

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



El silencio de los Andes: la exotización de la cultura indígena en una película peruana: El caso “Hasta que nos volvamos a encontrar”

Integrantes:

Barbarán Gallardo, Mayra
Castañeda Alan, Ariadna Alexandra
Ríos-Lamas Vidal, Hector Francisco
Saldaña Taboada, Carolina Sayuri

Profesor:

Eduardo Luciano Torres Arancivia

Lima – Perú

2022-1

Resumen

El presente trabajo trata acerca de la representación de la cultura indígena en la película peruana “Hasta que nos volvamos a encontrar”. Se propuso descomponer el imaginario de la cultura indígena en la película, indagar los patrones históricos de representación de dicho grupo social en el cine peruano y, finalmente, plantear una discusión sobre la posibilidad de representar la cultura peruana homogénea en los medios audiovisuales. Al respecto, se determina que el imaginario de la película utiliza aspectos de la cultura indígena para brindar una imagen atractiva del Perú para el público extranjero, cayendo en la exotización cultural y la invisibilización de dicha cultura. Con esta finalidad, se realizó un análisis de contenido de la película en el que se identificaron cuatro problemas principales: presentar el objetivo evidente de promover el turismo, la exotización de la cultura andina, la propuesta de una representación “auténtica” del peruano a través del personaje principal y la invisibilización del sujeto indígena.

Palabras clave: indígena, cultura indígena, exotización, cine

Introducción

En el año 2021, el gigante del *streaming* Netflix apostó por un guión que se convertiría en la primera producción peruana en dicha plataforma. La película “Hasta que nos volvamos a encontrar”, escrita y dirigida por el conocido director limeño Bruno Ascenzo, cuenta la historia de amor entre una mochilera peruana y un empresario de origen español que busca construir un hotel en Cuzco.

Dicha cinta, que prometía una representación cultural sólida (al ser la primera producción peruana de Netflix), terminó siendo, según la crítica, una mezcla de desinformación y publicidad que tiene intenciones parecidas a las de PROMPERÚ en su recordada campaña Marca Perú¹. En otras palabras, una representación vacía

¹ En un artículo de El Comercio, Rivadeneyra (2022) escribe una reseña sobre la película, en la que menciona que esta “presenta la ficción con el estilo de un comercial turístico”. Dicho artículo puede leerse a través del siguiente enlace:
<https://elcomercio.pe/luces/cine/hasta-que-nos-volvamos-a-encontrar-no-es-una-buena-pelicula-este-es-el-por-que-critica-netflix-stephanie-cayo-maxi-iglesias-tondero-noticia/>

del Perú, en la cual prima la dimensión material y paisajística en detrimento del componente humano artífice y portador de la cultura.

Este hecho coloca de manifiesto una realidad problemática sobre las formas en las que se representan a las poblaciones indígenas en los filmes peruanos. Esto cobra mayor importancia en nuestro país dadas las condiciones de discriminación sistemática a las cuales han sido sometidas distintas identidades peruanas durante décadas, más aún cuando se reconocen los esfuerzos por formar un Estado-Nación que celebre la multiculturalidad (Marín, 2011).

Contenidos de esta clase denotan la aún arraigada existencia de una herencia colonial, la cual se rastrea hasta la actualidad en la diferenciación por estatus, legado familiar y relaciones de dominación que se generan a partir de estas (Torres, 2007: 122). Es así que el reparto de esta película está constituido por actores que pertenecen a la denominada *argolla limeña*.² Por lo tanto, era de esperarse que una actriz como la mejor amiga del director Bruno Ascenzo, Stephanie Cayo, asuma el rol protagónico de la película. Asimismo, la aparición de su actual pareja Adrián Bello en la banda sonora no sorprende. Así, se refuerza la noción de que quienes pertenecen a estos entornos tengan asegurado las posiciones de control de actividades como, en este caso, el cine (Torres, 2007: 234).

Por lo tanto, estas élites encuentran legitimación, desde la colonia, a través del fenotipo. (Torres, 2007: 269). En la actualidad, la blancura sigue siendo un signo que prima en el marketing y la publicidad aspiracional, que se refleja, a su vez, en la elección de los personajes principales de la película. En esta línea, es identificable que dichas estructuras históricas de supremacía se vean contenidas en la figura de la protagonista Ariana (Stephanie Cayo). No obstante, existe también un esfuerzo por atenuar forzosamente la posición de privilegios que le otorga la *blanquitud*, “acercándola” hacia los otros personajes en “igualdad de condiciones”. Dicha situación retrata la “fantasía del encuentro” descrita por Patiño (2013), la cual se

² En un artículo de La República, Ecurra (2022) escribe una reseña sobre la película, en la que menciona que esta “en cuanto al reparto, la situación es cuestionable. Como era de esperarse, tenemos a dos de los Pataclaun en el cast, aunque en roles secundarios.”.
<https://larepublica.pe/cine-series/2022/03/26/hasta-que-nos-volvamos-a-encontrar-lo-bueno-lo-malo-y-lo-feo-de-la-pelicula-de-netflix-con-maxi-iglesias-y-stephanie-cayo-bruno-ascenzo-tondero-wendy-ramos/>

fundamenta en el encuentro “natural” del sujeto globalizado de clase alta con el subalterno (p. 87). Aunque se perciba como inverosímil, estas intenciones sí logran generar resonancia en otros integrantes del círculo elitista, lo que explica porqué se considera a Cayo como un “ícono andino” en la actuación por la revista VOGUE México³.

El presente trabajo pretende abordar un análisis integral de cómo se representa a la cultura indígena peruana en el imaginario de la película “Hasta que nos volvamos a encontrar”. Al ser la primera película peruana producida por la plataforma global de Netflix, resulta pertinente investigar el tema propuesto para comprender por qué la idea exótica, estereotipada, estética y caricaturesca de la cultura indígena sigue funcionando tanto en el extranjero, que desconoce de la cultura indígena, como para ciertos sectores del público peruano.

La hipótesis de este estudio es que el imaginario de la película “Hasta que nos volvamos a encontrar” representa a lo indígena de manera trivializada; utilizando costumbres y tradiciones indígenas de manera superficial, olvidando su carga cultural. Así, llega al punto en el que cae en el exotismo cultural donde lo indígena es expuesto únicamente para, en palabras de los realizadores, “promover el turismo” en el Perú; es decir, buscando un beneficio económico. Esto se genera como producto de una histórica marginación hacia el sujeto de origen indígena, que ha estado supeditado por años a guardar silencio y a estar fuera de las esferas de la participación. En la película, esta forma de silenciación se manifiesta de manera simbólica, cuando se relega a los personajes indígenas a roles secundarios e irrelevantes en el desarrollo de la historia, presentados más bien como parte de la escenografía para generar un producto *bello para los ojos*.

Con el objetivo de iniciar el viaje hacia la comprensión de dicho fenómeno, se empezará por una aproximación a la idea de lo indígena en el Perú, en donde se hablará sobre las continuidades históricas de discriminación e invisibilización de este grupo social. Luego se explicarán los mecanismos y formas de exotización del

³En marzo de 2022, Villseñor publicó un artículo en el que etiqueta a Stephanie Cayo como “actriz andina” lo cual generó revuelo en redes. El artículo se pudo visualizar en la siguiente página: <https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/stephanie-cayo-quien-es-la-actriz-peruana-peliculas-programas-de-television>

indígena como personaje en el cine peruano, enfatizando en la mirada global y *marketera* de la cultura. Finalmente, el análisis resultante contrastará con la película “Hasta que nos volvamos a encontrar”, identificándose los problemas centrales de la cinta, los cuales tienen que ver con el empeño de la cinta por promover el turismo, la exotización de la cultura andina, la representación del peruano a través del personaje de Ariana y la invisibilización del indígena.

Objetivos

1. Descomponer el imaginario de la cultura indígena en la película “Hasta que nos volvamos a encontrar”.
 - Con este objetivo buscamos interpretar cómo es concebida la cultura indígena en la narrativa de esta película y qué elementos la constituyen según su propio lenguaje y lógica.
2. Identificar los patrones históricos de la representación indígena en el cine peruano.
 - Indagar los patrones de las películas peruanas que buscan representar la cultura indígena. Analizar qué visión se ha tenido a través de la historia sobre el mundo indígena. Determinar si existen similitudes o regularidades.
3. Plantear la discusión sobre la posibilidad de representar una cultura peruana homogénea en medios audiovisuales /productos culturales.
 - De esta manera identificamos los requisitos que una película peruana debería tener si es que busca tener una presentación fidedigna de la cultura indígena. Siendo el Perú un país multicultural, con este objetivo buscamos abrir el debate sobre la existencia de una manera “correcta” o “fidedigna” de representar el mundo andino o si las propuestas de cada persona/autor están siempre cargadas de cierto sesgo/subjetividad desde sus propias perspectivas.

Estado de la cuestión

Para empezar a hablar de la exotización de la cultura andina es preciso revisar lo que hasta ahora se ha observado acerca de la noción de mercantilización cultural con respecto a lo indígena. Patiño (2013) y Zizek (2001) observan que, producto de los efectos de la posmodernidad, los movimientos “indigenistas” se han alejado de su ideal de reivindicar a los sujetos indígenas, dándole mayor valor a los objetos de sus culturas (la forma) que a ellos como actores sociales (el contenido).

