

# LA ILUSTRACIÓN EN LA NARRATIVA

basada en la mitología incaica para enriquecer el imaginario en el campo de la industria del entretenimiento peruano

La producción de la industria del entretenimiento ha tomado referentes históricos considerados hoy como mitología moderna. En cambio, la producción peruana se basa en fórmulas narrativas de humor y situaciones sociales del momento. En la presente investigación se demuestra la narrativa creativa precaria en Lima Metropolitana, debido al desconocimiento de referentes locales como la mitología Inca período Pachacútec.

Para compartir el conocimiento de dichos referentes y desarrollar una narrativa creativa en la industria del entretenimiento, se presenta un juego de mesa utilizando la ilustración como instrumento de transmisión de conocimiento en el diseño general de las piezas.



**Mg. Alonso Ruiz Gonzalez Ilas**

*Universidad de San Ignacio de Loyola  
Lima, Perú*

**Mg. Sofia Ana Pinto Vilca**

*Universidad Ricardo Palma  
Lima, Perú*



**PALABRAS CLAVE**

Diseño; ilustración; incas; narrativa; conductismo.

Fecha de envío: 21/ 12 /2020

Fecha de aceptación: 30/ 03/ 2021

# incan mythology based illustration as a narrative vehicle to increase the imaginarium in the entertainment industry.

**KEY WORDS:** *Design; illustration; incas; narrative; behaviorism.*

*The entertainment industry has used historic references known today as modern mythology. Peruvian productions, on the other hand, use a narrative formula that involves humor and specific social situations.*

*The objective of the present investigation is to demonstrate the precarious-creative narrative, in the entertainment industry in Metropolitan Lima, due to the ignorance of local references such as Inca mythology Pachacútec period.*

*In order to spread knowledge about these references and develop a better creative narrative in the entertainment industry, a board game is produced using illustration as the main source of information in the overall design of the project.*

## INTRODUCCIÓN

En las últimas tres décadas, se han visto lanzamientos de nuevas series de ficción taquilleras que han causado gran conmoción tanto en el mercado peruano como en el extranjero. Uno de estos fenómenos es la serie japonesa “Evangelion”, que ha regresado después de casi veinte años a las pantallas y las redes sociales no podían dejar de hablar de ello ¿Qué es lo que hace que una serie, película o libro, sean objetos de adoración y causen sentimientos de identificación con los sucesos que relatan? Es un fenómeno que se da desde hace algunas décadas, con comportamientos en los que el sujeto se sumerge en la cultura de alguna franquicia, como por ejemplo los “Trekies” -los seguidores de la serie “Star Trek”-, o hasta los más oscuros que siguen las doctrinas planteadas por Lovecraft.

La producción de estas obras de ficción no es producto exclusivo de una mente brillante capaz de generar algo grandioso imaginando todo un universo y su mitología desde cero. Por el contrario, es necesario señalar que muchos elementos presentes en estas obras los encontramos en las tradiciones culturales. Las más antiguas narran proezas similares a las que se plantean en las mitologías modernas. Este tipo de relatos nos han acompañado toda nuestra historia, cuestión que contribuye a crear cierto nivel de identificación con ellos. Desde el relato de la Épica de Gilgamesh hasta Harry Potter, estas obras plantean toda una mitología y construyen un universo palpable.

Efectivamente, los relatos modernos han tomado prestado muchos elementos de la historia y de la mitología antigua, para poder llegar a ser considerados como mitología moderna, a la cual muchos le rinden culto. Estos relatos

se han vuelto estímulos para un gran público y poco a poco se ve que ha aumentado su producción. Actualmente, nos encontramos en un momento clave en la creación de contenido creativo, debido a los diversos canales de difusión de entretenimiento que existen, principalmente gracias al internet. Sin embargo, debido a esta facilidad en el acceso, los creadores de contenido se encuentran con un dilema: crear contenido que desafíe y estimule a la audiencia o seguir una fórmula y sistema que ya ha probado su eficacia.

