



**Proyecto de Investigación e Innovación**

**El Detrás de Cámaras del Cine Peruano**

**Autores**

**Sol Anaya Mendoza**

**Jean Pier Barreto Melquiades**

**Jose Ricardo Carpio Guerra**

**Meilyn Verónica Chang Matayoshi**

**Rodrigo Eduardo Gonzalo Espinoza**

**Caroline Lucero Solier Ramos**

**Eduardo José Desme Quevedo**

**Mayli Jharumy Espíritu Acosta**

**Lima-Perú**

**2019**

## Tabla de contenido

Capítulo I: El Problema.....	5
1.1. Planteamiento del Problema.....	5
1.2. Justificación de la Investigación .....	6
1.3. Pregunta de Investigación .....	7
1.3.1. Pregunta General.....	7
1.3.2. Preguntas Específicas.....	7
1.4. Objetivos de Investigación.....	8
1.4.1. Objetivo General.....	8
1.4.2. Objetivos Específicos.....	8
1.5. Hipótesis de Investigación .....	8
1.5.1. Hipótesis General.....	8
1.5.2. Hipótesis Específicas.....	8
Capítulo II: Respaldo Técnico - Teórico.....	9
2.1. Mapa de la Literatura .....	9
2.2. Antecedentes de Investigación.....	9
2.3. Desarrollo de la Perspectiva Teórica.....	12
2.4. Definición de Términos.....	13
Capítulo III: Metodología .....	15
3.1. Población, Muestra y Muestreo.....	15

3.2. Delimitación de la Investigación.....	15
3.3. Diseño de investigación .....	16
3.4. Operacionalización de variables .....	17
3.5. Consentimiento informado.....	18
3.6. Explicación del experimento.....	19
3.7. Procedimiento para Recolectar y Analizar los Datos.....	19
3.8. Organización de la investigación .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Referencias.....	25
Anexos.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## Lista de Tablas

Tabla 1.....	16
Tabla 2.....	17
Tabla 3.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 4.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## Lista de Figuras

Figura 1. Mapa de literatura sobre la percepción de las personas frente al cine peruano.....	9
Figura 2. Mapa de literatura de la percepción de las personas frente al cine peruano y la implementación de la Plataforma Global Digital que concientice e impulse el cine peruano. ....	9
Figura 3. Diseño de Investigación sobre la percepción de las personas frente al cine peruano.....	19

## Capítulo I: El Problema

### 1.1.Planteamiento del Problema

La variable dependiente de este estudio es por la falta de cultura cinematográfica, ya que en el exterior nadie conoce lo que está pasando en el cine peruano actual (Bustamante, 2020). “Estamos ante una suerte de oscuridad. En el Perú muchas veces se tiene que buscar la película peruana para poder verla, sin tener la facilidad de encontrarla” (Cabrejo, 2020).

El cine está en la oscuridad, las últimas dos décadas, las películas de Leonardo Sagástegui se hallan perdidas en la web, existen también libros de cine peruano, pero lamentablemente su difusión es muy limitada, y fuera del país no se encuentra (Bustamante, 2020).

Una plataforma global digital que concientice e impulse el cine peruano. Actualmente, las plataformas de streaming permiten visualizar películas o series sin necesidad de descargarlas, las cuales han ido evolucionando e impactando en la industria cinematográfica; este medio de visualización es crucial porque no solo se benefician los espectadores, sino también los realizadores de contenido audiovisual (Barba & Sandoval, 2020).

Esta plataforma servirá para resolver dos brechas muy importantes, la del espectador que quiere un producto de mayor calidad y con mayor información, como también la de los creadores de contenido que quieren un lugar donde ser vistos, ya que de la forma tradicional es muy costoso y casi imposible de lograr (Casquino, 2016)

Los problemas están en la falta de cultura cinematográfica y se está optando como solución crear una plataforma para difundir diversidad en los tipos de cine que hay en el Perú, por ello, en la elaboración de la presente investigación, se reconoce la importancia de conocer el panorama actual sobre la producción independiente, la distribución alternativa y los aportes de la tecnología digital; para contribuir con la realización de nuevas producciones en el país.

Tener un sustento informativo de cómo se desarrolla la mecánica de la nueva distribución, beneficia al joven realizador. En ese sentido, la investigación, como futuro material bibliográfico, busca ser un manual para los nuevos realizadores independientes (Cuadros Huayhua, 2019).

## **1.2. Justificación de la Investigación**

El escaso conocimiento de la cultura cinematográfica, y la falta de exhibición internacional del cine peruano (Bustamante, 2020). Uno de los más grandes problemas del cine peruano son: exhibición y de distribución por parte de los cines convencionales, por lo que tienen que salir muy rápido de cartelera, por la alta demanda de películas extranjeras con mejor posicionamiento (Bedoya, 2007). Elevar las cifras de opiniones en la audiencia peruana, para un impulso masivo que necesita la industria cinematográfica para que su audiencia peruana sea receptiva a ella (Bustamante, 2020).

