro enfoque sin perder la esencia de lo que había planteado. Y creo que lo logré bastante bien.

### 4.1 Aprendizajes técnicos

Desde una perspectiva más técnica, tuve que aprender a manejar pecheros con mi cámara, cosa que no había hecho antes, y resolver problemas cuando surgieron. Sin un equipo detrás mío, cuando había un problema como que se saturaba el audio o se oían interferencias, yo tenía que acercarme y descifrar cómo solucionarlo mientras mantenía una imagen profesional frente a Yvonne. En la grabación inicial aún no manejaba bien los *settings* de mi cámara para el audio, y tampoco conocía bien el micrófono, así que terminé con parte del material demasiado saturado e imposible de usar. Pero para la segunda grabación, ya había averiguado mejor y había encontrado una manera de manejarlo para tener un audio limpio.

Algunas animaciones también fueron retadoras. Tenía imágenes en mi cabeza que no quería dejar pasar, y fui encontrando poco a poco la manera de plantearlas gráficamente y con animaciones. Recurrí tanto a lo que había aprendido en mis distintos cursos como a tutoriales específicos que me ayudaron a lograr lo que tenía en mente. El mapa fue especialmente retador, y tuve que intentar tres versiones distintas antes de llegar a la que finalmente quedó en el corte.

Con el audio sucedió que estaba llevando el curso de diseño sonoro a la vez que hacía el documental, entonces iba aprendiendo cosas e incorporándolas a mi trabajo. Hacia el final del ciclo, con un mejor entendimiento de cómo funciona una mezcla y cómo nivelar frecuencias, pude llevar mi audio a Reaper y lograr un resultado más balanceado.

## **4.2 Aprendizajes sobre el proceso**

Antes de embarcarme en este trabajo había llevado el curso de taller de documental, y sabía que cada proyecto es sumamente distinto y tiene peculiaridades a las que se debe estar atento. Creo que estaba tan ansiosa por encontrar la historia, que en la primera entrevista me dejé llevar por lo interesante en lugar de encauzar la conversación hacia donde yo la necesitaba. El resultado se tradujo en demasiadas horas de material que fueron difíciles de enfocar y condensar. El corte inicial, por consiguiente, se sentía falto de dirección. Para la segunda entrevista, entonces, fui con una idea más clara de lo que necesitaba y traté de ser más estricta conmigo misma sobre los temas que deberíamos tocar para llegar a la esencia del tema de la patria.

Ahora bien, creo que hay muchísimos aspectos que aún pueden mejorarse en este corte. Todavía hay más por cortar y más que enfocar. A veces es necesario distanciarse un tiempo del material y luego volver a verlo con ojos frescos para saber qué más cortar, sobre todo en una situación como esta, donde yo he sido la única persona trabajando en cada una de las áreas y me siento muy cercana al material.

## **4.3 Aprendizajes según los objetivos específicos**

Siento que, en general, he logrado los objetivos que tenía. He sido bastante tajante conmigo misma sobre apegarme a la realidad de la vida de Yvonne para representarla y a su viaje lo más verazmente posible. El material de archivo ha sido clave en esto, porque me ha permitido ver un lado de Yvonne que existió solo en su juventud y sus viajes. Pude reconstruir la línea de tiempo y hacerle preguntas en base a eso. Y creo que, dentro del corte, este material ayuda a que el espectador sienta una conexión con ella y, tal como sucedió conmigo, comprenda quién era la Yvonne de las historias que cuenta. Y es a partir de eso que entendemos su experiencia con la patria. Ayuda también que creo que Yvonne es un gran personaje y se muestra abierta y sin reparos frente a la cámara.

Por otro lado, tenía el objetivo de fomentar un cuestionamiento de la peruanidad y la conexión con la patria en los espectadores. Inicialmente, me parece que eso no se había logrado. Pero opino que a través de la narración, poco a poco se ha logrado. Aún me parece que es un aspecto a afinar. Creo que el potencial está ahí, pero todavía no encuentro la mejor manera de explotarlo para invitar a la introspección.



#### 4.4 Reflexiones finales

Me parece que lo más valioso que he aprendido, sin embargo, es a proyectarme como una profesional segura de lo que está haciendo. Me di cuenta, haciendo este trabajo, que esto es absolutamente clave para que el sujeto se sienta seguro en el ambiente y se muestre dispuesto a abrirse frente a uno y frente a la cámara. En momentos donde dudaba de mis capacidades técnicas, le pedía a Yvonne un tiempo, y buscaba la manera de resolverlo sin mostrar derrota. Con el tema del audio, por ejemplo, no encontré una solución en el momento y no tenía a quién acudir, por lo cual tomé la decisión de seguir adelante.