Esto, consecuentemente, ha provocado el vaciado cultural de sus símbolos por parte de la cultura dominante. Es decir, se convierten en “pura imagen vaciada de contenido” (Patiño, 2013, p. 34). Estos postulados se contraponen con la concepción de Cuevas (2015), quien, al respecto de la construcción de la identidad cultural, coloca a los bienes materiales como eje central de la diferenciación de los individuos. Esta clasificación se reafirma por el consumo de bienes específicos (p. 92).

Se iniciará tomando partido por la visión de Patiño, lo cual se complementa con lo argumentado por Rodríguez (2020). Dicho autor destaca la idea de otredad (encarnada en el indígena, en este caso) como un sentimiento de extrañeza que lleva a una fascinación por la búsqueda de captar a este “otro” alejado de la civilización (p. 6).

Tras este primer acercamiento, debemos contemplar que el modelo de Estado-Nación avala justamente el apropiacionismo de lo “indígena” tanto como la asimilación de estos últimos a las culturas dominantes. Todo eso se hace en nombre de la construcción de una nación unificada (Marín 2011, Bilbeny 2002, Espinosa, 2017). Para Patiño (2013), dicho fenómeno admite una “inclusión inferiorizante” con características paternalistas (p. 87), que celebra el consumo de lo popular y lo *incluye* siempre y cuando esté mediatizado y traducido por alguien de la cultura dominante, quien se ofrece a “rescatar” dicha estética y reinterpretarla, para que pueda ser digerida (Patiño, 2013, p. 58).

Sin embargo, según Espinosa (2017), los indígenas no quieren una inclusión, pues esta, usualmente, supone para ellos cambiar y adaptarse para convertirse en alguien igual a la sociedad dominante. Además, menciona que se sigue conservando una mirada etnocéntrica, propia de las élites limeñas o urbanas, que a

lo largo de la historia han considerado a los indígenas como paganos que deben ser convertidos. (p. 132)

Ahora bien, es necesario detenerse en un concepto mencionado en varias ocasiones: lo indígena. No obstante, el simple acto de intentar llegar a una conclusión para definirlo es, en palabras de Salazar (2013) una construcción propiamente colonial, que no tiene sentido sin la mirada y las relaciones de poder propias de dicho periodo.

Diversos autores, en lugar de hacer un intento por delimitar “lo indígena”, hablan de los efectos que este ejercicio conlleva (Espinosa, 2017; Salazar, 2013; Torrejón, 2017). Antiguamente, la categoría étnica definía el acceso a la tierra en un contexto de escasez de crecimiento; ahora, permite el reconocimiento a través de la legislación internacional para la defensa de la tierra y de sus recursos naturales (Chambers citado en Salazar, 2013).

En el Perú, es el Estado quien decide quién es indígena y quién no lo es, cumpliendo un rol preponderante en el proceso de categorización social. La auto-identificación como indio o indígena no es individual sino colectiva, se realiza en tanto grupo social que lucha por la defensa de derechos no respetados (Salazar, 2016). Para el Estado peruano, los “indígenas” son definidos como:

“Colectivos que tienen su origen en tiempos anteriores al Estado y que conservan todas o parte de sus costumbres sociales, económicas y políticas. Además, presentan conciencia colectiva de poseer una identidad indígena u originaria. Según la base de datos del Ministerio de Cultura, se tiene información de 55 pueblos indígenas en el Perú, siendo 51 de la Amazonía y 4 de los Andes.” (Gobierno del Perú, 2022)

Al respecto, Paredes (2015) ha señalado que, a diferencia de otros países de la región como Ecuador y Bolivia, la politización de lo indígena en el Perú ha sido impulsada desde “arriba” por élites políticas e intelectuales en lugar de por las propias bases indígenas (Torrejón, 2017: 6). Para la visión del presente trabajo, la diferenciación de estos grupos sociales tiene un trasfondo racialmente excluyente y, por lo tanto, la definición brindada por el Estado es limitada.

En este sentido, el Estado cede sus funciones al marketing con el objetivo de uniformizar a la sociedad, ignorando la noción de interculturalidad (Cuevas, 2015; Espinosa, 2017). Es así que sus ciudadanos son concebidos como consumidores por fidelizar, quedando al servicio de los mercados. El Estado busca, entonces, disciplinar a estos nuevos consumidores a un nuevo tipo de ciudadanía a partir de un mecanismo de poder.

De este análisis se desprende la conclusión a la que llega Patiño (2013) sobre la verdadera cara de la formulación de un proyecto nacional. En realidad, la identidad nacional se compone primordialmente de representaciones subalternas del “otro” y su mercantilización, mecanismo al cual deben adaptarse si desean ser insertados dentro del proyecto conjunto (p. 24).

En esta misma línea, se crean ilusiones de autenticidad para generar un imaginario de historicidad y cultura (Fortuna, 1995) que pueda ser exportado al extranjero. Muchos años después, Cuevas (2015) ve demostrada la aplicación de esta idea tanto en los proyectos de Marca País Argentina como en la Marca Perú, debido a que su finalidad es “vender al Perú” al extranjero bajo la óptica de lo exótico y particular (Cuevas, 2015, p. 93). Al respecto, Rodríguez (2020) reconoce en el sujeto andino vestimentas típicas ajenas a la modernidad y la exageración de costumbres como elementos recurrentes para el público extranjero (p. 8). En contraste, la OMT (2016) recalca que existen esfuerzos por los actores públicos, privados y comunales para construir una “oferta genuina y auténtica que se vea reflejada en lo que encontrará el viajero cuando visite el Perú.” (p. 49).

Para el presente proyecto se tendrá en cuenta la postura de Cuevas, pues aún no se ven suficientes esfuerzos para crear una oferta real de la cultura andina, y mucho menos en el mundo del cine comercial.

Las ideas abordadas hasta el momento encuentran un reflejo en la representación de lo andino y lo indígena dentro del cine comercial. Los autores revisados estudian, en su mayoría, al cine norteamericano; pues este es indispensable para hablar de las producciones cinematográficas latinoamericanas. De hecho, Vazquez, Levin y Ziri6n (2017) encuentran esta coincidencia en la construcción de una imagen del indígena latinoamericano a partir de los paradigmas representacionales del cine industrial de Estados Unidos. (p. 51).

Es importante que haya una correcta interpretación de lo indígena en el cine, pues según Nahmad (2007), el cine se convierte en un espacio de lucha por las representaciones, y cumple un rol determinante en la construcción de identidades y subjetividades sociales. (p. 107). En relación con esto, Shohat y Stam (2002) manifiestan que los medios de comunicación pueden, así como "alterizar" culturas, promover coaliciones multiculturales (p. 13).

Dentro de las películas que van en esta línea existe una dicotomía entre el "adentro" y "afuera" (Rodríguez, 2020:16 & Rodríguez, 2016: 24, 25). Dichos autores establecen que el indígena ha sido representado, constantemente, como un agente externo a lo normalizado, reforzando la idea de lo "natural" y lo "social"; colocando siempre a los indígenas como parte del paisaje natural (el "afuera"). Respecto a las representaciones de los que pertenecen al "afuera" desde la mirada norteamericana, se ha observado también que suele existir una dualidad: o bien aparecen como "seres angelicales" con roles de apoyo a los protagonistas blancos, o bien como "villanos perversos" dispuestos cometer barbaridades contra ellos (Vázquez, Levin y Ziri6n, 2017: 51).

Asimismo, Shohat y Stam (2002) proponen que hay una idea racista de que, para que un filme sea econ6micamente rentable, debe tener un protagonista universal (o sea, blanco) (p. 220). Carre6o (2006) aporta que estos protagonistas podrían encarnar representaciones "veros6miles" a partir de las ideas previas que se tienen sobre ciertos grupos de personas, en este caso, los indígenas (p. 41). Adem6s, al cine dominante le gusta convertir a *las gentes oscuras* o del Tercer Mundo en otros sustituibles, es decir, en unidades intercambiables. (Shohat y Stam, 2002: 220). lo cual refuerza la mirada exotizante que se tiene sobre lo "otro" y los elementos o espacios "tradicionales" a los que se le asocia (Carre6o, 2007, p. 71).

Se ha dado una larga tradici6n entre las c6maras y los pueblos indígenas, pasando de pel6culas ambientadas en lugares remotos y que destacaban lo ex6tico de ese otro, hasta los registros fr6os, orientados a comprobar teor6as antropol6gicas o exponer ritos tradicionales. No obstante, con el pasar del tiempo una parte de esa producci6n visual ha seguido un camino distinto, m6s bien 6ntimo, que ha llevado a

identificarse con el otro, cediendo las cámaras para que este construya la imagen que quiere proyectar, a los suyos y a nosotros. (Carreño, 2007, p. 71)

En la cinematografía peruana, la película “Hasta que nos volvamos a encontrar” supone un eco de las visiones expuestas anteriormente. No existen muchos estudios sobre cómo el cine peruano contemporáneo aborda la representación de los indígenas. Es por ello que el presente trabajo busca analizar cómo se construye, a través del turismo cultural y las estrategias de marketing, el imaginario de la cultura indígena en el primer proyecto peruano para Netflix.

Por último, debemos tener en consideración que Bruno Ascenzo, el director de la película, ha puesto de manifiesto que la intención con esta entrega fue captar la atención de los sectores internacionales.⁴ Esto invita a realizar un análisis profundo de la forma en la que se concibe la cultura indígena peruana una película que tiene el propósito explícito.