## LA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO LIMEÑA

La narrativa nacional en la industria creativa del entretenimiento se mantiene estancada debido a la idiosincrasia de la mayor población consumidora en el país. Lima, siendo el principal consumidor y productor de entretenimiento, procura pensar en ventas más que producir buen contenido cultural. En cuanto a realizaciones cinematográficas, según el Diario El Comercio en el año 2018 el film de Carlos Alcántara (“¡Asu Mare! 3”) llegó a tener 1.938.053 espectadores quedando en segundo lugar solo contra “Avengers End Game” de Marvel Studios. Analizando los demás films en cartelera, este año podemos inferir los temas normalmente tratados por las industrias creativas, “Locos de amor 2” y “No me digas solterona”, ambos presentan temas que muestran la cotidianidad y semblantes de la cultura Limeña actual.

Las casas editoriales limeñas para historietas, muchas veces tienden a caer en tendencias extranjeras. Por ejemplo, el comic “Panóptica, los últimos días del futuro”, lanzado por Dogma y Skull comics, durante el año 2013. El estilo presentado por el artista Hugo Espinoza semeja el arte secuencial presentado en las novelas gráficas de Miller tales como “Sin City” o “Watchmen”. Con el uso del auto

contraste bien definido genera dramatismo y hace pertinente para demostrar la distopía del género que presentan los temas tratados dentro del guion del cómic.

Otro caso es el Juego de mesa Presidente realizado por Javier Zapata, como lo menciona Sotomayor (D. Sotomayor, comunicación personal, 21 de Setiembre de 2019). Este juego fue una sátira dirigida a la política después de la caída del régimen fujimorista en el Perú. Hoy en día las nuevas versiones de este juego siguen siendo fieles al interés de satirizar la política peruana desde un abordaje coloquial y cómico.

En Lima la mitología precolombina, que es nuestro patrimonio cultural, se usa primordialmente con fines publicitarios o turísticos, pero no se le da el valor creativo y narrativo necesario para poder generar productos sólidos con otro propósito. Desde los comerciales en la televisión y los estampados en polos, se refleja una iconografía de nuestra mitología que es superpuesta sobre imágenes de la cultura popular, dejando todo lo que puede ofrecer la narrativa y el imaginario que tienen nuestros relatos precolombinos. Esto llega a ser consecuencia de varios factores: primordialmente de la exposición que el peruano hace de su propia mitología y de la importancia que le da a su difusión. En efecto, si no se tiene acceso a esta información de manera recurrente, se vuelve efímera, irrelevante y se la considera colectivamente como algo superfluo y de poco valor cultural. Al mantener este perfil bajo, encontramos pocos ejemplares que no son aprovechados como otras mitologías del mundo para poder generar un contenido narrativo.

**COSMOVISIÓN INCA Y LEGADO DE CUSI YUPANQUI**

La mitología Inca data del siglo XIII. Es de índole politeísta como muchas otras mitologías de América. Debido a su extensa expansión por el sur del continente, surgen varios relatos que constituyen el imaginario de su mitología y por ello generan el culto a diversos dioses de su panteón y la práctica de su adoración y sacrificios para honrarlos.

La mitología incaica plantea una diversidad de dioses por cada fuerza natural del mundo, pero tiende a relatar sobre el dios Sol. Dado el hecho de que los dioses estaban relacionados a los elementos que constituían la cotidianidad natural del poblador del imperio, sería consecuente que los relatos fueran del elemento que los acompañaba todos los días y les permitía o no seguir laborando la tierra, hacer crecer las plantaciones, entre otras cosas que dependen de la luz solar. Asimismo, al ser indispensable la luz y la oscuridad o lo desconocido es uno de los miedos más antiguos del ser humano, resulta normal que los relatos del dios Inti hayan sido los más promulgados a través del imperio. “La mente del hombre andino quedó asombrada ante los fenómenos cósmicos y telúricos, que en forma de mitos han llegado hasta nosotros. Época maravillosa cuando los dioses aún andaban sobre la tierra, los animales hablaban, y las cumbres, lagos y fuentes tienen un espíritu tutelar.” (Rostworowski, 2001, p33)

La cosmovisión Inca está separada por tres principales planos de existencia en los cuales diferentes dioses del panteón conviven. Hanan Pacha: el mundo de arriba o celestial es aquel donde habitan los dioses como Viracocha, Mama Quilla o Inti. Kay Pacha. El mundo físico y terrenal en el cual el ser humano se encuentra. Se planteaba que este era plano y se encontraba en el medio del Hanan Pacha por sobre este y el Uku pacha en la parte inferior dando así un

sistema de tres planos paralelos. Uku Pacha. El último de los planos de existencia para los incas era el inframundo.