Definitivamente fue un camino lleno de aprendizajes, por lo cual estoy sumamente agradecida. Sin embargo, me siento tranquila con mi resultado final. Más allá de un producto que tenga calidad profesional y que demuestre claramente mis habilidades, quería tener algo para darle a Yvonne, algo donde pueda verse reflejada y donde su familia pueda reconocerla. Porque darle acceso a alguien a tu intimidad, tus memorias y tus reflexiones no es fácil, y me tomé muy en serio la responsabilidad de que se sienta contenta con y orgullosa del resultado final. Y, después de conversarlo con ella y verla compartir el documental con toda la gente más importante para ella, me enorgullece pensar que eso es justamente lo que logré.

En cuanto a mi búsqueda, el tiempo que pasé con Yvonne y con este proyecto me ayudaron a ganar una nueva perspectiva de las cosas. Escucharla tan segura de sus dos patrias y que me diga que a mi edad estaba tan perdida y desconectada como yo me dio esperanza para el futuro. Desde que terminamos de grabar, se quedó conmigo la sensación de que poco a poco iría encontrando mi manera de pertenecer. Que encontraría mi lugar. Y cuando hace poco conocí a personas que me hicieron sentir que pertenecía, y me tomé el tiempo de viajar por el Perú a su lado, fui comprendiendo lo que la patria significa para mí - por lo menos en este momento de la vida. Me fui conectando con mi barrio, mi ciudad, mi país y mi gente, y encontrando poco a poco mi lugar aquí. Sin este proyecto y sin la perspectiva que me dieron mis conversaciones con Yvonne, nada de eso hubiera sido posible.



## REFERENCIAS

- Barnhart, B. (2022, 15 julio). TikTok Creator Fund: How it works and what to expect. Sprout Social. <https://sproutsocial.com/insights/tiktok-creator-fund/>
- Barret, J., Efron, Z., Gmelich, G., Henson, C., Olien, D., Simpkin, M., Volk-Weiss, B. (Productores ejecutivos). (2020). *Down to Earth with Zac Efron* [Con los pies en la tierra con Zac Efron]. [Serie de TV]. Netflix, Nacelle; Netflix.
- BBC [@bbc]. (2022, septiembre). *Does this mean the pyramids are basically giant waterslides?* #CunkOnEarth #BBCiPlayer #Comedy #PhilomenaCunk. TikTok. [https://www.tiktok.com/@bbc/video/7145810449752214790?\\_r=1&\\_t=8WaTv6rPcrG&is\\_from\\_webapp=v1&item\\_id=7145810449752214790](https://www.tiktok.com/@bbc/video/7145810449752214790?_r=1&_t=8WaTv6rPcrG&is_from_webapp=v1&item_id=7145810449752214790)
- BBC [@bbc]. (2022, octubre). *Good point. . . are they legs or arms?* 🤔 #CunkOnEarth #BBCiPlayer #Comedy #PhilomenaCunk. TikTok. [https://www.tiktok.com/@bbc/video/7153543229932129542?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1c](https://www.tiktok.com/@bbc/video/7153543229932129542?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1c)
- Calderón, V. (2017, 29 noviembre). *"Un documental sobre la Felicidad"* (with english subtitles). YouTube. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/watch?v=5EwBhZ7Wm4c&t=406s>
- Consmueller, B. & Lipsman, I. (2022, 28 enero). *A PURSUIT OF MASTERY - Short Documentary on a Hyperrealism Artist*. YouTube. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/watch?v=Dh7eYEKThKI>
- ContraPoints*. (2011). YouTube. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/c/ContraPoints>
- CunkOnEarth [@cunkonearth]. (2022, 7 octubre). #cunkonearth 🤔🤔🤔🤔 The Introduction. TikTok. [https://www.tiktok.com/@cunkonearth/video/7151684462013598981?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@cunkonearth/video/7151684462013598981?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)
- Darmali, E. [Erwin D. (2017, 4 septiembre). *The Simplicity of Happiness, a documentary short film by Erwin Darmali* [Vídeo]. YouTube. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/watch?v=d1hWvGRT720>
- DeMatteis, S. (2018, 17 abril). *Portrait of a Portrait Artist | Short Documentary*. YouTube. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/watch?v=kcrOjs24qOQ>
- Google. (2022a). *YouTube Shorts Fund - YouTube Help*. Youtube Help. <https://support.google.com/youtube/answer/10923658?hl=en>