Capítulo 1: Una aproximación a la idea de lo indígena en el Perú

Empezar a discutir de lo indígena en el Perú es tocar una vena sensible en la sociedad peruana, pues, pese a que dicho grupo social representa la mayoría en el territorio, históricamente ha sido discriminado, subordinado e invisibilizado. Se calcula que las comunidades reconocidas como indígenas en el país a partir de la Reforma Agraria son por lo menos 1500 a más, por lo tanto es complicado decir que no hay (A. Díaz en Salazar, 2013). Según Thorp y Paredes (2011), los indígenas están definidos como aquellos nacidos en las provincias de los Andes, la Amazonía y la costa (sin contar los distritos residenciales de las capitales regionales). Se considera, sin embargo, que la definición es demasiado estrecha, pues no resuelve el problema de que el lugar de nacimiento es una variable sustituta del origen étnico (p.69). Así, es importante analizar la etnicidad en sus transformaciones a través del tiempo, y las identidades étnicas como identidades fluidas que se construyen, se

⁴ El 18 de marzo de 2022, RPP publicó una entrevista con Bruno Ascenzo, en la que menciona que “muchos países utilizan la industria cinematográfica para darse a conocer al mundo” <https://rpp.pe/tv/netflix/bruno-ascenzo-sobre-hasta-que-nos-volvamos-a-encontrar-muchos-paises-utilizan-la-industria-cinematografica-para-darse-a-conocer-al-mundo-noticia-1393753>

reclaman o se ocultan de acuerdo a las circunstancias históricas (Degregori, 1993; p. 116)

En el caso del Perú, para hacer una distinción y nombrar a los indígenas se mezclan confusamente prejuicios raciales, regionales, de nivel de cultura y de clase social (Ferrari, 1984). Esto deviene en un concepto de “indio” que se llena de significado racial y, consecuentemente, racista. Asimismo, Monette (2013) comenta sobre las jerarquías étnicas y sociales que existen en el país, a propósito de la posición socioeconómica, el origen geográfico, la educación, los patrones de consumo, la vestimenta y el idioma. Es así que los indígenas pueden definirse no solo a partir del total de rasgos físicos o culturales, sino también de una agregación de relaciones sociales jerarquizadas, en las que ellos ocupan la base de la pirámide. Thorp y Paredes (2011) mencionan que la geografía y el color de piel desempeñan un papel importante en la redefinición de la identidad étnica. La sierra en su totalidad es considerada como “lugar de origen” común de los indígenas.

Ahora bien, es importante precisar el papel que cumplía el indígena durante la época de la colonia y la República; pues, siendo el Perú un país post-colonial, existen costumbres que prevalecen y que se manifiestan en distintas prácticas cotidianas, las cuales admiten discriminación y racismo. Durante dicha época, el “Indio” era relegado al labriego andino y segregado de las otras clases productoras del país. Es así que los indígenas serán un estrato social sometido, explotado y humillado (Ferrari, 1984). En el siglo XVII, se introduce la imagen del indio traicionero e inferior; por lo tanto, a servicio de otros; además, se le reconoce minusválido (Barrig, 2001). El indio era, entonces, aquel que en sus relaciones con los no-indios (blancos, mestizos) ocupaba una posición subordinada e instrumental; es decir, por debajo de la autoridad de otros (Bourricaud, citado en Barrig, 2001). Por otra parte, Barrig (2001) también menciona que bajo las palabras indio e indígena hay una carga subjetiva que no puede ser superada por su reemplazo con el término étnico, porque los étnicos son siempre los otros, considerados diferentes por un nosotros no étnico. En la misma línea, Patrucco (2019) señala que existe una clara distinción entre los indios urbanos y los rurales; los indios crecidos en las ciudades y “ejercitados en los oficios mecánicos” resultan ser expertos, capaces y sin tantos errores, así como el uso de la lengua castellana que contribuye a sacarlos

de la ignorancia. Es así que esta aculturación a través del idioma tiene prestigio en la jerarquía (Monette, 2013).

Al mismo tiempo, sobre las mujeres indígenas existían dos discursos particulares: el de la mujer sucia, ignorante, irredimible frente a la civilización y al progreso y, por otro lado, la mujer altiva y orgullosa de sus tradiciones que rechazaba al invasor (Barrig, 2001). De igual forma, Kapsoli (citado en Barrig, 2001), recoge estereotipos asociados a la mujer indígena, como la mansedumbre como su “estado natural”; la religión, la familia y el amor al trabajo; el hurto, la embriaguez y el libertinaje como su entretenimiento. Además de la melancolía ingénita, la mezquindad, la pobreza y el crimen. (Kapsoli, 1980).

Para Juan José del Pino, citado en Kapsoli, 1980, que a su vez fue citado por Barrig, 2001, menciona que:

“La primera impresión que produce una india es de profundo disgusto y aún de repugnancia. El salvajismo se halla retratado en su fisonomía, en su actitud recelosa, huraña. No revela inteligencia ni imaginación, ni razón ni siquiera sentido común sino tristeza, testarudez. En su personalidad moral se descubren pronto caries e inmundicias”. (p.27)

En este sentido, autores como Salazar (2013) relacionan la intención por definir al indígena como una consecuencia de la colonia, que responde a las relaciones de poder y sometimiento que existían en esa época. Por otra parte, en la actualidad se reconoce un derecho colectivo muy importante para organizaciones como Conacami (Confederación Nacional de Comunidades del Perú Afectadas por la Minería)— que se encargan de la protección de territorio frente a las actividades extractivas— el cual es el derecho a la autodeterminación. Al respecto, también surgen estereotipos acerca del apoyo que el Estado brinda. En un estudio de CIES (2019) sobre las mujeres indígenas en la Universidad de la Amazonía peruana y la Universidad Científica del Perú, se reconoce que, muchas veces, se piensa que son los mismos indígenas quienes provoca derrames petroleros; y que, además, reciben subsidios pero no saben aprovecharlos porque “son flojos” (Pesantes & Cárdenas, 2019).

A propósito de los acercamientos sobre la colonia, el modelo de Estado-Nación europeo instaurado desde ese periodo admite que la élite política peruana imponga, en el nombre de la multiculturalidad, “una visión del mundo, una lengua y una cultura dominante, en perjuicio de los otros grupos étnicos” (Marín, 2011; p. 74). De este modo, la aplicación de esta forma de concebir el País tiene consecuencias negativas para la diversidad cultural y lingüística. En el Perú, el Estado-Nación colonial y republicano se caracterizó por la asimilación forzada del indígena frente a las élites blancas hispanohablantes, la segregación del indio y, evidentemente, la discriminación racial (Marín, 2011). Batallas (2018) menciona que, en la asimilación hay un proceso de aniquilación y desintegración cultural, el cual está fundamentado en el ideario del supuesto superior. “En la mente colectiva del superior, lo diferente no es real y todo el atropello del que el diferente es objeto simplemente no existe” (p. 378). En la misma línea, agrega que el “aniquilador de identidad” (la cultura dominante) no cree estar vulnerando los derechos humanos; considera que, al contrario, está diferenciándose entre los verdaderos humanos y los pseudohumanos. (p. 378)

Hoy en día, este fenómeno se manifiesta en el racismo prevaleciente, la invisibilización de los grupos racializados en los medios de comunicación y, la exotización del indígena con fines turísticos. Es así que, como parte de la construcción de una identidad nacional, las representaciones del otro subalterno se mercantilizan (Patiño, 2013; p. 24).

Según Coronado (2014), en cuanto a la industria del turismo, el indígena sigue siendo marginalizado como en otras esferas sociales del país. A pesar de ser el sector menos privilegiado de la sociedad paradójicamente llaman la atención y despiertan la fascinación del Occidente con su “otredad”. Es por esto que en esta área se ven ante la demanda de brindar representaciones culturales con significado auténtico pero que también sean atractivas a las demandas de los turistas. La OMT, en 2016, menciona que “el turismo cultural que existe en el Perú se ha enfocado en el consumo tradicional que se limita a los principales lugares de interés”; es así que se puede identificar lugares clave como Machu Picchu. El turismo cultural no debería mostrar lugares ofreciéndolos como espectáculo sino que debería integrar

esa experiencia de vitrina con lo que realmente viene ocurriendo en la realidad creativa de la ciudad, pueblos y comunidades (OMT, 2016).

Así se reduce a un objeto sin complejidad a la cultura y se convierte en un producto de venta; la cultura termina por volverse inauténtica ya que la comercialización la transforma. Un claro ejemplo de lo antes mencionado es la campaña de Marca Perú; Cuevas (2015) en su estudio “La pugna por una nación a partir del Nation Branding” menciona, luego de hacer una alegoría entre ciudadano y consumidor con respecto al “marketing” dentro del Estado-Nación, que la lógica primordial de la mercadotecnia es conocer al consumidor para adaptar el producto a él y hacer que “se venda solo”. En este sentido, la campaña de PROMPERÚ promueve el “performar la peruanidad” (p. 13), a través de comer, bailar, surfear.