Impulsar el cine es importante, ya que las producciones cinematográficas no solo son generadores de cultura sino también es un motor económico para el país de origen como en este caso, el cine peruano. Por otro lado, esto ayuda a que las producciones sean más reconocidas y posicionadas nacionalmente como internacionalmente (Lozano, Barragán, & Guerra, 2009)

Las formas de distribución y exhibición tradicional cuentan con muchos obstáculos para una industria cinematográfica que recién se está implementando y comenzando a crecer en medio audiovisual, es por ello que se han creado nuevas formas de entretenimiento entre las que más resalta son las plataformas por internet, pues son las más usadas como medios de visualización (Cuadros Huayhua, 2019). Sin embargo, hay que reconocer la situación actual sobre la producción independiente, la cual es muy limitada, por ello el aporte de la tecnología digital contribuye para las nuevas realizaciones (Cuadros Huayhua, 2019).

Actualmente, la influencia del internet, las plataformas online y web social han ido evolucionando en el mundo. Las producciones cinematográficas han aprovechado este cambio para salir adelante, generando nuevas oportunidades de conexión y creando nuevos proyectos, por las cuales también benefician el reconocimiento de nuevos perfiles profesionales audiovisuales, a su vez se resuelve de alguna manera la relación con el espectador mediante la interacción para un mejor bagaje e importancia del cine peruano (Casquino, 2016). A través de la investigación se podrá generar posibles cambios dentro de la cinematografía peruana. Los resultados que se esperan ayudarán a tener una mejora en la exhibición y distribución de producciones audiovisuales mediante la plataforma digital (Casquino, 2016).

También, esta investigación está respaldada por previas investigaciones: “El cine Independiente y el aporte de las Nuevas Tecnologías” (Mancuso, 2017) y “Cine independiente y plataformas streaming” (Cuadros Huayhua, 2019).

### **1.3.Pregunta de Investigación**

#### **1.3.1. Pregunta General.**

¿Una plataforma global digital podría solucionar la falta de cultura cinematográfica en el Perú?

#### **1.3.2. Preguntas Específicas.**

¿La plataforma digital cambiará la perspectiva de los espectadores con respecto al cine peruano?

¿Con la creación de la plataforma digital se impulsará nuevas realizaciones audiovisuales para el crecimiento de la cinematografía en el Perú?

¿La plataforma digital impulsará la cinematografía peruana llevándolo a ser conocida al mundo?



## **1.4.Objetivos de Investigación**

### **1.4.1. Objetivo General.**

Solucionar la falta de cultura cinematografía en el Perú a través de una plataforma global digital.

### **1.4.2. Objetivos Específicos.**

Cambiar la perspectiva de los espectadores del cine peruano a través de una plataforma digital.

Impulsar las realizaciones audiovisuales, haciendo crecer la cinematografía en el Perú.

La exhibición y distribución del cine peruano a nivel mundial.

## **1.5.Hipótesis de Investigación**

### **1.5.1. Hipótesis General.**

Una plataforma global digital solucionará la falta de cultura cinematográfica en el Perú.

### **1.5.2. Hipótesis Específicas.**

La plataforma digital cambiará la perspectiva de los espectadores con respecto al cine peruano.

La plataforma digital impulsará a que se realicen más producciones cinematográficas en el Perú.

La plataforma digital impulsará la exhibición y distribución de la cinematografía peruana.

## Capítulo II: Respaldo Técnico - Teórico

### 2.1. Mapa de la Literatura

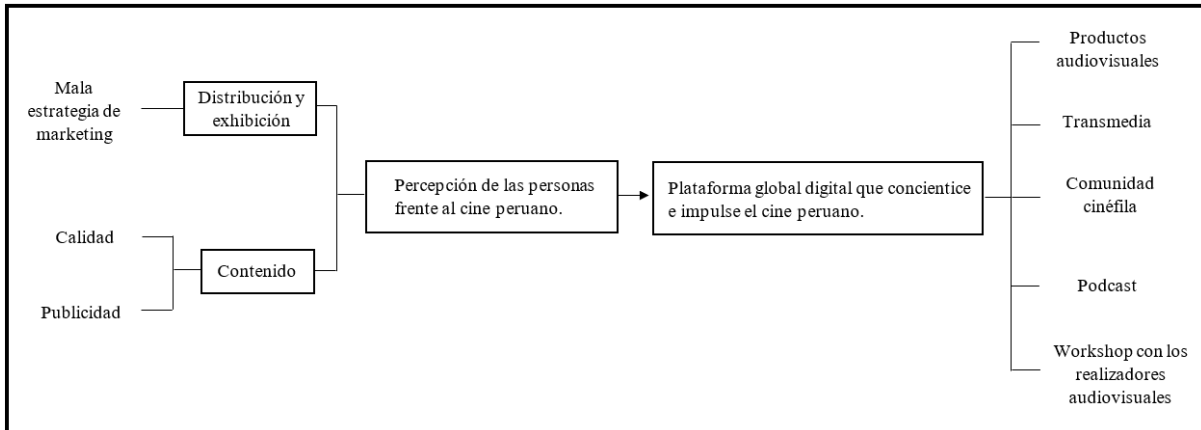


Figura 1. Mapa de literatura sobre la percepción de las personas frente al cine peruano.

