

Pontificia Universidad Católica del Perú
Maestría en Antropología Visual
Asesor: Mauricio Godoy

ESCUELA DE GRADUADOS
MAESTRIA EN ANTROPOLOGIA VISUAL



Informe de Trabajo de Campo:
“Juguetes y Artilugios”
Un corto documental sobre figuras coleccionables y quienes las coleccionan.

Tesis Documental para optar el grado de Magister en Antropología Visual
presenta:
Antonio Martinench Lozano

Asesor:
Mauricio Godoy

Miembros del jurado:
Mauricio Godoy
Alonso Quinteros
Carlos Raúl Castro

Lima, 2014

INDICE

Capítulo 1. Sinopsis del documental.....	4
Capítulo 2. Temas del Documental.....	6
2.1 El campo de la investigación, delimitando el espacio.....	6
2.2 Los coleccionistas frikis.....	6
2.3 ¿Qué representan estos objetos?.....	7
2.4 Los coleccionistas como productores.....	8
2.5 Las comunidades de fanáticos.....	9
2.6 Cuestionar la representación negativa de los fanáticos en los medios.....	11
2.7 Convergencia y coleccionismo de figuras de acción.....	11
2.8 El menosprecio hacia los coleccionistas.....	12
2.9 Lista de temas desarrollados en el documental.....	13
Capítulo 3. Informe del proceso de producción.....	14
3.1 Lista de informantes contactados.....	18
3.2 Equipo utilizado en la producción.....	19
Capítulo 4. Conclusiones.....	20
Capítulo 5. Bibliografía.....	21
Capítulo 6. Anexos.....	23
6.1 Preguntas Guía para iniciar la investigación.....	23
6.2 Guión original planteado en la primera propuesta del documental..	24
6.3 Transcripción de entrevista.....	30
6.3.1. Entrevista a Rómulo Quelopana - Organa Collectibles.....	30
6.3.2. Inventario Cultural tienda Organa Collectibles.....	33
6.3.3. Caminata Sonora tienda Organa Collectibles.....	34

6.4. Logotipo del documental.....	35
6.5 Mapa de temas propuestos inicialmente para la investigación.....	36
6.6. Estructura propuesta inicialmente como guión del documental.....	37

CAPÍTULO 1. SINOPSIS DEL DOCUMENTAL.

“Play enables the exploration of the tissue between fantasy and reality, between the real and the imagined, between the self and the other. In play we have a license to explore, both ourselves and our society. In play we investigate culture, but we also create it”. Siverstone (2004)

Para presentar la propuesta de este documental provoca cambiar algunas palabras y apropiar el texto de Silverstone para explicar la motivación y la característica principal de los protagonistas de este proyecto audiovisual: el coleccionar figuras de acción permite explorar el entretreído entre la fantasía y la realidad, entre lo real y lo imaginado, entre el ser y el otro. Al reunir juguetes coleccionables se reclama el permiso de explorar, a uno mí mismo y a la sociedad. Al coleccionar juguetes se investiga sobre cultura, consumo, pero también se crea.

Este documental pretende realizar un registro audiovisual de un grupo social conformado por adultos que viven en la ciudad de Lima que tienen en común participar de la práctica de coleccionar figuras de acción, estatuas y juguetes coleccionables; y que a la vez son productores de algún tipo de cultura visual. El investigador a lo largo del corto documental representa parte de un proceso creativo y de producción inspirado por las figuras coleccionables con las que se relaciona.

La aproximación a este grupo se realiza a través de un coleccionista, el propio investigador y realizador del documental, que a la vez es la voz narrativa, y que a lo largo del audiovisual nos introduce en temas de interés antropológico utilizando la reflexión con voz en off con un lenguaje adecuado al público coleccionista y no académico. En este registro se presenta los espacios naturales y virtuales por donde transitan los objetos vinculados a la práctica del coleccionismo de figuras de acción, las motivaciones cotidianas y otras no tan comunes detrás de esta práctica, el proceso de mercantilización de estas figuras, y también las memorias asociadas a este tipo de objeto en particular.

En el documental se observa que la práctica de coleccionar figuras y estatuillas se realiza en espacios naturales como centros comerciales, los espacios personales de los coleccionistas –el hogar y reuniones con amigos, convenciones y eventos. También se menciona que se desarrolla en espacios virtuales como páginas web de venta de artículos y en redes sociales donde se exponen colecciones. El documental marca una impronta artística en éstos espacios, al resaltar la presencia de las figuras coleccionables dentro de la dinámica de consumo y producción de los actores.

CAPÍTULO 2. TEMAS DEL DOCUMENTAL.

2.1 El campo de la investigación, delimitando el espacio.

En el espacio limeño influenciado por medios como el cine, el internet y la televisión circulan representaciones diversas que contribuyen a edificar una valoración negativa de ciertos sujetos, que por realizar alguna práctica común al grupo con el cuál ellos se identifican, terminan siendo homogenizados y categorizados como fanáticos, *geeks*, frikis, raros, aniñados, inmaduros, enfermos, que coleccionan figuras de acción. Pero también se gestan otros espacios administrados y producidos por los mismos coleccionistas de este tipo de juguetes que resisten estas representaciones y tratan de legitimar y difundir sus prácticas y conocimientos. El medio cinematográfico en el contexto limeño debe considerar al menos dos canales de distribución para sus contenidos: La vía formal de las salas de cine comercial y los espacios de cine independiente que para algunas miradas puede resultar no comercial; por otro lado la vía informal de distribución alimentada por la piratería y la venta de películas en centros comerciales como polvos azules además de los vendedores ambulantes. En el caso de la televisión limeña los espectadores tienen al menos dos vías para acceder a sus contenidos, el conjunto de canales que conforman la señal abierta y los canales de servicio por cable o servicio satelital. Como plataforma para mediar los contenidos de cine y televisión también está internet y los canales de re distribución de video gratis o por pago: Youtube, Netflix, Crackle, etc.

2.2 Los coleccionistas frikis.

Fanáticos, *geeks*, frikis, raros, aniñados, inmaduros, son categorías o términos utilizados para diluir sus diferencias son alimentados por estereotipos e imaginarios ya instalados en los medios de masas como la televisión, estas imágenes sobre coleccionistas de juguetes subordinan y devalúan las cualidades de estas personas, pero también los posicionan al mismo tiempo que encuentran la manera de auto posicionarse ellos mismos (Abercrombie 1998) en espacios virtuales como internet.

En el marco de la investigación el informante Luis Fernando Morales usa el término *geek* de manera positiva dentro del nombre “D’Sith Diseños Geek” para que los fans identifiquen el tipo de producto que produce, tal vez desconociendo que en otros contextos el mismo término puede tener una connotación negativa. La literatura sobre fanatismo (Jenson 1992) nos dice que los fans sufren de una psicología no adecuada y vulnerable a la influencia de la multitud y los medios. Este criterio establece que, lo que “ellos” hacen, los fans o entusiastas de coleccionar figuras de acción es diferente a lo que “nosotros” los aficionados hacemos. Esta diferencia entre aficionado y fan se basa en el objeto de deseo y si este objeto es popular con la clase media o baja; o con la clase adinerada y bien educada. Otra distinción entre aficionado y el fan reside en la pasión que envuelve y mueve al coleccionista entre lo normal y benigno a lo anormal y peligroso. De los fans se cree obsesionados con sus objetos, pero el fanatismo involucra un exceso y una exteriorización emocional excesiva, como en los conciertos de rock, en el contexto peruano los que arman el “pogo” de la zona más cercana al artista. En otro nivel el término afinidad envuelve una evaluación racional y es demostrado de maneras más mesuradas. Un comportamiento sin emociones y “frío” es más admirable y valioso que un comportamiento “caliente” y apasionado. De este razonamiento se desprende que las audiencias buenas son pasivas, silenciosas y respetuosas, los periódicos buenos son neutrales, objetivos y grises. Las “buenas afinidades” son expresadas sin perturbar y de manera controlada, mientras que las “malas afinidades” (el fanatismo) son expresadas de manera dramática y de manera llamativa. Tratar a las personas como “otros” en un análisis sociológico y patológico pone en riesgo denigrarlos en formas que pueden ser absurdas e insultantes. Para Joli Jenson algunos estudios sociales clasifican como “otros” a los espectadores, consumidores, fans y coleccionistas de figuras de acción, son tomados como casos de investigación que nos dicen sobre la vida en lo marginal, en lo salvaje, en el borde, como las tribus primitivas que deben ser rescatadas por los antropólogos.

2.3 ¿Qué representan éstos objetos?