Desde la perspectiva por la que se opta en esta investigación, se concibe que el indio o indígena ha sido continuamente invisibilizado producto de la imposición y asimilación de este frente a una cultura dominante. Gracias al fenómeno de la globalización y la nueva noción de cultura como producto y agente sujeto a las necesidades del mercado, lo indígena viene jugando un papel principalmente superficial, en el que solo se enaltece los aspectos que “vendan” al extranjero; tergiversando rituales y cayendo en apropiacionismo cultural. Esta realidad denota las heridas profundas y aún latentes que el periodo virreinal le dejó al país en su conformación y organización.

Capítulo 2: La exotización del indígena como personaje en el cine peruano

La cinematografía peruana de los últimos años ha estado consiguiendo cada vez más atención tanto por parte del público local como de la crítica extranjera. Estas películas han estado siguiendo principalmente tres tendencias: cine-arte, cine espectáculo y cine andino (Portocarrero y Lossio, 2017). Como ejemplos de estas tendencias tenemos a películas como Magallanes (cine-arte), Asu Mare (cine espectáculo) y Manco Cápac (cine andino).

En este panorama, han sido muchos los directores que han realizado intentos de agregar un componente profundo a sus entregas: la representación de las distintas realidades que coexisten en el país (Portocarrero y Lossio, 2017). Con miras en este esfuerzo, resulta interesante que, de forma particular, sea dentro del cine espectáculo, influenciado sólidamente por el marketing y la publicidad, donde se de una recurrencia de situaciones de exotización y discriminación de grupos minoritarios y sus culturas. Vivier (2014), refuerza esta observación al mencionar que la publicidad y sus imágenes tienen “una gran connotación exótica, mágica y mística para despertar el interés del espectador y el turista potencial”.

Bedoya (2017) también analiza este panorama, proponiendo la existencia del “exotismo” como un fenómeno recurrente dentro de las producciones cinematográficas peruanas. Dicho autor explica que bajo la lógica exotizante, se proponen representaciones “edulcoradas” de realidades “remotas” y radicalmente distintas a las de la sociedad moderna (p. 117).

El simple hecho de proponer la existencia de un “otro” remoto, lleva a que se configuren y reproduzcan determinadas realidades sociales desde una mirada “externa”, que para el caso peruano se encuentra encarnada en directores pertenecientes a la capital. De esta manera, el cine, en tanto generador de subjetividades, forma una idea polarizada de lo rural frente a lo urbanizado (Cornejo, 1980). Es este último espacio el que se atribuye la autoridad de asignar las cargas valorativas y los imaginarios con los que se asocia a ambos.

En campo del cine peruano se han desplegado estrategias identitarias que operan desde la colonia con el propósito de formar la subjetividad “rural”, las cuales se asocian a la creación de “autenticidades” históricas (Vivier, 2014). Es así que prácticas artísticas y tradiciones indígenas, así como sus objetos materiales y espacios arqueológicos selectos se vinculan a esta idea de lo inalterado y original que además, según el mismo Vivier (2014) no puede ser encontrado ni la vida cotidiana de los sujetos que habitan la urbe ni en el tiempo presente.

Los turistas que Bedoya (2017) mencionó como los públicos objetivos de las tendencias exotizantes son justamente estos sujetos de la modernidad, a los cuales se les es exportado el “imaginario auténtico” como una leyenda mística que deben salir a explorar (Vivier, 2014). Esta ilusión de la “vuelta hacia los orígenes” se ve satisfecha también en los contenidos audiovisuales que consumen, en los cuales encontrarán, conforme a sus expectativas, imágenes deslumbrantes de un país lleno de tradición e interrogantes por descifrar.

Monette (2013) argumenta que el priorizar una percepción a través los ojos de la modernidad y la globalización sobre las culturas indígenas como portadoras de una “autenticidad intrínseca y atemporal”, puede desembocar en una homogeneización de sus formas culturales. Esto debido al foco que se coloca en cumplir las preconcepciones de los mercados que, al fin y al cabo, buscan productos para consumir. Todo esto aleja y despoja a las cultura de su esencia creadora: el sujeto humano, en este caso el indígena, quien se convierte más bien en un sujeto intercambiable y útil sólo en tanto retrate lo que el de “afuera” desee ver de él (Shohat y Stam, 2002: 220).

Es así que se abre paso a la discusión sobre el rol de los sujetos indígenas en todo el paisaje místico que el cine espectáculo ha diseñado alrededor de sus culturas. En esta misma línea, son las mismas miradas de “otredad” que pretenden crear una imagen efervescente del valor histórico y las culturas de los sujetos en cuestión, las que han servido para dar voz a estereotipos y formas de concebir a los indígenas contrarias a lo deseado por la modernidad.

Mediante personajes como el de la paisana Jacinta, se han puntualizado en el trabajo de Celigueta y Viola (2021) ciertos patrones en la representación del indígena transversales a todos los géneros de ficción y no ficción dentro del mundo audiovisual peruano. En primer lugar, la exaltación de ciertos rasgos fenotípicos andinos como el tono de la piel oscura y la nariz aguileña, los cuales se encuentran conexos a una idea de “fealdad” potenciada. Otro punto relevante es el de una “suciedad” inherente y “congénita” (en palabras de los mismos autores). Sin embargo, sí es posible acercarse a una representación fiel de la persona indígena y otros personajes como en entregas de cine-arte como “Magallanes” (2015) con la

cual, de acuerdo con Camacho et. al (2021), su director tuvo la consigna de ofrecer una muestra fidedigna del contexto sociocultural peruano, como el racismo y las diferencias de clases sociales de manera crítica.

El presente proyecto de investigación adopta un punto de vista desde el cual todas las situaciones descritas suponen un problema en la representación de los sujetos indígenas en la cinematografía de espectáculo que se produce a raíz de sus culturas. La trascendencia de dicha problemática es evidenciable en la escasez de personajes indígenas con una historia propia desde la cual hacer escuchar su voz dentro de las películas. Así, estos individuos sólo tienen un espacio en los filmes en tanto sean vehículos de todos los aspectos materiales de su cultura con los que se pueda proyectar la imagen tradicionalmente asociada a ellos (Carreño, 2007). Esto conlleva a que en la gran mayoría de los casos, no se les conciba como personajes que puedan encarnar más que la mera “autenticidad performada” (MacCannell, 1976, citado en Vivier, 2014), puesto que no son compatibles con el modelo aspiracional que propone el marketing.

Capítulo 3: La exotización cultural y representación del indígena en la película “Hasta que nos volvamos a encontrar”

A continuación, se realizó una matriz con los distintos momentos de la película peruana que se consideraron importantes de analizar; tanto por su carga simbólica como por el contenido problemático de éstos. Se tomaron 34 momentos diferentes en los que se evidencian cierta carga de exotismo, racismo e invisibilización del indígena. (Véase Anexos para encontrar la captura de pantalla de los momentos analizados según la numeración de la matriz).

	Minuto	Descripción	Mensaje	Problema
1	0:00:10 / 0:03:23	Salvador ingresa a una entrevista en la oficina. Revisa unos correos que aparecen en la pantalla	Tonos azules que se relacionan con ser un hombre serio y de negocios. Se resalta que él principal es un	La película empieza con la oposición de la tecnología y los andes: la música andina y efectos tecnológicos contrastan y tratan de oponer

		Reunión de empresarios en la ciudad de Cuzco. Seguidamente, se muestran danzas tradicionales y objetos indígenas	“heredero” lo cual puede ser vinculado con la colonia. Para introducir a la ciudad de Cuzco se recurre a mostrar lo más tradicional de la cultura así como paisajes como un “espectáculo”.	ambas realidades. Hay una clara distinción entre occidente vs. el mundo andino Se introduce al Cuzco de manera exotizada, donde al hablar de negocios el lugar queda relegado a un lugar de “atracciones” y “show”
2	0:04:45	Número musical, en una fiesta en la noche; música afroperuana suena así como música fusión	Se muestran personajes indígenas y afroperuanos para dar una representación de “todas las sangres” a través de que la protagonista Stephanie Cayo cante junto a una mujer afroperuana y la cantante andina Renata Flores.	De esta manera exotizada, es la única forma en la que son representados indígenas y afroperuanos; de no ser por este número no tendrían el mínimo protagonismo. Asimismo, al incluirlos se da a entender un intento de Estado-Nación y de decir que “todos somos cholos”
3	0:06:30	Ariana y Salvador mantienen su primer contacto en una fiesta a través de una tradición del “cucurucho”. Lichi le comenta a Salvador que si a una mujer le atrae un varón, “se dejará quemar el cucurucho”	Esta es la primera interacción de los protagonistas. En esta, se emplea una tradición o ritual en beneficio de la trama amorosa y para mostrar lo místico de las tradiciones de Cuzco.	La tradición está tergiversada, es decir, se ha modificado para favorecer a la trama romántica omitiendo aspectos tradicionales. Asimismo, el ambiente de la escena dista de parecer un lugar andino y parece la réplica de Barranco dentro de la escena cuzqueña (presencia de Lima). Asimismo, se puede denotar que una de las razones por las que Salvador fija su atención a Ariana es debido a que era la única mujer de procedencia blanca en el lugar, en contraste con el resto de indígenas. Shohat y Stam (2002) mencionan este fenómeno como el intento de usar protagonistas “universales” (blancos) en productos audiovisuales.
4	0:09:27	Ariana y Salvador discuten a partir del hecho del origen del cajón; si es flamenco o peruano	Se muestra el “resentimiento” peruano cuando Salvador se refirió al cajón como “flamenco” en vez de “peruano”; Ariana trata a los españoles como un “ellos”. Que le robaron a “nosotros”	Se ve implicada la idea de Estado-Nación, donde Ariana utiliza la estrategia del enemigo común para fomentar la identificación del pueblo
5	0:10:06	Lichi, la tía de Ariana, menciona que Salvador merece más	Ariana muestra rechazo ante la afirmación de su tía, quien muestra	Se trata de mostrar una brecha entre la gente privilegiada y los tratos

