



Sessão de Letras, Linguística e Artes II
Dia 07/11/14 – 15h30 às 17h10
Unila-PTI - Bloco 09 – Espaço 01 – Sala 03

MACHU PICCHU: PROCESOS DE CONSTRUCCIÓN SIMBÓLICA E ICONIZACIÓN

Cynthia Norma Quitarán Retamozo

Estudiante del curso de graduación de Cinema e Audiovisual

Bolsista Pibic-CNPq

Cynthia.retamozo@unila.edu.br

Mercedes Yazmín López Lenci

Profesor Adjunto

Instituto Latino-Americano de Arte, Cultura e Historia

Orientadora

Yazmin.lopez@unila.edu.br

Resumo:

En los inicios del siglo XX, la revista estadounidense National Geographic se interesa en ampliar sus horizontes, financiando expediciones científicas que explorarán nuevos territorios los cuales se destacarán principalmente por los espectaculares paisajes capturados gracias a la fotografía, imágenes impresionantes que acercaban más a los lectores y a la vez incitaban el espíritu viajero y de aventura en ellos. Hiram Bingham, quien realiza el hallazgo de Machu Picchu que estaba aún cubierto de abundante vegetación, hace un levantamiento fotográfico del lugar y éste material es mostrado a los responsables de la mencionada revista, quienes manifiestan gran interés, por lo cual financiarán los siguientes viajes de Bingham. La National Geographic lanza en el año 1913 la publicación denominada “In the wonderland of Perú” con lo cual coloca a Machu Picchu ante los ojos del mundo por primera vez. Años posteriores a su descubrimiento, el santuario inca es captado por diversos investigadores quienes también fotografiaban el lugar para brindar mayor veracidad a sus informes. Además, se hicieron cortas grabaciones fílmicas a blanco y negro. En 1950, es cuando oficialmente se inician las actividades de turismo en Machu Picchu y con ello va a comenzar el desarrollo de infraestructuras y servicios alrededor del Santuario. Cada vez más Machu Picchu va adquiriendo reconocimiento mundial siendo así que en 1983 el comité de Patrimonio Mundial de la UNESCO la declara como sitio de Patrimonio Mundial de la Humanidad con la doble categoría de Cultural y Natural. Así mismo en el año 2007 es nombrada como una de las nuevas siete maravillas del mundo moderno. Éste acontecimiento fortalecerá aún más el imaginario que se ha ido construyendo de Machu Picchu a través de los medios de comunicación. El estado peruano da un fuerte impulso al turismo, promoviendo el gran valor cultural e histórico del lugar, pero además de eso, facilita a la empresa privada para realizar negocios en torno a éste ícono, “promoviendo” el desarrollo del lugar, valiéndose así de soportes publicitarios como revistas , banners , paneles, televisión , internet, videojuegos,

etc. innumerables ventanas audiovisuales por las cuales muestran al Santuario Inca como un lugar de descanso , lleno de misticismo y además como un producto de moda. Machu Picchu fue y sigue siendo escenario inspirador de diversas manifestaciones artísticas de manera principal en el universo audiovisual. La celebración del aniversario de los cien años del Santuario Histórico de Machu Picchu se dio en el 2011 momento en el cual la fama de Machu Picchu da su mayor alcance y dado esto, se produce una fuerte campaña mediática de promoción que, vale decir; hasta el día de hoy mantiene y coloca a éste ícono entre los destinos turísticos más visitados a nivel mundial. Sin embargo , existe también la problemática causada en torno a la preservación del lugar y sus alrededores que se ven afectados día a día por la gran cantidad de visitantes y la contaminación paisajísticas causada por las nuevas infraestructuras. El Santuario histórico de Machu Picchu como icono global o mundial, está siendo llevado por una corriente consumista cultural debido a lo mediático y la inmediatez de la información.

Agradecemos a la CNPq por la bolsa de iniciación científica concedida.

Palabras clave: Fotografía, revista, turismo, centenario, promoción.