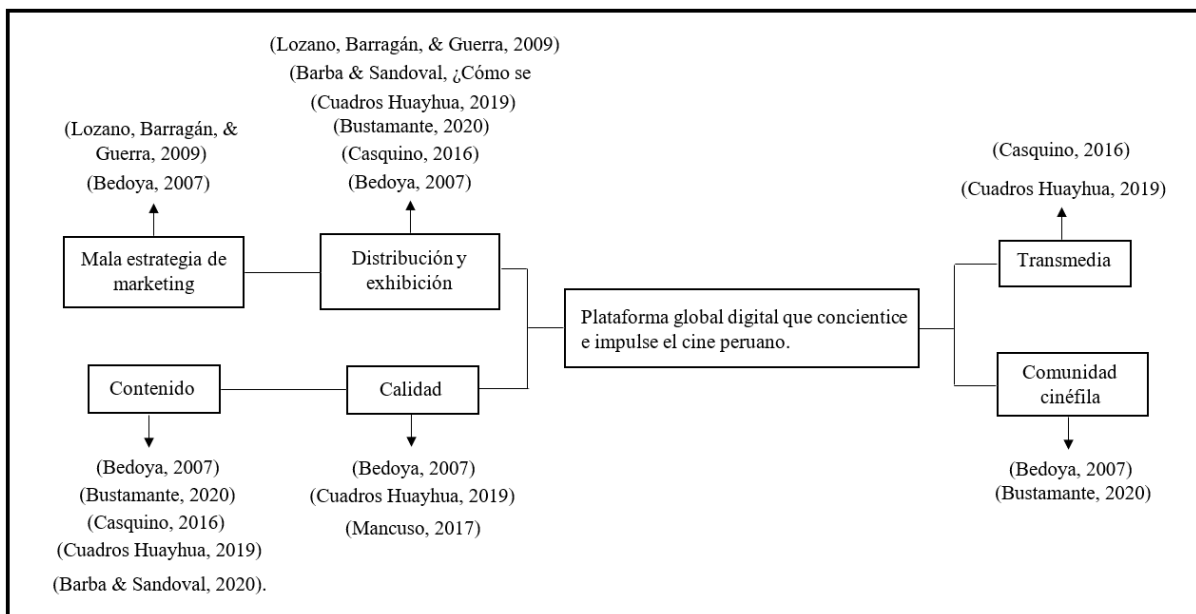


Figura 2. Mapa de literatura de la percepción de las personas frente al cine peruano y la implementación de la Plataforma Global Digital que concientice e impulse el cine peruano.

### 2.2. Antecedentes de Investigación

El cine peruano está en un constante crecimiento, pero aún cuenta con problemas de financiamiento, de exhibición, distribución y falta de apoyo por parte del estado. Existe una ley de cine dada en el año 1994, que indica que deberían considerar en el presupuesto del ministerio de Educación, dos millones de dólares anuales, para hacer concursos donde se

impulse el cine nacional; sin embargo, el Estado no cumple con esa ley dejando de lado el crecimiento y la continuidad del cine en el país, es por ello que el crecimiento del cine peruano se está dando por parte de los realizadores independientes que están creando movidas de exhibición y distribución en Lima como en provincias, tanto así, que el realizador Josué Méndez (Director de Los días de Santiago), fue invitado a una residencia en Cannes y escribir un guion pagado por el festival de Cannes (Bedoya, 2007).

Conocer más allá de la cultura dentro de un país, los negocios cinematográficos generarán e influenciarán en la parte económica, asimismo, las producciones audiovisuales son las más beneficiadas al llevar a cabo este experimento, ya que el crecimiento y el reconocimiento será mayor dentro y fuera del país. Los negocios dedicados a la cinematografía y producciones han revolucionado los negocios, ya que más allá de influir en la parte cultural, también influye en la parte económica y en el crecimiento que tiene el cine dentro del país (Lozano, Barragán, & Guerra, 2009).

El conocer las nuevas tecnológicas y saber cómo estas pueden utilizarse dentro del cine independiente para sacarle mayor provecho tanto en calidad como producción. Su investigación de las nuevas tecnologías en el cine, incluyó aspectos y sucesos importantes que revolucionaron los proyectos audiovisuales y ayudaron a que varios productores y realizadores independientes surgieran, también dio a conocer la importancia los avances tecnológicos para un mejor desarrollo del cine independiente, por ejemplo: GoPro, cámara pequeña y de alta calidad, accesible tanto para personas profesionales como personas que no conocen las técnicas audiovisuales pueden dar uso de su creatividad y crear nuevas propuestas audiovisuales (Mancuso, 2017).