*Half as Interesting*. (2017). YouTube. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/c/halfasinteresting>

Instituto Nacional de Estadística e Informática & OIM. (2022, julio). *PERÚ: Estadísticas de la emigración internacional de peruanos e inmigración de extranjeros, 1990-2021*. Instituto Nacional de Estadística e Informática. [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1857/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1857/libro.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - INEI, Superintendencia Nacional de Migraciones - MIGRACIONES, Organización Internacional para las Migraciones - OIM, & Ministerio de Relaciones Exteriores - RREE. (2018). *Perú: estadísticas de la emigración internacional de peruanos e inmigración de extranjeros, 1990-2017*. [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1549/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1549/libro.pdf)

Ipsos Apoyo. (2020, julio). *Informe de opinión. Identidad nacional*. [https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-07/informe\\_de\\_opinion\\_julio\\_2020\\_-\\_identidad\\_nacional.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-07/informe_de_opinion_julio_2020_-_identidad_nacional.pdf)

S. Hyden. *Just Write*. (2012). YouTube. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/c/JustWrite>

K. Runquist. *Karsten Runquist*. (2014). YouTube. Recuperado 17 de octubre de 2022, de <https://www.youtube.com/c/KarstenRunquist>

Kashi, E., Winkour, J. (2017). *Making a Short Documentary* [Hacer un documental corto]. [Webinar]. Creative Live. <https://www.creativelive.com/class/making-a-short-documentary-ed-kashi-julie-winokur?reviews-sort=recent>

Lezama, H. (2022, 4 septiembre). *LA VIDA PÚBLICA DE ALAN GARCÍA (METADOCUMENTAL)*. YouTube. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/watch?v=iBLOHtSxHZ4>

Lillegard, D., McGinn, B. (Productores ejecutivos). (2020). *Street Food: Latin America* [Comida callejera: Latinoamérica]. [Serie de TV]. Netflix; Netflix

May, D. [Tall S. F. (2014, 20 julio). *A Place Like This (Documentary Short Film)* [Vídeo]. YouTube. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de [https://www.youtube.com/watch?v=A\\_WzVVndUCY](https://www.youtube.com/watch?v=A_WzVVndUCY)

McCluskey, M. (2022, 20 septiembre). *YouTube's Next Move in the Race to Beat TikTok*. Time. Recuperado 19 de octubre de 2022, de <https://time.com/6214679/youtube-shorts-tiktok-creators/>

McMaster, W. D. (2014, 13 junio). *Forest Man*. YouTube. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/watch?v=HkZDSqyE1do>

Netflix. (2020, 7 julio). *Street Food: Latin America | Official Trailer | Netflix* [Video]. YouTube. Recuperado 18 de octubre de 2022, de <https://www.youtube.com/watch?v=qErl4he7eMw>

*Philosophy Tube*. (2013). YouTube. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/c/thephilosophytube>

Nichols, B. (2013). *Introducción al documental* (2da ed.). Universidad Nacional Autónoma de México.

Patreon. (s. f.). Pricing. Patreon Support. Recuperado 27 de octubre de 2022, de <https://www.patreon.com/pricing>

Patreon. (2022). What fees can I expect as a creator? Patreon Support. <https://support.patreon.com/hc/en-us/articles/204606125-My-earnings-fees-founding-creator->

Poudyal, N. (2020, 29 abril). *Last Nomads of Everest|| Award winning Documentary|| 2021|| Full Documentary*. YouTube. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/watch?v=jgm-8hLk0cE>

*Quality Culture*. (2018). YouTube. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/c/QualityCulture>

Reijonen, J. (2021, noviembre). *TikTok as a Tool for Building Brand Awareness* [Tesis de bachiller]. Tampere University of Applied Sciences. Recuperado 19 de octubre de 2022, de [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/509550/Reijonen\\_Jenni.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/509550/Reijonen_Jenni.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

[Spur Films] & Cooke, D. (2015, 11 agosto). *Kinabuhi - Award Winning Documentary Short Film* [Video]. YouTube. Recuperado 10 de octubre de 2022, de <https://www.youtube.com/watch?v=dCJg9PLxo5M>