		respeto y un trato especial por su dinero, estatus y apariencia	favoritismo a partir de las condiciones de Salvador	especiales que los deben recibir
6	0:10:58	Ariana y Salvador dialogan e intercambian la frase "Tupananchiskama"	Se trata de generar un vínculo entre la cultura quechua y la dominante en la película. A través de una frase en quechua se busca dar representación y una conexión mística al Cuzco	Ariana, a pesar de no saber hablar quechua, busca ser representativa. Así representa a sus amigos como "el otro"; la tradición de decir hasta pronto esta tergiversada a favor de la trama
7	0:12:33	Ariana le menciona a Salvador "Estás en Cuzco tío, déjate sorprender", con acento español	Ariana trata de poner en razón a Salvador poniéndose en el lugar de quien está "afuera" del nosotros	Aquellos que exotizan a Cuzco como un "lugar mágico lleno de sorpresas" asumen esta postura de que Cuzco es para ello
8	0:14:57	Suena la canción "I'm not afraid" con arreglos de guitarra andina a cargo de Lucho Quequezana	Se trata de mezclar las culturas que existen, a través de una canción anglosajona y arreglos andino	Muestra la globalización del Perú, como el Estado-Nación de Perú es un resultado de mezclas y como todo puede ser "peruanizado"
9	0:17:30	Dos turistas extranjeros llaman a Ariana gritando desde un tercer piso del hostel de su tía. Seguidamente, le lanzan ropa sucia y le dan las gracias.	El personaje de Stephanie Cayo se muestra acostumbrada a la situación; da a entender que no es la primera vez que ha lavado la ropa de esa manera.	La escena brinda una visión particular de la higiene y el orden en Cuzco. La actitud que toma la protagonista frente a la situación refuerza la idea de lo indígena como "desarreglado", "pintoresco", "colorido".
10	0:18:42	Salvador expone ante Ariana el motivo de su estadía en Cuzco: quiere construir un hotel 7 estrellas en el territorio de su tía. Ariana se molesta y lo llama "El Francisco Pizarro de este siglo" y postula que "ha venido a conquistar de nuevo el Perú".	Es en esta escena que se manifiesta el conflicto principal de la película: dos personajes que se enamoran, pero que tienen dos cosmovisiones completamente diferentes producto de, muy probablemente, sus raíces culturales. En este sentido, se da a conocer la razón del porqué "no pueden estar juntos".	Ariana busca representar una indignación ante las construcciones a favor de la naturaleza y su estado natural. Así, se podría entender como una oposición frente a la "modernidad", postura que menciona Marín (2011) cuando discute acerca de los indígenas como "obstruccionistas del desarrollo".
11	0:19:30	En su discurso sobre el espacio natural y Cuzco, Ariana menciona que "las personas no tienen precio".	Ariana hace referencia a que Salvador, lejos de querer comprar territorio, quiere comprar "vidas", "experiencias", "personas". Asimismo, se ignora el hecho de	El personaje principal peruano reincide en relacionar lo indígena y lo andino con lo "natural", en contraste con las construcciones y la "civilización". En la misma

			que, pese a la postura de Ariana, en Cuzco hay numerosos hoteles de lujo.	línea, al mencionar que “las personas no tienen precio”, apoya la idea de que los indígenas cuzqueños suponen una extensión del paisaje y que, por ende, son reemplazables en el discurso (Rodríguez, 2016; p. 24-25).
12	0:20:53	Luego de pasar la noche con Salvador, Ariana le comenta a Lichi sobre lo sucedido y le cuenta los planes de Salvador. Ariana dice “he dormido con el enemigo”.	Ariana da a conocer frente a su tía su opinión acerca de permitir a Salvador construir en el hostal. Se justifica mencionando que las personas prefieren “ladrillo, adobe, madera” el legado cultural en vez de “cemento pulido”.	Es en esta escena que Ariana encarna una de las maneras que el modelo de Estado-Nación adopta para uniformizar e identificar a los ciudadanos con su lugar de origen: el enemigo común. El personaje da a entender que se identifica con el Perú (o el Cuzco) a través de la identificación de un “villano” en su historia.
13	0:24:10	Ariana se despierta de una siesta y encuentra a Lichi y a Salvador tomando té y jugando juegos de mesa. Salvador le dice que, en España, “la siesta es una costumbre en desuso”. Ariana, molesta, responde que Salvador “es un robot” y que lo único que sabe hacer es “trabajar, trabajar y trabajar”.	Una vez más, la narrativa de la película incluye momentos en los que se denota la oposición entre los personajes y por qué una relación entre ellos “no funcionaría”.	Hay un esfuerzo para colocar la imagen del español como un hombre blanco aburrido, serio, “hijito de papá”; el cual solo trabaja y “no sabe divertirse”. Por otro lado, se promueve la figura de una peruana divertida, fiestera, colorida. Es así que la peruana es aquella que le “enseña” la manera “correcta” de vivir.
14	0:31:00	Salvador y Ariana caminan por un mercado de artesanías para turistas. No compran nada y solo caminan conversando acerca del hotel de Salvador. Comentan acerca del turismo en Cuzco. Salvador menciona que el Cuzco “vive del turismo”, a lo que Ariana responde que, al contrario “la ciudad vive de su cultura, de sus tradiciones. El turismo es la consecuencia”.	Nuevamente, se pone en manifiesto las diferentes formas de pensar frente a las industrias culturales y la mercantilización de la cultura. Además, se muestra una postura en contra del turismo como actividad cultural legítima por parte del personaje de Stephanie Cayo.	El fragmento citado supone la contradicción que se encuentra en todo lo que concierne a la película (desde su promoción, su guion hasta su realización): Ariana argumenta que lo importante de Cuzco y de lo que “vive” la ciudad es la “cultura”, mientras está en un mercado el cual no vive precisamente de la cultura, sino de la mercantilización de aquellos objetos “culturales” vaciados de contenido (Patiño, 2013)

15	0:31:27	Ariana denuncia, nuevamente, el hecho de que Salvador planea construir un edificio. Al respecto, Salvador comenta que Ariana “no tiene derecho” a decidir, ya que no vive ahí y “solo está de paso”. Ariana, enfurecida, responde que no importa que ella no viva ahí, sino “el hecho”.	En este momento, Salvador cuestiona, por primera vez, la actitud de Ariana. Si Ariana no vive ahí y no es dueña directa del edificio, no tiene una justificación suficiente para hablar en defensa del espacio natural.	En esta escena, se presenta un acto de tutelaje por parte del personaje de Ariana; pues, lejos de preguntar activamente qué opinan aquellos que viven y se desarrollan en Cuzco y el hostel de su tía, asume que ellos se sentirán incómodos y que preferirían que no se realice la construcción. Los indígenas no tienen voz y los únicos que deciden su futuro son Lichi, Ariana y, en fin, Salvador. 2 limeñas y un español.
16	0:32:23	Ariana y Salvador abandonan el mercado con dirección a una laguna. Al salir, se encuentran con “Uber” (Ariana menciona “ahí está el Uber”, haciendo referencia a su chofer Uberto). El personaje interpretado por Amiel Cayo la recibe con los brazos abiertos y le dice “Arianacha”, “mamita linda, ¿qué tal?”	Esta escena sirve para demostrar que Ariana, en realidad, no solo está pasando por Cuzco como parte de su recorrido como mochilera; sino que ya ha vivido ahí y tiene amigos y personas que le prestan sus servicios como Uberto.	El único papel que cumple Uberto, uno de los pocos personajes indígenas con diálogo en la película, es el de brindar servicios para los extranjeros. El mismo nombre del personaje (que es abreviado por Stephanie Cayo como “Uber”) alude a un servicio: el aplicativo Uber sirve para que los usuarios que necesitan transporte puedan conseguir conductores que ofrecen este servicio. En la misma línea, en esta interacción se refuerza la idea de que los indígenas son seres angelicales (Vázquez, Levin y Zirión, 2017) y buenos que apoyan a las clases privilegiadas, la masedumbre como su “estado natural” (Barrig, 2001)
17	0:34:11	Salvador pone atención al tatuaje que Ariana tiene en la nuca. Este dice “Elena” y se trata de un homenaje a la abuela del personaje. Ariana le comenta que se lo hizo con un tatuador que “solo te tatuaba si tu historia lo hacía llorar”. Es así que comenta que recuerda a su abuela como la única persona que la alentó a estudiar arte, ya	Esta escena junto con su diálogo representan que Salvador siente empatía con respecto a Ariana y su propia historia. El español escucha atento lo que Ariana quiere contar. Por otro lado, se da a conocer un nuevo aspecto de la vida de Ariana: es artista.	La película retrata a la peruana como una persona que, nuevamente, rechaza la tecnología y plantea que la disciplina que ella desarrolla es algo irremplazable. Asimismo, hablando de su abuela y comentando que su historia “hizo llorar” a un tatuador, se alude a lo mencionado por Kapsoli (1980), quien recoge, en los discursos sobre la mujer indígena, a una “melancolía ingénita”. Es así que la historia sobre la abuela de Ariana apoya a la imagen de