Dentro de la extensa historia que abarca los relatos incas, la batalla entre los Chancas e Incas en Yawarpampa marca el cambio drástico que tiene esta cultura en dejar de ser un curacazgo y empieza a consolidarse mediante expansión, lo que se conoce como el imperio Inca. Esta batalla es decisiva pues se encuentra a manos de Cusi Yupanqui príncipe Inca, hijo de Huiracocha Inca, al cual el dios Inti se le presenta en sueños y le confía la victoria ante los invasores. Tras la huida de su padre a la fortaleza de Caquia Sacsahuana, Cusi toma el mando de las defensas y con la convicción que le da su dios supremo convence a la nobleza. Durante la batalla encontramos intervención divina por el dios Inti mandando a los Pururaucas, guerreros de piedra, a ayudar a la victoria inca. Después de esta batalla se le atribuye a Cusi Yupanqui un aspecto divino y adopta el nombre de Pachacútec que se puede traducir a aquél que cambia el rumbo de la tierra.

**CONDUCTISMO, JUEGOS Y ENSEÑANZA**

El conductismo plantea que desde el nacimiento del cerebro del individuo aprende mediante estímulos, “la asociación de un estímulo con una reacción determinada conlleva a que el educando internalice las estructuras que se le enseñan, de manera rígida, repetitiva, mecánica y uniforme” (Ferrer, 2015, p.3). Este planteamiento de la psicología cognitiva por Burrhus Skinner centra al docente como generador y conductor de estos estímulos para la clase y de esa manera obtener respuestas adecuadas por parte de los estudiantes.

El juego como conductor de estímulos ha sido probado por diferentes sistemas de educación como una he-

herramienta valiosa para el aprendizaje. Según el conductismo, un sistema lúdico contiene todos los posibles aspectos generadores de estímulos que necesita el ser humano para poder aprender.

Una vía para lograrlo es la utilización de métodos que pongan en marcha procesos creativos y propicien una enseñanza en la cual los alumnos van resolviendo problemas, organizando ideas, etc, logrando así un aprendizaje agradable y profundo. Los juegos le permiten al grupo (a los estudiantes) descubrir nuevas facetas de su imaginación, pensar en numerosas alternativas para un problema, desarrollar diferentes modos y estilos de pensamiento, y favorecen el cambio de conducta que se enriquece y diversifica en el intercambio grupal (Chapoullie 2007)

Para el arqueólogo y educador Daniel Kwan, que viene trabajando un programa lúdico en el Royal Ontario Museum, la estrategia es manejar un juego de roles para llegar a un propósito en específico. “Como una forma de aprendizaje experimental, los juegos de roles pueden ser una herramienta educativa colectiva muy poderosa (...) Esto incluye. Pero no se restringe a: matemáticas, historia, ciencia, arte, literatura, comunicación interpersonal, auto-evaluación, pensamiento crítico y resistencia.” (Kwan 2017)

## DESARROLLO DE LA MENTE CREATIVA

La creatividad es una herramienta que se puede cultivar, ejercitar y mejorar mediante ejercicios y experiencias a las cuales el individuo es expuesto. Esto se debe a la caracte-

rística del ser humano, de generar un compendio visual dentro del inconsciente para poder producir relatos basados en los sucesos experimentados desde un punto de vista del conocimiento propio;

Esto se debería al desarrollo progresivo de la memoria semántica que, en torno a los tres años, permitiría al niño recordar experiencias e informaciones en forma conceptual y consciente. Desde esta perspectiva, la narración incorporaría dos dimensiones esenciales: el escenario de la acción y el escenario de la conciencia. (Landolo 2011, p.5)