[The New Yorker] & Chebib, A. (2021, 6 octubre). «Joe Buffalo» | *Surviving the Horror of Residential Schools by Skateboarding | The New Yorker* [Video]. YouTube. Recuperado 29 de septiembre de 2022, de [https://www.youtube.com/watch?v=Gb9\\_OEzPEpY](https://www.youtube.com/watch?v=Gb9_OEzPEpY)

*Thomas Flight*. (2011). YouTube. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/c/ThomasFlight>

Schiller, G. (2015). *FilmSpeak*. YouTube. <https://www.youtube.com/c/FilmSpeak>

Statista, & Clement, J. (2020, septiembre). *U.S. YouTube usage reasons 2019 as of 3rd quarter 2019*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/187007/youtube-usage-reasons-usa/>

Statista, & Clement, J. (2019, julio). *Average YouTube video length 2018, by category (in minutes)*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1026923/youtube-video-category-average-length/>

- Statista, & Dixon, S. (2022, 11 abril). *TikTok penetration in selected countries and territories 2022*. Recuperado 18 de octubre de 2022, de <https://www.statista.com/statistics/1299829/tiktok-penetration-worldwide-by-country/>
- Statista, & Navarro, J.G. (2020,septiembre). *Latin America: YouTube user share 2018, by age*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/754376/latin-america-usage-penetration-youtube-age/>
- Merlin Films LLC. (2018, 11 enero). *Apa Sherpa Docu-short*. YouTube. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/watch?v=A6pLnf40OM0>
- von Kleist, K. [Digital A. (2018, 17 noviembre). *Brave Art (Short Documentary)* [Video]. YouTube. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/watch?v=tWfUw37Qk10>
- Wall Street Journal. (2022, 28 julio). *TikTok vs. Instagram Reels vs. YouTube Shorts: Who Will Win the Short-Video Race? | WSJ* [Video]. YouTube. Recuperado 19 de octubre de 2022, de [https://www.youtube.com/watch?v=mt\\_LOoGgf0g](https://www.youtube.com/watch?v=mt_LOoGgf0g)
- Watt, C. (Director). (2022). *Cunk on Earth*. BBC.
- Wendover Productions. (2010). YouTube. <https://www.youtube.com/c/Wendoverproductions>
- Zegarra, D. (2018, 28 julio). *El 95% se siente orgulloso de ser peruano, según encuesta*. Andina. <https://andina.pe>



**ANEXOS**

## Anexo 1: Encuesta sobre consumo de documentales

### Consumo de media

Este formulario es anónimo y tiene fines únicamente académicos. Será una gran ayuda para plantear mi tesis, por lo cual agradezco de antemano que se tome el tiempo de responder las siguientes preguntas.

1. ¿Cuántos años tiene?

- 15-19
- 20-24
- 25-29
- 30-34
- 35-49
- 50-54
- 55+

2. ¿Cuál es su género?

- Masculino
- Femenino
- No binario
- Prefiero no decir
- Otro:

3. ¿Dónde vive?

1. Amazonas
2. Ancash
3. Apurímac
4. Arequipa
5. Ayacucho
6. Cajamarca
7. Callao
8. Cusco



9. Huancavelica
10. Huánuco
11. Ica
12. Junín
13. La Libertad
14. Lambayeque
15. Lima
16. Loreto
17. Madre De Dios
18. Moquegua
19. Pasco
20. Piura
21. Puno
22. San Martín
23. Tacna
24. Tumbes
25. Ucayali
26. Vivo en el extranjero

4. ¿A qué se dedica?

5. ¿Qué redes sociales utiliza?

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Youtube
- TikTok

6. ¿Consume documentales?

- Sí
- No

Preferencias en documentales

Por favor, responda las siguientes preguntas únicamente si consume documentales.

7. ¿Con qué frecuencia diría que consume documentales?

- Más de 1 por semana
- 1 por semana
- 1-2 veces al mes
- 1 vez cada 2 meses
- 3-4 veces al año
- 1-2 veces al año

8. ¿En qué plataformas consume documentales?

- Netflix
- YouTube
- Vimeo
- CuriosityStream
- TV (Cable)
- Prime Video
- Otro:

9. ¿Qué tipo de documentales consume?