		que “el arte es lo único que las máquinas no pueden reemplazar”.		la indígena como protagonista de historias “tristes”.
18	0:36:28	Ariana y Salvador recorren una huaca caminando y Salvador le recuerda cuántos kilómetros han recorrido: “ayer fueron 16; hoy, otros 16. En total son 32”. A lo que Ariana responde “no me gustan las matemáticas”. Seguidamente, Salvador le explica que no puede haber música sin matemáticas.	Durante todo el viaje, los diálogos entre los personajes se colocan para demostrar cuán opuestos son y cómo tienen dos maneras diferentes de entender las cosas.	Los diálogos de Ariana remarcen la imagen del indígena como aquel que relaciona al arte sin método y como “fluyan”; realzan el carácter “mágico” y exótico de las prácticas culturales. Rechazan, entonces, la ciencia. En este fragmento, además, Salvador comenta sobre economía y finanzas. Es así que al hombre blanco y europeo se le asocia con la ciencia y la razón.
19	0:38:28	Ariana anima a Salvador a meditar mientras están en la montaña. Este último se queda dormido y al despertar recalca con fascinación que él “nunca se duerme de día”.	Se hace referencia a la atmósfera llena de “magia” que tiene Machu Picchu que incluso el español moderno (Salvador) que vive para el trabajo y la productividad pudo relajarse y dormirse mientras meditaba en sus montañas. Asimismo, Ariana se posiciona como representante de dicha magia o esoterismo.	Es curioso que Ariana, quien se dedica a compartir con Salvador sus conocimientos de la cultura indígena, sea la que le invite a este a practicar yoga que no se relaciona para nada con la cosmovisión andina sino con el budismo. Es así que Machu Picchu es retratado como el “escenario” ideal e idóneo para que la “magia” y lo “esotérico” se produzca, es decir, se le exotiza.
20	0:39:00	Ariana le recrimina a Salvador en una discusión: “Tú vives para tener plata en el banco, yo vivo para tener tiempo para mí”.	Se refuerza el rol de Ariana como portadora de una visión opuesta a la modernidad. No valora el “tiempo” como factor productivo, sino que como algo “personal”.	Nuevamente, se intenta atribuir la filosofía de vivir libremente “sin las presiones de la sociedad moderna” al personaje de Ariana que representa a los peruanos dentro de la película. Se proyecta la imagen de individuos que se oponen a “insertarse” en la modernidad (Marín, 2011).
21	0:40:27	Salvador y Ariana se encuentran con una pareja de coreanos. Salvador empieza a comunicarse con ellos en su idioma dejando a Ariana fascinada.	En Salvador se proyecta la imagen del europeo “cosmopolita” al cual se le valora de forma positiva por ser conocedor de las “culturas del mundo”.	Se le va una valoración especial al conocimiento de idiomas de países totalmente lejanos al propio, pues esto se relaciona directamente con la idea de ser ciudadanos de un mundo globalizado. Esto también aparece cuando, en su primer encuentro, Salvador

				le preguntó a Ariana si lo que Renata Flores cantaba era quechua. Resalta su “conocimiento” como ciudadano ilustrado.
22	0:41:08	Ariana se queja de que las personas “feliciten” a otras cuando se casan. En sí, hace una crítica al matrimonio y al amor romántico y dice que no cree en ninguna de esas cosas.	Ariana muestra en repetidas ocasiones su rechazo a todos los valores de la sociedad moderna (el amor, el matrimonio, la religión, el trabajo, la tecnología, la globalización, la planificación).	Nuevamente, en el intento de representar a Ariana como el personaje peruano de la película, se le atribuye como característica el estar “alejada” de los valores de la civilización. La idea del abierto rechazo a la modernidad sigue latente.
23	0:43:45	Salvador se enoja luego de que Ariana le dijo que se “desconecte” un rato de su trabajo. Le reclama el hecho de que no quiera construir un legado y que viva “sin ataduras”.	Salvador hace crítica dura hacia los supuestos valores de la visión peruano-indígena que se intenta construir (despreocupada, sin querer “conectar” con nadie, sin “ataaduras”.	Salvador simboliza la voz tutelar del hombre blanco europeo que da un mensaje de “racionalidad” ante el “sentimentalismo” y la excesiva libertad con la que Ariana conduce su vida.
24	0:50:37	Ariana y Salvador pasean por las ruinas de Machu Picchu e incluso tienen momentos románticos. La música de fondo es interpretada por una guitarra andina.	Los personajes pasean por minutos completos en Machu Picchu. En las primeras escenas sólo caminan uno al lado del otro y luego pasan a mostrarse románticos y físicamente afectuosos.	Machu Picchu en estas escenas funciona como un escenario. No hay acciones ni líneas ni interacciones con el entorno por minutos completos, sólo los personajes “turisteando” y demostrándose afecto. La escenografía aquí no aporta al desarrollo de la trama ni al crecimiento de los personajes, puesto que a este punto están como cuando se conocieron por primera vez. Tanto los paisajes como la música funcionan más como un “ambiente mágico” donde el amor florece.
25	0:58:14	Salvador negocia con un empresario cuzqueño sobre un proyecto a concretar. Este empresario le propone cerrar un trato con “dinero” y le pide una cantidad para que puedan “llegar a un acuerdo” de negocios.	La primera figura de un empresario peruano que se coloca es uno que es descaradamente corrupto.	El único nativo que realmente negocia con Salvador es uno que justamente vive bajo los valores de la modernidad. Se hace énfasis en la idea de que sólo los sujetos “adaptados” a la modernidad (tanto en su código de vestimenta como en su habilidades “lógicas” para los negocios y el comercio).
26	1:02:00	Ariana y Salvador	Existe un esfuerzo por	La forma en la que se forjan

		llegan a la celebración organizada por Uberto en la que prepararán "huatia". Ariana abraza efusivamente a Urpi mientras la presenta y dice que es "como su hermanita". Urpi no responde y sólo sonríe.	normalizar los vínculos profundos y naturales entre los personajes blancos e indígenas. Sin embargo, los personajes indígenas sólo hablan para aclarar aspectos de su cultura a los personajes blancos.	las relaciones entre indígenas y blancos sigue siendo forzada aunque intente naturalizarse. Ariana abraza a Urpi mientras la llama "hermanita" pero esta última sólo sonríe de forma tímida. Ariana domina la situación y no hay otra oportunidad en la que se demuestre que se tratan como "iguales".
27	1:03:34	Una fiesta tradicional en Cuzco que muestra a Ariana y Salvador celebrando junto a los habitantes del lugar	Muestra el encanto y diversidad de los festivales indígenas, que a su vez sirven de atracción turística donde figura siempre la música y danza.	Se muestra un ideal o imagen perfecta, antinatural de las fiestas indígenas. Dicha es el ideal turístico que trata de vender la Marca Perú; asimismo los nativos que portan vestimenta tradicional solo tocan la música (ornamentales). En contraste a que los que llevan ropa adaptada a la modernidad sí conversan con Salvador y Ariana.
28	1:07:34	Lichi le enseña a Salva el cuadro que hace de "El grito", y le cuenta que fue inspirada en una momia de Paracas.	Intenta mostrar la importancia de la cultura peruana y cómo influye en otros países extranjeros por sus objetos representativos (momias)	Es una parte dirigida especialmente hacia los turistas, se muestra que el valor de la cultura peruana reside en sus objetos y antigüedad, es algo "remoto" y eso lo vuelve auténtico y atractivo para mostrarle a los turistas. Esta escena refuerza más la idea de que la película está hecha para vender la cultura peruana.
29	1:14:37	El padre de Salvador le dice que la casa cuesta más barato que el papel higiénico en España y debe "ofrecerle más dinero", pero Lichi no acepta.	Muestra una actitud y forma de ser del empresario extranjero, asimismo marca la superioridad económica que tienen otros sobre nuestro país.	Marca un estereotipo del empresario extranjero, que no entiende que "la riqueza económica no vale tanto como la riqueza paisajística". Pone al Perú como un país al que no le importa el dinero si tiene la belleza de sus paisajes. De esa manera se polariza la idea entre lo urbano (empresario español) contra lo rural (hotel de Lichi), un contraste usado en la cinematografía (Cornejo, 1980)
30	1:18:27	Salva llega a Puno. Se introduce este departamento con un	Dar a conocer los bailes típicos de la ciudad al espectador, como un	Refuerza la idea de intentar vender el Perú al extranjero bajo la óptica de lo exótico y