La forma de recolectar datos y procesarlos se da desde temprana edad y permite al infante poder discernir mediante contrastes entre lo real y la ficción. Esto solo aparece si el individuo es expuesto a situaciones que le permitan poder entablar en conflicto, una conversación con su subconsciente para procesar lo que es real y lo que no es;

Mientras las historias son vistas como verdaderas, se presentan ante los niños como un mundo que deben asimilar; solamente después de que la historia se ha convertido en ficción, se inicia un viaje hacia la exploración del mundo tal y como podría ser, planteando más alternativas que certezas (Monforte 2013 p.163)

Siempre que el individuo pueda ser expuesto a experiencias, relatos y visiones nuevas que desafíe su comprensión y entable una conversación entre su consciente e inconsciente para poder diferenciar lo real de la ficción esto empujará su propia capacidad de poder creativo.

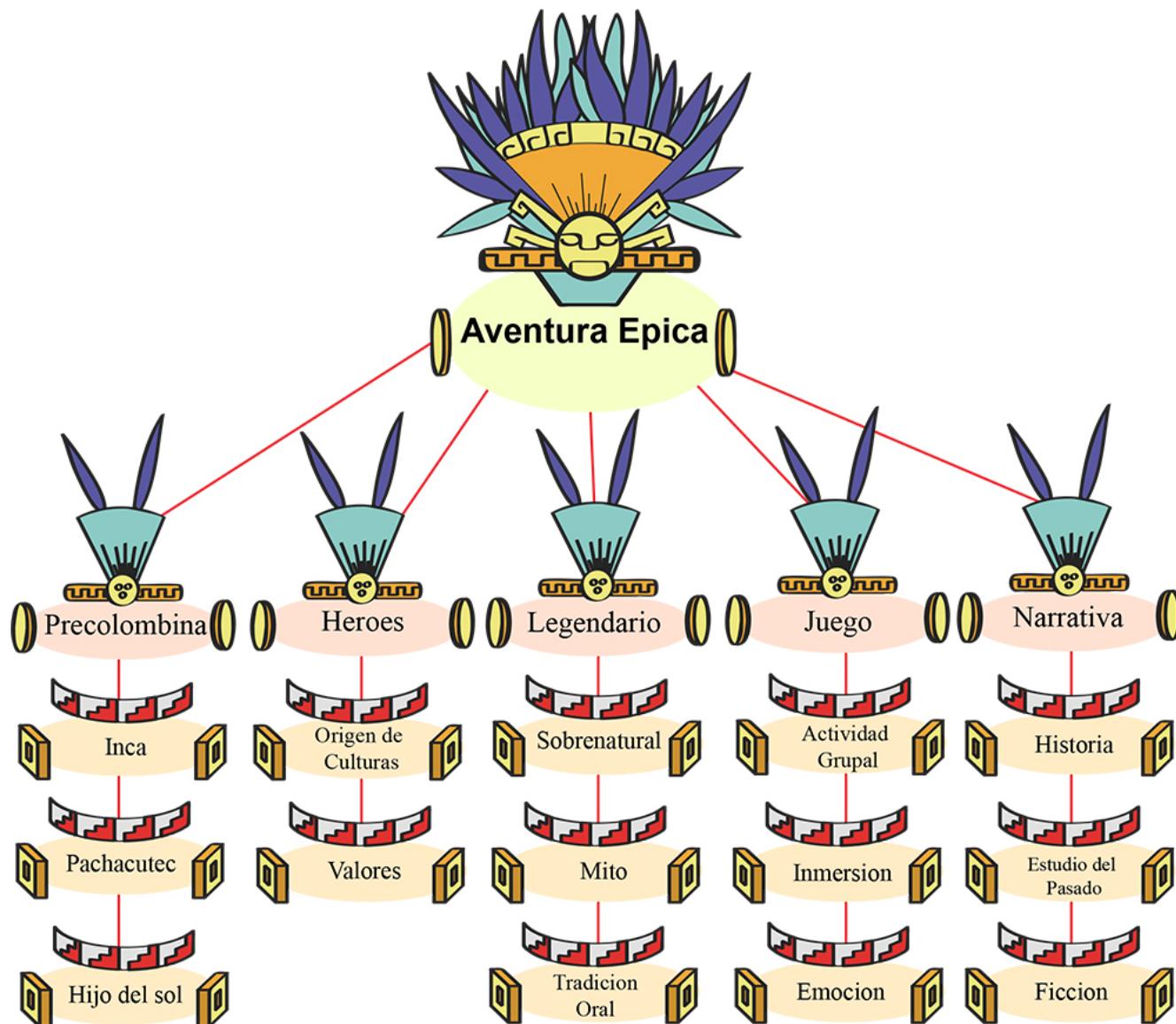


FIGURA 1. Mapa conceptual del proyecto, elaboración propia.

## PROYECTO ILUSTRADO

Se determinó el diseño de un juego de mesa como instrumento de investigación, con un sistema lúdico de aprendizaje y la ilustración como principal medio narrativo en un juego modular de carácter participativo de roles. El público objetivo comprende personas que están iniciando una carrera profesional, interesadas en el campo del entretenimiento. Se trata de un público multidisciplinario porque dentro de los creadores potenciales de contenido para la industria del entretenimiento encontramos ingenieros, físicos y geógrafos entre otros.

Se tomó el concepto de la Épica como recurso narrativo. Además, se tomó la Batalla de Yawarpampa y el ascenso de Pachacutec como motor creativo, dada sus peculiaridades en cuanto sucesos y misticismo que la rodea.

El juego narra los hechos desde la huida de Huiracocha Inca de la ciudad del Cusco hasta la definitiva victoria de Cusi Yupanqui sobre el pueblo Chanca.

El instrumento juego de mesa ilustrado pasó por una validación mediante juicio de pares, quienes determinaron que los elementos diseñados e ilustrados influían de manera positiva en la creatividad narrativa. En la evaluación, se observó una buena conjugación del diseño de personajes y de la cartilla. Se consideró que ambos elementos instruyen de una manera creativa los aspectos de la época y que las libertades artísticas no han impedido mantener la fidelidad histórica. Los jueces responsables de la evaluación, estuvieron de acuerdo en que por estas cuestiones, este juego despierta la curiosidad y el interés por investigar la mitología incaica.