Presentar la posibilidad de que los nuevos realizadores puedan difundir sus proyectos a través de formatos diferentes al sistema tradicional, mostrando nuevas formas de financiamiento y dando a conocer tanto plataformas de exhibición como productoras y

distribuidoras para los realizadores audiovisuales, afirmando que el cine ha evolucionado y las nuevas estrategias y mecanismos que ofrecen las plataformas digitales es importante en el desarrollo y culminación de un proyecto audiovisual (Casquino, 2016).

El Cine Peruano ha incrementado en producciones y variedad, pero el limitado apoyo del Estado hace que haya una falta de motivación por los mismos peruanos para interesarse, conocer, discutir o realizar cine. Además, no se está fomentando la exhibición de los productos audiovisuales peruanos evitando que se den a conocer en otros países. Hizo mención de la Filmoteca, que existió entre los años 80 y 90, donde permitía que los cinéfilos se reúnan en un lugar en específico para ver y comentar sobre cine, proponiendo traer de vuelta esta idea a la actualidad, generando así una comunidad tanto física como virtual que tenga como objetivo dar a conocer más sobre la cinematografía del país. Actualmente el cine comercial predomina en Cajamarca, Lambayeque, Ayacucho, Junín, etc., fomentando la diversidad del cine no solo en producciones dentro de Lima, sino de todo el Perú. En un festival de Rotterdam la película peruana independiente “Videofilia” ganó un Tigger Award (Bustamante, 2020).

El problema que se tiene con la publicación, distribución y exhibición de contenido audiovisual independiente, ha provocado que los productores de estos hayan tenido que buscar nuevas maneras de hacer conocer sus proyectos, ahora con plataformas digitales, cuyo objetivo es saber si estas apoyan el cine independiente. Se mostró una hipótesis en la cual sostienen un acercamiento en el experimento de implementar una página web para el crecimiento de la industria cinematográfica independiente con pruebas de investigaciones, las cuales son las plataformas digitales streaming, conduciendo un medio alternativo para la contribución que evidencia las múltiples propuestas audiovisuales independientes que otorgan los realizadores cinematográficos. En la investigación se da la importancia de conocer el panorama de las realizaciones independientes, la distribución alternativa y los aportes tecnológicos para el incremento de nuevas realizaciones en el país. Lo que beneficia al joven realizador para un

nuevo tipo de exhibición y distribución en las plataformas digitales en la búsqueda constante de nuevos realizadores, ya que, según el análisis de investigación de población, resultó que el 85% hacen uso de la tecnología digital, y la mayoría de ellos son millennials, los cuales también crean contenido audiovisual (Cuadros Huayhua, 2019).

Buscaron incrementar las producciones audiovisuales para así impulsar el cine peruano y hacerlo conocido tanto nacional como internacionalmente, fomentando su exhibición en diferentes plataformas de streaming, mediante la migración y adaptación a estos medios, que hoy en día se han vuelto lo más importante para el usuario, y lo mejor es que ha evolucionado y generado un gran impacto al espectador. La revolución del cine son las plataformas digitales que dominan el mercado de distribución de películas que a su vez facilitan la exhibición de estas mismas, dejando de lado a las maneras tradicionales y con la necesidad de adaptarse o “evolucionar” con estas mismas (Barba & Sandoval, 2020).

### **2.3. Desarrollo de la Perspectiva Teórica**

Las plataformas digitales son la evolución de intercambio y producción de contenidos en el mundo, ya que usan estrategias de marketing, dinamismo, interacción con clientes, publicidad e intercambio mucho más rápido y eficaz de contenido, las características que tienen estas plataformas digitales son: La hibridación es una estrategia de muchos de los servicios que ofrece la Web social, así como innovación, explorar los nuevos medios. también establece, necesariamente la creatividad, pues se convierte en una herramienta al servicio de soluciones creativas (Latterell, 2009).

La tecnología actual las nuevas lógicas de negocio (sistemas abiertos) y la semantización de la información de la Red (lógicas estructurales) posibilitan la emergencia de sistemas y contenidos basados en la reformulación. Desde los sistemas de sharing que proveen herramientas para la edición, hasta los nuevos medios híbridos o semiautomatizados (García & Gertrudix, 2011).

La complejidad de las redes sociales procede a configurar procesos ricos en interactividad mediante la combinación de distintas sustancias expresivas y medios de comunicación (Cotton & Oliver, 1997).

En el año 2011, luego de su creación, surge una de las primeras formas que desarrolla el Ministerio de Cultura, “Ley de la Cinematografía y el Audiovisual Peruano” proyecto elaborado en el 2012 y que buscaba derogar la actualmente vigente Ley 26370 “Ley de la Cinematografía Peruana” del año 1994 y sentar nuevas visiones en las cuales, las bases que desarrolla la industria cinematográfica y audiovisual. Sin embargo, el proyecto no evolucionó dentro del Ejecutivo y se paralizó en el año 2014 (Huanqui, 2017).