Las memorias, imaginarios, fantasías, pulsiones y estímulos creativos relacionados con estas figuras y estatuas coleccionables también se desarrollarán en el documental en la voz de los sujetos y actores que participan de esta práctica. Para los sujetos de estudio, estos objetos - representaciones sirven como puente o vínculo

con personas, momentos, situaciones y emociones del día a día o evocaciones del pasado: la infancia. Pero también actúan como nexo con realidades fantásticas que el adulto consume en el cine o en la novela gráfica el cómic, imposible de integrar físicamente. Pero de una manera simbólica a través de estas estatuillas, los sujetos pueden desplazarse y tener la experiencia de pertenencia a estos espacios representados del cine de ciencia ficción, el anime, los universos de los superhéroes, las películas de terror y misterio, o las bandas de música rock, temas recurrentes y ampliamente difundidos en los medios. Los espacios configurados con estas representaciones escultóricas en vitrinas, un escritorio, sobre una computadora, o una sala especialmente diseñada para estas figuras, estimulan la creatividad de diseñadores y comunicadores gráficos, comunicadores audiovisuales como editores y post productores, artistas gráficos y visuales, escritores y redactores creativos, y ocupan un lugar en sus entornos de trabajo y en sus espacios personales.

Existe una gran diversidad de historias, universos y ficciones a los que pertenecen estas figuras de acción. Estas historias provienen del cómic, el manga, el anime (animación japonesa), los dibujos animados, el cine clásico, el cine de acción, ciencia ficción y terror, los videojuegos, los juegos de rol, la novela gráfica, íconos populares, íconos religiosos. En el caso de las figuras creadas por el artista José Carlos Vargas, que transitan por los espacios del arte, las galerías donde expone pero empapado de la cultura popular, sus figuras “juguetes para niños viejos” son un reflejo de la sociedad limeña y personajes populares peruanos: Leysi Suárez, Cubillas, Bolognesi, Túpac Amaru, las combis.

2.4 Los coleccionistas como productores.

Abercrombie y Longhurst en *“Audiences: A sociological Theory of Performance and Imagination”* presentan un conjunto de experiencias de las audiencias e identidades, que pueden ser aplicables a los que coleccionan figuras de acción en Lima, van desde el simple consumidor en un extremo hasta el pequeño productor en el otro extremo, pasando por las posiciones de fan, entusiasta y cultista. Los coleccionistas pueden discutir sobre la manera en que son reconocidos por la sociedad a la que pertenecen, una sociedad que juega a ser pluricultural cuando los

tolera y les permite ser visibles en los medios, pero falla en tratar de ser multicultural y respetar sus derechos a realizar una práctica que los diferencie como parte de su identidad sin ser señalados como anormales. Los coleccionistas de figuras de acción son parte de una sociedad que reproduce en sus medios un dualismo moral que ubica al buen fanático creador de cultura en oposición al consumidor malo y negativo. En este corto documental se representa un grupo de fanáticos activos, consumidores de figuras coleccionables y seguidores de la cultura popular: Los caballeros del zodiaco, Star Wars, Transformers. Utilizan como insumo creativo las formas, los colores, las historias detrás de los personajes para producir objetos utilizando recursos artísticos tradicionales y digitales. Los objetos que producen se ubican en un amplio espectro que va desde las obras de arte en la pintura de Alejandro Hernández, el arte popular del escultor José Carlos Vargas, pasando por el cómic de las ilustraciones digitales realizadas por Gerald Novoa Sheppard, hasta los detallados y poco comunes objetos artísticamente elaborados por el diseñador Luis Fernando Morales. Muy cerca están los otros consumidores “pasivos”, que también han encontrado maneras de producir, sobre todo imágenes fotográficas. Pero también se producen y mimetizan con los personajes que consumen de la animación y el cine, al crear disfraces muy realistas inclusive con artilugios luminosos.

2.5 Las comunidades de fanáticos.

En Lima existen varios grupos de fans de cultura de medios que encarnan esta mirada del buen fanático, que expresan su afición en comunidades como “Transformers Perú”, “The Force Perú”, “Star Wars Fan Club Perú”. Estos tres grupos de aficionados organizados, por nombrar algunos ejemplos, tienen como integrantes fans que se reúnen para comentar sobre cómics, las series de televisión, las próximas películas a estrenar y las nuevas figuras de acción que son lanzadas al mercado todos los años. Previamente a los estrenos de películas de las franquicias a las que son aficionados, la asociación cultural “Transformers Perú” gestiona salas exclusivas para los fans en cines como UVK de Larcomar, en horarios de media noche para ser los primeros en ver las películas. Estos grupos de fans como parte de su identidad se diferencian de otros fans con logotipos y espacios virtuales donde discuten sus temas de interés y comparten imágenes de sus colecciones de objetos de merchandising y

figuras de acción. Estos foros muchas veces sirven para que los coleccionistas consigan figuras y se enteren de qué líneas están a la venta en el mercado y si han llegado al circuito comercial limeño: circuito virtual (Mercadolibre, Facebook, Ebay) y circuito natural (jugueterías de Wong, Metro, Tottus, Plaza Vea, C.C. Arenales, C.C. Polvos Azules, C.C. Polvos Rosados). Pero en estas webs uno también podría preguntarse ¿Quiénes son los coleccionistas de transformers? ¿Es un misterio a revelar? ¿Por qué no existen muchas imágenes donde aparecen junto a sus colecciones? A diferencia de otras redes sociales como Facebook, este tipo de foro utiliza avatares para identificar a sus usuarios y aparentemente no hay interés en colgar sus imágenes personales. En otro posicionamiento, la agrupación Star Wars Fan Club Perú vale ser mencionada por el tipo de eventos que organiza además de compartir su afición por coleccionar *memorabilia* y figuras de acción de Star Wars. Organizan charlas y exposiciones sobre contenidos del mundo de Star Wars, propician concursos de dibujo, de elaboración de maquetas y dioramas, promueven “Academias Jedi” donde se les enseña a los niños a utilizar sables laser, incentivan el *cosplay* o performar y vestir como personajes de las películas. Promueven la difusión de los conocimientos que preservan y recopilan sobre la cultura Star Wars que circula en películas, cómics, representaciones escultóricas (como las figuras de acción, muchas de ellas representan personajes del mundo expandido de las novelas y cómics, no presentes en las películas). De esta manera transmiten a personas cercanas a estos coleccionistas, hijos, hermanos, parejas, amigos, su conocimiento y afición.

Estos grupos de aficionados a coleccionar figuras de acción parecen seguir un “modelo de identidad” (Fraser 2000) que construyen dialógicamente a través de un proceso de reconocimiento mutuo (con sus compañeros fan club). De acuerdo a Hegel el reconocimiento designa un ideal de relación entre sujetos, en donde cada uno ve al otro como su igual y aparte o separado de uno mismo. Esta relación es constitutiva de subjetividad: uno se convierte en un sujeto individual solo por la virtud de ser reconocido por otro sujeto. Agrupaciones de fans de figuras de acción buscan entonces representarse y reconocerse frente a la sociedad hegemónica y por otras comunidades, en espacios multiculturales que garanticen su derecho de libertad e igualdad y de respeto mutuo de “diferencias intelectuales, políticas y culturales” dentro de lo razonable (Guttman 1993).

2.6 Cuestionar la representación negativa de los fanáticos en los medios.

Como ejemplo de estos imaginarios negativos que circulan en los medios del contexto limeño sobre los fanáticos y coleccionistas de figuras de acción como simples consumidores pasivos está Andy Stitzer personaje central de la película “40 year old virgin”(2005), tiene una amplia colección de figuras de acción que ocupa toda su casa, vive solo, sus actividades incluyen ver televisión con sus ancianos vecinos y a los cuarenta no ha podido disfrutar plenamente de su sexualidad. La película “Fanboys”(2009) narra la reunión de unos viejos amigos de colegio fanáticos de Star Wars: Eric, Zoe, Windows y Linus enfermo de cáncer, de los cuáles sólo Eric ha madurado y es un vendedor de autos. En la serie de televisión “The Big Bang Theory” el Dr. Sheldon Cooper fanático de Star Trek, siempre usa camisetas con logos de superhéroes, pero al mismo tiempo parece sufrir de síndrome de Asperger, es vanidoso, tiene fobia a la sangre y padece un trastorno obsesivo compulsivo de la personalidad además de ser hipocondríaco. En la señal de cable, A&E Mundo produjo un *reality* que se enfocaba en contar historias de coleccionistas y difundir el valor comercial de los más exóticos objetos coleccionables, el nombre del programa “The incurable Collector” evidentemente aludía a enfermedad y a una condición invariable. Numerosos son los estereotipos peyorativos (Jenkins 2010) sobre los fans que se difunden por televisión: Son consumidores estúpidos que compran cualquier producto, dedican su vida a cultivar un conocimiento inútil, otorgan importancia inadecuada a un producto cultural, son inadaptados sociales que no tienen otro tipo de experiencia social, son afeminados o asexuados, infantiles e inmaduros emocional e intelectualmente, son incapaces de separar la fantasía de la realidad. En los casos presentados menosprecio (Honneth 1997) atribuido a los fanáticos de la cultura de medios o coleccionistas de figuras de acción los homogeniza como anormales lesionándolos psicológicamente y humillándolos sutilmente aludiendo el fracaso personal. En este corto documental se cuestiona esta representación mostrando positivamente que en Lima existen consumidores activos, al mismo tiempo productores de Cultura y cultura popular.