## ATIPAY: CAMBIANDO EL RUMBO DE LA TIERRA

El nombre que lleva el proyecto es Atipay, palabra quechua usada para denominar conquista o tomar posesión por la fuerza. El motivo del nombre se selecciona por los acontecimientos que llevan a la batalla de Yawarpampa. Desde la pronta invasión Chanca a la ciudad del Cusco hasta la inminente ocupación y la huida del inca, la gran defensa liderada por Cusi Yupanqui y la sangrienta batalla que se lleva a cabo en este terreno, luego bautizado tierra sangrienta. El proyecto presentó varias etapas importantes para su realización. La primera, fue diseñar la línea gráfica que sirvió como eje para el desarrollo de las ilustraciones del instrumento.



**FIGURA 2.** Bocetos del diseño y concepto para el personaje Chaman, elaboración propia.

A continuación, se diseñaron los personajes involucrados como dioses, personajes usados por el moderador del juego y finalmente los arquetipos que usarán los jugadores. Mediante diversas propuestas gráficas que apuntaban a generar una identidad única entre cada arquetipo y mantener la fidelidad tanto a la naturaleza que plantea el universo del juego como a la visión connotativa de la cultura Inca, se desarrollaron diseños atractivos e interesantes.



FIGURA 3, Ilustración del Hondero inca, elaboración propia.

FIGURA 4, Ilustración del Dios Inti y Supay, elaboración propia.





De la misma manera se diseñaron las fuerzas enemigas a las cuales los jugadores tendrán que combatir y realizar diferentes tareas para derrotarlas.



**FIGURA 5.** Bocetos de fisionomía del ejército Chanca, elaboración propia.

La diferencia entre Incas y Chancas se marcó mediante uso de rasgos más feroces a los antagonistas por su conexión divina a los felinos. Recuperando aspectos relacionados a los relatos de Yawarpampa, se tomó la libertad artística de producir un imaginario que irá de la mano con la temática del instrumento, que es generar una aventura épica y con eso plantear a los personajes con ciertas exageraciones.