- Biográficos
- Históricos
- Educativos
- Lifestyle (e.g., viajes, comida, moda, etc.)
- Políticos
- Naturaleza
- Otro:

10. Prefiere ver sus documentales...

- Como largometraje
- En episodios
- Cualquiera

11. En promedio, ¿cuánto prefiere que duren los documentales que consume?

- 0-20 minutos
- 21-60 minutos
- 60+ minutos
- Otro:

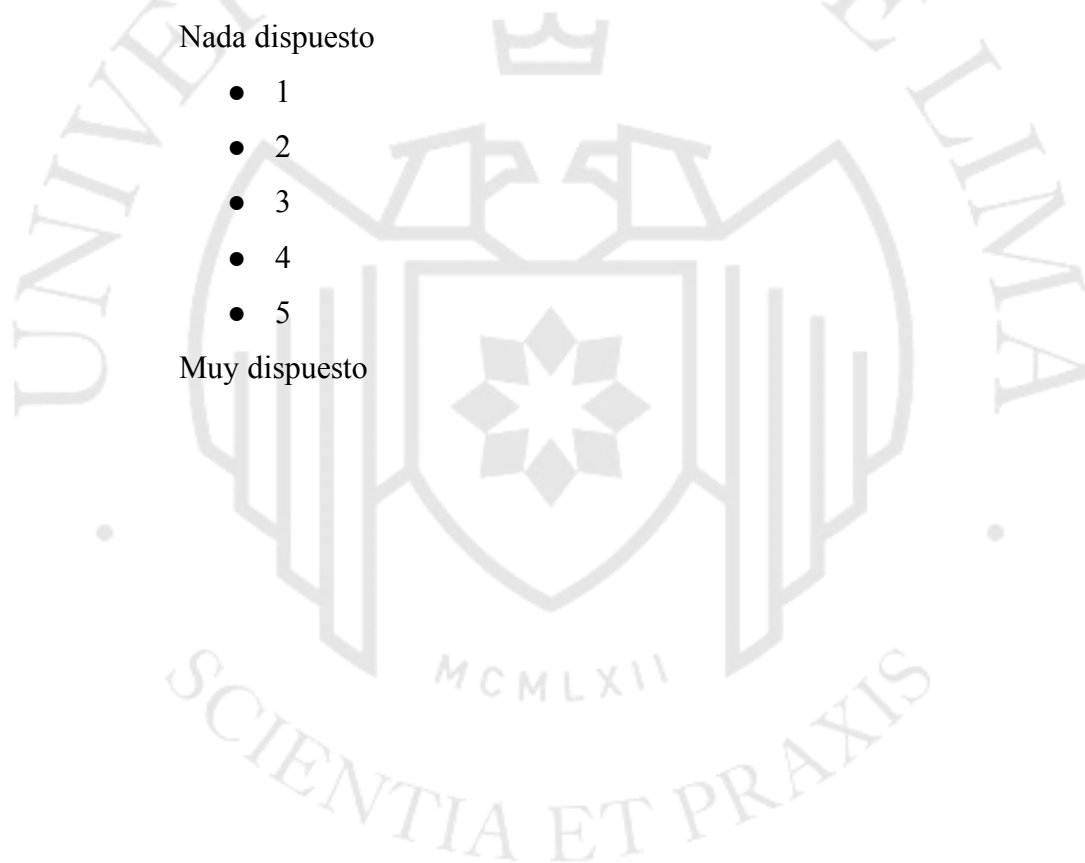
12. ¿Recuerda los nombres de sus documentales favoritos?

13. Documental sobre la búsqueda personal de una conexión emocional con la patria mediante la exploración de lo que significa el concepto para distintas personas y la manera en que su patria les trae orgullo. ¿Qué tan dispuesto estaría a ver un documental con las características descritas?

Nada dispuesto

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Muy dispuesto



## Anexo 2: Entrevista con Verónica Calderón

Entrevistadora: Andrea Durand (representada de **negritas**)

Entrevistada: Verónica Calderón

Ahora que estás grabando, gracias por lo que me cuentas. Todavía se me hace raro que un proyecto que era... como lo estás haciendo tú ahora, que haya podido impactar en las vidas de otras personas me parece impresionante. Y me da mucho propósito y me llena de alegría.

**Ahora que volví a encontrarte y vi lo que estabas haciendo, me pareció súper chévere que hayas seguido haciendo cosas así y creciendo con cosas mejores.**

Gracias.