En la actualidad, han venido apareciendo diversos medios tecnológicos para la exhibición y distribución de películas a través de las plataformas digitales. El sistema de Video on Demand (VoD) es uno de ellos, mediante el cual las distribuidoras son mucho más viables al estrenar las películas, así mismo se paga derecho de autor, para legalizar la ejecución de la página web (Huanqui, 2017).

## **2.4. Definición de Términos**

### **Plataforma Global Digital**

El término de Plataforma Global Digital se define como una propuesta para mejorar la distribución y exhibición de productos audiovisuales donde tanto los realizadores como espectadores puedan mostrar y visualizar dichos productos (Barba & Sandoval, 2020).

### **Distribución y exhibición**

El término de distribución en el ámbito audiovisual, se define al canal utilizado en el que el realizador muestra su producto audiovisual para el espectador (Bedoya, 2007), en lo cual, también se habla sobre que en el Perú existe un mal manejo de este canal por lo cual la cinematografía no es tan reconocida (Bustamante, 2020). Por otro lado, se menciona que los propios realizadores están en busca de una opción alterna para poder mostrar sus trabajos de

una manera independiente (Casquino, 2016), de igual manera, se nombra a las plataformas digitales como una solución a la falta exhibición para que las personas tengan mayor accesibilidad y alcance (Barba & Sandoval, 2020).

### **Calidad y contenido**

La calidad se traduce en la manera de contar y transmitir visualmente un mensaje, dado que el presupuesto no es impedimento para crear y realizar un producto. Sin embargo, el contenido debe ser lo que resalte por encima de lo técnico (Bedoya, 2007).

Por otro lado, se prioriza el uso de las cámaras y como estas pueden ser de gran utilidad con el fin de crear contenido audiovisual de buena calidad, sabiendo que hay cámaras a precio razonable como la GoPro (Mancuso, 2017).

### **Transmedia y Comunidad cinéfila**

El término transmedia se traduce como la modificación de la narración en distintas plataformas, teniendo como resultado un mayor reconocimiento del cine, eso traería consigo la creación de una comunidad cinéfila (Casquino, 2016), planteada nuevamente, donde se propuso un lugar específico donde se unan a mirar, analizar y criticar sobre cine, con el fin de expandir un conocimiento mayor a lo que el espectador desea (Bustamante, 2020).

## **Capítulo III: Metodología**

### **3.1. Población, Muestra y Muestreo**

La población que será objeto de estudio en la investigación estará constituida por los estudiantes de la Escuela de Educación Superior Toulouse Lautrec con un 52.7% que visualiza las películas en una sala de Cine convencional, 39.1% en plataformas de Streaming y un 8.2% en DVD/Blu-ray, asimismo el 52.7% son mujeres y el 47.3% son hombres con edades de 42.7% de 16 a 20 años, 46.4% de 21 a 24 años, 8.2% de 25 a 30 y 2.7% mayores de 30 años, que gustan del cine.

La muestra la conformarán 110 personas, se llevará a cabo en la Institución Toulouse Lautrec, puesto que la Plataforma Digital será utilizada inicialmente por los alumnos de manera de prueba, con la finalidad de mejorar y así brindar un mejor servicio para poder llegar a toda la población peruana.

Se obtendrá la información basada en el uso de la plataforma de streaming, la cual proveerá datos a través de publicaciones en diferentes plataformas, por esta razón se empleará el muestreo probabilístico aleatorio simple.

### **3.2. Delimitación de la Investigación**

El presente estudio será realizado en la Escuela de Educación Superior Toulouse Lautrec ubicada en Lima, Perú perteneciente al distrito de Santiago de Surco, por lo tanto, los resultados obtenidos serán limitados en dicha institución.

Además, se ha delimitado a estudiantes que utilizan ciertas plataformas de visualización y se encuentran estudiando actualmente en la institución.

Se prevé realizar el levantamiento de los datos, aplicación del instrumento y procesamiento de la información en un periodo de un año.



### 3.3. Diseño de investigación

El estudio aplicará un diseño pre experimental con pre prueba – pos prueba, se seleccionará un grupo experimental compuesto por alumnos elegidos al azar de la Escuela de Educación Superior Toulouse Lautrec. Estos serán objetos de estudio para participar en el proceso de recopilación de datos obtenidos por la plataforma global digital con la finalidad de descubrir hallazgos cuantificables en el impacto que pueda generar en la sociedad como solución a la percepción de las personas frente al cine peruano.

Tabla 1.

*Diseño del experimento.*

	Pre Prueba	Tratamiento	Pos Prueba
G. Experimental	O <sub>1</sub>	X <sub>1</sub>	O <sub>2</sub>

O=Medición de sujetos de un grupo

X=Estímulo Experimental (plataforma global digital)

### 3.4. Operacionalización de variables

Tabla 2.