**FIGURA 6.** Ilustración de Uscovilca, elaboración propia.

Para poder lograr que el juego se sienta como un mundo palpable, se diseñaron varios elementos que harán que el concepto del juego no solo se quede en el tablero. Se crearon cartillas de armas y armaduras que los jugadores podrán ir recolectando durante las misiones como recompensa o tesoros que encontrarán en el camino.



FIGURA 7. Boceto de prototipo de escudo y cetro, elaboración propia

De igual manera se diseñaron las habilidades que los jugadores pueden obtener de los diferentes dioses que serán parte de la mecánica más importante del juego. Estas cartas de habilidades serán la principal mecánica dentro del juego para realizar acciones y estarán determinadas por los dioses que cada arquetipo pueda adorar.

Las cartillas contienen la información de modificadores de ataque, defensa, movimiento y puntos de vida, todo esto desarrollado sobre un decenio, emulando telares y orfebrería Inca. Asimismo se presentan elementos relacionados a las deidades que se encuentran en el juego como atributos secundarios ubicados debajo de la ilustración del personaje de la cartilla. Estos atributos serían utilizados para crear proezas especiales en nombre de ciertos dioses como mecánica única del instrumento que beneficiara al grupo por cada proeza heroica que se logre.



FIGURA 8. Cartilla de Chaman Inca, elaboración propia.

El sistema de juego se basa en un sistema de D20 (dado de 20 lados, icosaedro). En este sistema la mayoría de las acciones que requieren algún tipo de esfuerzo físico se verá afectado por un lanzamiento del dado emulando la probabilidad de acierto o fallo con el 1 siendo un fallo crítico y 20 un acierto crítico.

FIGURA 9. Elementos de la cartilla de personaje, elaboración propia (pág. 59)

Las Cartillas presentan:



Vitalidad  
 (Puntos de vida)



Fuerza  
 (Modificador de Dano)



Velocidad  
 (Espacios que se puede mover por turno)



Defensa  
 (Modificador de Defensa)

**WARANKA KAMAYOK**  
 El jefe de batallon o comandante de 10 Pachas de 100. Oficial de alto rango cuya honra viene de la victoria en el campo de batalla.

La canaxachuma champi, un arma acomputando al oficial altamente condecorado

**DE PRE SOLDADO (Habilidad Especial)**  
 Tu y los jugadores adyacentes reciben +2 por 3 rondas. Luego hacen una prueba de si es superada este efecto se vuelve a repetir por 1 ronda adicional.

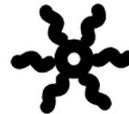
Stats: 7 (red), 8 (green), 4 (white), 9 (blue)

Abilities: 4 , 1 , 3

Stats Secundarios



Bendicion del Apu



Bendicion del Sol



Bendicion de espiritus



Para resolver la acción de ataque se seguiría la siguiente fórmula: el resultado del lanzamiento del dado más el modificador de ataque (más los bonos de las armas). Si este es mayor al modificador de defensa del enemigo, el ataque impacta. Luego se restará el modificador de ataque, al igual que en la etapa anterior, a la vitalidad del objetivo.

Una vez entendida cada pieza del sistema lúdico, los participantes podrán empezar a alistarse para empezar a jugar. Con un máximo de cinco jugadores que incluye a uno por cada arquetipo de personaje y 1 jugador actuando de moderador del juego y narrador.

Cada jugador que usará un arquetipo tendrá sus cartas de equipo a un lado y al otro lado tendrá su baraja de habilidades elegidas de los dioses relacionados al arquetipo.

## CONCLUSIONES

Se demostró que debido al abuso de un motor imaginativo creado mayormente de la cotidianidad de la sociedad limeña, la narrativa planteada por los diferentes productos editoriales, como novelas gráficas o juegos de mesa, son de carácter precario. La falta de uso de referentes que desafían diferentes aspectos (imaginación, creatividad, interés, emoción, etc.) del usuario o lector pretende la creación de una cantidad de productos poco atractivos y sin mayor valor artístico o cultural. Ejemplares como el juego Muchik o la historieta Ayar, así como otros productos basados en culturas o relatos antiguos con un trasfondo de investigación meticulosa previa producción se generan en provincia que por el contrario las industrias locales prefieren optar por una ruta más cómoda.