**Bueno, te cuento un poquito sobre mi proyecto. Es una serie documental de la cual he grabado solamente el piloto, que trata sobre la patria. Parte de mi desconexión o de mi sentido de no tener patria a pesar de ser peruana y haber crecido acá. Todo este tiempo he estado concentrada en irme y me perdí en el camino y ya sentía que no pertenecía a ninguna parte, que no tenía patria. Entonces decidí tomar la oportunidad de la tesis, que es de las últimas cosas que iba a hacer antes de irme, para tratar de encontrar esa conexión y encontrarme a mí en el proceso.**

**Son inicialmente cuatro capítulos. El primer capítulo trata sobre mí, establece la búsqueda. Y cada uno de los otros tiene a una persona como centro, un personaje que tenga *insights* chéveres, que por sus experiencias tenga algo que contar, algo que decir sobre la patria y que pueda ayudarme a encontrar un sentido a la palabra y al concepto.**

**La persona a la que encontré fue una señora que se había hecho amiga de mi mamá en la pandemia. Es una holandesa que ha vivido acá por treinta y tres años, pero que antes de estar acá ha vivido en Holanda, en Nueva York, en San Francisco, Los Ángeles, Hawaii y Japón. O sea era mochilera profesional,**

**básicamente y tenía mucho que decir. Entonces ese es el capítulo que grabé y que ya está listo.**

**Pero parte de mi idea es que este proyecto no nace para ser vendido. Nace primero para mí, porque es una búsqueda personal...y además quiero que sea accesible a la mayor cantidad de personas posible.**

**Siempre lo pensé como un documental para Youtube, y al contarle a mi asesor me dijo que busque referencias. Y ahí fue que le conté de ti, le dije “mira, es algo súper parecido”, y me recomendó que te entrevistaste.**

**Entonces por ahí van un poco mis preguntas.**

El proyecto ya está todo hecho. Entonces esto es básicamente sustentación.

**Sí. Ya está en Youtube.**

¿Y qué tan largos son?

**El piloto dura 16 minutos.**

Ah ya, entonces es una serie de “capítulos largos”, porque en realidad son cortos, pero son largos para TikTok, por ejemplo.

**Exacto.**

Ya, esa era mi pregunta. Ahora sí.

**Okay, entonces primero: ¿cómo describirías tu arte?**

Bueno, primero agradecerte por describirlo como arte. De hecho recién este año he podido describirme a mí misma como artista, antes no tenía la suficiente autoestima como para adjudicarme ese título. Que al final es un título, ¿no? No lo digo por tener un sentido de superioridad, sino que es un tema de simplemente darle nombre a las cosas. Porque cuando tú te la crees, eso se ve manifestado también en tu trabajo. Entonces...yo lo veo como un vehículo por el que trato de comprender el mundo, mis experiencias personales y un aparato de traducción en el que experiencias que a veces están fuera del lenguaje, dentro de mí las traduzco en algo, en un *algo*, porque ahora también he expandido del audiovisual al gráfico, que de alguna forma pueda hacer una constancia de esa experiencia de vida que tuve y también los aprendizajes que tuve. Porque yo sí tengo un enfoque muy orientado a la parte terapéutica del arte. No es solamente la expresión por la expresión misma, sino como un vehículo para

conectar con otras personas y para aportar de alguna forma a quien sea que conecte con lo que yo hago.

Es “me pasó esto”, y en el proceso de traducir esto que tengo dentro también lo sano o lo entiendo o lo veo de otra perspectiva o lo expreso, y en el proceso de expresar es que toma forma. Porque dentro de uno es como una forma gaseosa, y ya cuando lo expresas en un *algo*, porque tiene límites - o sea en tu caso es un video de 16 minutos, tienes 16 minutos para expresar una duda existencial que ha estado gestándose en ti por años. Y en ese verse a sí mismo reflejado en eso que has creado hay algo terapéutico. Entonces es algo que hago para mí y que de alguna forma le doy un enfoque que pueda ayudar a otras personas.

Y por el simple hecho de que me divierte. Me parece divertido hacer esas cosas, me encanta usar mi tiempo en eso. Me encanta explorar sonidos, colores. Me encanta que esté imperfecto, que esté todo manchado. Me encanta reciclar...todas las hojas que uso, los colores que uso, son de cuando estaba en el colegio, recibos...con lo que hay, hago. Y esa sensación de recuseo me hace sentir bien. Lo hago porque me hace sentir bien.