*Operacionalización de la variable percepción.*

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Componentes o dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Percepción de las personas frente al	El poco interés de los peruanos por el cine nacional es debido a la falta de cultura cinematográfica puesto que en su mayoría prefieren consumir cine internacional.	La presente investigación tendrá como instrumento de aplicación, una encuesta que medirá la variable de “la percepción de las personas frente al cine peruano”, estos datos recopilados surgirán a partir de 11 preguntas acerca del conocimiento y consumo del cine peruano.	Transmedia	Distribución y exhibición	¿En qué medio disfrutas más visualizar las películas?	Escala nominal
					¿Qué formatos prefieres?	
					¿Consideras que el formato físico llegará a desaparecer?	
					Si en caso existiera una plataforma digital que proyecte productos audiovisuales peruanos ¿la consumirías?	
				Estrategia de marketing	¿Crees que en el Perú se le toma importancia al cine?	
					¿Consideras que las películas nacionales tendrían una mayor llegada al público, si tuvieran un mejor apoyo publicitario?	
					¿Consideras que es importante difundir productos audiovisuales peruanos fuera del país?	
					¿Piensas que el cine peruano puede impulsar al cambio en la industria cinematográfica?	
			Calidad	Contenido	¿Qué tipo de películas consumes?	
					¿Te gustan las películas peruanas?	
Comunidad cinéfila	¿Crees necesario educar sobre cinematografía en el Perú?					

### 3.5. Consentimiento informado

#### Consentimiento informado para Participantes de investigaciones originadas en TLS

Lima, \_\_\_\_\_.

Yo \_\_\_\_\_, identificado con el DNI \_\_\_\_\_, acepto de manera voluntaria participar como parte de la muestra de estudio de la investigación titulada “El Detrás de Cámaras del Cine Peruano”, luego de haber conocido y comprendido en su totalidad el objetivo y su naturaleza experimental.

Adicionalmente se me informó que:

- El tratamiento o metodología al que seré partícipe de acuerdo a mi pertenencia al grupo control o experimental según corresponda y la duración esperada.
- Mi participación es libre y voluntaria, por lo tanto, tengo derecho a retirarme de la investigación en cualquier momento sabiendo las consecuencias que conllevaría mi retiro.
- Los beneficios, incentivos y/o los efectos adversos que puedo tener por participar en la investigación.
- Se mantendrá en estricta confidencialidad la información obtenida producto de mi participación, codificando el total de mis resultados con un número clave para ocultar mi identidad y garantizar que la difusión de los resultados se realice en total anonimato.
- Puedo contactarme con Sol Anaya al correo [solanme23@gmail.com](mailto:solanme23@gmail.com) para despejar dudas sobre mi participación y derechos en la investigación.

\_\_\_\_\_  
Firma

Datos de informante(s):

Nombre	Relación con la investigación	Firma
Sol Anaya Mendoza	Investigador	
Jean Pier Barreto Melquiades	Investigador	
Jose Ricardo Carpio Guerra	Investigador	
Meilyn Verónica Chang Matayoshi	Investigador	
Rodrigo Eduardo Gonzalo Espinoza	Investigador	

Caroline Lucero Solier Ramos	Investigador	
Mayli Espíritu Acosta	Investigador	
Eduardo Desme Quevedo	Investigador	

### 3.6. Explicación del experimento

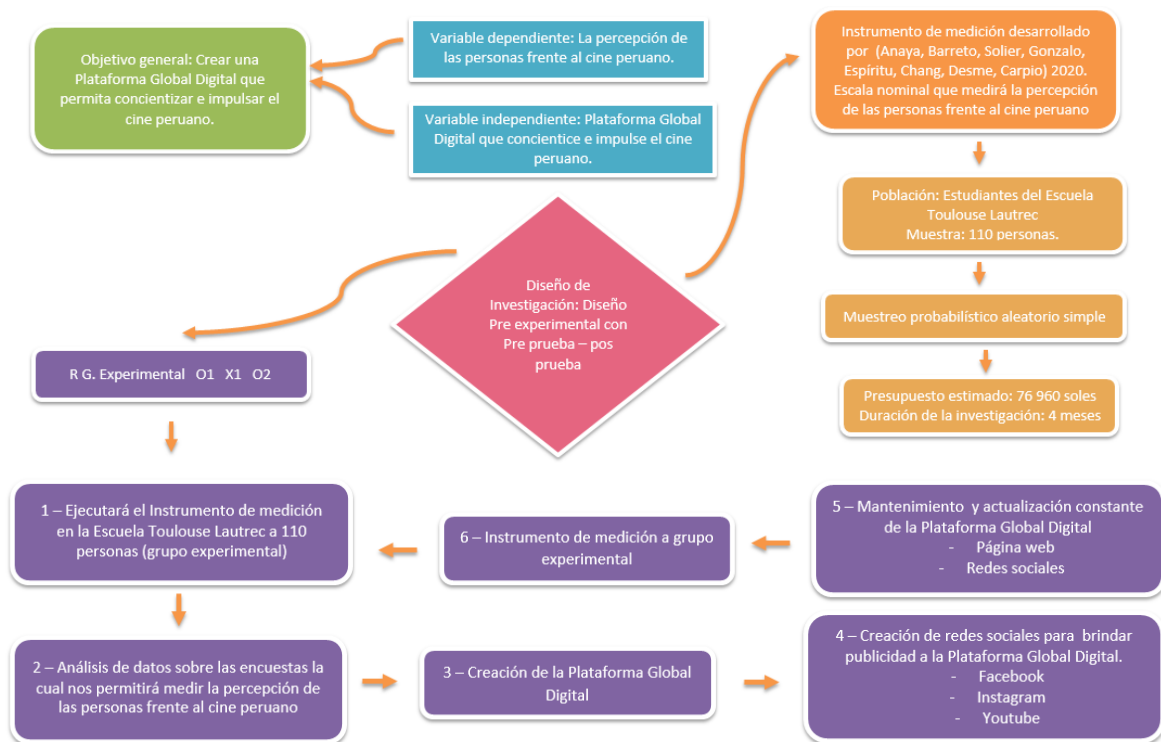


Figura 3. Diseño de Investigación sobre la percepción de las personas frente al cine peruano.

### 3.7. Procedimiento para Recolectar y Analizar los Datos

Este instrumento obtenido a través de una encuesta representa una escala para medir la percepción de las personas frente al cine peruano y se presentará mediante una escala nominal.

En la presente investigación se utilizará la estadística descriptiva con el análisis de la distribución porcentual de los indicadores medidos antes y después de la Plataforma Global

Digital que concientice e impulse el cine peruano. Se utilizará la estadística inferencial para la comprobación del efecto de la Plataforma Global Digital.

El software IBM SPSS Statistics Subscription (11-2018) será utilizado para el análisis de datos, la comparación entre indicadores, la elaboración de cuadros estadísticos descriptivos y gráficos de cada variable de investigación. La prueba estadística será a través de la prueba de t para grupos independientes siguiendo la teoría estadística.

## IV. Análisis de resultados

**Tabla 1**

*Pre Prueba - Percepción del Cine Peruano Antes del Tratamiento*

<b>Percepción del Cine Peruano (Pre Tratamiento)</b>	<b>Número de Participantes</b>
Baja	35
Media	45
Alta	30

**Tabla 2**

*Tratamiento - Uso de la Plataforma Global Digital*

<b>Uso de la Plataforma Global Digital</b>	<b>Porcentaje de Participantes</b>
Sí	60%
No	40%

**Tabla 3**

*Pos Prueba - Percepción del Cine Peruano Después del Tratamiento*

<b>Percepción del Cine Peruano (Pos Tratamiento)</b>	<b>Número de Participantes</b>
Baja	20
Media	40
Alta	50

En las tablas 1,2 y 3 los resultados obtenidos revelan una notable mejora en la percepción del cine peruano después de la implementación del tratamiento con la plataforma global digital. Antes del tratamiento, la mayoría de los participantes (45%) tenían una percepción media del cine peruano, mientras que después del tratamiento, hubo un aumento significativo en el número de participantes con percepciones altas (50%). Esto sugiere que la plataforma tuvo un impacto positivo en la forma en que los participantes perciben el cine peruano.

El análisis del uso de la plataforma global digital mostró que alrededor del 60% de los participantes la utilizaron durante el período de tratamiento. Este hallazgo indica un nivel razonablemente alto de participación por parte de los sujetos del estudio, lo que sugiere un interés activo en la exploración del cine peruano a través de esta nueva plataforma. Sin embargo, es importante tener en cuenta que aproximadamente el 40% de los participantes no utilizaron la plataforma, lo que podría indicar posibles limitaciones o barreras para su adopción.

Además, se observó una disminución en el número de participantes con percepciones bajas del cine peruano después del tratamiento. Antes del tratamiento, el 35% de los participantes tenían una percepción baja, mientras que después del tratamiento, este número disminuyó al 20%. Esta disminución sugiere que la plataforma global digital pudo haber contribuido a cambiar la percepción negativa del cine peruano entre algunos participantes.

Es importante destacar que la mejora en la percepción del cine peruano no fue uniforme entre todos los participantes. Mientras que algunos mostraron una percepción más positiva después del tratamiento, otros mantuvieron percepciones similares o incluso negativas. Esto sugiere que existen otros factores que pueden influir en la percepción del cine peruano, además de la disponibilidad de una plataforma digital.

Estos recursos visuales facilitan la comprensión y descripción clara de los resultados del estudio sobre la percepción del cine peruano y el impacto de la plataforma global digital.

Los resultados de este estudio sugieren que la implementación de una plataforma global digital puede tener un impacto positivo en la percepción del cine peruano entre ciertos grupos de personas. Sin embargo, es necesario realizar investigaciones adicionales para comprender mejor los factores que influyen en la percepción del cine peruano y para abordar las posibles limitaciones en la adopción de plataformas digitales para la difusión del cine nacional.



## **V. Discusión**

Los resultados obtenidos muestran un impacto positivo de la plataforma global digital en la percepción del cine peruano entre los participantes. La implementación del tratamiento ha generado un cambio favorable en las percepciones, con un aumento significativo en las percepciones media y alta después del tratamiento. Esto sugiere que la plataforma ha logrado concientizar e impulsar el cine peruano entre los participantes, cumpliendo así con los objetivos planteados en el estudio.

Sin embargo, es importante destacar que hubo un porcentaje considerable de participantes que no utilizaron la plataforma, lo que podría haber afectado la efectividad del tratamiento en algunos casos. Además, la muestra limitada a estudiantes de una institución específica podría afectar la generalización de los resultados a la población en general. Por lo tanto, se sugiere realizar futuras investigaciones con una muestra más diversa y representativa para obtener conclusiones más sólidas sobre el impacto de la plataforma en la percepción del cine peruano.

## Referencias

- Barba, A., & Sandoval, N. (2019). *¿Cómo se distribuye un proyecto audiovisual mediante las plataformas digitales en el Perú?* Universidad de Ciencias y Artes de América Latina. , Lima. Obtenido de <https://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12637/366/C%c3%b3mo%20se%20distribuye%20un%20proyecto%20audiovisual.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bedoya, R. (2007). El cine peruano empieza a abrirse buena opinión en el mundo. (R. Velásquez, Entrevistador)
- Bustamante, E. (8 de Setiembre de 2019). Los cines peruanos: una entrevista a Emilio Bustamante. 10-15. (J. Cabrejo, Entrevistador) Lima. Obtenido de <https://doi.org/10.26439/vent.indiscreta2019.n023.4842>
- Bustamante, E. (2019). Los Cines Peruanos: Una entrevista a Emilio Bustamante. (J. C. Cabrejo, Entrevistador) Obtenido de [http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ventana\\_indiscreta/article/view/4842/4752](http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ventana_indiscreta/article/view/4842/4752)
- Cabrejo, J. C. (8 de Setiembre de 2019). Los cines peruanos: una entrevista a Emilio Bustamante. *Ventana Indiscreta*, 12. Obtenido de [https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ventana\\_indiscreta/article/view/4842/4752](https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ventana_indiscreta/article/view/4842/4752)
- Casquino, Y. S. (2016). *Producción, distribución y exhibición del cine desde una nueva mirada: la web social*. Lima. Obtenido de <https://www.raco.cat/index.php/ObraDigital/article/view/328394/418929>
- Cotton, B., & Oliver, R. (1997). *Understanding Hypermedia 2.000: Multimedia Origins, Internet Futures*. Londres: Phaidon. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93521629008>
- Cuadros Huayhua, D. (2019). *Cine independiente y plataformas streaming*. Tesis , Universisad Nacional de San Marcos, Lima. Obtenido de

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60682048/CUADROS\\_HUAYHUA\\_\\_DIEGO\\_-proyecto\\_de\\_tesis\\_120190923-114902-1mvmriu.pdf?1569266482=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DUNIVERSIDAD\\_NACIONAL\\_MAYOR\\_DE\\_SAN\\_MARCOS.pdf&Expires=1602118476&Signature=](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60682048/CUADROS_HUAYHUA__DIEGO_-proyecto_de_tesis_120190923-114902-1mvmriu.pdf?1569266482=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DUNIVERSIDAD_NACIONAL_MAYOR_DE_SAN_MARCOS.pdf&Expires=1602118476&Signature=)

García, F., & Gertrudix, M. (2011). *Naturaleza y características de los servicios y los contenidos digitales abiertos*. Madrid. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93521629008>

Huanqui, S. (2017). *Impacto Económico del Sector Cinematográfico y Audiovisual y Análisis Costo-Beneficio de la Implementación del Anteproyecto de la Ley de la Cinematografía y el Audiovisual*. Universidad del Pacífico, Lima. Obtenido de <http://dafo.cultura.pe/wp-content/uploads/2017/09/Estudio-UP-Ley-de-Cine-VF.pdf>

Latterell, C. (2009). *ReMix: Reading and Composing Culture*. New York: Bedford Books. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93521629008>

Lozano, D., Barragán, J., & Guerra, S. (2009). El cine: el negocio de la cultura. *Universidad Autónoma de Nueva León*, 6(12). Obtenido de <http://revistainnovaciones.uanl.mx/index.php/revin/article/view/227>

Mancuso, C. M. (2017). *El cine independiente y el aporte de la nuevas tecnologías*. Tesis, Universidad de Palermo , Buenos Aires. Obtenido de [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/archivos/4329.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/4329.pdf)