		grupo de jóvenes bailando en la plaza.	atractivo turístico.	particular (Cuevas, 2015). Es así que los bailes y vestimentas típicas se usan con este fin (Rodríguez, 2020) y se presentan de una forma que no es auténtica a la realidad, sino que busca exotizar el panorama "enriqueciendo" y exhibiendo la cultura de Puno. Al igual que con Cuzco, se utiliza el baile y la música como los principales ejes culturales para mostrar.
31	1:19:54	Salva mientras está buscando a Ariana le pregunta a unas mujeres Aimaras sobre ella. Ellas le dicen "No he visto a esa señora. Yo soy Aimara ¿Dónde está?"	Dar a entender lo "Lejos" que ha llegado Salva en su búsqueda, así como dar a conocer al extranjero que existen personas aymaras que hablan otro idioma y se visten distinto.	Esta es la única escena en donde se habla un idioma originario como el Aymara, dura menos de 10 segundos y no tiene una función relevante dentro de la historia. Antes se mostraron varias personas locales pero era una secuencia con música y sin diálogos. De esta manera se invisibiliza al indígena y sólo se muestra si es con fines exóticos y turísticos. (Patiño, 2013)
32	1:21:19	En una playa Salva habla con unos turistas limeños que van recorriendo todo el país, le cuentan que tienen un canal de youtube de deportes extremos.	Intenta mostrar que los mismos peruanos (limeños) también aman conocer a su país y recorrer sus paisajes, que son conscientes que el extranjero se enamoraría de ellos.	Los lugares fuera de Lima se convierten en espacios plenamente turísticos y de recreación. La razón del viaje de estos personajes es por los paisajes y olas, más no, por ejemplo, por las personas. Ellos tienen protagonismo en diálogos, a diferencia de los personajes propios de Puno, lo que denota cierta superioridad en la forma de representarlos.
33	1:26:17	Se muestran a 4 personajes junto a Ariana: 2 personas afroamericanas, 1 persona con síndrome de Down y el actor Carlos Carlin bronceado como un playero.	Intención de representar a algunas etnias: afroamericano, blanca y down. Y mostrar que estas pueden convivir en armonía y ser unidas.	La representación se siente un poco forzada, pero lo preocupante es el extremado oscurecimiento del tono de piel de Carlos Carlin. Esto da a entender que no quisieron representar a alguien blanco más, y es por eso que tomaron dicha decisión. Sin embargo, esto supondría que dentro del imaginario de la película está la idea que los sujetos con tonos más oscuros pueden ser sustituidos por personas con

				tonos más claros, convirtiéndolos en unidades intercambiables (Shohat y Stam, 2002)
34	1:27:23	Salva suelta un dato sobre la cruz andina y una de las chicas del auto responde “Oye, este extranjero sabe más de mi país que yo”.	Narrativamente se quiere dar a entender que Salva ha aprendido bastante sobre el Perú en su viaje, incluso más de lo que sabe un peruano.	La chica reclama al Perú como su país pero no le interesa la historia o religión de las otras regiones, solo sus paisajes. De esta manera se refuerza la idea de que lo que más importa de los peruanos son sus paisajes, y que el extranjero puede aprovecharlos. Además, La idea de que “el extranjero viniendo al Perú va a llegar a saber más que un peruano” idealiza la capacidad de aprendizaje del turista y lo pone por encima del conocimiento de los peruanos, ya que se tiene la idea de que el Perú “se vende solo”. (Cuevas, 2015)

En concreto, se puede observar que la película “Hasta que nos volvamos a encontrar” presenta cuatro problemas principales: Presentar un objetivo demasiado evidente de promover el turismo (véase 2, 7, 21, 24, 28, 30 en la tabla), exotizar a la cultura andina (véase 1, 2, 3, 6, 26, 27, 30), proponer una poca “auténtica” representación del peruano a través del personaje de Ariana (véase 4, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 22, 23) e invisibilizar al indígena (véase 2, 11, 15, 16, 17, 25, 31, 32, 33).

Y es que la cinta incurre en los problemas antes mencionados desde su premisa: una historia de amor en la que “dos opuestos se atraen”. Ariana, una peruana mochilera que intenta proyectar valores de la cosmovisión andina, se enamora de Salvador, un perfecto europeo que “vive para trabajar” y que representa los valores occidentales del capitalismo y la producción. Esta oposición, efectivamente, sirve para impulsar el interés por la “autenticidad” que existe en “el otro” (Vivier, 2014); en este caso, a través de los escenarios en los que se desarrolla el relato. Efectivamente, la otredad y la exotización cumplen un rol fundamental en la efectividad de la consecución del objetivo de los realizadores, pues, en sus

palabras, la producción tuvo el propósito de incentivar la industria del turismo en un país golpeado laboralmente como consecuencia de la pandemia (RPP, 2022).

Para finalizar, el presente artículo explica cómo la película peruana “Hasta Que Nos Volvamos A Encontrar” del director Bruno Ascenzo invisibiliza a los sujetos indígenas en tanto emiten una cosmovisión de estos desde su perspectiva de cultura dominante. Todo esto constituye un hecho colonial. Es así que construye una imagen superficial de los individuos indígenas que es enfática en aquellos aspectos que se conviertan en productos exportables para los consumidores del público extranjero “turista”. Para ilustrar esta idea, se observa en el filme incongruencias como la tergiversación de rituales (como el de los “cucuruchos”) cayendo en el apropiacionismo cultural y la violencia simbólica.

Es lógico hallar dicha forma de violencia simbólica a través de esta tendencia cinematográfica del cine-espectáculo (dentro de la cual entra la película analizada), puesto que se rige a partir de los fundamentos del marketing. Los segmentos meta a los cuales se apunta con este tipo de producciones tienen expectativas de consumo que demandan productos cuidadosamente contruidos para satisfacer dichas necesidades y fantasías.

Si la cultura de dichos individuos así como el valor de su rol como seres humanos con voz propia se ve silenciada y vaciada de su contenido en este proceso, es evidente que ninguno de los directores y/o productores desea atribuirse la tarea de remediarlo. Sin embargo, es conveniente recordar el deber que tienen como creadores de subjetividades y alteridades dentro del cine (Cornejo, 1980 y Espinosa, 2017). Lo que es bastante relevante para ellos, en cambio, es la producción de un contenido atractivo sobre el Perú con fin de generar lucros, tomando como materia prima las expresiones culturales subalternas.

Esta realidad descrita cae finalmente en el hecho colonial de darles a los indígenas una voz, sí, pero desde el espacio de lo blanco y lo dominante (Espinosa, 2017). La “inclusión” sólo se hace desde arriba hacia abajo y siempre que sea de esta forma no podríamos ser tan aventurados de concluir que realmente se les está representando de manera adecuada.

Sin embargo, esta discusión sobre la representación de las culturas peruano-indígenas que ha sido planteada en numerosas oportunidades por la crítica, plantea la cuestión sobre si es verdaderamente posible hacerlo de manera adecuada y fidedigna.

Tras el exhaustivo análisis realizado en la presente investigación, se ha llegado a la conclusión de que es posible siempre y cuando no exista una asimetría en el poder de representar a dicho grupo social; es decir, se otorgue plataforma y voz propia a los sujetos indígenas en las historias acerca de sus culturas. Las comunidades que han sido interpretadas desde los ojos “dominantes”, lo considera un insulto, pues no son considerados ni dignos ni capaces de autorrepresentarse (Shohat & Stam, 2002: 220-221). Es así que, históricamente, los sujetos indígenas han obtenido roles limitados y designados únicamente por su raza y pocas veces han tenido la oportunidad de generar historias desde su punto de vista y celebrando su cultura y, al mismo tiempo y de ser, al mismo tiempo, figuras destacadas del cine-espectáculo peruano.

En esta línea, incluso el presente trabajo no tiene un verdadero respaldo y es, en realidad, poco legítimo. El hecho de contar con integrantes no-indígenas constituye el problema que se ha discutido durante el desarrollo del artículo. Por supuesto que esto conduce a un riesgo de caer en lo mismo que es criticado. No obstante, al ser estudiantes universitarios y contar con los medios y privilegios, es correcto reflexionar acerca de la carga de responsabilidad para con los sucesos que atentan contra un adecuado ejercicio de la comunicación audiovisual en un país en el que coexisten una gran diversidad de identidades culturales. Nuestro trabajo sería mucho más sólido y tendría más validez si, además de la revisión bibliográfica realizada, se hubiera tenido la oportunidad de recoger información directamente de aquellos sujetos que, en estas mismas páginas, son considerados mal representados e invisibilizados.

Referencias

- Babb, F. E. (2017). *Desigualdades entrelazadas: repensando la raza, el género y las identidades indígenas en el Perú andino. Racismo y lenguaje*, 229-268.
- Barrig, M. (2001). *El mundo al revés: imágenes de la mujer indígena*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales/Agencia Sueca de Desarrollo Internacional.
- Batallas Lara, C. (2018). La (des)integración del diferente en la sociedad peruana. *LEX*
- Bedoya Wilson, R. (2017). *El Perú imaginado: representaciones de un país en el cine internacional*. Universidad de Lima, Fondo Editorial.
- Camacho, X., Chavarri, J., Del Río, V., Del Solar, B., Gamboa, R. y Mazuelos, M. (2021). *Dimensiones del racismo retratado en la película Magallanes (2015)*. Facultad de Comunicación (Ed.), Concurso de Investigación en Comunicación: trabajos ganadores (14.a ed., pp. 32-66). Universidad de Lima.
- Celigueta, G., & Viola, A. (2021). Pantallas y prejuicios: estereotipos mediáticos sobre las mujeres indígenas en Perú y Guatemala. *Disparidades. Revista De Antropología*, 76(2), e015b.
- Coronado, G. (2014). Selling culture? Between commoditization and cultural control in Indigenous alternative tourism. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*.
- Cornejo Polar, A. (1980). La novela indigenista: Una desgarrada conciencia de la historia. *Lexis*, 4(1), 77-89.
- Cuevas Calderón, E. A. (2015) *Perú INC: La pugna por una nación a partir del Nation Branding*. Repositorio PUCP.
- Degregori, C. I. (1993). *Identidad étnica. Movimientos sociales y participación política en el Perú*
- Delgado, M. (28 de noviembre, 2014). *No es un lugar para vivir: los andes en el cine peruano*. Desistilm.
- Espinosa, O. (2017). *Los pueblos indígenas y amazónicos y sus demandas*. Repositorio. PUCP