También se concluyó que la ilustración es pertinente para desarrollar proyectos más dinámicos y atractivos. Esta gráfica tiene que seguir la propuesta y tendencias relativas tanto al objetivo del proyecto como a la del público objetivo para que el mensaje sea completamente comprendido.

Se afirma que tanto el proyecto evidencia con claridad su pertinencia como material que fomenta el conocimiento de la mitología Inca - Periodo Pachacútec por medio del instrumento planteado y sus diferentes elementos gráfico-narrativos. Mediante el uso de métodos como un ambiente controlado como lo plantea Montessori y la teoría desarrollada por Monforte sobre el aumento de la creatividad.

## BIBLIOGRAFÍA

**ASCOTT, R.** (2007). *La arquitectura de la cibercepción*. En J. La Ferla, El medio es el diseño audiovisual. Manizales, Universidad de Caldas.

**CHAPOULLIE M.** (2007). *La importancia del juego en el proceso educativo*. 14 enero 2020, de Universidad de Palermo  
Sitio web: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista\\_detalle\\_articulo.php?id\\_libro=10&id\\_articulo=1388](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista_detalle_articulo.php?id_libro=10&id_articulo=1388)

**FERRER, T.** (2015). Métodos de enseñanza comunicativos: El juego como estrategia didáctica en la instrucción del español como segunda lengua. *Lúdicamente*, Vol. 4 – Número 8, p.3-5.

**KWAN, D.** (2017, 30 septiembre). *Why you should be using tabletop RPGs in your classroom (and beyond)*. Recuperado 4 diciembre, 2018, de <https://danielhkwan.com/letslearnsomethingnew/edugaming>

**LANDOLO G.** (2011). *El desarrollo de las competencias narrativas: Forma, cohesión y equilibrio de contenido a través del Test Proyectivo de la Familia de los Osos*. 22 mayo 2020, de Universidad autónoma de Madrid Sitio web: [https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/7740/42969\\_iandolo\\_pandolino\\_giuseppe.pdf?sequence=](https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/7740/42969_iandolo_pandolino_giuseppe.pdf?sequence=)

**MONFORTE MARESMAS, M.** (2014). Habilidad narrativa y creativa de los 3-4 años de edad. *Cauce*, 36- 37, 159-183.

**ROSTWOROWSKI M.** (2001). *Pachacutec*. Lima Peru, IEP Instituto de Estudios Peruanos.

## AUTORES

### ALONSO RUIZ GONZALEZ ILAS

Titulado de la carrera de artes plásticas de la UTSA (Universidad de Texas San Antonio) , EEUU y pronto emprendió su compañía de ilustraciones a comisión Prismatic Llama con la que participó en numerosos eventos en el sur de Estados Unidos. Magister en Diseño Gráfico por la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL) y docente a tiempo parcial en la carrera de Arte y Diseño Empresarial, en la misma universidad, en cursos como Dibujo, Ilustración, Creación de historietas y personajes entre otros. Actualmente con proyectos paralelos relacionados a los juegos de mesa, el análisis de la gráfica y metodologías para el mejor aprendizaje de la renderización de esta misma para estudiantes y la ilustración a comisión.

### SOFÍA ANA PINTO VILCA

Titulada de la carrera de Diseño Gráfico en la escuela Montemar, Lima-Perú, aplicó sus conocimientos a la enseñanza de diseño publicitario en el Instituto Peruano de Publicidad IPP. Participa como docente en diversos cursos impartidos en la carrera de Arte y Diseño Empresarial – USIL, como Investigación y Tesis. Posee una Maestría en Educación Superior otorgada por la Universidad Ricardo Palma. Actualmente está dedicada a la investigación de estrategias de enseñanza y es generadora de teorías multidisciplinares adaptadas a la comunicación, estimando las ciencias y la filosofía como base formativa y estratégica para el desarrollo del diseño y comunicación efectiva.