2.7. Convergencia y coleccionismo de figuras de acción.

Mientras estas representaciones son reproducidas en los medios, Henry

Jenkins desarrolla la idea de la cultura de la convergencia (Jenkins 2006), que relaciona las nuevas tecnologías de comunicación, los medios, y los grupos sociales que se articulan alrededor de estos. Los fanáticos se apropian de las historias que circulan en los medios, participan en la elaboración de éstas, las consumen y las integran con su propio mundo. Se plantea entonces en los nuevos medios (como Facebook y los foros de las webs de fans), un campo de negociación, resistencia y la posibilidad que los coleccionistas de figuras de acción, consumidores especializados de los medios puedan intervenir en la representación que se hace de ellos (ver la página de Star Wars Fan Club y las imágenes de sus actividades). Arjun Appadurai con su propuesta sobre el trabajo de la imaginación (Appadurai 2001) propone que los medios de comunicación de masas hacen que un grupo imagine cosas en conjunto, de esta manera los coleccionistas de juguetes son imaginados por otras subjetividades, pero en sentido contrario al estar expuestos a los mismo medios masivos también imaginan el mundo que los observa y que habitan mientras construyen una imagen de sí mismos ¿Es en esta colección de figuras que se materializa esta construcción de identidad? Matt Hills añade otro aspecto a esta problemática, el hecho de la subjetividad imaginada del “buen sujeto” académico (Hills 2002) o subjetividad percibida positivamente por ser el investigador racional, en diálogo y dependencia de la imagen construida sobre el fanático de la cultura de medios como un “otro”. Hills reflexiona también sobre las dualidades morales que se generan en este tipo de investigación: el académico vs el fan (en la propuesta de esta investigación el coleccionista-fan), nosotros vs ellos, fanatismo positivo vs malos consumidores, fanatismo activo (algunos coleccionistas que promueven y participan de actividades sociales y creativas) vs simplones culturales (*cultural dupes*). Frente a esta valoración negativa de ese otro coleccionista de juguetes, la multiculturalidad (Taylor 1993) aparece como ideal para conformar una comunidad que garantice la libertad, igualdad y respeto mutuo de las diferencias intelectuales y culturales.

2.8. El menosprecio hacia los coleccionistas.

Si el menosprecio o valoración negativa del coleccionista de figuras de acción posicionado dentro de imaginarios y estereotipos que lo reproducen como sujeto desfasado de la realidad y como consumidor pasivo: ¿En qué otros contextos el capital cultural fruto del conocimiento sobre el coleccionismo de figuras de acción

puede servir para el reconocimiento del coleccionista y hacer resistencia a la discriminación social? ¿Cuáles son las particularidades y diferencias que identifican el coleccionar figuras de acción en Lima? Este corto documental propone que el ámbito de la producción de cultura visual: la fotografía, la escultura, la elaboración de accesorios para coleccionistas, la ilustración, la animación digital, son campos provechosos para negociar con otros grupos sociales que consumen los mismos productos. La voz de crítica del actor y fanático de DC Comics, Mario Soldevilla, es la encargada de proyectar esta visión negativa que existe sobre los adultos que compran juguetes coleccionables.

2.9 Lista de temas desarrollados en el documental.

A.Representación

- Teorías de representación
- Signos
- Imaginarios
- Comunidades imaginadas
- Imaginación y fantasía

B.Multiculturalidad

- Menosprecio y valoración negativa
- Reconocimiento

C.Cultura de Medios

- Historias, mitos, leyendas, ficciones
- Cultura de la convergencia
- Consumo y producción
- Fan cultures
- Fanáticos y coleccionistas

D.Figuras de Acción

- Clasificación y categorías
- Mimesis
- Facultad mimética/magia imitativa
- Performatividad de la imagen

CAPÍTULO 3. INFORME DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

La unidad de análisis de esta investigación se enfocó inicialmente en dos tipos de locaciones, lugares naturales que podemos ubicar en el mapa físico de Lima, y lugares virtuales ubicados en internet. Este campo se delimitó entre los puntos de reunión de coleccionistas, las tiendas y centros comerciales del centro de Lima y Lince, las tiendas virtuales de Mercadolibre y las páginas de Facebook, hasta el hogar y los centros laborales de los sujetos. En el caso de las tiendas y los centros comerciales se solicitó los permisos respectivos para posicionar la o las cámaras. La unidad de análisis o los sujetos que aparecen en el documental representando a los coleccionistas como un grupo social debieron pasar por un proceso de selección donde se tomó en cuenta la claridad expositiva de sus ideas frente a la cámara, la facilidad de establecer un vínculo amical con el realizador, la posibilidad de retroalimentación y contacto posterior para reformular preguntas o volver a grabar escenas por ejemplo. También fué de suma importancia la performatividad del sujeto frente a la cámara y la manera en que a través de su gestualidad facial y el lenguaje corporal expresaron sus argumentos.

En el 2012 se inició el trabajo de campo, en el caso de algunos sujetos se utilizó la estrategia de comprar alguno de sus artículos en venta para poder acercarse al sujeto y al investigador. En otros casos se apeló al intercambio de información, por ejemplo en el caso del investigador al ser profesor de una universidad, fue interrogado por uno de los informantes sobre las modalidades de ingreso a la PUCP. En todo momento se aseguró al sujeto que se pediría su opinión sobre cómo sería representado, para lograr un “balance” y una representación justa. Se realizó trabajo de campo en los espacios de reunión de coleccionistas como reuniones de fans y en los puntos de venta de figuras coleccionables. Durante la fase inicial de investigación se realizaron entrevistas con los propietarios de las siguientes tiendas de figuras coleccionables:

- Organa Collectibles. Av. Arenales 1737 tienda 3-09. CC Arenales. Lince
- Critteria .Av. Arenales 1737 tienda 5-22. CC Arenales. Lince
- Geek Store. Av. Arenales 1737 tienda 4-21. CC Arenales. Lince
- Red Rabbit Toys. CC “La Esquina”, costado de Polvos Azules. La Victoria
- Panchurritoys. Metro Garzón cdra. 13 – piso 2, local 23. Jesús María

Como parte del curso de Metodologías en Investigación Visual, Material y Sonora, se realizó en el 2012 un registro fotográfico para construir un inventario cultural de esta práctica. Posteriormente se realizó una caminata sonora en el Centro Comercial Arenales y en otras tiendas de Jesús María y el centro de Lima para acercar al investigador al espacio de investigación de una manera sensorial, con énfasis en el aspecto sonoro que luego fue dejado de lado por la falta de un equipo de producción que se encargue de este aspecto. La producción y realización del documental se llevó a cabo principalmente con la sola participación del investigador, que debía registrar el sonido, el video y trasladar el equipo en una mochila. Esta investigación considera que parte de la identidad del espacio de investigación son las características sonoras de los elementos presentes en esta práctica: el sonido del POS para pagar por la figura de acción, el ruido del plástico y el empaque que protege a la estatua, el sonido producido por la puerta de la vitrina que expone los juguetes, el ruido que entra en las tiendas desde la calle, la conversación de los coleccionistas en estos espacios. El registro sonoro tuvo que ser dejado de lado para dar prioridad a las entrevistas y el manejo de los equipos de video. Sin embargo sí se pudo registrar los videos con ayuda de un micrófono ZOOM que permitió mejorar la calidad del micrófono incorporado en la cámara DSLR.

En la investigación realizada para la producción del documental se observó ver el movimiento de los juguetes y los coleccionistas durante las temporadas navideña y en los lanzamientos de los blockbusters de cine como por ejemplo: El Hobbit 2, Pacific Rim, The Wolverine, X-Men: Days of Future Past, que pusieron en movimiento gran

cantidad de merchandising y figuras de acción en el mercado de Lima. También se prestó atención al lanzamiento de nuevas líneas de juguetes (Beast Wars de Transformers) a través de observaciones de los eventos de “activación” realizados en centros comerciales como Wong y Metro. Los eventos de coleccionistas también fueron considerados para grabar a los sujetos comprando y socializando con otros sujetos. Durante el trabajo de campo, se realizó un registro en video de los informantes a manera de entrevistas, además de tomas de apoyo que ayudaron a vestir la versión editada de las mismas. En estas entrevistas se realizaron una serie de preguntas de interés para la investigación, las mismas preguntas fueron repetidas a los informantes siguiendo un patrón.

En coordinación con los informantes se realizó observación participante (Guber 2005) colaborando como ayudante vendedor en las tiendas de los comerciantes de figuras de acción. De esta manera se pudo interactuar con otros coleccionistas, se trató de entender mejor el rol del comerciante, y se fortalecieron las relaciones con los informantes. En otros casos se acompañó a los coleccionistas en los paseos y búsquedas de nuevas figuras para sus colecciones, en la zona comercial de las reuniones de fans, de esta manera se pudo observar los criterios utilizados por estos consumidores. De particular manera se observó el proceso productivo de los informantes “artistas”, que permitieron registrar su trabajo en sus talleres, gracias al acercamiento del investigador. Este acercamiento fue construido a partir de reuniones y conversaciones que quedaron registradas en el corto documental.

Durante el trabajo de campo realizado en el 2013, el investigador trató de acercarse a dos comunidades de fanáticos: Transformers Perú y Star Wars Fan Club Perú. A través de redes sociales y participando en los eventos organizados por estas comunidades. En el caso de Transformers Perú se contactó a David Buenaño, líder de la comunidad, pero debido a la agenda apretada del sujeto no se pudo concertar una entrevista personal. Sin embargo sí se pudo conversar vía Facebook y se logró registrar libremente la activación “Transformers Beast Hunters” realizada en Wong. Y también informó a Gerald Novoa sobre la realización de esta investigación, lo que facilitó el acercamiento con este informante. En esta activación realizada en Wong del óvalo Gutiérrez el grupo llevó a uno de sus integrantes disfrazado de Optimus Prime

(disfraz de dos metros de altura). En este evento el investigador intentó acercarse y pactar alguna reunión con los integrantes de la asociación cultural Transformers Perú. Pese a tener en común el vínculo de comprar y coleccionar las figuras de transformers, el investigador encontró hermetismo y poca disposición a la conversación. Es posible que el tamaño del lente y el cuerpo de la cámara haya creado cierto rechazo e intimidación. Luego de esto se replanteó la estrategia y el perfil del informante y se contactó a otro integrante de Transformers Perú, a Gerald Novoa Sheppard, conocido también como Gercrow. El conocer a este artista digital, fanático de transformers y de otras figuras de acción fué determinante para redirigir el espíritu del documental y enfocar la búsqueda de informantes hacia artistas o comunicadores que también sean productores de cultura visual. El acercamiento a la comunidad de Star Wars Fan Club Perú no dejó de presentar dificultades. Se intentó conversar a través de la red social facebook pero no se obtuvo respuesta, en un encuentro organizado por la comunidad , el Star Wars Day realizado en el centro de Jóvenes Españoles en la avenida Salaverry, tampoco mostraron disposición a la charla (pese a que de por medio el investigador se inscribió como socio y pagó el monto correspondiente. Luego de estos hechos se contactó entonces fanáticos, que coleccionen y que también produzcan fan arts con temas de las historias de los medios, desde el cine, el comic, la animación. Así se llegó a contactar al diseñador Luis Fernando Morales y el artista plástico Jose Carlos Vargas que tambien se inspira en la cultura popular además de los medios para crear parte de su obra. El acercamiento inicial con los últimos informantes se realizó a través de la red social Facebook.

Para escribir el guión inicial del documental se utilizó como estrategia construir un coleccionista héroe siguiendo el molde del “Héroe de las mil caras” de Joseph Campbell. El investigador apuntaba a ser un coleccionista que reivindicara la reputación de los fanáticos, cambiando su imagen de consumidores pasivos a consumidores activos creadores de cultura. Se realizó una prueba grabada de la primera parte del guión propuesto y se desechó la presencia del investigador como personaje principal. Se orientó entonces la investigación para buscar informantes que funcionen como personajes para transmitir con eficacia y naturalidad los temas del documental. Se descartó el guión de autor y se optó por construir una historia

organizando los testimonios vertidos en las entrevistas. La estructura final del documental se ha construido a lo largo de la edición del documental. Dando prioridad a contar el proceso inspirador por el que pasan los coleccionistas productores. Intercalando los testimonios con el proceso del investigador de encontrar una manera de representar el camino de un “*prosumer*”.

3.1 Lista de informantes contactados.

a). Rómulo Quelopana, administrador y dueño de Organa Collectibles. Opina que este tipo de estudio es nocivo pues acercan a la realidad a las figuras de acción o estatuas que representan el mundo de la imaginación y la fantasía.

b). Bruno Lecca, diseñador gráfico y de interiores. Tiene a su cargo la tienda Critteria Coleccionables en el Centro Comercial Arenales. Se caracteriza por tener la disposición y pasión para asesorar a sus clientes sobre los diferentes tipos de figuras coleccionables.

c). Mario Soldevilla, actor. Es la voz crítica sobre el coleccionismo de figuras de acción, trabaja con Bruno Lecca en Critteria Coleccionables. Es fanático de Superman y recientemente participó del montaje teatral “Los últimos días de Clark Kent”, interpretando ni más ni menos que a Clark Kent.

d). Gerald Novoa Sheppard, diseñador gráfico y artista digital. Trabaja por encargo de clientes en otros países. Ha ilustrado y publicado en cómics norteamericanos. Atribuye su inspiración a las figuras de acción que lo rodean.

e). Luis Fernando Morales, tiene estudios incompletos de arte en la Escuela Nacional de Bellas Artes, también estudió Diseño Gráfico en un instituto nacional. Confecciona junto con su pareja una línea de accesorios y objetos personalizados para fanáticos, “D’Sith Diseños Geek” crea bolsos, casacas, adornos, esculturas con temas inspirados en las figuras de Marvel, DC Comics, Star Wars, El Señor de los Anillos,

Harry Potter y los vende por Facebook.

f) Alejandro Hernández (Paranga), artista plástico, pintor. Sus cuadros se alimentan del contexto donde son creados: un taller en los altos de un edificio ubicado en la avenida Alfonso Ugarte. Su obra se alimenta del tráfico, el smog, las putas, los delincuentes, pero también los *anime* Caballeros del Zodiaco y Full Metal Alchemist.

g) José Carlos Vargas, artista plástico, escultor. Su imaginario y lenguaje se alimenta de la cultura popular. Junto con Organa Coleccionables construyó una escultura de la figura de acción basada en el Chapulín Colorado, de venta en la tienda de Rómulo.

3.2 Equipo utilizado en la producción.

Cámara Canon 60D

Lente EF 50mm f/1.4 Canon

Lente EF-S 18-200mm f/3.5 IS Canon

Lente EF 40mm f/2.8 STM Canon

Trípode Sunpak 6600 Dx

Micrófono ZOOM H1

Bracket forma C

CAPÍTULO 4. CONCLUSIONES.

Esta investigación presume que éstos objetos, las figuras de acción, pueden tener más de una lectura e interpretación, y que pueden influir y relacionarse con sus coleccionistas de formas a las que no se les ha prestado atención. Esta investigación presta atención entonces a los *prosumers* limeños, coleccionistas de figuras de acción que utilizan su práctica como palanca para producir nueva cultura visual. Artistas, ilustradores y diseñadores utilizan sus figuras coleccionables como estímulo para generar imágenes. La capacidad de generar imágenes no es exclusiva de éstos artistas, pues otros coleccionistas que comparten el mismo espacio de práctica utilizan otras herramientas para producir sus propias imágenes. Se plantea una pregunta: ¿Son las figuras de acción objetos con agencia que mueven al consumidor para reproducir imágenes, actuar o vestirse como un personaje de ficción?

Los informantes y otros sujetos dentro de la investigación aportan en el documental visos de los conceptos contenidos en estas figuras y que muchas veces no son entendidos pese a estar frente a nuestros propios ojos, encerrados envolviendo las figuras. Es parte de la agenda de este documental ayudar a difundir estos mensajes, no solo entre el público coleccionista, sino desde los coleccionistas hacia los no coleccionistas. Este video documental registra y ejemplifica nuevos contextos, donde el conocimiento de los coleccionistas y fanáticos, el capital cultural fruto de la práctica de coleccionar figuras de acción sirve, para el reconocimiento del coleccionista y hacer resistencia a la discriminación social. Este registro documental mapea algunas de las particularidades y diferencias que identifican el coleccionar figuras de acción en la ciudad de Lima.

CAPÍTULO 5. BILIOGRAFÍA.

Appadurai, A. (1986). "The social life of things. Commodities in cultural perspective"

Appadurai, A. (2001). "La Modernidad Desbordada: Dimensiones Culturales de la Globalización."

Abercrombie, N. y Longhurst, B. (1998). "Audiences: A sociological Theory of Performance and Imagination".

Arfuch L. (2010). "El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea"

Barnow, E. (2005) El documental. Historia y Estilo.

Benjamin, W. (1933). "Doctrina de lo Semejante" en *Walter Benjamin Obras Libro II / Vol. I*. Abada editores.

Bourdieu, P. (2001) "Capital cultural, escuela y espacio social".

Fraser, N. (2000). "Rethinking recognition" en *New Left Review* 3, Mayo - Junio 2000.

Guber, R (2005). "El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo".

Gutmann, A. (1993). Prólogo en "El multiculturalismo y la política del reconocimiento".

Hills, M. (2002) "Fan cultures".

Honneth, A (2005). "La lucha por el reconocimiento" .

Jenkins, H. (2010). "Piratas de textos. Fans, cultura participativa y TV".

Jenkins, H. (2006). "Convergence Culture. Where old and new media collide".

Jenkins, H. (2001). "Strangers No More, We sing: Filking and the social construction of the science fiction fan community" en *The Adoring Audience*.

Jenson, J. (1992). "Fandom as Pathology: The consequences of characterization" en *The Adoring Audience. Fan culture and popular media*.

Martin, G. (2008) "Cineastas frente al espejo"

Nichols, B. (1997) "La representación de la realidad".

Oroz, E. (2009) "La risa oblicua".

Silverstone, R. (1994) "Television and every day life".

Taylor, C. (1993). "El multiculturalismo y la política del reconocimiento" .

CAPÍTULO 6. ANEXOS.

6.1 Preguntas Guía para iniciar la investigación.

Pregunta principal

- ¿Cómo imaginan el mundo que los rodea ,los practicantes de este tipo de actividad?

Preguntas secundarias

- ¿Cómo es imaginado el coleccionista por otras personas que no son coleccionistas como él?
- ¿De qué manera afectan estos imaginarios la forma en que se relacionan con otros miembros de la sociedad a la que pertenecen?

Otras preguntas formuladas en el inicio de la investigación

- ¿Cómo es la relación del investigador con este tipo de objetos?
- ¿Es posible dar otra lectura a este tipo de objeto?
- ¿Qué otros conceptos están contenidos o no son entendidos pese a estar frente a nuestros propios ojos envolviendo estas figuras, a veces libres, otras veces atadas con cinta adhesiva, encerradas en paredes de plástico y cartón?
- ¿Cómo se gestan y reproducen estos imaginarios?
- ¿En qué medida los medios influyen para instalar estas ideas?
- ¿Puede sacar algún tipo de ventaja de la manera en que es reconocido por los demás o por el contrario es perjudicial para él?
- ¿Cómo utilizan los conocimientos que acumulan los coleccionistas de figuras de acción?

6.2 Guión Original planteado en la primera propuesta del documental.

Vemos una pantalla en negro al mismo tiempo que se escucha música y al parecer gente cantando. El sonido no es muy claro suena distante y algo distorsionado, como encerrado dentro de la habitación contigua forrada con alfombra en las paredes o algún tipo de aislante. También se escuchan risas y una variación en el sonido, como si se abriera una puerta y dejara salir el sonido en un nivel más fuerte. Pero no vemos nada, no sabemos exactamente que estuvimos escuchando, luego la música y las risas se apagan como alejándose y nuevamente el silencio, como un respiro lento. El descanso del sonido se interrumpe. Se enciende una cámara y empieza a grabar una persona frente al lente, es un video diario. Inicialmente sólo se ven unas manos desenfocadas muy grandes, cercanas a nosotros y luego se ve medio cuerpo de una persona sentada frente a una mesa preparada con lo necesario para desayunar. Esta persona arregla el encuadre y el foco fijándose en la pantalla giratoria de la cámara, siempre frente a la cámara y mirando el lente. Está algo despeinado por que pasó una mala noche, ¿o una muy buena?. Mientras esto sucede este personaje, el protagonista de esta historia, Antonio, nos habla a través de una voz sobrepuesta a la acción de arreglar la cámara y se presenta al público, nosotros. Como si fuera una confesión, su gesto lo muestra vulnerable y desnudo a la mirada crítica, nos cuenta que es diseñador gráfico, estudiante de antropología visual, profesor en la facultad de arte de una universidad, trabajó en un canal de noticias, tiene 35 años, divorciado, mide 1.60 mts, pesa 75k, le gusta la comida criolla – seco con frejoles es su platillo favorito, tiene una enamorada y piensa casarse con ella muy pronto. Ella tiene un hijo: Fabiano, le gusta jugar con Fabiano. Mientras su voz apresuradamente nos cuenta quién es, tomas muy cortas y rápidas ilustran lo que nos va narrando, intercalándose en paralelo con la secuencia de arreglarse y acomodar la cámara para grabarse: lo vemos utilizando un software para editar imágenes, también como profesor muy serio frente a su clase, una foto cuando trabajó en el canal de cable, un DNI mostrando su fecha de nacimiento y su estado civil, parado al costado de alguien muy alto para exagerar su baja estatura, unos pies sobre una balanza marcando 75 kilos, un plato con frejoles que desaparecen a velocidad acelerada como si alguien los comiera, una toma larga y un plano cerrado con la sonrisa de su enamorada, un plano medio de Antonio y Fabiano

jugando con figuras de LEGO. Las manos siguen arreglando el encuadre y acomodan la cámara sobre la mesa, todo lo vemos a través del lente de la cámara, la secuencia sigue intercalándose con imágenes que nos describen quién es el protagonista. La voz, que resulta ser de Antonio, sigue contándonos sobre él y su familia: su madre que es una excelente cocinera y además talentosa en repostería, su hermano es comunicador, ingeniero de sonido y productor ejecutivo de un canal deportivo de cable, su padre trabajó en IBM y tiene una gran afición por la ciencia ficción y las computadoras. Su familia colecciona cosas: tasas de los lugares que visitan en sus viajes, su madre colecciona teteras, su hermano es melómano y colecciona CDs con música. Antonio colecciona juguetes, pero un tipo de juguete en especial: figuras de acción, sobre todo el tema de robots. Las imágenes que vemos para vestir lo que cuenta Antonio son: una dulce señora, Ana María madre de Antonio, preparando un pastel en su cocina, su hermano trabajando en su oficina revisando material grabado en una pantalla, su padre también llamado Antonio en un primer plano sosteniendo una tarjeta perforada para grabar datos y programas de los años 60s - 70s antes de los discos *floppy* y los CDs. Tomas súper rápidas de tasas con gráficos y nombres de diferentes lugares del mundo, unas manos tocando una guitarra eléctrica, y torres acumuladas de CDs. También vemos lo que colecciona Antonio, otra vez tomas super rápidas y cortas de figuras de acción de su colección. Al terminar esta secuencia de imágenes narradas por el protagonista, vemos a Antonio frente a la cámara, sentado en la mesa del desayuno con sus familiares pasando atrás de él. Como si fuera un video diario nos cuenta que le sucedió el día anterior. Fué su cumpleaños y lo pasó de lo mejor en un karaoke con sus amigos y familia. Pero al día siguiente siente que le falta algo. Muestra a la cámara una fotografía suya cuando era niño sentado en una cama junto a su hermano menor. Luego aleja la fotografía del lente y nos cuenta lo que recuerda de esa imagen. Era la mañana de su cumpleaños 9 o 10 muy temprano antes de ir al colegio, luego de ser despertado por las voces de radioprogramas "Todo el Perú a la vez" y las voces de sus padres que entraron a saludarlo al cuarto que compartí con su hermano. Antonio cuenta a la cámara y a nosotros que estamos detrás del lente que dormía en una camarote, no recuerda quien dormía arriba y quien abajo o si se turnaba el lugar de tiempo en tiempo. Recuerda que en la fotografía está sentado debajo del camarote feliz abriendo sus regalos... unos audífonos amarillos con radio y antena extendible un poco grandes y aparatosos para llevar en las orejas, y una figura de acción G.I. Joe

de la serie seis de 1987 llamado "Psyche Out". El protagonista nos cuenta que recuerda de ese momento, los gráficos llamativos del blíster muy realistas para ojos de un niño, el sonido del empaque al romperse y el olor de plástico nuevo. Planos detalle nos muestran los accesorios tan detallados y diminutos de la figura, así como los detalles impresos sobre la figura: el rostro, las insignias, las texturas sobre la figura. El plano medio de la figura de acción se corta y da paso al plano medio de Antonio frente a la cámara, y nos comparte (nosotros detrás del lente) que saldrá a buscar ese momento que recordó con la fotografía, buscará ese regalo que no le entregaron esa mañana por que ya era un adulto, porque había crecido. Pero primero debe prepararse, y vestirse para ir a trabajar. Mientras lo observamos escoger su ropa y cambiarse, vemos en su dormitorio estantes y una vitrina con figuras. La cámara entonces parece ubicarse entre los juguetes que hemos visto anteriormente. La cámara es el ojo de un juguete que observa a Antonio, desde el nivel inferior de la vitrina desde lo alto de un estante. Al rato Antonio sale del departamento, a través de una ventana en segundo plano vemos abrir la reja del edificio, en primer plano desenfocado la pantalla de una televisión: alguien en la casa de Antonio observa su salida mientras ve Peter Pan en la televisión. En el fondo se ve Antonio tomar un taxi para ir a su centro de trabajo. El protagonista trabaja en una universidad en el distrito de La Molina. Con la cámara en mano el Antonio nos muestra su camino al trabajo. Por momentos se graba así mismo dentro del vehículo mirando hacia la calle por encima de la cámara, en otros momentos está detrás del lente y nos muestra lo que ve a través de la videograbadora. ¿Qué vemos? El tráfico de esa parte de la ciudad de Lima, el cielo gris, el desorden de los vehículos al encontrarse en un óvalo, donde ningún auto cede el paso, ni respetan al peatón a punto de cruzar la calle. Antonio llega a la universidad donde trabaja, grandes rejas negras en la puerta. Apaga la cámara. Antes de entrar a dictar, se cruza y conversa con compañeros de trabajo que también coleccionan figuras de acción: mini figuras de Lego. Rafael Vivanco, diseñador gráfico y coordinador académico de la facultad donde trabaja Antonio, guarda algunos sets de Lego City que compra y los almacena esperando el momento adecuado para armarlos. Otros sets los abre, saca de su caja, los arma y juega con ellos. Algunas figuras las compra sueltas en viajes o por internet. Juega con sus figuras y arma dioramas con los sets que compra. Hace poco empezó a comprar figuras y sets de Star Wars Lego. Otro profesor amigo es Fernando Castillo, comunicador, colecciona figuras de Lego junto con sus hijos, rescató las figuras de

Star Wars que estaban en poder de sus hijos pequeños para que no las perdieran y a cambio les compró figuras mas recientes y comunes: las mini figuras coleccionables de lego que vienen en bolsas pequeñas. Rafael y Ricardo conversan con Antonio sobre los temas que reconocen en esa línea de juguetes que gustan coleccionar: guerreros, personajes de cuentos infantiles, oficios, monstruos de películas de terror. La conversación gira alrededor de los géneros que pueden reconocer en esas mini figuras y como han cambiado los temas de lego con el paso del tiempo. Antonio sigue su camino rumbo a su clase y se cruza con Ruperto Pérez, otro profesor, el gusta de coleccionar figuras de acción de personajes de lucha libre y también es fan de la banda de rock Kiss, de la cual tiene muchos discos y estatuillas de los miembros de este grupo. La marca que hace este tipo de figura es McFarlane que también produce figuras de otros grupos como los Beatles o Iron Maiden. La cámara registra a Antonio y Ruperto muy serios en uno de los pasillos de la facultad donde trabajan, parecen hablar de temas académicos. En una de las tomas que visten esta secuencia, además de las figuras vemos a Ruperto maquillándose como uno de los integrantes Kiss, pues resulta que es fanático y coleccionista de merchandising de la banda. En la oficina de Ruperto se pueden encontrar, entre los libros de diseño y las cajas con los libros y revistas que edita esa facultad, figuras de acción de Marvel, y luchadores de la WWF. Luego la cámara sigue a Antonio hasta que entra a un salón donde lo esperan sus alumnos, la cámara hace un lento desvanecimiento hacia una pantalla negra, al mismo tiempo que Antonio nos cierra la puerta de su aula dejando la cámara fuera del salón. La cámara se vuelve a encender, Antonio que está sosteniendo con su propio brazo, en el asiento trasero de un vehículo le cuenta a la cámara, que va a almorzar con su novia Guissell. Uno de los tema que van tocar en el almuerzo es ahorrar para la inicial y comprar un departamento vs pagar el alquiler de un lugar para convivir. El otro tema importante a tratar es el hobby de Antonio: coleccionar juguetes. Guissell piensa que en este momento debería dejar de comprar más juguetes de los que tiene y destinar ese dinero para la inicial de un departamento. Otra vez las calles limeñas y el cotidiano gris que envuelve la ciudad, el desorden, el caos de los vehículos, el sonido de la radio en el taxi. Gente en masa cruzando la pista delante del taxi, pasando entre los vehículos. La cámara registra el ingreso de Antonio a un restaurante. Luego del corte Antonio enciende su cámara, la apoya en la mesa y graba su conversación con Guissell, a ella le incomoda que se grabe la conversación. El ambiental captado por el micrófono de la cámara graba todo el sonido del

restaurante, la conversación de las otras personas, además de la discusión entre Guissell y Antonio. La reunión parece no fluir muy bien y se siente tensión y resistencia por parte de los dos. Guissell le da un ultimátum a Antonio, debe madurar, darle prioridad a otras cosas en este momento de su vida, dejar de comprar juguetes o terminan la relación. No es la primera vez que conversan al respecto de este tema y parecen bastante cansados. Antonio decide apagar la cámara para no seguir grabando la conversación. La pantalla se queda en negro y silenciosa por algunos segundos. La cámara se vuelve a encender, por la mano de Antonio, que vuelve a acomodar el enfoque y el encuadre. Antonio nuevamente en su dormitorio frente a su computadora, busca novedades: los últimos lanzamientos de figuras de acción y que es lo que va salir en los próximos meses. Luego de un paseo por distintas páginas orientadas a coleccionistas como: ToyboxDX, Toynewsi, Galactichunter, Brickshow, Seibertron, etc, revisa páginas de grupos de fans peruanos en donde también postean noticias sobre los lanzamiento de nuevas líneas de figuras de acción: TransformersPerú, The Force Perú, Starwarsperú. Facebook y Mercadolibre también son revisadas a través de un paseo por las páginas de sus contactos. Los precios de las figuras que le interesan parecen un poco caros y compara precios con EBAY y Bigbadtoystore o Hobby Link Japan donde generalmente compra. Antonio deja de mirar la pantalla de la computadora y reflexiona mirando la cámara sobre qué hacer para salir de este embrollo. La cámara nuevamente se ubica desde el punto de vista de los juguetes que lo observan conversando con la cámara. Vuelve el plano cerrado del rostro de Antonio que nos cuenta que ha decidido dar una vuelta por el Centro Comercial Arenales para relajarse un poco y distraerse. Además ver las novedades e juguetes no es igual virtualmente que físicamente. Los tamaños de las figuras pueden resultar engañosas en la pantalla de la computadora. Antonio mirándonos a través del lente toma la cámara, la separa del trípode que la sostenía, la voltea y se fija si estuvo grabando. El video se interrumpe de improviso seguramente nuestro protagonista apagó la cámara. Antes de ir hacia negro se puede observar en un plano aberrante la pantalla de televisión del dormitorio de Antonio, aunque la toma está ligeramente desenfocada y pese al movimiento de la máquina se puede ver a Steve Carrell en una escena de "Virgen a los 40".

Antonio vuelve a encender la cámara mientras se desplaza hacia el C.C.

Arenales, con la cámara en la mano registra parte de su desplazamiento por otras zonas de la ciudad, más cercanas al centro de Lima. Congestión vehicular, smog, policías dirigiendo el tráfico y la entra al centro comercial. La secuencia termina con un corte justo cuando Antonio va a pagar al taxista y extiende su otra mano con dinero. Directamente después del corte vemos diferentes planos del interior del C.C. Arenales. Colores cálidos en las paredes, vitrinas con afiches y gráfica de estética anime o manga. Vitrinas muy coloridas llenas de dioramas y juguetes en exhibición. Las tomas exponen la interacción y desplazamiento de diferentes sujetos en este espacio, campo del coleccionismo de figuras de acción. La cámara reste lugar como un punto de encuentro de individuos y grupos sociales que tangencialmente están en contacto con los coleccionistas: asociaciones de fanáticos, *otakus* y *gamers*. Un *otaku* es un fanático del anime japonés que puede participar también de juegos de rol como el *cosplay*. Un *gamer* es un aficionado a los videojuegos de computadora y de consola. En este lugar Antonio visita las tiendas y se detiene a conversar en algunas: Organa Coleccionables, Critteria y Geek Store. En Organa conversa con Rómulo Quelopana y su esposa Ana María. Rómulo le cuenta a Antonio que tiene una tienda de coleccionables porque estas estatuas y figuras son una vía de escape de este mundo. En otra tienda, Critteria, el protagonista de esta autorepresentación conversa con Bruno Lecca y Mario Soldevilla. Bruno estudio diseño gráfico y diseño de interiores por eso le pone gran empeño y cuidado en los dioramas que presenta en sus vitrinas. Bruno cree que las personas compran ciertas figuras por que se identifican con estas y ven proyectada su personalidad además del lado artístico de estas piezas. Además de vender figuras de acción en su tienda, orienta a las personas que quieran entrar en el mundo de los coleccionables. Otro servicio que brinda Bruno es pintar de manera personalizada las figuras que laves a la tienda. Su amigo Mario es comunicador y actor, es fanático de Superman e interpreta a Clark en la obra “Los últimos días de Clark Kent” adaptación de la obra del guionista Alberto Ramos. Mario cree que los que coleccionan figuras de acción son castigados por la espada del prejuicio y reconocimiento negativo. Otros temas que discuten estos personajes con el protagonista son los procesos de mercantilización en los que están inmersos estos objetos y como traducen afectos, fantasía y nostalgia en valores de intercambio monetario. Estas figuras coleccionables por lo general se compran, en ocasiones se realizan intercambios y también son descartadas. Bruno tiene una televisión encendida en su tienda, al terminar esta secuencia puede verse en segundo plano, y

desde la perspectiva de los juguetes que están en las vitrinas, que el cable está presentado” El coleccionista incurable”. Antonio sale de la tienda con la cámara encendida, mira el lente de la cámara y reflexiona sobre los temas que han estado circulando en las conversaciones que ha realizado en este día. Lanza muchas preguntas al espectador esperando una respuesta. Todo sucede esto mientras camina por el centro comercial. En el momento final se detiene frente a una vitrina y mira los juguetes en exhibición. El plano cambia y vemos a Antonio en un plano medio de su espalda y sobre su hombro llegamos a ver su reflejo en el vidrio. Poco a poco aparecen en el reflejo un logo sobre su cabeza, accesorios al lado, y una cubierta transparente de plástico. Lo que vemos en el reflejo es Antonio dentro de un *blíster*, un empaque de una figura de acción, pero él no se da cuenta de esta imagen sobre la vitrina. El cuerpo de Antonio parece tener marcados los puntos articulables con cortes y separaciones como en las figuras que él colecciona (a la altura del cuello, de los codos y donde nacen los hombros). La toma termina con un corte y pantallazo a negro.

6.3. Transcripción de entrevistas.

6.3.1. Entrevista a Rómulo Quelopana de Organa Collectibles.

La entrevista se realizó en un lugar cerrado y privado por iniciativa del entrevistado, el lugar seleccionado fue su almacén en el fondo de la tienda.

P: ¿Cuál es tu nombre?

R: Rómulo Quelopana. La tienda se llama Organa y es mía y de mi esposa.

Mi correo electrónico es organa2007@hotmail.com y electraorgana@hotmail.com

P: ¿Por qué el nombre de la tienda?

R: Salió de mi cabeza , es un lugar que yo inventé, no tiene nada que ver con la princesa Leia (de Star Wars). A veces inventamos otras versiones para explicar el nombre de la tienda pero la versión que te estoy contando si es la verdadera. Es un lugar que está en cabeza como un planeta.

P: ¿Te gusta escribir? ¿Cómo así te gusta construir esto?

R: Escribo para mí, tal vez en algún momento publique algo.

P: ¿Qué antigüedad tiene la tienda?

R: Cinco años, comenzamos un piso mas arriba. Antes vendíamos por internet, comenzamos en Estados Unidos. Tratamos de hacer algo paralelamente a nuestros trabajos. Fue la necesidad de dedicarte a lo que te gusta. Ana María me presionó para que despertara y hacer lo que me gusta hacer, y que lo tenía como olvidado. Vender esto por internet en EEUU es muy duro, porque hay marcas que venden directamente. Cuando regresamos a Perú, Ana tomó la decisión de poner la tienda y comenzamos con la importación. En Perú nos hicimos representantes de la marca Sideshow Collectible que a la vez tiene a Hot Toys. Nosotros acumulamos toda la mercadería en un almacén en EEUU y cuando tenemos cierta cantidad y sabemos que el shipping es manejable lo enviamos como carga suelta.

P: ¿En que horario atienden?

R: De lunes a sábado desde las 10.30 am hasta las 10.00 pm.

P: ¿En que horario hay mayor afluencia?

R: Puede pasar en cualquier momento, por lo general a esta hora 7.30 de la noche, a veces a las 9 de la noche, a veces abriendo. Hay gente que se escapa de la chamba y pasa por acá, puede ser a la 1pm.

P: ¿Qué tipos de juguetes vende tu tienda?

R: Coleccionables ¿Juguetes? ¿Para grandes? Artículos, ítems .

P: ¿Qué tipo de items vende tu tienda?

R: Estatuas, bustos, figuras articuladas, réplicas, accesorios, polos, prop réplicas.

P: ¿Que son prop replicas?

R: Es una réplica casi exacta, puede cambiar el material, pero la escala y la forma es casi igual. Imagínate el cinturón de Batman exactamente igual. Lo que más vendemos son estatuas sobre todo 1/1 está muy de moda.

P: ¿Estas estatuas son como obras de arte?

R: Ese es un punto que yo defiendo mucho. Cuando empezamos era: yo compro esta figura por que yo leo este cómic, por que vi la película o por que conozco la historia. El vínculo era muy estrecho: figura – serie -comic. Hoy en día no, la gente está interesada en los acabados, en quién las esculpe, los artistas, el material. Incluso hay gente que compra sin saber que cosa es, compran por que simplemente les gusta el diseño, no necesariamente debes ser un loco de los comics.

P: ¿Puedes definir alguna característica de tus clientes, algo que los homogenice o que tal vez los diferencie?

R: Anciosos , tienen mucha ansiedad, no es gente con mucha paciencia aunque parezca hasta los que son mas callados. Cierta inconformismo con la vida. Me parece que los seres humanos buscan un final distinto a la realidad, entonces esto te saca de una realidad que quizás a puedas ver irritante, simple o muy rutinaria. Esto te lleva a otras parte, vas al cine, ves una película y de repente quieres ser parte de ese universo, y no hay manera que entres ahí. Pero a través de una figura, la tienes en tus manos, la tocas, hay un vínculo con el personaje, la tocas y estás adentro , estás participando, eres parte de ese universo y te liberas de lo rutinario. El ser humano necesita darle un final o un espacio en su vida que realmente sea como él se imagina o escapar de esta realidad. Todo el mundo necesita ficción y creer en algo más, los ovnis, en los súper poderes. Hay cierto imán que nos llama hacia eso, quizá por que en algún punto los seres humanos hemos tenido ciertos poderes que perdimos con el transcurso del tiempo. Alguien me dijo alguna vez que las personas que coleccionan esto tienen un vacío en su vida, pero quién no tienen un vacío en su vida.

P: ¿Cómo es que la gente le imprime un valor afectivo a estos objeto? ¿Y qué sientes tú al traducir este valor afectivo a un valor monetario?

R: Porque estas cosas son parte de su vida. Parte de alguna vivencia se inmortalizó en el plástico o en la resina, al ver estas figuras recuerdan alguna banda que veían por el canal 27, recuerdan detalles de la casa como la antena redonda del televisor, el primo que les enseñó el grupo, es toda una remembranza. Pasa con Eddie de Iron Maiden, con Star Wars, con Freddy, con Jason. Me acuerdo cuando veía mis cintas de betamax una tras otra. Cuando alguien viene y paga por eso y me cuenta por qué lo

compró, lo compran felices. Y si se puedo contribuir con eso soy feliz, por que se me ocurrió traer esa cosa pensando en esa gente. Creo que contribuyo y le da sentido a lo que hago.

P: ¿Qué tiendas de juguetes recuerdas de cuando eras niño?

R: Kachi en Plaza San Miguel estaba en la conexión de Sears con Plaza San miguel, cuando salió Alan García esa tienda desapareció. Cuando llegaba a esa tienda era maravilloso por que había de todo, colores, formas, creo que eso me influenció mucho. Recuerdo Dasso, Polvos Rosados donde compraba Master of the Universe. Yo entré a esto más por las películas, por temas como Alien, Predator, por la fascinación de lo desconocido. No me imagino el mundo sin esto, el mundo sin fantasía le pones el final perfecto, o parte de tu vida se convierte en esto por un instante.

6.3.2. Inventario Cultural tienda Organa Collectible

A. Interior :

Reloj de pared digital

Bolsas de plástico

Dulces y caramelos

Chicles

Stickers de tarjetas de crédito y débito

Piso de loceta texturado

Vitrinas de aluminio y vidrio con seguros

Vitrinas de vidrio y luz dicroica

Luces tubos fluorescentes

Empaques de figuras y estatuas con fotografías color e ilustraciones

Transparencias en los empaques

Robots transformables con piezas de metal

Robots transformables de plástico

Estatuillas de personajes películas

Prop réplicas

Bustos

Barras de aluminio y cinta de seguridad

Papelera tacho de color negro
Figuras articuladas
Escalera de aluminio
Señalética de salida
Licencia de funcionamiento
Empaques de figuras con bandejas de espuma
Empaques de figuras tipo blíster
Empaques de figuras con bandejas de plástico
Cajas de cartón corrugado con cinta de embalaje
Teléfono
Calculadora
Celulares

B. Temas fantásticos:

Thor, Capitán América, X-Men, Thundercats, Star Wars, Harry Potter, Mazinger, Macross, Roswell, Terminator, Zombies, Friday 13th, Beatles, Los Pitufos, Lord of the Rings, Starcraft, Avengers, Predator, Batman, GIJoe, Bioshock, Warcraft, Gears of War, Street Fighter, Mortal Kombat, Futurama, Southpak, Kiss, Betty Boo, Frankenstein, Mars Attack, Disney, Vendetta, Iron Maiden, Jesús, Saw, Halloween, Hulk, Living Dead Dolls, Alfred Hitchcock, Sesame Street

C. Exterior de la tienda:

Vitrinas decoradas con los productos en exhibición
Vidrios con afiches de eventos
Vinyl sobre el vidrio con el logotipo de la tienda
Tacho de basura de material plástico color naranja
Corredor con barandas de metal

6.3.3. Caminata Sonora tienda Organa Collectibles

Voz de Ana María (Esposa de Rómulo)
Voz de Rómulo

Voz de clientes
Bolsas de plástico
Puerta corrediza de vitrina
Alarma de celular
Sonido de cajas de cartón
Puerta chirriando
Sonido del tráfico del exterior del centro comercial
Calculadora
Pos de tarjeta de débito/crédito

6.4. Logotipo del documental



Primer título y propuesta estética para el documental.



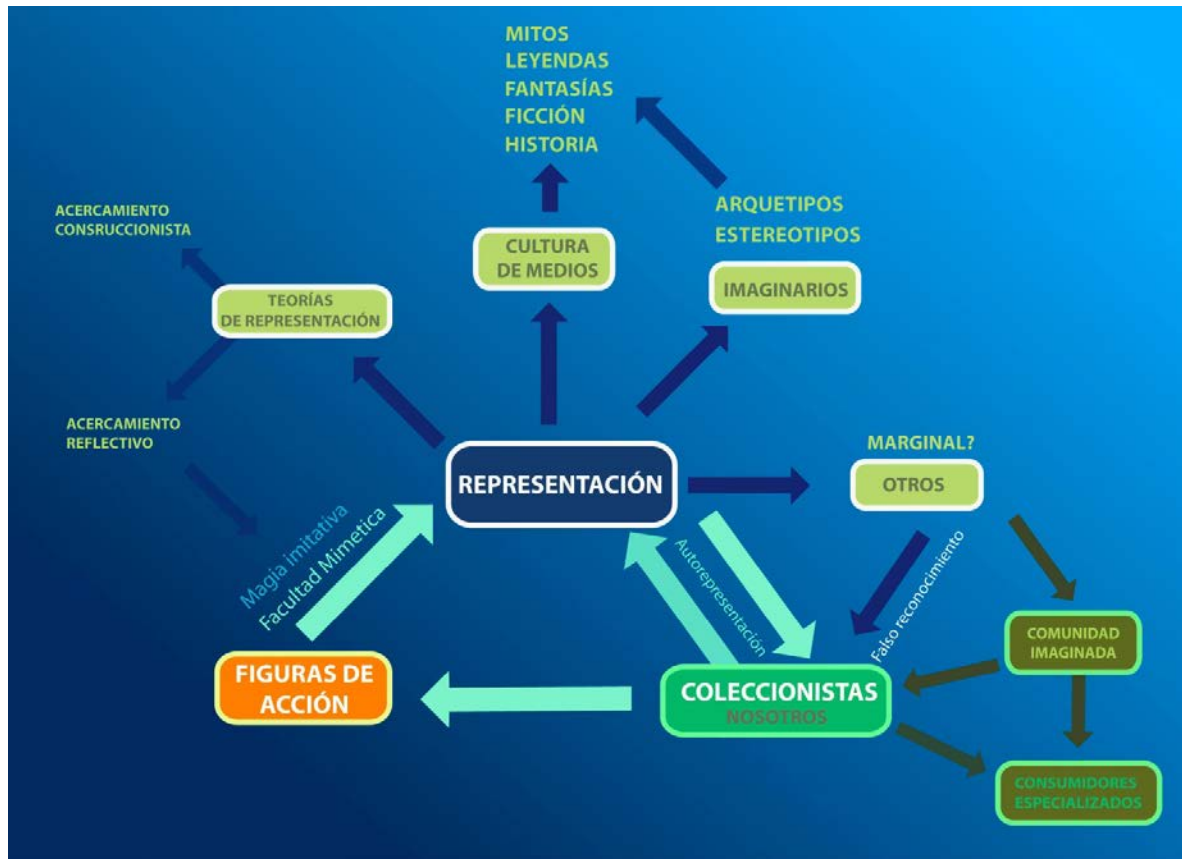
Segundo título propuesto.

JUGUETES Y ARTÍCULOS

Un corto documental sobre figuras coleccionables y quienes las coleccionan

Título definitivo del corto documental.

6.5. Mapa de temas propuestos inicialmente para la investigación.



6.6. Estructura propuesta inicialmente como guión del documental.

La búsqueda de un regalo que en el día de mi cumpleaños me haga feliz como coleccionista de figuras de acción.	Satisfacer mi ansiedad por un regalo que en el día de mi cumpleaños me haga feliz	El héroe de las mil caras Joseph Campbell
Me levanto como un día cualquiera, muy cansado, con flojera de cabiarme el pijama	Mundo ordinario El mundo normal del héroe antes de que la historia comience.	
Recuerdo el día anterior, fué mi cumpleaños, fui a un karaoke y me divertí, pero nadie me regalo un juguete, lo que realmente deseaba. Decido buscar ese objeto especial yo mismo.	La llamada de la aventura Al héroe se le presenta un problema, desafío o aventura.	
Le comento la idea a mi familia y me hacen reflexionar al respecto, soy un adulto y debo preocuparme por otras cosas. Debería buscar una casa o departamento para independizarme, o cosas para amoblar mi departamento.	Reticencia del héroe o rechazo de la llamada El héroe rechaza el desafío o aventura, principalmente por miedo al cambio.	
Leo un texto que me da argumentos para continuar con mi hobby ,y empezar la búsqueda.	Encuentro con el mentor o ayuda sobrenatural El héroe encuentra un mentor que lo hace aceptar la llamada y lo informa y entrena para su aventura o desafío.	
Luego de un paseo - recorrido por la Lima urbana, caótica y gris, entro en el espacio de los coleccionistas. El circuito mágico donde venden las figuras de acción y otros juguetes.	Cruce del primer umbral El héroe abandona el mundo ordinario para entrar en el mundo especial o mágico.	
Familiares se oponen a mi hobby. Amigos me entienden y comparten este hobby. Los vendedores y otros coleccionistas.	Pruebas, aliados y enemigos El héroe se enfrenta a pruebas, encuentra aliados y confronta enemigos, de forma que aprende las reglas del mundo especial.	
Voy consiguiendo mas argumentos en mi conversación con otros coleccionistas y amigos.	Acercamiento El héroe tiene éxitos durante las pruebas.	
Mi enamorada me pone un ultimatum, dejo de comprar de juguetes y me preocupo por otros imperativos para nuestra relación o terminamos.	Prueba difícil o traumática La crisis más grande de la aventura, de vida o muerte.	
Encuentro el super juguete , rarísimo ultra coleccionable, valioso con argumentos académicos antropológicos.	Recompensa El héroe se ha enfrentado a la muerte, se sobrepone a su miedo y ahora gana una recompensa.	
Pasó el día de mi cumpleaños, terminó la búsqueda de ese objeto mágico-especial, vuelvo al trabajo día a día, a la ciudad gris y el caos urbano.	El camino de vuelta El héroe debe volver al mundo ordinario.	
Negocio mi hobby con mi pareja, tiempo después estoy felizmente casado vivo en mi departamento. "Happy end" tomando desayuno en familia.	Resurrección del héroe Otra prueba donde el héroe se enfrenta a la muerte y debe usar todo lo aprendido.	
Voy consiguiendo mas argumentos en mi conversación con otros coleccionistas y amigos	Regreso con el elixir El héroe regresa a casa con el elixir y lo usa para ayudar a todos en el mundo ordinario	