- Ferrari, A. (1984). El concepto de indio y la cuestión racial en el Perú en los "Siete ensayos", de José Carlos Mariátegui. *Revista Iberoamericana*
- Fierros, G. (2020). Paisaje e identidad en la sierra andina: literatura y fotografía. *Anuari de Filologia Llengües i Literatures Modernes*.
- Hermelin, Daniel. (2018) Claudia Llosa y La teta asustada: cine, conflicto(s) y culturas populares en Perú. *Comunicación*.
- Lacarrieu, M. (2003). *Turismo cultural ¿recurso o política? : la construcción de "estéticas exóticas" frente a "estéticas del conflicto" en Argentina y la ciudad de Buenos Aires*. *Espacio Y Desarrollo*, (15), 7-34.
- Monette, Marie-Eve (2013) « Negociaciones entre la cultura andina y la cultura urbana limeña en Madeinusa y La teta asustada de Claudia Llosa », *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*
- Organización Mundial de Turismo (2016). *Alianza entre turismo y cultura en el Perú – Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad*.
- Patiño Rabines, P. (2013) "*Patria y goce*": una aproximación a la producción y consumo de lo popular por la clase alta limeña. Repositorio PUCP.
- Poole, D. (2021). Vision, race, and modernity: A visual economy of the Andean image world. Princeton University Press.
- Portocarrero, G., Lossio, F. (2017). Sociología de la Comunicación: un panorama del cine andino. Facultad de Ciencias Sociales PUCP.
- Protzel de Amat, J. (2016). *Imaginarios sociales e imaginarios cinematográficos*. (1.a ed.). Universidad de Lima, Fondo Editorial.
- Rodríguez, D. (2020). *La representación del mundo andino en el cine peruano de ficción*. [Tesis de bachillerato no publicada]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Salazar-Soler, C. (2013). ¿ Qué significa ser indio o indígena? Reflexiones sobre estas categorías sociales en el Perú andino. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos. Nouveaux mondes, nouveaux mondes-Novo Mundo Mundos Novos-New world New worlds*.
- Salazar-Soler, C. (2013). ¿ Qué significa ser indio o indígena? Reflexiones sobre estas categorías sociales en el Perú andino. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*.
- Thorp, R., & Paredes, M. (2011). *La etnicidad y la persistencia de la desigualdad: el caso peruano*. Lima.

- Torrejón, S. R. (2017). *Tensiones en la implementación de la Base de Datos Oficial de Pueblos Indígenas u Originarios del Perú*. Repositorio PUCP
- Ulfe, M. E, Trinidad, R. (2017). *En busca de reconocimiento: reflexiones sobre el Perú diverso*. Repositorio PUCP
- Vivier, J. (2014). Una mirada 'auténtica': El 'indígena' cuzqueño en la producción fotográfica de Martín Chambi, la película Kukuli y la publicidad turística. Tesis para optar por el grado de Maestro en Artes y Estudios hispánicos. Universidad de Montreal

Anexos

1.



2.



3.



4.



5.



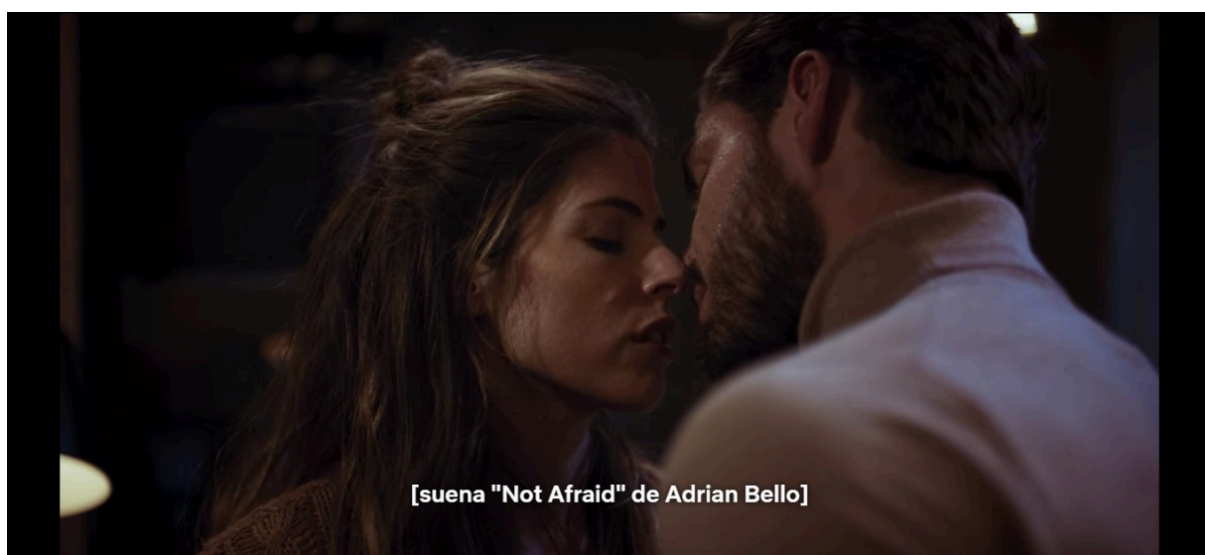
6.



7.



8.



9.



10.



11.



12.



13.



14.



15.





16.



17.



18.





19.





Nunca duermo de día.



[Ari] Tú vives
para tener plata en el banco.

20.



Yo, para tener tiempo para mí.

21.



22.



23.



24.



Oficialmente,
he sido conquistado por el Perú.



25.



Felizmente, me encuentro
en una posición de poder

26.



27.





28.



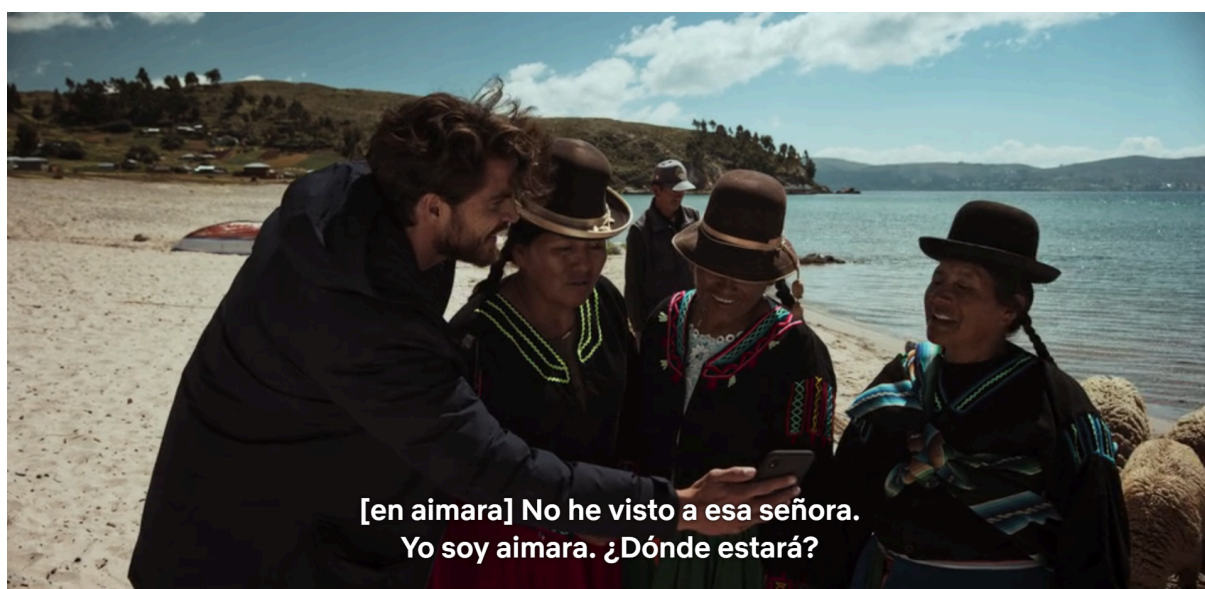
¿Tú sabías que este cuadro fue inspirado
en una momia de la cultura paracas?

29.

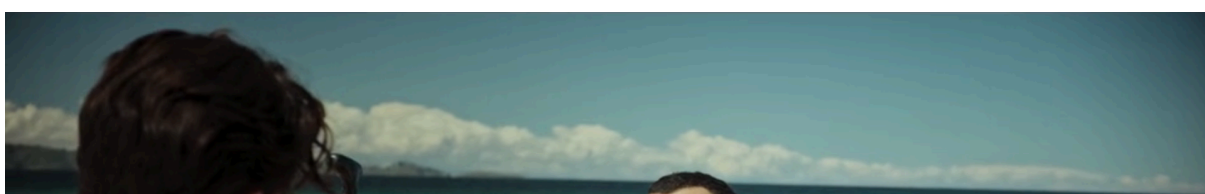
30.



31.



32.



33.





Oye, este extranjero sabe más
de mi país que yo.

34.