### **¿Por qué escogiste Youtube como plataforma para compartir tu arte?**

De hecho yo primero escogí Facebook, porque en esas épocas de antaño, 2017, Facebook todavía seguía siendo una plataforma relevante para mi generación. Y había ya creado una especie de página para eso...hacía mis trailers, mis *teasers*, y ahí compartí el documental. Y en Facebook específicamente porque tenía una facilidad para compartir que otras plataformas no tenían. Y de hecho ahí fue que tuvo la mayor cantidad de visitas...33 mil, me acuerdo. Y yo en verdad me acuerdo que cuando lo subí, como tenía 17 minutos, les dije a mis papás “pucha, con tal de que llegue a 100 visitas ya me siento pagada”. Y súbitamente llegó a mil, dos mil, diez mil...y para esto mi asesora de tesis me dijo que nadie lo iba a ver.

Y en ese momento, la otra plataforma que era para compartir videos largos era Youtube. Yo no tenía una comunidad de seguidores. Tenía mi cuenta donde subía cosas en las que experimentaba, porque yo me he expresado con videos desde que estaba en el colegio. Y así he subido mis videos, y como ya la tenía abierta lo subí. Ahí llegué a otro tipo de público...fue menor la cantidad de reproducciones, creo que ahorita está en tres mil o cuatro mil, pero fue mucho más internacional.

### **¿Qué ventajas consideras que tiene Youtube como plataforma?**

No sé qué tanto te ayude, pero ya no lo uso. Ahora estoy en Instagram y TikTok.

**Entonces cambio mi enfoque. ¿Qué ventajas tiene promocionar el tipo de cosas que hacer en Instagram y TikTok? Porque parte de mi plan es que esto se promocionaría en esas dos plataformas.**

Bueno, específicamente en TikTok veo que hay una tendencia: la gente lo usa para conocerte, y a la larga generan una relación contigo y ya quieren ver algo de larga longitud. O sea en TikTok tú puedes poner algo de hasta 10 minutos, pero en realidad es casi inviable que alguien vea algo en TikTok de 10 minutos. Pero por ejemplo a mí me ponen comentarios como “¿tienes un podcast?”, “¿tienes canal de Youtube?” Preguntándome si tengo videos más largos. Entonces no sé si específicamente en TikTok tú tendrías que poner fragmentos de tu serie documental, sino más bien que creen vínculos contigo y con la historia con otros contenidos que no tengan que ver con el documental, pero que sean relacionados a la patria y a no saber a dónde perteneces, etc., y que se conecten con tu estética, con tu onda, tu manera de hacer las cosas y que digan “ay, quiero ver algo más largo de Andrea”. Te preguntan si tienes Youtube y ahí van y se enganchan con tus videos más largos.

Para que alguien te dé su valioso tiempo y atención, como siempre digo, tienen que confiar en ti de alguna forma. Si no es en ti, en alguien que les diga “mira este video de 16 minutos, que sé que es largo, pero confía en mí y míralo”. Ahí sí le ponen *play* y ven con calma los 16 minutos.

Específicamente yo ahorita uso TikTok e Instagram porque ahorita, siendo 2022, yo me siento muy cómoda con los formatos que me permite. Me gusta explorar con videos de 1 minuto, de 3 minutos, o dibujos. Ahorita no tengo la necesidad estética ni emocional de expresarme con un formato largo. Pero es por un tema personal y porque ahorita así estoy funcionando.

Pero sí, en tu caso podría ser así. Toma un poco más de tiempo, pero al final tienes que generar un vínculo.

# Inf. turnitin TSP Durand

## INFORME DE ORIGINALIDAD

2%

INDICE DE SIMILITUD

2%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	<1 %
2	<a href="http://www.eltiempo.com">www.eltiempo.com</a> Fuente de Internet	<1 %
3	Submitted to Singapore Institute of Technology Trabajo del estudiante	<1 %
4	<a href="http://www.ulima.edu.pe">www.ulima.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
5	<a href="http://prezi.com">prezi.com</a> Fuente de Internet	<1 %
6	<a href="http://tesis.pucp.edu.pe">tesis.pucp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
7	<a href="http://www.youtube.com">www.youtube.com</a> Fuente de Internet	<1 %
8	<a href="http://www.culturadecanarias.com">www.culturadecanarias.com</a> Fuente de Internet	<1 %
9	<a href="http://libr.org">libr.org</a> Fuente de Internet	<1 %



<1 %

10

repositorio.usil.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

11

www.emerald.com

Fuente de Internet

<1 %

12

repositorio.ulima.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo