



Universidad Internacional de La Rioja
Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

Máster Universitario en Gestión y Emprendimiento de
Proyectos Culturales

**Diseño de una exposición temporal para la
difusión de la cultura yánesha en el museo
MAC Lima**

Trabajo fin de estudio presentado por:	Silvana Jeniffer Cossio Mendoza
Tipo de trabajo:	Intervención
Director/a:	Dra. Yolanda López López
Fecha:	21 de Julio 2021

Resumen

Esta intervención busca diseñar un modelo de gestión intercultural con el fin de realizar un proyecto de arte y diseño en co-creación con artesanos de la comunidad Azulís del pueblo amazónico yánesha, así como su posterior exposición en el Museo de Arte Contemporáneo MAC Lima. La propuesta se estructura en dos etapas diferenciadas. Una primera incluye la investigación, conceptualización, diseño y evaluación de los talleres donde participan los miembros de la comunidad Azulís y los artistas y diseñadores involucrados en el proyecto. La segunda etapa incluye la conceptualización, diseño, montaje y evaluación de la exhibición del proceso y de las piezas creadas en los talleres.

Palabras clave: co-creación, interculturalidad, yánesha, Amazonía, diseño

Abstract

This intervention seeks to design an intercultural management model in order to carry out an art and design project in co-creation with artisans from the *Azulís* community of the Amazonian *yánesha* people, as well as its subsequent exhibition at the Museum of Contemporary Art MAC Lima. The proposal is structured in two different stages. The first includes the research, conceptualization, design and evaluation of the workshops where members of the *Azulís* community and the artists and designers involved in the project participate. The second stage includes the conceptualization, design, assembly and evaluation of the display of the process and the pieces created in the workshops.

Keywords: co-creation, intercultural, *yánesha*, Peruvian Amazon, design

Índice de contenidos

1.	Introducción	10
1.1.	Justificación.....	11
1.2.	Objetivos del TFE	13
1.2.1.	Objetivo principal del TFE	13
1.2.2.	Objetivos específicos del TFE	13
2.	Marco teórico	13
2.1.	El pueblo yánesha	14
2.1.1.	Historia y territorio amuesha-yánesha	14
2.1.2.	Organización social y actualidad	17
2.1.3.	Expresiones culturales	18
2.1.3.1.	Arte, materiales e iconografía	18
2.1.3.2.	Lengua yánesha	20
2.1.4.	Comunidad Azulís.....	21
2.2.	Definiciones conceptuales	25
2.2.1.	Pueblos indígenas u originarios	25
2.2.1.1.	Instituciones peruanas enfocada en temas indígenas amazónicos	28
2.2.2.	Biodiversidad	29
2.2.3.	Interculturalidad y diseño	30
2.2.4.	Co-creación	32
2.3.	Museografía y tratamiento expositivo.....	33
2.3.1.	Proyectos referenciales.....	33
2.3.1.1.	“Cambio”, Formafantasma – Serpentine Galleries, Londres, 2020	33
2.3.1.2.	“The Growing Pavilion”, Company New Heroes, Eindhoven, 2019	34
2.3.1.3.	“De Straat Makers”, Atelier NL, Eindhoven, 2019	35

2.3.1.4. "Forms of Movement", Nendo – Superstudio, Milan, 2018	36
2.3.2. Conceptos expositivos	37
2.4. Museo de Arte Contemporáneo MAC Lima	38
2.4.1. La institución, su manifiesto y trayectoria	38
2.4.2. Levantamiento del contenedor y análisis del contexto	40
3. Diseño metodológico.....	44
3.1. Objetivos del proyecto.....	45
3.1.1. Objetivo principal del proyecto de intervención	45
3.1.2. Objetivos específicos del proyecto de intervención	45
3.2. Beneficiarios.....	45
3.2.1. Artesanos de la comunidad Azulís	45
3.2.2. Artistas y diseñadores	47
3.2.3. Gestor cultural-agente: Arde	48
3.2.4. ONG Atiycuy	49
3.2.5. Museo de Arte Contemporáneo MAC Lima	50
3.2.6. Públicos	51
3.3. Actividades y tareas	53
3.3.1. Organización del proyecto	53
3.3.1.1. Etapa 1: Talleres de co-diseño	54
3.3.1.2. Etapa 2: Exposición temporal en el MAC Lima	57
3.4. Organigrama de funciones.....	65
3.4.1. Dirección general	65
3.4.2. Área de comunicación.....	66
3.4.3. Área de producción.....	69
3.4.4. Área de investigación.....	70

3.5.	Cronograma	71
3.5.1.	Calendario general	71
3.5.2.	Cronograma general	72
3.5.2.1.	Cronograma para los talleres	72
3.5.2.2.	Cronograma exposición	72
3.6.	Recursos	73
3.6.1.	Recursos humanos	73
3.6.2.	Recursos económicos	74
3.6.2.1.	Plan de financiación	74
3.6.2.2.	Presupuesto general	75
3.6.3.	Materiales	75
3.6.3.1.	Material para los talleres	75
3.6.3.2.	Material de comunicación	76
3.6.3.3.	Material para la exposición	76
3.7.	Evaluación	77
4.	Conclusiones	78
5.	Limitaciones y Prospectiva	81
	Referencias bibliográficas	84
Anexo A.	Imágenes de visitas previas a Azulís	89
Anexo B.	Levantamiento de información 2019	90
Anexo C.	Cronograma talleres	91
Anexo D.	Cronograma exposición	92
Anexo E.	Calendario general	93
Anexo F.	Presupuesto general	94
Anexo G.	Material de comunicación	95

Anexo H.	Detalles de la exposición.....	99
Anexo I.	Lista de instrumentos de evaluación	100
Anexo J.	Planos de la exposición	101
Anexo K.	Material para los talleres	103
Anexo L.	Iconografía yánesha	104
Anexo M.	Recursos humanos	105
Anexo N.	Plan de financiación	106
Anexo O.	Comunicación coordinada con el MAC Lima.....	107
Anexo P.	Vista 3D de la exposición	108

Índice de figuras

Figura 1. Grupos étnicos de la familia Arahuan-Arawak.....	15
Figura 2. Línea de tiempo de la relación Yánesha con occidente	17
Figura 3. Diseño yánesha del Huamprat.....	19
Figura 4. Taller de trabajo con la comunidad yánesha Azulís	19
Figura 5. Ubicación de la comunidad Azulís	23
Figura 6. Material del trabajo de campo	24
Figura 7. Taller de trabajo.....	24
Figura 8. Maloca comunitaria	25
Figura 9. The Growing Pavilion	34
Figura 10. De Straat Makers	35
Figura 11. Proyecto MAC Lima con estudiantes de Diseño	38
Figura 12. Exposición Ecosistema del agua.....	39
Figura 13. Ubicación del contenedor en el distrito de Barranco	41
Figura 14. Ubicación del museo MAC Lima en su contexto urbano	42
Figura 15. Planta general del Museo de Arte Contemporáneo de Lima.....	42
Figura 16. Vista isométrica de funciones del museo	43
Figura 17. Vista 3D de la sala de exposición para la muestra	43
Figura 18. Fotografías de cuatro de los siete artesanos participantes en los talleres.....	46
Figura 19. Dibujos que responden a la pregunta ¿Qué nos representa?	47
Figura 20. Proceso de trabajo interno de Arquitectura, diseño y espacio	49
Figura 21. Metodología de intervención Atiycuy.....	50
Figura 22. Esquema del modelo de gestión para los talleres	54
Figura 23. Matriz FODA para el diagnóstico del modelo de gestión de talleres.....	57

Figura 24. Esquema con el proceso de trabajo para la exposición	60
Figura 25. Esquemas de distribución y circulación.....	61
Figura 26. Boceto con la zonificación de la exposición.....	62
Figura 27. Detalle de la experiencia en la zona II: Material.....	63
Figura 28. Detalle de la experiencia en la zona V: Proceso	63
Figura 29. Detalle de la experiencia en la zona V: Proceso	64
Figura 30. Vista en 3D del diseño de la exposición.....	64
Figura 31. Organigrama del proyecto	65
Figura 32. Prototipo de identidad gráfica de la exposición	66
Figura 33. Objetivos Smart de la campaña de comunicación	67
Figura 34. Política de precios del MAC Lima.....	68

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Perfil demográfico de la comunidad Azulís</i>	21
Tabla 2. <i>Equipo de trabajo en visitas de setiembre y noviembre 2019</i>	22
Tabla 3. <i>Distribución étnica en el territorio peruano</i>	26
Tabla 4. <i>Pueblos amazónicos censados en 2017.....</i>	27
Tabla 5. <i>Público asistente al MAC Lima en 2019.....</i>	52
Tabla 6. <i>Definición del proyecto</i>	53
Tabla 7. <i>Segmentación de público objetivo.....</i>	67
Tabla 8. <i>Calendario de campaña de comunicación.....</i>	68
Tabla 9. <i>Resumen de conceptos</i>	71
Tabla 10. <i>Cronograma general consolidado y resumido</i>	73
Tabla 11. <i>Listado de obras y sus características</i>	77

1. Introducción

El Perú es conocido como un país de gran diversidad territorial, étnica, lingüística y cultural. Dentro de su territorio conviven gran variedad de ecosistemas y grupos humanos reunidos bajo la idea de un solo país o nación. Este proyecto de intervención intenta abordar la relación entre pueblos indígenas u originarios y la divulgación de su cultura en formatos contemporáneos y accesibles a nuevos públicos.

El II Censo de Comunidades Nativas 2007 en el Perú registró un total de cincuenta y un pueblos indígenas organizados en 1,786 comunidades nativas. El resultado del III Censo de Comunidades Nativas 2017 registró cuarenta y cuatro pueblos indígenas y 2,703 comunidades censadas (INEI, 2018). Según esta información, en diez años el número de comunidades aumentó en 917. Sin embargo, siete pueblos indígenas habrían desaparecido o sido asimilados por otros grupos humanos. La base de datos oficial de pueblos indígenas u originarios (BDPI) del Ministerio de Cultura tiene cincuenta y cinco pueblos indígenas registrados. Al comparar los censos y la BDPI, se observa que muchos de los nombres de estos pueblos no coinciden. En 2017 aparecen nuevos grupos y algunos de los que figuraban en 2007 ya no existen. La información revisada y comparada corresponde a diferentes instituciones del gobierno peruano. Mientras los censos los dirige el Instituto Nacional de Estadística (INEI), la BDPI está a cargo del Viceministerio de Interculturalidad del Ministerio de Cultura del Perú.

El pueblo yánesha es una etnia indígena amazónica perteneciente a la familia lingüística arawak o arahuaca. La mayor parte de sus comunidades se distribuye en la provincia de Oxapampa, departamento de Pasco, en la selva central peruana, aunque también existen comunidades en los departamentos vecinos de Huánuco y Junín. Según la BDPI, el pueblo yánesha tiene 12,931 individuos aproximadamente, distribuidos en sesenta y cinco comunidades que representan el 2,4% del total de comunidades nativas censadas (Ministerio de Cultura, 2021).

La historia documentada yánesha se remonta a los años de la conquista. Por los relatos de Diego de Porres se sabe que el primer encuentro con los colonizadores españoles fue a través de misioneros franciscanos en 1635 (Santos Granero, 2004). A lo largo de la historia peruana los yánesha, como otros pueblos indígenas amazónicos, han soportado la pérdida de sus territorios, ya sea por el avance de la civilización occidental, las empresas extractoras de

recursos, o la ocupación de movimientos terroristas en las últimas décadas del siglo pasado. Los pueblos amazónicos son poseedores de tradiciones y expresiones culturales que resultan fascinantes por la conexión y relación que demuestran con el hábitat que los rodea. Desafortunadamente, esta mirada de fascinación no ayuda a entender a los yánesha como una comunidad capaz de llevar su legado cultural a la contemporaneidad. Son necesarios espacios de intercambio que ofrezcan oportunidades de colaboración creativa.

El objetivo de este proyecto de intervención es diseñar un modelo de gestión intercultural para el desarrollo de un proyecto de arte y diseño en co-creación con artesanos yánesha de la comunidad Azulís y su posterior exposición en el Museo de Arte Contemporáneo MAC Lima (desde ahora en adelante MAC Lima). Este modelo se organiza en dos etapas. La primera aborda el proceso creativo colaborativo entre los diferentes actores participantes en el proyecto, y la segunda se ocupará de la exposición del resultado de dicho proceso.

El capítulo introductorio de este documento incluye la justificación del tema y los objetivos del trabajo. El siguiente capítulo desarrolla el marco teórico en cuatro partes: descripción del pueblo yánesha (contexto histórico, territorio, organización actual, expresiones culturales y características de la comunidad Azulís, actor principal del proyecto), definición de conceptos para la elaboración del modelo de gestión (biodiversidad, pueblos indígenas amazónicos, interculturalidad, y co-creación), lineamientos generales en el tratamiento expositivo y las condiciones del museo contenedor de la exposición.

El tercer capítulo de esta tesis corresponde al diseño metodológico. Se definen los objetivos, beneficiarios, organigrama y tareas a llevar a cabo dentro del proyecto. Es aquí donde se despliega el modelo de gestión propuesto y se contrasta con la base teórica referenciada. El resultado será una herramienta con la especificidad suficiente para ejecutar los objetivos trazados y con la flexibilidad necesaria para poder aplicarse a otros contextos que aborden realidades interculturales.

1.1. Justificación

Existe amplia investigación sobre comunidades indígenas amazónicas. Se ha estudiado su lengua, su forma de vida, su relación con el territorio y su sabiduría tradicional. Pero poco ha hecho el gobierno peruano por integrar estas comunidades a la contemporaneidad. Las

categorías en las que se definen las expresiones artístico-culturales de los yánesha están circunscritas a libros y catálogos de antropólogos e investigadores sociales como Richard Chase Smith y Fernando Santos-Granero. El pueblo yánesha, desde su encuentro inicial con la cultura occidental en el siglo XVII, ha venido perdiendo tanto territorios como individuos, primero a mano de los conquistadores extranjeros, luego a causa de gobiernos y colonos peruanos, hasta llegar al punto máximo de riesgo a finales del siglo XX debido al terrorismo y al narcotráfico que azotaron duramente este país. Es recién a partir de la pacificación de la región amazónica peruana a inicios del siglo XXI que las comunidades indígenas han logrado estabilizar su población (Ministerio de Cultura, 2021). Existen nobles iniciativas desde el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Educación, el Ministerio de Agricultura y Organismos No Gubernamentales nacionales e internacionales que con dedicación buscan la revalorización de estas culturas originarias. Desafortunadamente el enfoque suele ser solamente de conservación y preservación de un patrimonio que se juzga desde fuera muchas veces sin tomar en cuenta las motivaciones de los individuos.

Este proyecto de intervención busca trabajar bajo los conceptos de co-diseño e interculturalidad para plantear respetuosamente lenguajes nuevos que hibriden las expresiones artístico-artesanales yánesha con el trabajo de artistas y diseñadores del circuito cultural limeño. Se propone una mirada diferente, horizontal y de intercambio. El punto de partida para esta intervención es una serie de visitas hechas a la comunidad Azulís en 2019 entre los meses de agosto y noviembre. La documentación en fotografía, video, dibujos, objetos y bitácoras con información levantada en esas visitas, será presentada y contextualizada para el desarrollo de este proyecto de tesis.

La complejidad del tema exige una postura; es por ello que se toman consideraciones conceptuales, se hacen referencias a investigaciones que abordan la interculturalidad y se muestran casos de estudio de éxito y fracaso, así como las metodologías utilizadas en el proceso. Entre estas están la “Stakeholder Theory”, aplicada al diseño intercultural y que se explica en el artículo “Reconizing Appropriate Representation of Indigenous Knowledge in Design Practice” (Kelly, M. y Kennedy, R., 2016), o la operatividad en el proceso creativo desplegada en “Transforming Taiwan Aboriginal Cultural Features into Modern Product Design: A Case Study of a Cross-cultural Product Design Model” (Lin, R.T., 2007). El proceso de

trabajo que se propone se argumentará tanto en la base teórica como en la experiencia obtenida a través de las visitas previas hechas a la comunidad Azulís.

1.2. Objetivos del TFE

1.2.1. Objetivo principal del TFE

Diseñar un modelo de gestión intercultural para la realización de un proyecto de arte y diseño en co-creación con artesanos de la comunidad Azulís del pueblo amazónico yánesha y artistas y diseñadores del circuito cultural limeño, para su posterior exposición en el MAC Lima.

1.2.2. Objetivos específicos del TFE

- a. Realizar una revisión bibliográfica sobre el pueblo yánesha y los conceptos de interculturalidad y co-creación.
- b. Proponer el plan de financiación, presupuesto, calendario y cronograma del proyecto.
- c. Diseñar la estructura y proceso de trabajo de los talleres de co-creación para la elaboración de piezas de arte, diseño y artesanía.
- d. Planificar una exposición museográficamente innovadora e impactante.
- e. Organizar una estrategia de comunicación y marketing digital para comunicar la exposición y el proyecto detrás de la exposición.

2. Marco teórico

La revisión de las fuentes documentales para la elaboración de este proyecto de intervención se ha organizado en cuatro partes. La primera comprende la documentación sobre el pueblo yánesha. Se consultan investigaciones de los autores más relevantes como Fernando Santos-Granero, Federica Barclay y Richard Chase Smith, así como información de instituciones como El Instituto del Bien Común (IBC), el Instituto de Investigación de la Amazonía Peruana (IIAP), la ONG Chirapaq, el Ministerio de Cultura del Perú (MINCUL) o el Ministerio del ambiente (MINAM), entre otros. La segunda incluye las definiciones conceptuales en las que esta investigación se apoya para la argumentación y defensa del

modelo de gestión a diseñar. Se definirán conceptos como pueblos indígenas, biodiversidad, interculturalidad y co-diseño. Estos dos últimos conceptos son fundamentales para contextualizar este proyecto, pues la base teórica sobre estos temas ofrece referencias a tomar en cuenta para el diseño del modelo de gestión.

En la tercera parte del marco teórico se desarrollan los conceptos museográficos y de tratamiento expositivo de Isabel García Fernández y Luis Alonso Fernández, entre otros. Dentro de este apartado se analizan exposiciones referenciales que, ya sea por su temática, estética o montaje, guardan relación con el proyecto expositivo que se propone en este trabajo. Se analiza “Cambio”, presentada en 2020 por el dúo italiano Formafantasma en la Serpentine Galleries de Londres. También “Forms of Movement” de los japoneses Nendo, presentado en Superstudio durante la Semana del Diseño de Milán 2018. Finalmente, se exponen las condiciones del MAC Lima, contenedor de la exposición. Se presentan los planos del edificio y las salas de exposición disponibles para el montaje del proyecto. Se hace un análisis del edificio y su contexto, de manera que se validen sus cualidades espaciales, funcionales, experienciales y físicas.

2.1. El pueblo yánesha

2.1.1. Historia y territorio amuesha-yánesha

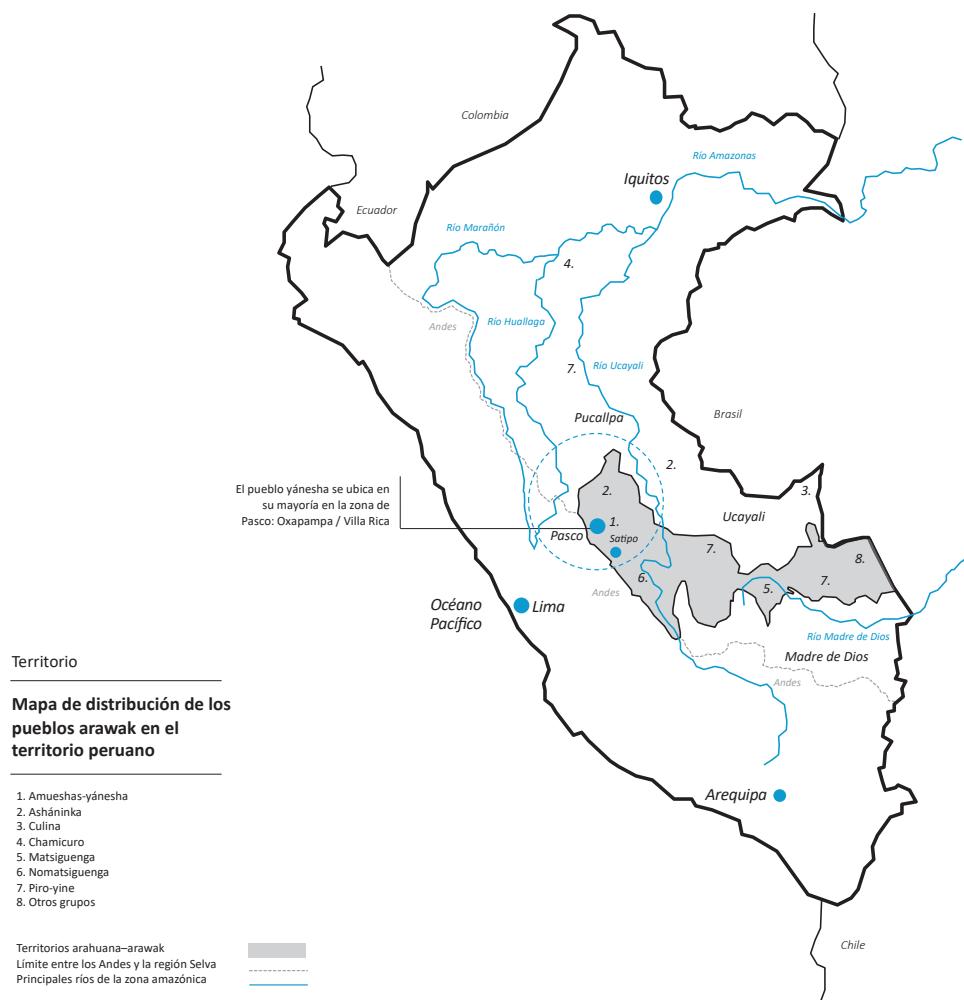
El pueblo yánesha es parte de la familia lingüística arawak o arahuaca. Por lo menos ocho pueblos originarios forman parte de esta familia lingüística, una de las más grandes tanto por territorios ocupados como por la cantidad de comunidades e individuos que son parte de ella. Actualmente el territorio arawak cubre los departamentos de Pasco, Huánuco, Junín, Madre de Dios, Ucayali, Cusco y, en menor medida, Ayacucho e Iquitos. Este territorio limita por el oeste con la cordillera de los Andes y por el este con el territorio pano, otra familia lingüística con importante presencia en la Amazonía peruana (Chirapaq, 2019).

Según estudios sobre la extensión del territorio yánesha se especula que podría haber llegado hasta la costa peruana atravesando los Andes. Existen palabras en quechua dentro de la lengua yánesha, y la estructura simbólica en sus relatos y sus referencias al paisaje son similares a las del mundo andino. Por otro lado, se han encontrado plumas de guacamayo y otros vestigios oriundos de la selva central en zonas arqueológicas de la costa como la Huaca

Pucllana en Lima. Para expertos como Richard Chase Smith y Fernando Santos Granero, se evidencia un intercambio cultural más allá de la frontera de los Andes (Chirapaq, 2019).

La historia documentada de los pueblos indígenas en la selva central peruana empieza con la llegada de las primeras misiones españolas en el siglo XVI. Se cree que el primer encuentro entre el pueblo yánesha y los españoles fue a través del explorador Diego de Porres, que entre 1533 y 1576 llega a lo que actualmente es la provincia de Oxapampa desde los Andes. Es recién en 1635 que la Orden Franciscana funda la misión de Quimirí a orillas del río Chanchamayo (ciudad de La Merced), y es a partir de ese episodio que se entabla contacto entre españoles y los pueblos yánesha, ashaninka y nomatsigenga (Espinosa, 2014).

Figura 1. Grupos étnicos de la familia arahuana-arawak



Fuente: Adaptado de *Pueblos Indígenas de la Amazonía peruana*, Mayor, P. y Bodmer, R., 2009, p.123.

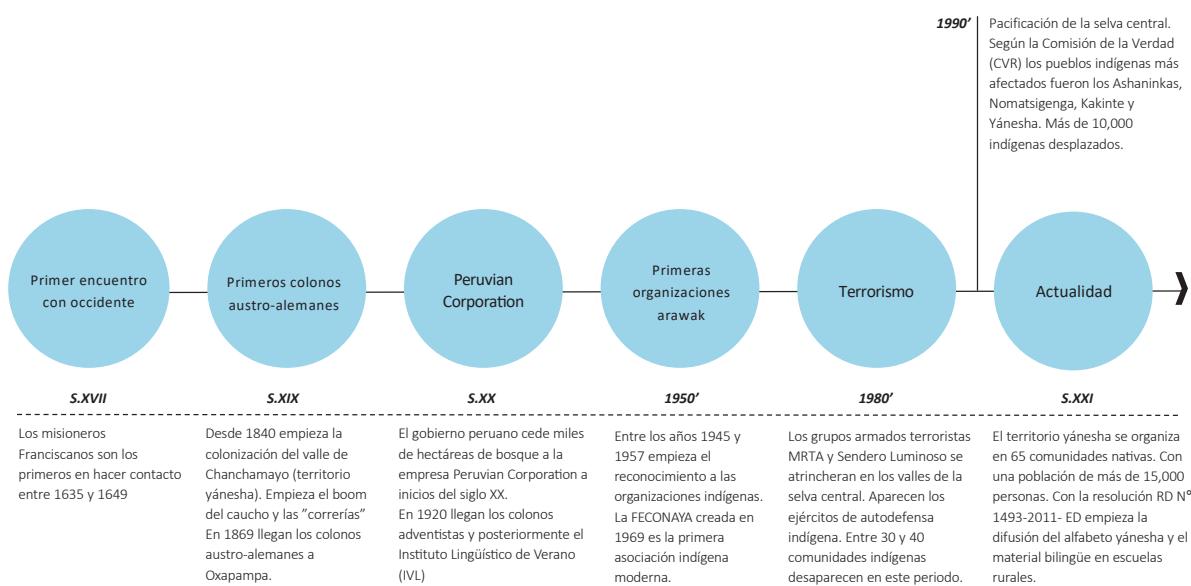
Un hito importante en la historia de los pueblos de la familia arawak fue la rebelión de Juan Santos Atahualpa entre los años 1742 y 1755. Este levantamiento armado contra la corona española tuvo tanta repercusión en el ingreso a la zona que no fue hasta mediados del siglo XIX que el estado peruano (independizado de España en 1821) volvió a estos territorios promoviendo su colonización. Desde 1840 empieza a colonizarse sistemáticamente el valle de Chanchamayo y en 1869 llegan los colonos austro-alemanes a la actual zona de Pozuzo, provincia de Oxapampa, departamento de Pasco (Espinosa, 2014).

En el siglo XIX, paralelamente al proceso de colonización, empieza el auge del caucho y con él llega el primer episodio trágico en la historia reciente de los yánesha, ashaninka, nomatsigenga y kakinte. Muchos indígenas de estos pueblos fueron esclavizados como mano de obra para extracción del caucho, una situación que continuó hasta inicios del siglo XX. Hacia 1929, según registros históricos con denuncias de la época, aún se mantenían las “correrías”, asaltos armados a través de la selva para tomar de rehenes a los indios y mantenerlos trabajando en la recolección del caucho. Hacia 1920 empezaron a llegar los colonos adventistas y en la década de los cuarenta el Instituto Lingüístico de Verano empezaría con los primeros proyectos de educación bilingüe por encargo del gobierno peruano. Entre 1945 y 1957 empiezan los primeros reconocimientos a las asociaciones civiles indígenas de los pueblos arawak. En 1956 una epidemia de sarampión afectó directamente a comunidades de los pueblos nomatsigenga y provocó la muerte del 50% de su población a la fecha (Espinosa, 2014).

En 1969 nace la Federación de Comunidades Nativas Yánesha (FECONAYA), la primera organización indígena moderna y la primera de muchas. En la década de los 80 nuevamente los pueblos de la selva central se ven amenazados, esta vez por el terrorismo. Los grupos terroristas Sendero Luminoso y el Movimiento Revolucionario Túpac Amaru (MRTA) asediaron la zona y ocuparon prácticamente toda la provincia de Satipo (departamento de Junín) y los valles de los ríos Perené, Ene y Tambo. Durante el periodo de ocupación muchos hombres y mujeres indígenas fueron asesinados o secuestrados, y muchos tuvieron que huir abandonándolo todo. En 1995 empieza la recuperación de esta región. Según el informe de la Comisión de la Verdad y Reconciliación (CVR) los pueblos más afectados fueron los ashaninka, nomatsigenga, kakinte y yánesha, con un saldo de más de diez mil ashaninkas desplazados y cerca de seis mil ashaninkas y nomatsigengas asesinados (Espinosa, 2014).

En la figura 2 se aprecia una línea de tiempo con los hitos en la historia del pueblo yánesha y su encuentro con Occidente, desde los primeros enfrentamientos con los colonizadores españoles hasta la actualidad. Se han logrado ciertos progresos con el propósito de mejorar la calidad de vida de estas poblaciones. Los retos del siglo XXI son la protección de los bosques amazónicos y la preservación de su biodiversidad.

Figura 2. Línea de tiempo de la relación yánesha con Occidente



Elaboración propia.

2.1.2. Organización social y actualidad

Hacia finales del siglo XIX empezó la colonización de las regiones amazónicas por parte del gobierno peruano, pero fue en el siglo XX que muchos de los patrones sociales y culturales cambiaron para estas comunidades y empezó el desplazamiento de las poblaciones desde sus territorios originales que se encontraban al sur de Pasco hasta la frontera con los Andes (Santos Granero, 2004).

En el libro de compilaciones *Amazonas Ruta Milenaria* destaca el artículo de Richard Chase Smith con una clasificación de las sociedades yánesha como “los residuos culturales” de “una serie de olas migratorias que se debilitaron al chocarse contra los Andes y luego desaparecieron en un aislamiento relativo” (Bolaños, 2012, pag. 234).

Desde 1974, año en el que se promulga la Ley de Comunidades Nativas y de Promoción Agropecuaria de las Regiones de Selva y Ceja de Selva, la organización de estas poblaciones se ha compartimentado en comunidades con tierras compartidas tanto para el manejo de bosques como para usos agrícolas y ganaderos. Tradicionalmente la organización social yánesha comprendía grupos de relación familiar que en conjunto se organizaban en un pequeño asentamiento. Por relaciones políticas se constituían las parcialidades que, en conjunto, daban origen a la idea de nación y al concepto de territorio. Las crónicas mencionan a los curacas (líderes militares) y la existencia de “encantadores” y “brujos” que también tenían funciones de liderazgos (Santos Granero, 2004).

2.1.3. Expresiones culturales

2.1.3.1. Arte, materiales e iconografía

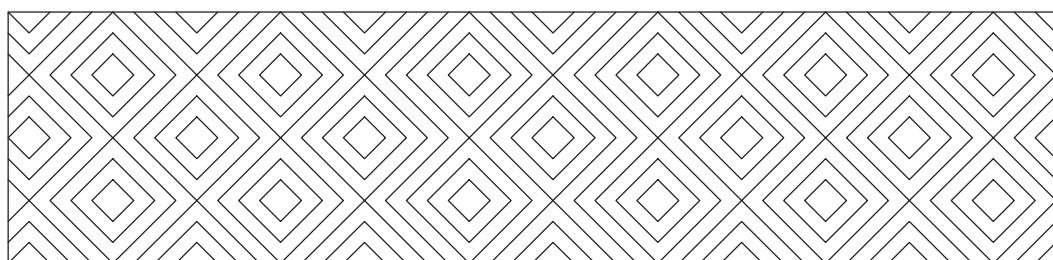
La identidad yánesha se articula alrededor de su conexión con el territorio y el paisaje que rodea sus localidades. Muchas de sus expresiones artísticas, tejidos, trabajos en telas o fibras tienen una carga simbólica vinculada a la naturaleza y su representación. Dentro de las expresiones tradicionales del pueblo yánesha están el trabajo con algodón, la elaboración de textiles, teñidos con tintes naturales, trabajo de objetos con bombonaje (un tipo de fibra utilizada en cestería) y también los trabajos en madera. La ONG Chirapaq trabajó en 2012 con mujeres de comunidades nativas del distrito de Palcazú en la recuperación de una variante de algodón nativo peruano llamado bespan. Dentro de este proyecto trabajaron asociaciones de artesanas yánesha, representantes de comunidades nativas y Chirapaq. Se logró recuperar más de ocho variedades de color de algodón que han sido documentadas y replantadas en las tierras de las asociaciones Muerell (Asociación Forestal, Agropecuaria y Ecoturismo) y Arakom (Asociación de Mujeres Artesanas de Santa Rosa de Chuchurras).

Junto con la recuperación del algodón nativo estas asociaciones han logrado recuperar otras especies asociadas a la artesanía textil como los árboles y plantas usados para el teñido de telas y fibras. La gran mayoría crece de forma silvestre en lo profundo del bosque, por lo que su manejo dentro de tierras de las comunidades hace más sencilla su utilización.

Una de las técnicas más usadas es el tejido y el diseño textil. Las mujeres yánesha representan su iconografía a través de pequeñas prendas: pulseras, carteras, manteles o

tapetes, donde vuelcan los singulares patrones que son parte de sus expresiones culturales. Para los yánesha estas representaciones simbolizan desde cargos de liderazgo hasta simples elementos de la naturaleza como la niebla, los peces o la montaña. Lo interesante es el nivel de abstracción y sofisticación que tienen estos dibujos geométricos, que se alejan de lo figurativo y muestran un gran nivel de síntesis, composición y elegancia (Chirapaq, 2013, p.10).

Figura 3. Diseño yánesha del Huamprat



Fuente: Elaboración propia tras el trabajo de campo realizado en septiembre de 2009.

Figura 4. Taller de trabajo con la comunidad yánesha Azulís



Nota: El trabajo de campo con la comunidad yánesha Azulís tuvo lugar durante el mes de setiembre de 2019.

Foto: Luis Aguirre para Arde.

La iconografía yánesha es amplia y diversa. Antropólogos e investigadores sociales han recogido esta información de primera mano y existen libros, catálogos y diccionarios con la esquematización de estos dibujos y sus significados. Estas representaciones, en su mayoría abstracciones geométricas, se pueden encontrar en objetos de uso diario como menaje, utensilios de trabajo, prendas de vestir, así como en la distintiva pintura facial.

En la figura 3 se puede apreciar uno de los diseños más utilizados por los yánesha en artesanía, vestimenta tradicional y artículos de uso doméstico. En la figura 4 una fotografía del proceso de recolección de información durante el trabajo de campo en 2019. Otros diseños reconocidos y utilizados son el Oñet, Aclaren, Amachencat, Amorpetsot, entre otros.

Ver anexo L.

2.1.3.2. Lengua yánesha

La lengua yánesha, que pertenece a la familia lingüística arawak, es hablada por el pueblo indígena que se autodenomina con el mismo nombre. Así se lee en un extracto del *Diccionario Yánesha-Castellano* editado por Mary Wise para el Instituto Lingüístico de Verano (ILV): “Yánesha [Yaanesha’] s. nombre del grupo étnico conocido como Amuesha por los foráneos (Lit. Nosotros la gente), gente Yánesha. Yánesha son los que hablan nuestro propio idioma” (2008, p. 383). Previamente al uso de este nombre para denominar a este pueblo amazónico estuvo extendido el nombre amuesha, pero cayó en desuso a finales del siglo pasado luego de una serie de acuerdos entre las mismas comunidades (Chirapaq, 2019).

El Ministerio de Educación considera que la lengua yánesha está en riesgo de desaparecer. El avance de la urbanización y la migración de jóvenes comuneros hacia las ciudades ha generado la pérdida de la transmisión y la poca funcionalidad de lengua en muchas de sus comunidades. La Dirección General de Educación Intercultural Bilingüe y Rural (DGEIBIR) trabaja con ésta y otras lenguas originarias que comparten los mismos retos. Desde el año 2011 la lengua yánesha cuenta con un alfabeto oficial aprobado y coordinado con representantes de su pueblo. Según la Resolución Directoral (RD N° 1493-2011- ED) (Ministerio de Cultura, 2014, p. 26) se detalla en el artículo 2º:

Encargar a la Dirección de Educación Intercultural y Bilingüe (DEIB) la difusión del alfabeto aprobado. Del mismo modo encargar a la DEIB el desarrollo de la política de

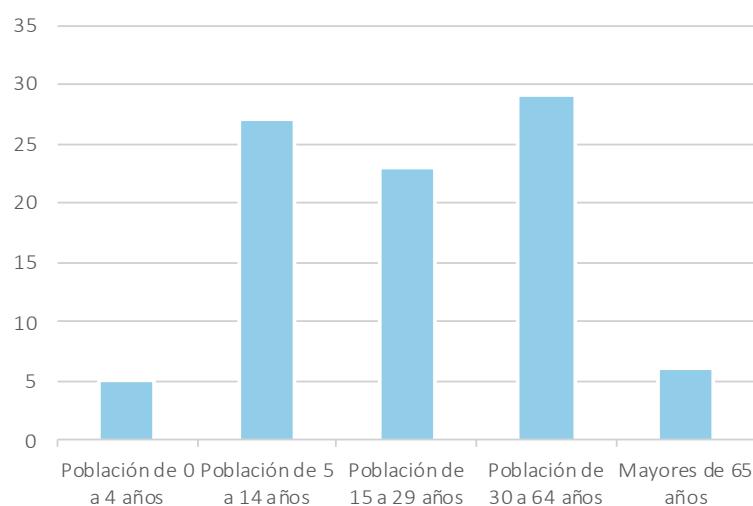
materiales educativos en yánesha para apoyar los procesos de aprendizaje de niños y adolescentes (Ministerio de Educación, 2011).

Esta política en particular ha fomentado un proceso de recuperación de la lengua en los niños de las comunidades nativas, pues ahora cuentan con escuelas y maestros bilingües capacitados, así como con material didáctico escolar en castellano-yánesha.

2.1.4. Comunidad Azulís

El territorio yánesha se extiende en su mayoría dentro del departamento de Pasco. La comunidad Azulís es una de las sesenta y cinco comunidades dentro de este territorio y se ubica al norte de la ciudad de Villa Rica. Se accede a ella por la vía nacional PA-109. Esta comunidad se encuentra a orillas del río Azulís, en el distrito de Palcazú, provincia de Oxapampa, departamento de Pasco. Según la base de datos de pueblos indígenas del Viceministerio de Interculturalidad, Azulís es una comunidad de veintinueve familias que comparten algunas instalaciones como la escuela, un comedor y un espacio de reunión. Las viviendas y tierras de cultivo se encuentran en las laderas de la montaña, pues está zona del Perú está alrededor de 600 m.s.n.s (metros sobre el nivel del mar).

Tabla 1. Perfil demográfico de la comunidad Azulís



Fuente: Adaptado de *la Base de datos de pueblos indígenas u originarios (BDPI)*, Ministerio de Cultural, 2021.

<https://bdpi.cultura.gob.pe/pueblos-indigenas>

Desde la ciudad de Lima solo se puede llegar a la comunidad por vía terrestre, pues no existen vuelos comerciales a Villa Rica, la ciudad más cercana. El viaje en autobús de Lima a Villa Rica dura entre nueve y diez horas y continuar en auto particular desde Villa Rica. Se recomienda el uso de camioneta con tracción trasera por lo difícil del camino. Se debe tomar la carretera PA-109 rumbo norte hacia Palcazú. Este viaje dura tres horas aproximadamente. El último tramo de dos kilómetros de camino de trocha (sendero rural sin acondicionamiento mecánico) tiene una duración aproximada de una hora y debe hacerse a pie, pues no existe carretera ni vía de acceso vehicular.

Según el Censo del 2017, Azulís tiene una población de noventa habitantes, que se organizan en veintinueve familias. El perfil demográfico se divide entre cuarenta y nueve hombres y cuarenta y una mujeres. Los rangos de edad por habitante se distribuyen según se ve en la tabla 1. Las actividades económicas que desarrollan los habitantes de la comunidad van desde el cultivo de café, actividades forestales, trabajo artesanal y agricultura. Dina Ballesteros, la joven jefa, es quien lidera las reuniones asamblearias donde se deciden temas que afectarán a todos los miembros de la comunidad.

Tabla 2. Equipo de trabajo en visitas de setiembre y noviembre 2019

Cargo en el equipo	Especialidad	Nombres
Gestor cultural - director	Arquitecta	Silvana Cossio
Productor - organización	Diseñadora de interiores	Paola Luna
Productor - contenidos / técnicas	Diseñadora de producto	Edith Arana
Diseñador - taller identidad	Diseñadora gráfico	Liset Chávez
Fotógrafo	Fotógrafo periodístico	Luis Aguirre
Camarógrafo	Comunicador	Iván Coronado

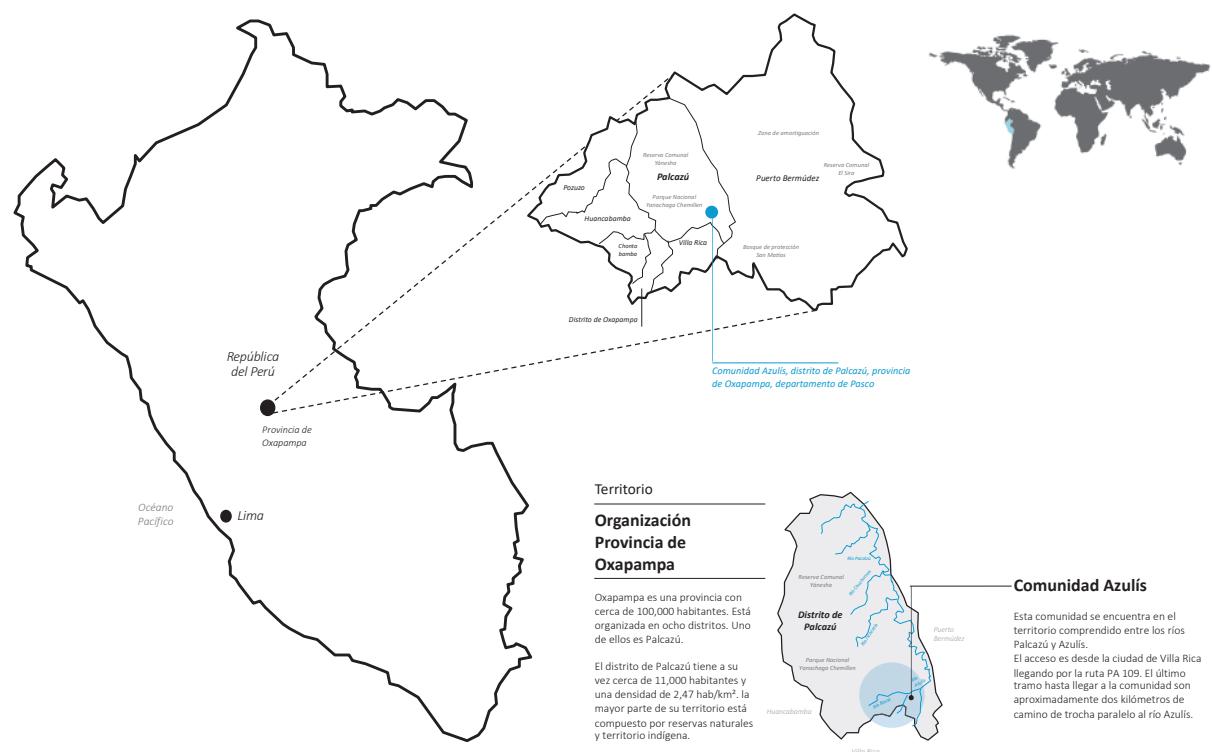
Elaboración propia.

En 2019, entre los meses de agosto y noviembre, el equipo de Arde Estudio visitó Azulís como parte de las primeras acciones para generar un vínculo necesario para el desarrollo del proyecto. Las dos primeras visitas en agosto fueron de presentación a través de la ONG Atiyucuy, que lleva varios años trabajando con las comunidades yánesha dentro del

departamento de Pasco. De esos encuentros no existen fotografías, solo bitácoras. Recién en las visitas de setiembre y noviembre, el viaje incluyó un equipo más completo que contó con fotógrafo y camarógrafo. En la tabla 2 se detalla el equipo de trabajo liderado por Arde.

La comunidad no cuenta con servicios de agua potable las 24 horas y tampoco con servicio de alcantarillado y desagüe. Los residuos sólidos de los baños se descomponen a través de pozos sépticos. Cada familia cuenta con su propia casa. Estas están dispersas en las montañas alrededor del valle central donde se concentran los servicios comunes como la escuela, comedor, cocina comunitaria, campo de fútbol y la maloca, una tipología arquitectónica típica de la región amazónica que se caracteriza por su forma abierta, a veces circular, que sirve para fines asamblearios y de reunión social. En la figura 5 se detalla la ubicación geográfica de la comunidad Azulís, en las figuras 6 y 7 se muestran fotografías tomadas durante el trabajo de campo realizado en 2019.

Figura 5. Ubicación de la comunidad Azulís



Elaboración propia.

Figura 6. Material del trabajo de campo



Nota: El trabajo de campo con la comunidad Azulís tuvo lugar durante el mes de noviembre de 2019.

Foto: Luis Aguirre para Arde.

Figura 7. Taller de trabajo



Nota: El trabajo de campo con la comunidad Azulís tuvo lugar durante el mes de noviembre de 2019.

Foto: Luis Aguirre para Arde.

Figura 8. Maloca comunitaria



Nota: El trabajo de campo con la comunidad Azulís tuvo lugar durante el mes de setiembre de 2019.

Foto: Luis Aguirre para Arde.

2.2. Definiciones conceptuales

2.2.1. Pueblos indígenas u originarios

Existen diferentes acercamientos al concepto de pueblo indígena o pueblo originario. Una de las definiciones más usadas es la formulada por la comisión de derechos humanos de las Naciones Unidas a partir de un informe de 1986 sobre la discriminación y los pueblos indígenas. Dicha definición se encuentra citada en el libro *Pueblos Indígenas de la Amazonía Peruana*:

El pueblo, las comunidades, la gente y las naciones indígenas son las que, teniendo una continuidad histórica con las sociedades pre-coloniales, se han desarrollado en sus territorios, considerándose a sí mismos distintos de otros sectores de las sociedades que ahora prevalecen en esos territorios, o en partes de ellos. Forman actualmente sectores no-dominantes de sociedad y están determinados a preservar, desarrollar y transmitir a las generaciones futuras esos territorios ancestrales y su identidad étnica, como la base de su existencia continuada como pueblo, de acuerdo con sus propios

patrones culturales, instituciones sociales y sistemas legislativos (Mayor y Bodmer, 2009, p. 30).

En el material informativo de la campaña de: autoidentificación étnica del Ministerio de Cultura se extrae lo siguiente: “Un pueblo indígena u originario es aquel que desciende de poblaciones que habitaban en el país antes de la época de la Colonia. Este, por lo general, mantiene todas o algunas de las costumbres, tradiciones” (Ministerio de Cultura, 2017). Tanto en la definición recogida por la Naciones Unidas como en la formulada por el Ministerio de Cultura se hace mención expresa de que estas comunidades han habitado los territorios americanos antes de la llegada de los europeos. La idea de pertenencia y derecho que se desprende de esa pertenencia está presente en ambos conceptos.

El III Censo Nacional llevado a cabo por el INEI en 2017 recogió por primera vez información sobre la autoidentificación étnica de los peruanos mayores de doce años. Este padrón, junto con el realizado en 2007, son las primeras acciones por parte del gobierno peruano dirigidas a levantar información de estas poblaciones, sus condiciones, características y necesidades particulares. Los números expresados en la tabla 3 corresponden a los resultados definitivos del XII Censo y grafican cómo se autodefinen los peruanos en términos étnicos. El total de la población peruana era de 31 millones 237,385 habitantes y fueron encuestados en el criterio de autodefinición étnica solo los mayores de doce años.

Tabla 3. Distribución étnica en el territorio peruano

Total absoluto censado	23,196,391.00	Porcentaje
Mestizo	13,965,254.00	60.2%
Quechua	5,176,809.00	22.3%
Blanco	1,366,931.00	5.9%
Afro peruano o afro descendiente	828,841.00	3.6%
Aymara	548,292.00	2.4%
Nativo o indígena de la amazonía	212,823.00	0.9%
Otros	1,099,652.00	4.7%

Fuente: Adaptado de *Resultados definitivos del XII Censo de población y el III censo de comunidades indígenas y comunidades nativas*, INEI, 2018, p. 51.

El 24 de junio de 1974 se promulgó el Decreto de Ley 20653, llamado Ley de Comunidades Nativas y de Promoción Agropecuaria de las Regiones de Selva y Ceja de Selva. El propósito de esta ley era dotar a los pueblos indígenas de acceso a tierras que, de facto, eran de su propiedad debido a la ocupación que tradicionalmente venían haciendo de ellas. Sin embargo, lo que produjo esta ley fue la reorganización de los pueblos indígenas en comunidades nativas. La definición del concepto de comunidad nativa se cometió en perjuicio del concepto de pueblo, una situación desventajosa para muchos de los pueblos originarios que vieron reducidos sus territorios a simples zonas agrícolas y no a la tradicional posesión que mantenían del bosque (Soria, 2002, parr.9).

La Base de Datos Oficial de Pueblos Indígenas u Originarios (BDPI) es el repositorio oficial del estado peruano que recoge información estadística y cualitativa de los pueblos indígenas empadronados a nivel nacional. Esta base de datos está en línea con los criterios del Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), documento fundamental en lo que respecta a derechos indígenas y las responsabilidades de los gobiernos para cumplirlos. En el sitio web del BDPI es posible descargar un archivo excel con la información detallada de cada una de las comunidades nativas censadas. Sin duda es una herramienta útil para el conocimiento y reconocimiento de estas poblaciones.

Tabla 4. Pueblos amazónicos censados en 2017

Nombre	Población	Nombre	Población	Nombre	Población
1 Achuar	17,631	16 Kakataibo	4,346	31 Nomatsigenga	11,824
2 Amahuaca	4,701	17 Kakinte	146	32 Ocaina	75
3 Arabela	1,054	18 Kandozi	5,791	33 Resigaró	7
4 Ashaninka	136,543	19 Kapanawa	1,673	34 Secoya	1,191
5 Asheninka	17,151	20 Kichwa	92,225	35 Sharanahua	407
6 Awajún	99,353	21 Kukama Kukamiria	48,333	36 Shawi	46,764
7 Bora	1,180	22 Madjía	494	37 Shipibo-Konibo	34,147
8 Cashinahua	2,168	23 Maijuna	353	38 Shiwiu	2,753
9 Chamicuro	75	24 Marinahua	33	39 Ticuna	10,627
10 Chápra	1,096	25 Mastanahua	234	40 Urarina	7,922
11 Ese Ejá	953	26 Matsés	1,960	41 Wampis	19,211
12 Harakbut	1,699	27 Matsigenka	16,639	42 Yagua	12,755
13 Ikitu	693	28 Murui-Muinani	1,996	43 Yaminahua	480
14 Iskonawa	229	29 Nahua	265	44 Yanesha	15,011
15 Jíbaro	683	30 Nanti	0	45 Yine	3,706

Total población de pueblos originarios amazónicos

626,577

Fuente: Adaptado de *la Base de datos de pueblos indígenas u originarios (BDPI)*, Ministerio de Cultural, 2021.

<https://bdpi.cultura.gob.pe/pueblos-indigenas>

En la tabla 4 se exponen los nombres de los cuarenta y cuatro pueblos indígenas identificados en el censo de 2017. Nótese que según el censo hay cuarenta y cuatro pueblos indígenas amazónicos y en el listado existen cuarenta y cinco nombres. El pueblo nanti no tiene población.

2.2.1.1. Instituciones peruanas enfocada en temas indígenas amazónicos

En el Perú son varias las instituciones dedicadas a la investigación y fomento del desarrollo humano de pueblos indígenas. Desde el ámbito público se hallan el Ministerio de Cultura del Perú (MINCUL) y el Viceministerio de Interculturalidad. El Ministerio del Ambiente (MINAM) y el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI). También el Instituto del Bien Común (IBC) y el Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana (IIAP). La Dirección General de Educación Intercultural Bilingüe y Rural (DGEIBIR) supervisa y promueve proyectos educativos que aborden el bilingüismo para niños y adolescentes de comunidades indígenas y pueblos originarios. La Dirección de Educación Intercultural y Bilingüe (DEIB) tiene a cargo el diseño, generación y difusión de material educativo bilingüe que fortalezca el proceso de aprendizaje de estas poblaciones.

Existen diversos Organismos No Gubernamentales (ONG) enfocados en temas indígenas. Para este trabajo son Chirapaq y Atiycuy las organizaciones que consideramos más relevantes. Chirapaq ha publicado proyectos documentados e investigaciones sobre la familia lingüística arawak y el pueblo yánesha en particular. Por su parte, la ONG Atiycuy (vinculada a Chance.org de Alemania) con sede en la ciudad de Villa Rica, provincia de Oxapampa, centra sus objetivos en el desarrollo humano de las comunidades yánesha dentro de la provincia de Pasco.

Desde el ámbito civil existen asociaciones como la Federación de Comunidades Nativas Yánesha (FECONAYA), que es la asociación indígena más antigua en el Perú. Son parte de esta federación agrupaciones indígenas como la Asociación Forestal, Agropecuaria y de Ecoturismo Muerell y la Asociación de Mujeres Artesanas Arankom. Estas dos están integradas por miembros de comunidades nativas de la selva central. Desde el ámbito internacional Indigenous Peoples' International Centre for Policy Research and Education (TEBTEBBA) y la Tamalpais Trust trabajan en colaboración con asociaciones locales en la promoción y fortalecimiento de las habilidades de las mujeres indígenas (Chirapaq, 2013).

Durante los últimos veinticinco años se han organizado gran variedad de asociaciones y agrupaciones indígenas de distinta naturaleza, aunque el común denominador entre ellas suele ser la protección de tierras y la defensa de sus derechos ante instituciones gubernamentales. Muchas de ellas han buscado también integrarse al mercado económico nacional desde la promoción de la artesanía, la producción de café, plantas medicinales y otros productos locales. La selva central es el punto más cercano de intercambio entre la región amazónica y la costa peruana. Es posible acceder a ella por carretera a ocho horas desde Lima. Se debe entender la geografía peruana tomando como referencia la cadena montañosa de los Andes, inmensa barrera natural que divide el país en tres. Hasta el día de hoy la comunicación y el intercambio entre las ciudades costeras, andinas y selváticas sigue siendo un reto para el gobierno peruano.

2.2.2. Biodiversidad

El concepto de biodiversidad proviene de las ciencias naturales, específicamente de la biología conservacionista. El neologismo surge de la contracción de la frase en inglés “biological diversity” o diversidad biológica en español. Si bien desde inicios del siglo XX científicos y académicos discutían ya la importancia de la diversidad biológica de las especies y su conservación, es Walter G. Rosen quien inventa el término en el *National Forum on BioDiversity* de 1986 en Washington, D.C. Posteriormente Edward O. Wilson con su libro *The Diversity of Life* de 1992 consolida el término como “biodiversity”, popularizándolo como sinónimo de aquello que debemos preservar (Maclaurin y Sterelny, 2008).

La selva amazónica es la reserva biológica más grande del planeta y el Perú, como país amazónico, es el custodio de buena parte de esa riqueza biológica. El 62% del territorio peruano pertenece a bosques tropicales, pero solo el 8% de la población habita esta región. Alberga más de 14,000 especies animales y cerca de 20,000 especies botánicas, muchas de ellas endémicas (Wikipedia, 2021). Esta información es suficiente para comprender la importancia de la Amazonía y la gran responsabilidad de los peruanos para protegerla, pero es la diversidad cultural que habita en estos territorios la que este proyecto de intervención busca resaltar. Recordemos que son cuarenta y cuatro pueblos indígenas amazónicos registrados y organizados en 2,703 comunidades indígenas. Cada uno de estos pueblos originarios es poseedor de una lengua, costumbres, expresiones artísticas, leyendas y saberes

tradicionales que también tenemos el deber de proteger y mantener vigente para las próximas generaciones.

2.2.3. Interculturalidad y diseño

Lo intercultural puede ser un terreno conceptual espinoso. No hay una sola definición de interculturalidad para el diseño. Según Said-Valbuena, existen por lo menos tres tergiversaciones sobre lo que significa el trabajo de diseño intercultural. La primera es la apropiación cultural, ampliamente condenada, criticada y denunciada, donde lo que se juzga es la extracción de los códigos de la cultura de origen para ser traducidos con fines estéticos descontextualizados del imaginario cultural y simbólico original. La segunda es el *cross-cultural design*, que según Valbuena promueve el “colonialismo simbólico”; y, finalmente, se halla el fundamentalismo cultural que busca y pretende un tipo de protección cultural del signo al punto que ningún intercambio cultural es posible (2019). Lo más interesante de este autor es que hace una clara distinción entre los conceptos de diseño intercultural y *cross-cultural*. Said-Valbuena destaca los beneficios del trabajo colaborativo intercultural en el diseño, pero advierte que no es una labor sencilla. En otras investigaciones, más operativas y menos teóricas, ambos términos se intercambian indistintamente.

Una mirada más positiva del diseño *cross-cultural* puede encontrarse en la investigación de Lin Rung-Tai (2007). Rung-Tai hace presente las muchas definiciones de cultura que existen, pero las sintetiza en ser una actividad humana con una estructura simbólica dotada de significado. En la dinámica del negocio global, los diseñadores están percatándose de la importancia de asociar sus productos a la cultura local, pues esto aumenta su valor. ¿Cómo transferir entonces elementos culturales locales al diseño? Rung-Tai propone una metodología de procedimientos concretos para ejecutar un diseño de producto *cross-cultural*. A diferencia de Said-Valbuena, en esta investigación el diseño *cross-cultural* no conlleva una carga negativa y se propone la operativización a través del procedimiento para lograr los objetivos de traducción de los signos de la cultura de origen a un mercado global. La comunicación intercultural entre mercado global y local sin duda requiere más estudio y mucho respeto.

Una postura relevante para este trabajo es la de Kelly Meghan y Russell Kennedy (2016), quienes exponen la necesidad que existe entre los diseñadores de tener prácticas

apropiadas y éticas al involucrarse con conocimiento indígena en proyectos que busquen representar gráficamente esas culturas. A través de tres casos de estudio introducen el concepto de *Ladder of Stakeholder Engagement Theory*. Los diseñadores deben trabajar con diferentes actores (*stakeholders*) para crear soluciones que logren ser atractivas. En esta interacción es inevitable que surjan debates y conflictos. Al trabajar con individuos de una cultura indígena se debe estar más alertas al contexto y se hace necesario transparentar el proceso de trabajo. Debe existir conciencia de lo que es apropiado y de lo que es apropiación.

Otro enfoque para abordar la interculturalidad es el modelo metodológico de co-creación y *participatory design* (PD), en castellano: diseño participativo. La investigación de Said-Valbuena, Montoya y Pinzon introduce dos conceptos: *Methodological model for Ludic co-creation* (MMLC) en castellano: “Modelo metodológico para la co-creación lúdica” y *Ludic co-creation experience* (LCCE), en castellano: “Experiencia de co-creación lúdica”. A través de ocho actividades distintas de co-creación el artículo intenta responder la pregunta: ¿Cómo prefigurar LCCE en equipos multiculturales o pluriculturales dentro de actividades de co-creación? Como respuesta los autores proponen el MMLC y para ello toman contribuciones de estudios socioculturales sobre creatividad. Desde dimensiones teóricas y políticas la interculturalidad se entiende como un *systemic result of a co-creation process* donde están presentes la interacción, la negociación y el conflicto equitativo. Los autores llaman a este proceso *generative interculturality* o en castellano: “Interculturalidad generativa”.

Esta investigación aporta un enfoque concreto para el trabajo en diseño desde la pluriculturalidad sobre todo cuando se cuenta con participantes sin altas habilidades en diseño. El artículo, que coloca mucho énfasis en las emociones generadas durante la co-creación, tiene como objetivo lograr el *flow* creativo, explora los límites del PD y busca la comprensión de las respuestas emocionales de los participantes. En un escenario ideal, si un participante posee altas habilidades y se cruza con retos altos, experimentará el disfrute y vivirá una experiencia autotélica (que tiene un propósito en sí misma). Para mejorar la experiencia los participantes con más habilidades sirven de guías para el diseño, en tanto que las ideas de quienes no tienen mayores habilidades sirven de germen creativo. De esa manera el aprendizaje es mutuo (2020).

2.2.4. Co-creación

Según la investigación de Peter Jones *Contexts of Co-creation: Designing with System Stakeholders* (2018), en la última década han aparecido diversas metodologías de trabajo participativo y de co-creación creativa. El autor comenta que existe una demanda por estos formatos de trabajo colaborativo tanto en el sector público como el privado. Las áreas donde suele requerirse este perfil profesional capaz de trabajar en entorno co-creativos son: en diseño industrial, experiencia de usuario, diseño de servicio, por nombrar algunos.

A pesar de esta creciente demanda, Jones advierte que estas disciplinas de diseño aún no abordan intelectual o académicamente los enfoques utilizados para la co-creación entre diferentes *stakeholders* o actores. Lo que encuentra es una serie de modelos o procesos que se ofrecen como metodologías, pero que son más bien herramientas procedimentales. Los talleres de co-creación requieren apoyo y planificación, si lo que se busca lograr es algo más que la ideación. Los compromisos continuos y de larga duración requieren la consulta de todos sus *stakeholders*. Una recomendación que Jones menciona dentro de sus conclusiones es la planificación adaptativa y por etapas para una co-creación exitosa, es decir, que se hace necesario un período significativo de investigación antes de la creación conjunta, de lo contrario el proyecto corre el riesgo de una comprensión incompleta de la problemática (pp.44-47).

Dentro de las herramientas procedimentales recomendadas por Jones está el IDEO *Design Kit* y el *Human Centered Design*, donde el equipo liderado por Tim Brown y David Kelley propone una serie de métodos, conceptos y casos de estudio para el trabajo colaborativo. *Serious play* (creatividad y juego), exploración lúdica, construcción lúdica y juego de roles son algunas de las herramientas útiles en un escenario de trabajo en co-creación (IDEO, 2021) y que serán útiles en el contexto de este proyecto de intervención.

La investigación *From a Ludic Loom of Ideas to the Spiral of Intercultural Co-creation* (2020) define co-creación lúdica como el surgimiento espontáneo de microsistemas socioculturales caracterizados por el disfrute y unidos por el diálogo inter-epistémico (p.94). Esta dinámica debería contribuir al *flow* y propiciar la creatividad. Los autores afirman que el disfrute, en contraste con el placer, es colectivo y conduce a la idea de la co-creación como lúdica. Los participantes deben estar inmersos en una actividad creativa para alcanzar el disfrute, pues la interacción entre personas y la capacidad de diálogo genera co-creación.

En *Prefigurar, co-crear, entretejer. Diseño, creatividad, interculturalidad*, el autor Widman Said-Valbuena (2018) concluye que la creatividad debe ser entendida como algo más que un proceso mental para no restringir las posibilidades y relaciones entre los actores de los escenarios de diseño. La situación tradicional perpetúa la idea de que el diseño es competencia solo del diseñador. El enfoque del diseño en co-creación propone que el usuario posee un gran potencial creativo y puede ser un actor fundamental en el proceso de diseño (pp.123-124).

2.3. Museografía y tratamiento expositivo

2.3.1. Proyectos referenciales

2.3.1.1. “Cambio”, Formafantasma – Serpentine Galleries, Londres, 2020

Formafantasma es un dúo de diseñadores de origen italiano, con base en Holanda. Ambos son además directores del máster *Geo Design* en la *Design Academy Eindhoven*. En la actualidad Formafantasma es uno de los estudios de diseño más influyentes a nivel mundial.

“Cambio” se llevó a cabo de marzo a noviembre del 2020 y, debido a la crisis sanitaria y las restricciones de movilidad que tuvieron lugar tanto en Londres como en todo el mundo, tuvo que suspender su versión presencial. No obstante, la exposición se mantuvo, y como muchos otros eventos migró a una versión digital y virtual de comunicación. Esta muestra se considera referencial y emblemática no solo por sus cualidades formales o su estrategia estético-estilística, sino porque —al igual que este proyecto de intervención— se sostiene en una investigación previa. Formafantasma llevó a cabo una importante investigación y reflexión sobre la ruta de la madera, desde sus fuentes de extracción hasta su destino final como material fundamental en la construcción, la arquitectura y el diseño industrial.

Otro aspecto relevante de esta muestra es la interacción que tuvo con el público a través de las redes sociales. Fue a través de *Instagram Live*, espacio para transmisiones en vivo de la aplicación, que Andrea Trimarchi y Simone Farresin mantuvieron contacto con el público y comunicaron el proyecto de manera semanal a través del programa *Antenna Fantasma*. El público tuvo acceso a conversaciones sobre diseño, ecología y sostenibilidad con diseñadores, arquitectos, académicos, científicos y curadores que contribuyeron en la muestra. Los invitados incluyeron a Paola Antonelli del MoMA o al arquitecto italiano Stefano Boeri, entre

otros. Un logro adicional de esta exposición recae en el catálogo sobre la investigación y la muestra. Llama la atención la amplitud de bibliografía, entrevistas, estudios y material reunido previamente sobre el que se sostiene el discurso y trabajo de Formafantasma.

2.3.1.2. “The Growing Pavilion”, Company New Heroes, Eindhoven, 2019

La “Semana del diseño holandés” DDW por sus siglas en inglés, se lleva a cabo en la ciudad de Eindhoven y congrega a lo mejor del diseño del norte de Europa. En su edición del 2019 tuvo como lema la frase: *If not now then when* (“Si no es ahora, entonces cuándo”). El potente enunciado define los valores de este importante evento. Para los organizadores del DDW está claro que no se trata solo de exhibir diseño holandés, sino de ser una plataforma de intercambio de ideas donde empresas, diseñadores consagrados, jóvenes diseñadores y estudiantes tengan la oportunidad de plantear el diseño del futuro y discutir sobre futuro del diseño (DDW, 2019).

Figura 9. The Growing Pavilion



Foto: Erick Melander

En este efervescente contexto aparece “The Growing Pavilion”, que fue instalado en Ketelhuisplein, una de las estaciones principales del evento. Este pabellón es creación de Company New Heroes, una organización creativa holandesa con más de cien proyectos

creativos ejecutados en los últimos diez años. Su estrategia es buscar colaboraciones y generar impacto positivo a través de la innovación en sostenibilidad.

“The Growing Pavilion” es una instalación diseñada por Pascal Leboucq y completamente fabricado a base de biomateriales. Pretende ser una solución necesaria y viable para reducir el impacto del cambio climático y el uso de recursos fósiles. Lo más interesante de esta propuesta es la nueva estética de los biomateriales y la posibilidad que tienen para desencadenar un cambio positivo en la sociedad de consumo. Este proyecto, al igual que “Cambio” de Formafantasma, ha combinado investigación, arte, diseño e incluso arquitectura. Durante los días del evento dentro de “The Growing Pavilion” se desarrollaron actividades diversas como música en vivo, pequeños *tours* informativos, proyección de videos y una variada exhibición de biomateriales que podían ser tocados y experimentados por los asistentes.

2.3.1.3. “De Straat Makers”, Atelier NL, Eindhoven, 2019

Atelier NL es un estudio de diseño e investigación holandés con base en Eindhoven formado por Nadine Sterk y Lonne van Ryswyk. La exposición “De Straat Makers” fue presentada durante la semana del diseño en Eindhoven al igual que “The Growing Pavilion”.

Figura 10. De Straat Makers

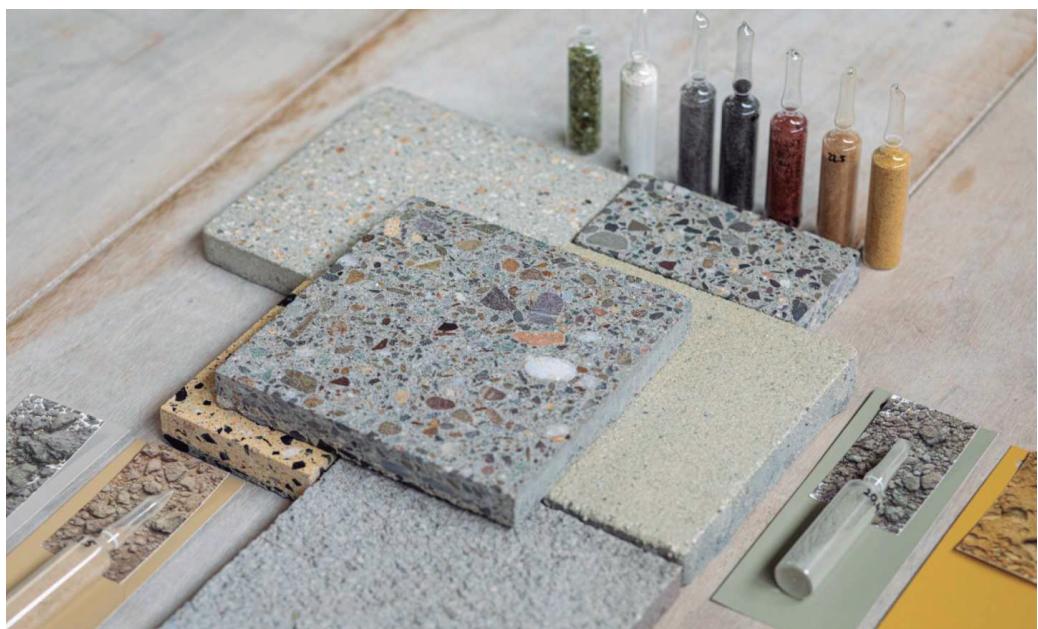


Foto: Atelier NL (www.ateliernl.com)

La muestra se llevó a cabo en una sala de exposición cerca al centro de la ciudad y frente a la plaza municipal. Esta pequeña exhibición es como una ventana al enorme trabajo que el dúo desarrolla alrededor del material como punto de partida y motivación en sus investigaciones y productos. Este proyecto en particular se enfoca en la identidad local y en hallar algo que pueda tener valor para ser compartido. Todo empieza con la recolección de tierra a través de Eindhoven con el fin de saber más sobre la ciudad y las personas que la hacen única. Atelier NL reúne los colores, texturas e historias que posteriormente se usaron en el diseño de una nueva baldosa urbana para el centro de la ciudad. Es una aplicación práctica de un concepto romántico que “conecta visualmente el pavimento por el que caminamos todos los días con las cualidades de la tierra bajo nuestros pies” (Atelier NL, 2019).

En esta muestra se rescata la potencia conceptual y cómo la exposición es un hilo conductor que explica concepto y proceso sin dejar de lado el aporte estético. La curaduría logra conectar identidad, arte, investigación y producto.

2.3.1.4. “Forms of Movement”, Nendo – Superstudio, Milan, 2018

Durante la “Semana del diseño de Milán” MDW por sus siglas en inglés, las grandes marcas multinacionales de diseño industrial exponen sus últimos lanzamientos en el campo ferial de Rho, a las afueras de la ciudad. En paralelo tiene lugar el *Fuorisalone* o “Fuera del salón”. Estos eventos se llevan a cabo en los céntricos barrios de Brera, Lambrate, Centrale y Tortona. En ellos se exhiben las últimas tendencias en cuanto al futuro del diseño: especulaciones tecnológicas, exhibiciones de estudiantes y diseñadores cuyas propuestas comparten mucho con la exploración discursiva del arte. Los espacios son diversos: galerías, tiendas de diseño, universidades, museos, parques, etc.

En este contexto la oficina japonesa Nendo presentó la exhibición “Forms of Movement” durante la MDW 2018. La exposición se presentó en Superstudio de via Tortona y ocupó un hangar de 800 m² donde hizo un despliegue de productos, procesos, instalaciones multimedia y puesta en escena impresionante. Nendo presentó diez colaboraciones diferentes todas con fabricantes japoneses. Por cada producto mostró materiales únicos y técnicas avanzadas en un bien curado montaje de diseños, maquetas, bocetos y procesos de fabricación.

La presentación de las diez colaboraciones se basa en la idea del movimiento. En palabras de Oki Sato, director creativo de Nendo: “Me di cuenta que al diseñar un objeto, estaba tratando de diseñar el movimiento relacionado con ese objeto. Algunos objetos permiten que la gente se mueva y luego la gente también reacciona a los objetos” (Designboom, 2018). La elección de esta muestra se alinea con las presentadas anteriormente por su concepto de exhibición, el cual busca no sólo mostrar la obra terminada sino también el proceso como parte fundamental del montaje.

2.3.2. Conceptos expositivos

Una exposición museográfica es un acto de comunicación. El propósito de este evento es dar a conocer aquello que hemos preparado para un público específico y puede clasificarse desde distintos aspectos. Para definir estas características de fondo y forma de la exposición se toma como referencia el libro *Diseño de Exposiciones, concepto, instalaciones y montaje* (2017) de los españoles Isabel García Fernández y Luis Alonso Fernández. Al inicio del estudio los autores hacen una distinción importante entre una exhibición y una exposición. Definen exhibición como “mostrar objetos” (*showing*) y exposición como “de-mostrar y relatar” (*telling*). La palabra clave parece ser interpretar, pues los autores afirman que, sin interpretación y comunicación de un discurso, no hay exposición (p.24)

La exposición que se propone en el museo MAC Lima como parte de este proyecto de intervención se define de tipo temporal por su duración de siete semanas y, por su alcance territorial, se define como nacional. Por su enfoque y organización es polivalente, pues está diseñada para un público diverso y podrá ser consumida por visitantes de distintas edades y procedencias culturales. También entra en la categoría de ecológica, porque ofrece una visión global del mensaje a transmitir (en este caso la cultura yánesha) y la relaciona con su hábitat.

La muestra está inscrita en la ciencias humanas y sociales, y presenta objetos originales especialmente preparados para el evento. Según sus funciones históricas generales se puede considerar estética, pero también comercial, pues con esta muestra se busca difundir y a la vez introducir piezas de arte y diseño al mercado de arte limeño. Según el rol del visitante esta exposición califica de interactiva, que, según Michael Belcher citado en García y Fernández, presenta la posibilidad de cambiar y variar su presentación según como el público responda a lo expuesto (2017, p.34). Finalmente es participativa, que, para Giles Velarde, citado en García

y Fernández, significa que el visitante puede tocar e interactuar con los objetos expuestos como parte de la experiencia ofrecida (2017, p.34).

2.4. Museo de Arte Contemporáneo MAC Lima

2.4.1. La institución, su manifiesto y trayectoria

El MAC Lima abre sus puertas en 2013 como institución dedicada a la “promoción, investigación y difusión de las prácticas artísticas contemporáneas en el Perú” (MAC Lima, 2021). Está ubicado en el distrito limeño de Barranco, casi en el límite distrital con Miraflores. Es un complejo de varios edificios que incluye tres salas de exhibición: de 100, 200 y 1000 m², aulas, depósitos y oficinas. Dentro de su programación ofrece exposiciones de su colección de arte moderno y contemporáneo latinoamericano. También ofrece muestras temporales de artistas emergentes y consolidados.

Figura 11. Proyecto MAC Lima con estudiantes de Diseño



Nota: Mobiliario diseñado, fabricado e instalado por los estudiantes de UPC, diciembre de 2019

Foto: Silvana Cossio.

El MAC Lima invierte esfuerzos en alianzas y proyectos educativos con escuelas, universidades y otras instituciones que comparten su visión. Por su trayectoria y manifiesto,

el MAC Lima es una institución articulada con su entorno urbano y contexto. Según expone en su *website* oficial, su visión es:

Ser una institución cultural sostenible, articulada con su entorno urbano y con las sensibilidades y debates de su tiempo, aliada con la comunidad artística y abierta a públicos diversos. Ser referente regional como centro generador de experiencias y saberes en torno a prácticas artísticas contemporáneas (MAC Lima, 2021).

Figura 12. Exposición Ecosistema del agua



Exposición “Ecosistema del agua”. Fuente: Museo de Arte Contemporáneo MAC Lima

(<http://maclima.pe/project/ecosistema-del-agua/>)

Las exhibiciones y proyectos del MAC Lima han sido desde su apertura interesantes interlocuciones con el contexto cultural limeño. En el contexto de esta investigación resaltan dos iniciativas. La primera fue una colaboración con la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). En 2019, luego de un trabajo que duró casi un año, estudiantes de la Facultad de Diseño de UPC expusieron una serie de objetos utilitarios y mobiliario que fueron diseñados durante sus clases de fabricación. Estos mobiliarios, instalaciones y coberturas para uso público, fueron presentados en formato de maquetas a la dirección del museo. Luego de una selección y curaduría, el director del MAC Lima eligió los proyectos que serían posteriormente

implementados en favor de los visitantes. En diciembre de 2019 los estudiantes de la Facultad de Diseño de UPC instalaron trece piezas utilitarias dentro de las instalaciones del MAC Lima.

El otro proyecto es la exhibición “Ecosistema del agua” de Rafael Freyre y Ana Teresa Barboza, ganadora del premio Arte e innovación 2019. El MAC Lima convocó a artistas y creadores peruanos que innovan con propuestas que establecen relaciones entre arte, ciencia y tecnología. El encargo pedía responder al término tecnología en un sentido amplio: desde la recuperación de técnicas tradicionales hasta el uso de nuevos soportes desde una visión crítica, artística y contemporánea.

Esta muestra también es referente para este trabajo de tesis. Se rescata la investigación previa, la exposición del proceso, la teatralización de la puesta en escena que sugiere un desplazamiento en el espacio. La visita permite un experimentar a través de la experiencia. Era posible tocar las piezas, caminar sobre ellas y percibir los materiales a través de los sentidos.

2.4.2. Levantamiento del contenedor y análisis del contexto

La decisión de llevar a cabo la exposición temporal en este museo cuenta con dos razones fundamentales. La primera es que la visión y valores de esta institución se alinean con el concepto y valores del proyecto. La segunda surge por la carga simbólica de exhibir una exposición de difusión cultural indígena fuera de un contexto etnográfico y en el contexto del arte y la discusión contemporánea.

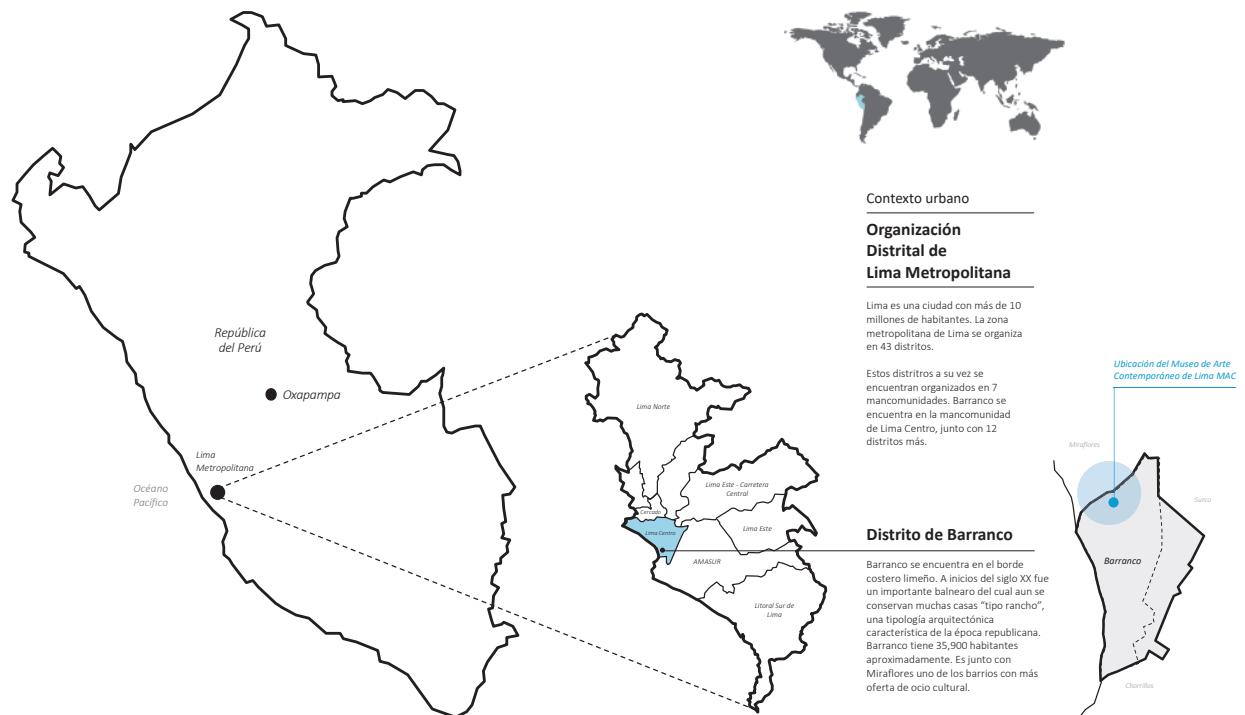
Lima es una ciudad con más de diez millones de habitantes y está organizada en cuarenta y tres distritos, de los cuales trece pertenecen a la mancomunidad de Lima Centro y se encuentran alrededor del centro histórico. EL MAC Lima se encuentra en Barranco, distrito de la zona costera al sur de la ciudad de Lima. En la figura 13 se explica el contexto territorial de la ciudad de Lima y las características urbanas del distrito de Barranco.

Este barrio se fundó en 1874 y desde su origen estuvo vinculado al arte y a la bohemia. Nace con la República y su casco histórico aún conserva edificios de arquitectura representativa de dicho periodo. Según el último censo de 2017, Barranco tiene una población de 35,900 habitantes, aproximadamente. Cuenta con una ubicación céntrica en la ciudad, accesible a través de transporte público e inserta en un circuito de ocio cultural y turístico. El

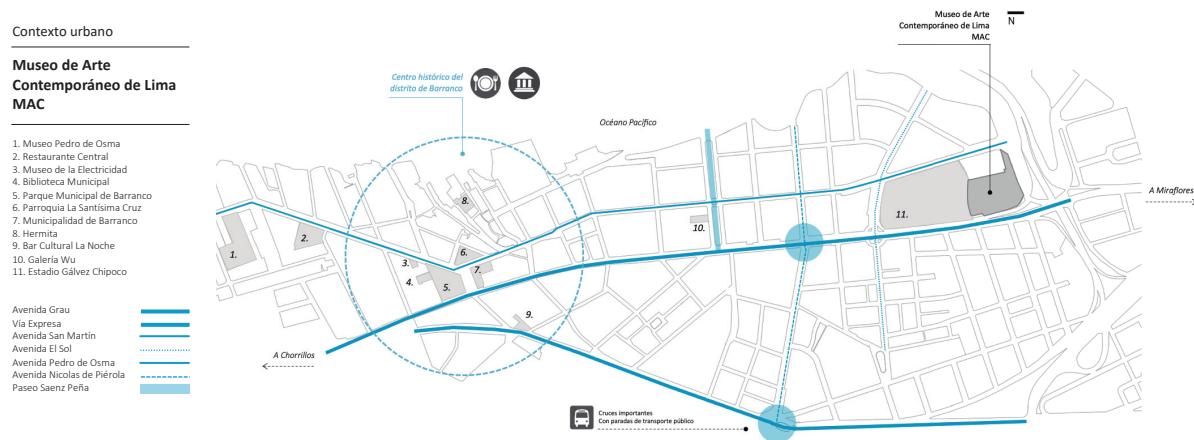
MAC Lima es el contenedor ideal para la exposición. En la figura 14 se ha hecho análisis del contexto y se ha determinado, a partir del mapeo de instituciones y espacios de turismo histórico, que existe un circuito de ocio cultural. El MAC Lima está dentro del eje del recorrido.

En la figura 15 se expone el plano general del museo sobre un terreno de 13,470 m² aproximadamente. El museo se encuentra al lado de un pequeño parque municipal abierto al público, pero que es cerrado por las noches cuando cierra el museo.

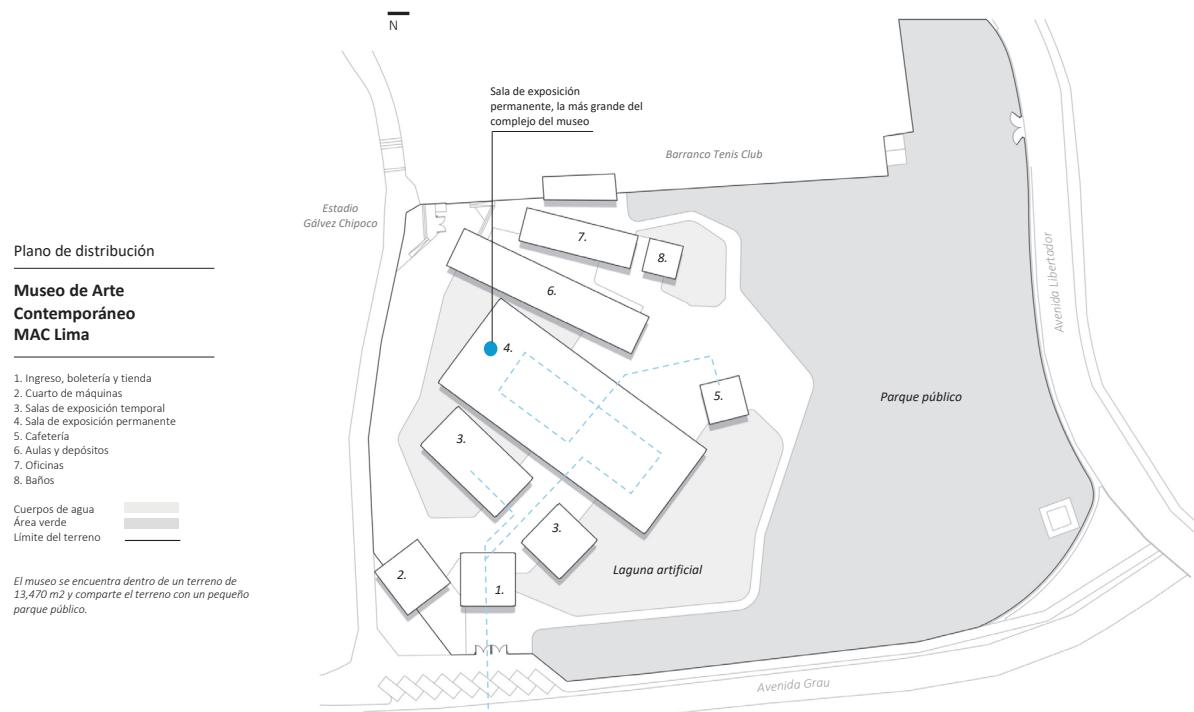
Figura 13. Ubicación del contenedor en el distrito de Barranco



Elaboración propia.

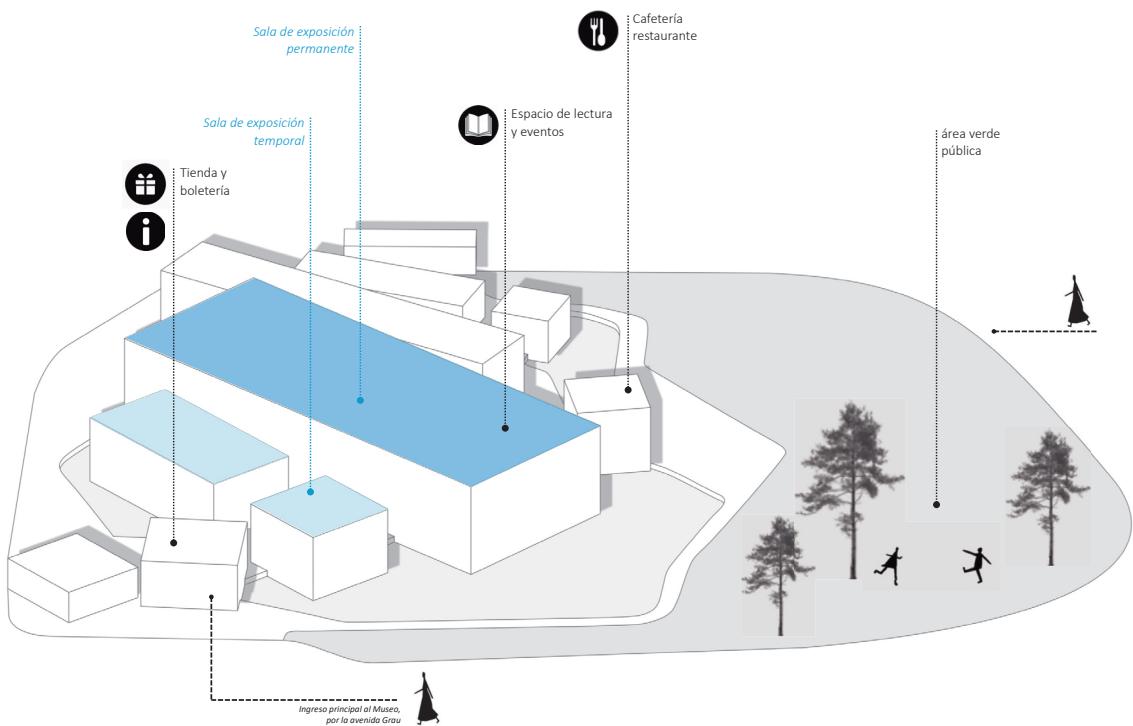
Figura 14. Ubicación del museo MAC Lima en su contexto urbano

Elaboración propia.

Figura 15. Planta general del Museo de Arte Contemporáneo de Lima

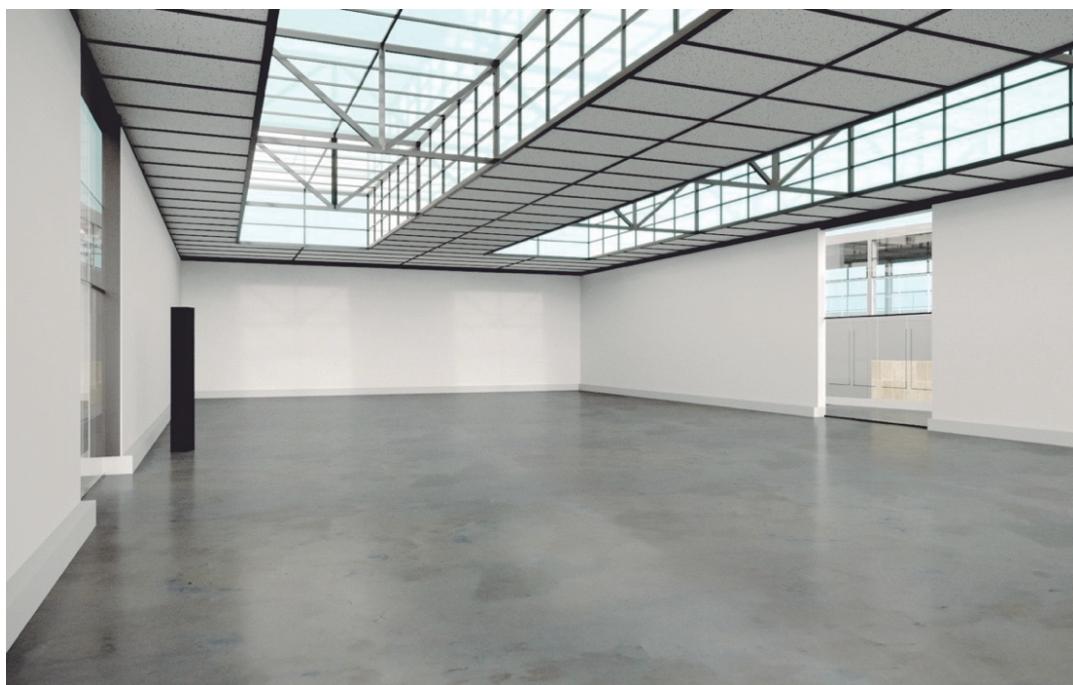
Elaboración propia.

Figura 16. Vista isométrica de funciones del museo



Elaboración propia.

Figura 17. Vista 3D de la sala de exposición para la muestra



Elaboración propia.

3. Diseño metodológico

La visión de este proyecto de intervención es visibilizar la riqueza cultural yánesha y, en el proceso, mejorar la calidad de vida de las familias de la comunidad Azulís. La misión es presentar el trabajo realizado entre artistas, diseñadores y artesanos de Azulís en una exposición temporal en el Museo de Arte Contemporáneo MAC Lima. Este proyecto tiene un enfoque particular, pues busca alejarse de la mirada fundamentalista que no permite intercambio o innovación y muchas veces restringe la creatividad de los individuos. Este proyecto de intervención parte de la premisa que toda producción realizada por una comunidad yánesha es parte de cultura yánesha, sin condiciones. Se motivará la exploración, creatividad e innovación artística y técnica, siempre a partir de los conocimientos y aportes de cada uno de los involucrados tengan para ofrecer.

Se trabajará de manera transparente y con respeto, valorando las diferencias de todos los actores participantes, buscando siempre puntos en común en un espacio que promueva el intercambio de ideas y el aprendizaje. Para la elaboración del modelo de trabajo y proceso metodológico se ha tomado en cuenta el proceso de trabajo del estudio de diseño Arde y la “Stakeholders Theory”. Según Meghan Kelly y Russell Kennedy, esta metodología puede ayudar a sobrellevar ciertas dificultades dentro de proyectos colaborativos. Es una teoría de los negocios que busca la práctica ética entre los participantes, en un marco de organización que toma en cuenta lo moral y los valores. La “Stakeholders Theory” monitorea las preocupaciones de los participantes para conducirlos luego a la toma de decisiones. Se debe escuchar y tener apertura a diferentes opiniones. No reconocer el impacto que el proyecto puede tener entre los actores involucrados puede jugar en contra (Kelly y Kennedy, 2016).

En los talleres de co-creación se utilizarán las recomendaciones del *Design Kit* de Ideo para el trabajo de diseño centrado en el ser humano. Esta plataforma ofrece formas sencillas de establecer situaciones creativas para equipos de procedencias diversas. Recursos como *photo journal*, *card sort*, *draw it*, *journey map* y *storyboard* entre otros serán facilitados a los participantes.

Así mismo, se trabajará con el concepto de *Cross-cultural design* que se define como una herramienta procedimental para traducir códigos de una cultura particular hacia un mercado global. Con especial atención a la definición de interculturalidad e incluso a lo que se

entiende por “apropiación cultural” (Barrera et al., 2014), este proyecto busca lograr sus objetivos dentro de un marco conceptual contemporáneo y en sintonía con la discusión actual sobre interculturalidad y co-diseño.

3.1. Objetivos del proyecto

3.1.1. Objetivo principal del proyecto de intervención

Diseñar una exposición temporal para la difusión de la cultura yánesha en el museo de Arte Contemporáneo MAC Lima.

3.1.2. Objetivos específicos del proyecto de intervención

- a. Planificar visitas a la comunidad y reuniones entre artesanos, artistas y diseñadores.
- b. Plantear y desarrollar talleres de co-diseño intercultural para el desarrollo de piezas de arte, artesanía y mobiliario.
- c. Diseñar una exposición en el MAC a partir de la investigación previa, con las piezas elaboradas en los talleres y mostrando el proceso creativo.

3.2. Beneficiarios

3.2.1. Artesanos de la comunidad Azulís

Para lograr el objetivo principal del proyecto de intervención y poder elaborar una exposición temporal para la difusión de la cultura yánesha, será necesario primero establecer una relación con representantes de este pueblo amazónico para que de manera voluntaria decidan sumarse a esta iniciativa. Cabe resaltar que la intención de este proyecto nace de los primeros encuentros entre el equipo de Arde y los artesanos de la comunidad Azulís en 2019.

Fueron cuatro visitas entre los meses de agosto y noviembre de ese año. En dichas visitas se pudo iniciar un vínculo de confianza necesario para llevar a cabo este tipo de proyecto. Dentro de la comunidad, como en todo grupo humano, existen diversos intereses. No todos se dedican a la artesanía o están dispuestos a participar en un proyecto a largo plazo. A través de un taller participativo sobre identidad durante la última visita en noviembre de 2019, se llegó a conocer un poco más sobre qué temáticas son importantes de abordar para ellos. Se trabajó en base a cuatro preguntas realizadas al grupo de asistentes. Para el equipo

organizador este conocimiento es fundamental para asegurar el éxito del proyecto de intervención. Las preguntas fueron las siguientes:

¿Quiénes somos? Estas son algunas de las respuestas:

Una familia yánesha. Una familia unida. Una comunidad unida. Somos yánesha. Somos yánesha y conservamos la naturaleza. Una nación yánesha. Que conserva su cultura y bosques. Cultivamos nuestra cultura. Personas tranquilas que nos gusta la artesanía yánesha.

¿Qué nos motiva y a qué aspiramos? Estas son algunas de las respuestas:

Que mi comunidad tenga apoyo de las instituciones. Aprender cosas nuevas, en oportunidades. Que todos conozcan nuestra cosmovisión. Compartir intercambio de experiencias con personas emprendedoras. Que mi comunidad sea mejor. Salir adelante, tener mejores acabados en los diseños. Aprender la artesanía para toda mi familia. A crecer cada día más y mejorar mi calidad de vida. Que mis hijos sean más para adelante, que no se dejen de superar. Me gustaría que mis hijos sean mejores.

¿Qué queremos decir? Estas son algunas de las respuestas:

Conservo, aprendo, respeto. Seguir trabajando en nuestra comunidad unida y tranquilos. Que la gente de fuera vea mejor la comunidad. A todos mis hijos que no olviden nuestras costumbres como yánesha. Quiero emprender negocio para el sustento económico. Que soy de una cultura conservacionista. Que seamos más responsables.

Figura 18. Fotografías de cuatro de los siete artesanos participantes en los talleres.



Lourdes Espíritu

Francisco Soto

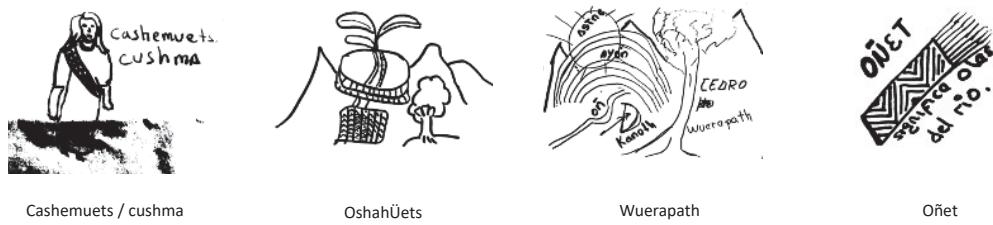
Tania Jiménez

Elsa Pascual

Foto: Luis Aguirre para Arde.

Otra manera de obtener información sobre los intereses de los participantes, en un contexto más lúdico, fue que respondieran a la pregunta **¿qué nos representa?**, pero usando dibujos. Se espera trabajar más este tipo de dinámica para que a partir de las imágenes se pueda construir una identidad visual de la comunidad que esté alineada con sus propios valores y expectativas.

Figura 19. Dibujos que responden a la pregunta ¿Qué nos representa?



Nota: Trabajo de campo con la comunidad yánesha Azulí durante el mes de noviembre de 2019.

Los miembros de la comunidad Azulí que participarán en el proyecto son siete: Lucy Pascual, Rosa Jiménez, Francisco Soto, Lourdes Espíritu, Tania Jiménez, Elsa Pascual y Dina Ballesteros. A partir de la información recogida previamente y de la programada durante la etapa de investigación del proyecto, se buscará alinear las aspiraciones de la comunidad con los objetivos del proyecto.

3.2.2. Artistas y diseñadores

El equipo de participantes está compuesto por un total de treinta y cinco personas asumiendo cuarenta posiciones fijas dentro de este emprendimiento cultural. Si bien el equipo es grande y multidisciplinario, el corazón de esta iniciativa está en los artesanos, los artistas y diseñadores que trabajarán en conjunto para sacar adelante las obras. Se espera también que puedan llegar a conocerse y crear lazos. Este proyecto aspira a ser el inicio de una relación de intercambio y aprendizaje que pueda ser sostenible en el tiempo.

Se abrirá una convocatoria para seleccionar tres artistas que tengan interés en recuperación de técnicas tradicionales vinculadas a textiles, fibras naturales o tinturas vegetales, y que además tengan experiencia en proyectos colaborativos. La convocatoria funcionará como una residencia durante el periodo de tiempo comprendido entre noviembre 2021 y mayo 2022 (según se detalla en el cronograma). Si bien la convocatoria estará dirigida

a creadores peruanos, la nacionalidad no es requisito para calificar candidatos. A los artistas se les ofrece la cobertura de gastos en los viajes a la comunidad Azulís (alojamiento y alimentación). Posteriormente tendrán acceso a los espacios de trabajo que se habilitarán en la ciudad de Villa Rica. Junto con los artistas estará el equipo de Peru Design Collective (PDC), colectivo de diseñadores peruanos con experiencia en instalaciones conceptuales en las que se mezcla arte, diseño de producto e investigación académica. Cuatro de los integrantes de PDC trabajarán al igual que los tres artistas residentes seleccionados.

Es importante que estos participantes tengan claras las condiciones del proyecto. El propósito es poner en valor el legado cultural yánesha, legado que será el hilo conductor y marco conceptual de las propuestas. El retorno para los artistas y diseñadores participantes es el aprendizaje, las obras realizadas y la exhibición de todo este proceso en el museo MAC Lima.

3.2.3. Gestor cultural-agente: Arde

Arquitectura Diseño y Espacio (Arde) es parte del colectivo Perú Design Collective, que desde 2017 participa en colaboración con instituciones culturales, estudios de diseño y artistas de diversas disciplinas en proyectos colaborativos en Perú y en el extranjero. Arde es una oficina con sede en Lima que recibe encargos comerciales, pero que también dedica parte de la práctica a proyectos colaborativos y pro bono.

En 2018 Arde inicia una colaboración con la ONG Atiycuy. Dicha colaboración consistió en el diseño interior y acondicionamiento de la casa para voluntarios que Atiycuy tiene en el distrito de Villa Rica, provincia de Oxapampa, departamento de Pasco. A partir de ese primer proyecto se entabla una relación fluida entre Arde y Atiycuy, lo que permite sentar las bases para nuevas colaboraciones.

En 2019, durante el proceso de implementación del proyecto iniciado con Atiycuy en 2018, surgió la posibilidad de trabajar con los artesanos locales para la confección de objetos decorativos y mobiliario diseñados especialmente. A partir de allí se fue gestando la posibilidad de generar talleres de capacitación en procesos creativos en conjunto con el equipo de diseñadores de Arde y los artesanos y artesanas de la comunidad Azulís, quienes estuvieron dispuestos a asumir el reto. El papel de Arde en este emprendimiento es el de ser

el organizador, director y mediador de todo el equipo humano. Liderar estos talleres fue la primera experiencia de trabajo intercultural para Arde. A pesar de ello, estos primeros pasos fueron un éxito.

Para el equipo de Arde emprender este proyecto significa sumar a su portafolio un proyecto cultural de gran escala y en el proceso reforzar los vínculos previamente creados con la ONG Atiyacuy y la comunidad nativa Azulís. Es un interés que no persigue fines económicos, pero que busca la auto sostenibilidad para los beneficiarios, sobre todo para los artesanos de la comunidad.

Figura 20. Proceso de trabajo interno de Arquitectura, diseño y espacio

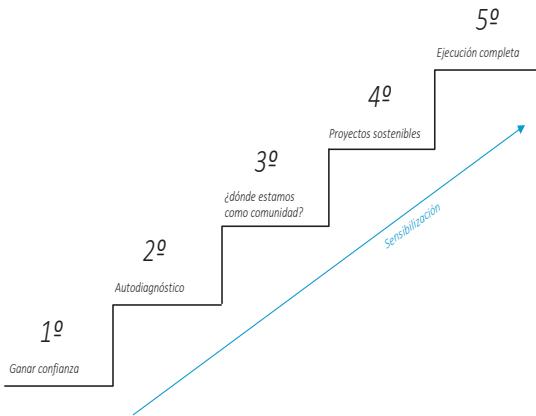
- | 01 *Investigación*
- | 02 *Conceptualización*
- | 03 *Propuestas de función*
- | 04 *Validación del cliente*
- | 05 *Devoluciones y aprobación*
- | 06 *Propuestas de diseño*
- | 07 *Validación del cliente*
- | 08 *Desarrollo de expediente de ejecución*
- | 09 *Ejecución de obra*

Fuente: Arde, 2021 (www.arde.pe)

3.2.4. ONG Atiyacuy

Atiyacuy es una organización no gubernamental (ONG) de cooperación peruanoa alemana que opera en la ciudad de Villa Rica, provincia de Oxapampa, departamento de Pasco. Ellos trabajan para el desarrollo humano de los miembros del pueblo yánesha asentado en treintaicuatro comunidades dentro de la provincia de Oxapampa. Esta ONG trabaja con una metodología de intervención muy clara, que llaman línea de acción de cinco pasos hacia el autodesarrollo. Esta línea consiste en: ganar la confianza de los miembros de la comunidad, lograr que la misma comunidad haga un autodiagnóstico, establecer un estado de la situación (¿dónde estamos como comunidad?), generar proyectos sostenibles y lograr una ejecución completa. En la figura 21 se grafica esta metodología en escalera, que es a la vez una herramienta que le permite a Atiyacuy establecer objetivos claros en su trabajo social con la comunidad.

Figura 21. Metodología de intervención Atiycuy



Fuente: Adaptado de conversaciones con Elizabeth Luque, directora de la ONG Atiycuy Perú en Villa Rica.

Atiycuy es pieza clave dentro del proyecto, pues es la bisagra entre la comunidad y todos los demás participantes. Trabajar y coordinar el avance del proyecto según sus recomendaciones es fundamental. Para Atiycuy el objetivo es que los artesanos de Azulís obtengan un beneficio directo del intercambio: la capacitación y el aprendizaje. Pero también la visibilización y el prestigio que conlleva esta iniciativa.

3.2.5. Museo de Arte Contemporáneo MAC Lima

En el apartado 2.4 se describen las características de esta institución. Se hace un análisis a nivel de contenedor del museo y de la sala donde se hará el montaje de la exposición. También se exponen sus valores y objetivos. Lo pertinente en esta sección es explicar cómo este tipo de proyecto intercultural puede ser de interés para el MAC Lima.

Un buen ejemplo son las dos muestras que se inauguraron junto con su reapertura en abril de 2021. La primera exposición es “Negar el desierto”, una muestra colectiva con cincuenta y dos artistas participantes bajo el tema común del paisaje costero peruano y la relación compleja con sus habitantes. Cabe mencionar que este proyecto quedó pendiente a ser estrenado en marzo de 2020 debido a la crisis sanitaria. La otra exposición es “Desbosque”, una instalación que también recorre un hábitat, el del bosque de Ucayali en la selva amazónica peruana, mientras revisa la terrible deforestación que sufren estos bosques tropicales. Ambas exposiciones transmiten la sensibilidad de la institución hacia el patrimonio paisajístico y etnográfico por lo que sospechamos que nuestro proyecto despertaría interés al MAC Lima.

La exposición que proponemos guarda relación con estas exhibiciones, pero propone algo nuevo, que es la intervención a nivel de diseño utilitario y la exploración con nuevos materiales y su procedencia. Este proyecto además de referenciar el hábitat de origen nos invita a conocerlo y explorarlo. Es una exposición que inicia un diálogo optimista.

3.2.6. Públicos

El Ministerio de Cultura administra cincuenta y seis museos en todo el territorio del Perú. Paralelamente existen más de cincuenta y dos museos privados, muchos de ellos en Lima (Museos en Línea, 2021). Existen controversias sobre si el público peruano visita los museos por como parte de sus rutinas de entretenimiento o no. La ONG Lima Cómo Vamos hizo una encuesta sobre la relación de los limeños con la oferta cultural y encontró que: solo el 15% había visitado un museo o galería durante el último año. (Lima Cómo Vamos, 2019)

Según la información recogida durante la iniciativa Museos Abiertos (MUA) en su edición de agosto de 2019, se registró una asistencia de 41,220 visitantes en todo el territorio nacional.

“Museos Abiertos es parte de una política de Estado, impulsada desde el año 2017 por el Ministerio de Cultura gracias a la Ley N° 30599. Dicha norma dispone que el primer domingo de cada mes, los ciudadanos peruanos accedan gratuitamente a los museos, lugares históricos y sitios arqueológicos administrados por el Estado” (Ministerio de Cultura, 2019).

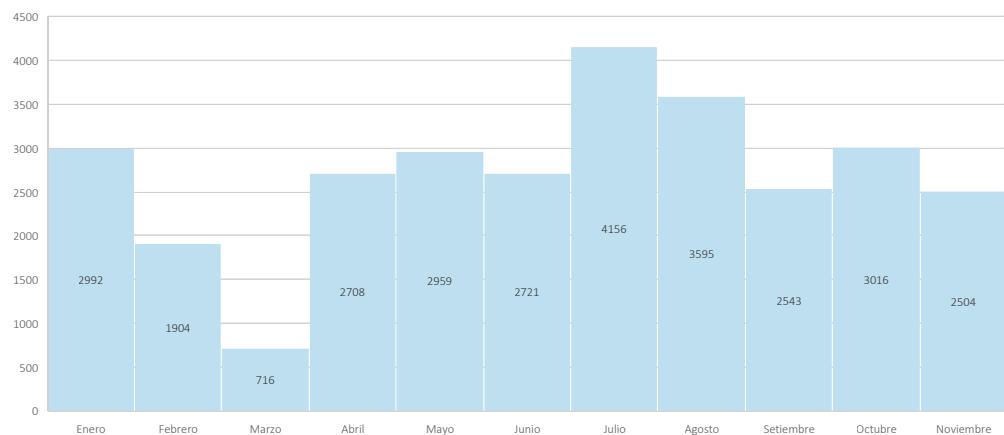
Ahora bien, ¿cómo identificar adecuadamente el público objetivo para esta exposición? ¿Cómo llegar al público potencial y ocasional? El primer paso es identificar el público asistente al MAC Lima. Se tuvo acceso a la información de visitantes al museo y se encontró que entre enero y diciembre de 2019 el MAC Lima tuvo 29,814 asistentes, de los cuales 15,340 fueron residentes peruanos y 14,474 extranjeros. En la tabla 5 se aprecia esta asistencia distribuida en meses. Los países de procedencia que más visitantes reportaron fueron Estados Unidos, Chile, Brasil, Francia, Inglaterra, Canadá y Alemania.

Del total de asistentes, 13,364 fueron hombres y 16,450 mujeres. El mes con más visitas fue julio con 4,156 visitantes, y el que tuvo menor asistencia fue marzo con 716. Del total de visitantes en el mes de julio 1,813 fueron extranjeros. Esta información se deberá

tomar en cuenta para el manejo de la campaña de comunicación y a qué segmentos dirigirla (MAC Lima, 2020).

Un análisis más detallado del público asistente en el mes de julio nos muestra que, de los 4,156 visitantes, hubo 2,253 entradas de adultos (ya sea pagando el boleto “general” o bajo algún tipo de promoción especial). Hubo 764 niños asistentes, entre escolares y niños fuera del horario escolar. El total de asistentes universitarios fue de 803. Con estos números se puede concluir que el público que más recibe el MAC Lima en su mejor mes es adulto y residente peruano. Sin embargo, al revisar las cifras totales del año encontramos que 49% corresponde a asistentes extranjeros, es decir, casi la mitad.

Tabla 5. Público asistente al MAC Lima en 2019



Fuente: Elaboración propia.

Se precisa una revisión sobre cómo se ampliaría la convocatoria de asistencia con una estrategia de marketing y difusión del evento, cuáles serían los canales adecuados para la captación de nuevos públicos, y en qué formatos sería preferible difundir el contenido de la muestra e información acerca de ella. El desglose se detallará en el apartado de comunicación.

Los medios para la venta de entradas utilizados por el museo son la página web y la taquilla en el mismo museo. Además de las exposiciones, los talleres que ofrece el MAC Lima son una forma de vinculación entre la institución y sus usuarios. La tienda y el parque son de acceso abierto, no es necesario pasar por la taquilla para entrar.

Las redes sociales con las que cuenta el museo son: *Instagram* con 27,500 seguidores, *Facebook* con 212,137 seguidores, *Twitter*, *Youtube* y la página web oficial. Cuenta con el

programa “Amigos del MAC”. El museo estuvo cerrado desde marzo de 2020 hasta su reapertura el 15 de abril de 2021. Los precios de las entradas se mantienen iguales que en 2019, salvo por una campaña para los vecinos de Barranco, quienes presentando un documento que acredite que viven en el distrito pueden ingresar gratis los domingos. En la figura 34 se muestran capturas de la página web del museo y con su política de precios.

3.3. Actividades y tareas

3.3.1. Organización del proyecto

Esta intervención se organiza en dos etapas. La primera contempla el desarrollo de talleres para elaborar las piezas de arte y objetos utilitarios que posteriormente se exhibirán en la muestra a realizarse en el MAC Lima. Para definir correctamente el camino a seguir, el equipo organizador se planteará las siguientes preguntas: ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Para quién?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde? y ¿Cuánto? Las respuestas a estas cuestiones nos permitirán establecer un *pitch* concreto que podremos luego socializar con todo el equipo, desde los jefes de áreas hasta los pasantes y colaboradores externos. En la tabla 6 se resume la esencia de la exposición utilizando la metodología del espacio escénico de la Dra. Jara Martínez (Martínez-Valderas, 2014).

Tabla 6. Definición del proyecto

Explicación del proyecto a través de la metodología del espacio escénico aplicado a la exposición

1. Producto			2. Público	3. Núcleo de convicción dramática	4. Objetivo de la escenificación	5. Estrategias estético-estilísticas	6. Contenidos
Una exposición temporal llamada "Achake't. Resignificar el paisaje". (Achake't significa en yánesha: "todos los diseños")	en el Museo de Arte Contemporáneo MAC Lima de Barranco	Desde el viernes 23 de setiembre hasta el domingo 13 de noviembre de 2022	Estudiantes, familias, vecinos de Barranco y Miraflores, amigos del museo, extranjeros, turistas	Existe difusión de las culturas amazónicas, pero muchas veces desde una visión etnográfica. Esta exposición busca difundir la cultura amazónica Yánesha desde una mirada contemporánea, innovadora y estética.	La exposición será una experiencia sensorial, sonidos, tacto, olfato y visión serán estimulados. Será un viaje al paisaje para darle nuevos significados	Estética naturalista, puesta en escena de recreaciones del hábitat. Ambientación con plantas nativas naturales, sonidos del bosque, mezcla de piezas de arte, objetos utilitarios, infografías y videos	Nota de prensa, dossier, entrevistas en vivo por Instagram Live , publicaciones en Instagram , Facebook y Youtube , entrevistas en prensa escrita, pósters, vallas, catálogo, folletos de mano
¿Qué?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Quién?	¿Por qué?			¿Cómo?

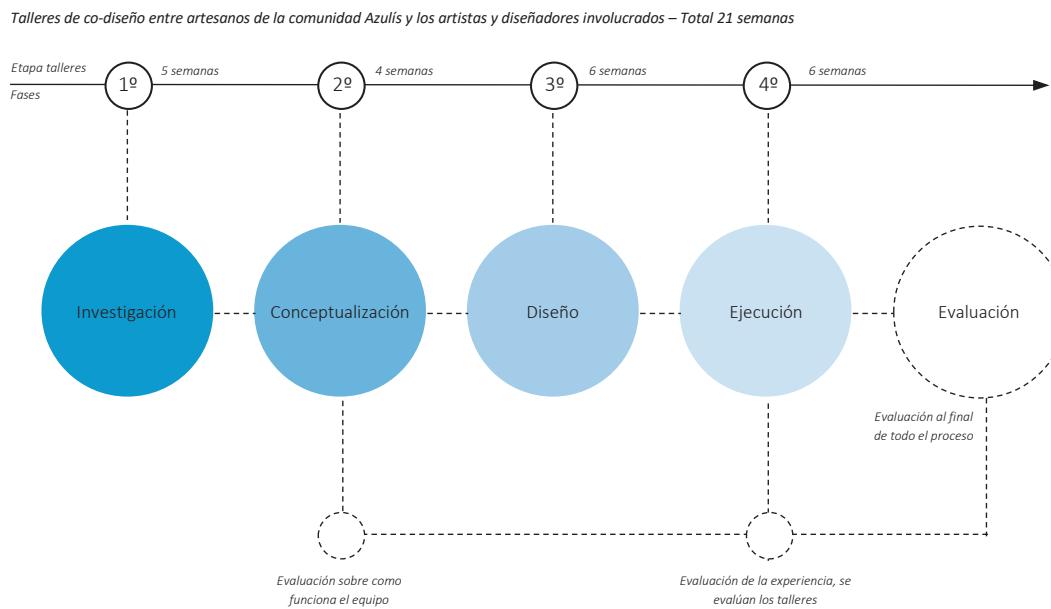
Fuente: Elaboración propia.

3.3.1.1. Etapa 1: Talleres de co-diseño

Esta primera etapa empieza con la investigación que dará paso a la ideación de los talleres de co-diseño. El marco teórico y conceptual del proyecto se apoya en información documental etnográfica, en estudios elaborados por académicos y en datos estadísticos de instituciones del gobierno peruano. El desarrollo de este modelo incluye cuatro pasos desde la investigación hasta la ejecución, y un paso transversal a cargo de la evaluación de los procesos, que se llevará a cabo durante y al final de esta primera etapa del proyecto.

Fase 1 – Investigación: A partir de la bibliografía revisada previamente, se prepara el material y las gestiones para la primera visita a la comunidad nativa (CN) Azulís. La única manera de ingresar a una comunidad indígena es siendo invitados. La ONG de cooperación peruano-alemana Atiycuy es el intermediario para ser bienvenidos. Atiycuy viene trabajando para el desarrollo humano de los miembros del pueblo yánesha en las diferentes comunidades dentro de la provincia de Oxapampa. En este momento del proyecto, se plantean dos viajes a la CN Azulís: el primero de reconocimiento solo con los organizadores durante la tercera semana de noviembre, y el segundo viaje durante la primera semana de diciembre de 2021.

Figura 22. Esquema del modelo de gestión para los talleres



Fuente: Elaboración propia.

Fase 2 – Conceptualización: Una vez procesada la información sigue la preparación del material. Se definen los contenidos con los que todos los participantes empezarán las dinámicas de co-creación. Lo primero es establecer un lenguaje común a partir del cual todos puedan intercambiar ideas y propuestas, y así evitar malentendidos en la comunicación. Los artesanos que participarán en los talleres son bilingües y se desenvuelven perfectamente en lengua yánesha y en castellano. No obstante, deberán evitarse los términos técnicos, anglicismos o conceptos abstractos en la transmisión de la información. El ambiente ideal para el desarrollo del taller es de cierta informalidad. Se toman como referencia las recomendaciones de la investigación sobre el aspecto lúdico y su potencial para propiciar la creatividad durante sesiones de diseño en co-creación (Said-Valbuena, Montoya y Pinzon, 2019).

La preparación deberá ser previa al viaje a la comunidad. Todo lo gestionado debe contemplarse para trabajar de manera analógica, pues los recursos como el acceso a internet y electricidad son muy restringidos. Los materiales serán papelógrafos, plumones, fotografías impresas, y muestras de acabados en madera, textil y fibras. Se preparará el material para trabajar con los artesanos y artistas. También se preparará material especial para trabajar con niños, con quienes se trabajará de manera más vinculada al juego.

Antes de cerrar el año por las festividades, deberán realizarse las gestiones para los viajes con todo el equipo. Deberán preverse el transporte para personas y equipamiento, alojamiento, alquiler de oficina-taller que servirá de centro de operaciones en Villa Rica (la ciudad más cercana a la CN Azulís) y los materiales especiales que se trasladarán desde Lima. Esta es la fase más importante, pues es la pre-producción de todo lo que se llevará a cabo posteriormente. El equipo de producción se encargará de las coordinaciones generales y logística de las compras, reservas y traslados de los participantes.

Fase 3 – Diseño: Se ejecutan los talleres diseñados, se propicia el entorno para el intercambio y la creación. Se ponen en marcha las herramientas diseñadas previamente y las adaptaciones del *Design Kit* de Ideo: *photo journal, card sort, draw it, journey map* y *storyboard*. Algo importante a mencionar es que, por parte de la organización, se deben generar las condiciones, pero el *outcome* o resultado recaerá sobre los participantes. Se realizan dos visitas de trabajo a la CN Azulís durante esta fase. La tercera visita (contando las

dos primeras en la fase 1) será durante la primera semana de marzo de 2022. Aquí se llevarán a cabo los talleres de procesos creativos y de nuevas técnicas.

La cuarta visita será mucho más larga, pues contempla los talleres de identidades compartidas, prototipados en textiles y fibras, taller de teñidos con tinturas naturales, prototipados en madera y sesiones de tejidos experimentales. En ella se espera seleccionar las piezas finales que se desarrollarán: cuáles se culminarán en la misma comunidad, cuáles en Villa Rica y cuáles en Lima. En esta fase los catorce participantes creativos serán acompañados y dirigidos por dos talleristas, un consultor en diseño de producto, un antropólogo, dos diseñadores del equipo organizador y el director creativo del proyecto. Un total de veintitrés personas involucradas desde la tercera semana de marzo hasta la tercera semana de mayo de 2022. En esta fase se evalúa la experiencia de los participantes con encuestas muy breves y dibujos. Es importante recibir retroalimentación al final de cada taller para poder redireccionar la actividad de ser necesario. Estas evaluaciones se realizarán a través de instrumentos cualitativos y de la observación del equipo organizador. La tercera fase termina en la ciudad de Villa Rica haciendo un balance de lo logrado.

Fase 4 – Ejecución: es la última de las etapas de talleres. Una vez organizado el destino de los prototipos, se procede a ejecutar, desarrollar y fabricar. Se elaboran fichas técnicas de cada obra a ejecutarse y se documenta el proceso de fabricación. Un equipo de supervisión viajará una quinta vez a la comunidad para terminar las piezas pendientes. En esa misma semana, un grupo se queda en Villa Rica organizando y catalogando las piezas pequeñas y prototipos. El equipo supervisor del desarrollo de piezas complejas viaja a Lima a terminar con su parte. Estas tres actividades se darán inicio en paralelo durante la segunda semana de abril. El retorno definitivo a Lima con los últimos integrantes del equipo y las piezas finales será en la segunda semana de mayo. La ejecución de las piezas complejas puede extenderse hasta la tercera semana de mayo de 2022.

A partir del análisis FODA se puede concluir que, a pesar de estar físicamente alejados, tenemos acceso y posibilidad de reunirnos y trabajar. Hay disposición, voluntad y recursos para lograrlo. Será un reto, no hay duda. Este proyecto desde su pequeño aporte puede ser un vehículo para empujar reformas desde otros frentes como el Gobierno Regional y Provincial de Oxapampa, y lograr que se implemente el tramo de carretera que hace tanta falta a la comunidad, pues sin ella no solo estos productos no pueden salir, sino que otros

recursos no pueden entrar. Las posibilidades de comerciar e intercambiar productos se reducen considerablemente.

Figura 23. Matriz FODA para el diagnóstico del modelo de gestión de talleres

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Ya conocemos a la comunidad nativa Azulís, tenemos el contacto directo a través de la ONG Atiyacuy. Existe un vínculo de confianza pues hemos viajado cuatro veces con el equipo de Arde. El equipo de Arde trabaja junto desde hace cinco años, es un equipo cohesionado. Los demás colaboradores también son parte de la red de contactos profesionales de Arde pero de distintas disciplinas, lo que aportará diversidad y amplitud de miradas al proyecto.</p>	<p>Possible interés del Ministerio de Cultura en el proyecto por su foco en el desarrollo y fomento de la cultura en el contexto del arte para la transformación e innovación social, que es una de las categorías en las que ofrece estímulos económicos para la cultura. Si este proyecto logra sus objetivos de difusión y comunicación, puede ampliarse a otras comunidades y ser oportunidad de desarrollo.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>La CN Azulís no cuenta con energía eléctrica continua, está alejada de la ciudad y es lógisticamente complicado llegar. Los artesanos tienen habilidades muy puntuales. Será un reto explorar para innovar. El 100% de las piezas no pueden elaborarse dentro de la CN porque no habría como sacarlas, pues son dos kilómetros de camino sin carretera.</p>	<p>La pandemia y la posibilidad de una tercera o cuarta ola. Lo alejado de la CN del área urbana En enero y febrero es imposible acceder porque es época de lluvias y la carretera queda bloqueada.</p>

Fuente: Elaboración propia.

3.3.1.2. Etapa 2: Exposición temporal en el MAC Lima

Siguiendo las recomendaciones de Isabel García Fernández y Luis Alonso Fernández en *Diseño de exposiciones, concepto instalación y montaje* (2017), el plan de la exposición o *brief* de la exposición deberá incluir la siguiente información:

- Título: “Achake’t. Resignificar el paisaje”. La naturaleza del proyecto es de carácter estético, evocativo y didáctico. El material a exponer es una mezcla entre artesanía contemporánea, objetos de diseño de uso doméstico y piezas de arte en técnica mixta con materiales oriundos de la selva central. Todo acompañado de prototipos, muestras de materiales, videos y fotografías del proceso de producción de las piezas. Es una exposición sensorial. Suaves sonidos del bosque se reproducen en la sala, sonidos de aves y del viento en los árboles, el sonido del río y voces en lengua yánesha. Los objetos de uso doméstico expuestos se pueden tocar o ingresar en ellos, según sea el caso. Es importante especificar que existirán descripciones de algunas piezas con textos en

cartelas, pero la exposición está diseñada para experimentarse más que para leerse. Fotografías y videos darán cuenta del proceso detrás de la realización de las piezas y un catálogo físico y virtual (a través de código QR) dará una explicación más profunda para el público especializado.

- b. Objetivos: Difusión de la cultura yánesha en un contexto contemporáneo. La exposición busca crear conciencia sobre el hábitat y el paisaje de donde provienen estas piezas y materiales. A través de la puesta en escena de una porción de bosque con plantas nativas se busca generar una atmósfera inmersiva. Se podrán oler, tocar y sentir los estímulos que provoca el paisaje. Las piezas expuestas son a la vez exhibición y soporte. El propósito es vincular emocionalmente al público. El visitante tendrá la oportunidad de darle un significado personal a su propia experiencia.
- c. Público: Dirigida a un público general, pero también será de interés para uno especializado. La exposición se propone estética, sensorial e interactiva en el sentido amplio del término, pues estará permitido al público interactuar dentro de las cinco zonas o estaciones que sugiere el recorrido de la exhibición. Estas características la hacen atractiva para todo público. Sin embargo, según lo identificado acerca del público regular del Museo MAC Lima, la asistencia es sobre todo de adultos jóvenes y es en ellos sobre quienes se enfocará la campaña de comunicación.
- d. Política y contexto: El MAC Lima tiene experiencia en exposiciones de tipo vivencial participativo, de gran escala y formatos diversos. Este proyecto guarda relación con dichas exhibiciones previas. Asimismo, “Achake’t. Resignificar el paisaje” y su propósito de difusión cultural encajan con sus valores.
- e. Periodo de duración: Siete semanas. Desde el 23 de setiembre al 13 de noviembre.
- f. Localización: La sala 3 del MAC Lima, con más de 600 m² disponibles para el montaje.
- g. Recursos económicos y materiales disponibles: Los fondos para el proyecto en general (incluido los talleres y la exposición) vendrán de las siguientes instituciones: Los Estímulos Económicos para la Cultura del Ministerio de Cultura (fondo de 50,000 soles), Fundación BBVA a través de sus programas de patrocinio en conjunto con el MAC Lima, la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas con patrocinio económico y facilitación de instalaciones de fabricación digital (FABLAB). Finalmente, la ONG Atiycuy con su apoyo invaluable como nexo con la comunidad y mediador estratégico en la ciudad de Villa Rica.

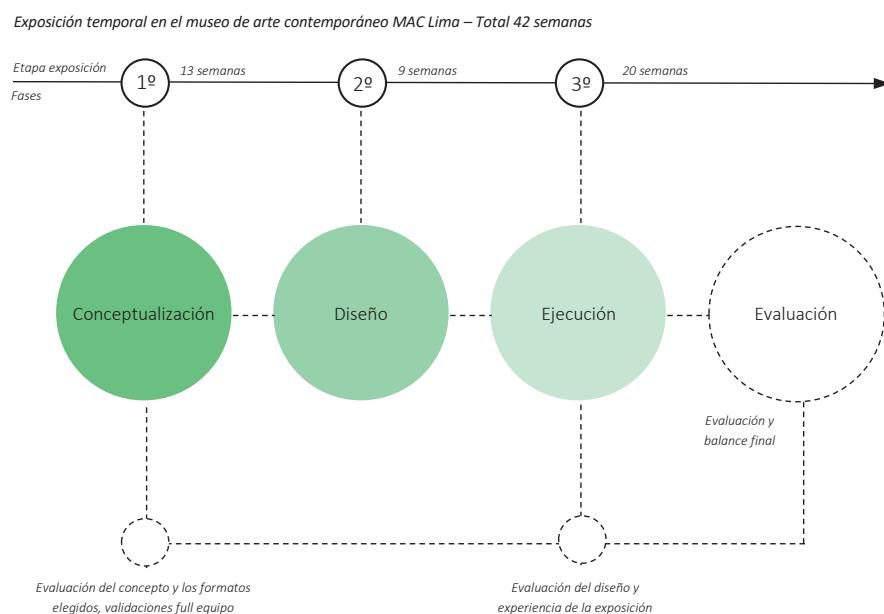
- h. Requisitos específicos sobre seguridad: Las obras de gran formato estarán fijas en las paredes y piso. Todas las panelerías, tabiques y elementos suspendidos estarán instalados según las exigencias del Reglamento Nacional de Edificaciones y de las normas técnicas vigentes. Se elaborará un plan de evacuación y rutas de escape, así como uno de sistemas de seguridad según lo indicado por los organismos correspondientes. Se coordinará una revisión previa a INDECI (Instituto Nacional de Defensa Civil), quienes son los encargados de las inspecciones para la prevención de desastres (ver anexo J).
- i. Conservación: Será necesario contrarrestar la humedad generada por las plantas que serán parte de la exhibición. Para las instalaciones en textil y fibras naturales, así como con los equipos de audio y video, una revisión semanal será suficiente.
- j. Mantenimiento: Cuidados semanales para la escenografía paisajística.
- k. Evaluación: Se utilizarán los procedimientos de evaluación del museo. Una combinación de método cualitativo y cuantitativo. Se utilizará el cuaderno de visitas y una entrevista extensa y abierta a un grupo reducido y al azar de visitantes. Se hará un conteo de visitantes con sus características generales de edad, sexo, nacionalidad. Finalmente, se elaborará un cuestionario breve de respuesta corta y valoraciones en escala. Los instrumentos de evaluación se detallan en el apartado 3.7.
- l. Procedimientos administrativos: se entregará al museo este documento con sus apartados desarrollados. Adicionalmente se entregarán los siguientes documentos: cuadro con los nombres y cargos del equipo de diseño, montaje e instalación, listado de obras y sus características, cronograma de actividades de la exposición, seguros y autorizaciones.

A partir de la investigación que se llevó a cabo para dar inicio a los talleres, se plantea el concepto de la exposición. Las coordinaciones del montaje empiezan cuatro semanas después de haber iniciado las gestiones para los talleres. A partir de ahí, ambas coordinaciones prosiguen en paralelo. En la figura 24 se resume el esquema con el proceso de trabajo para esta etapa.

Fase 1 – Conceptualización: Se definen misión y visión del evento, se define el formato que tendrá la exposición, el nombre, los valores y el lugar y el tamaño. Con esta información se da inicio al diseño de la campaña de comunicación, cuyo diseño se detalla en el apartado

de comunicación. En esta etapa se definen quiénes serán los patrocinadores y los aliados culturales.

Figura 24. Esquema con el proceso de trabajo para la exposición



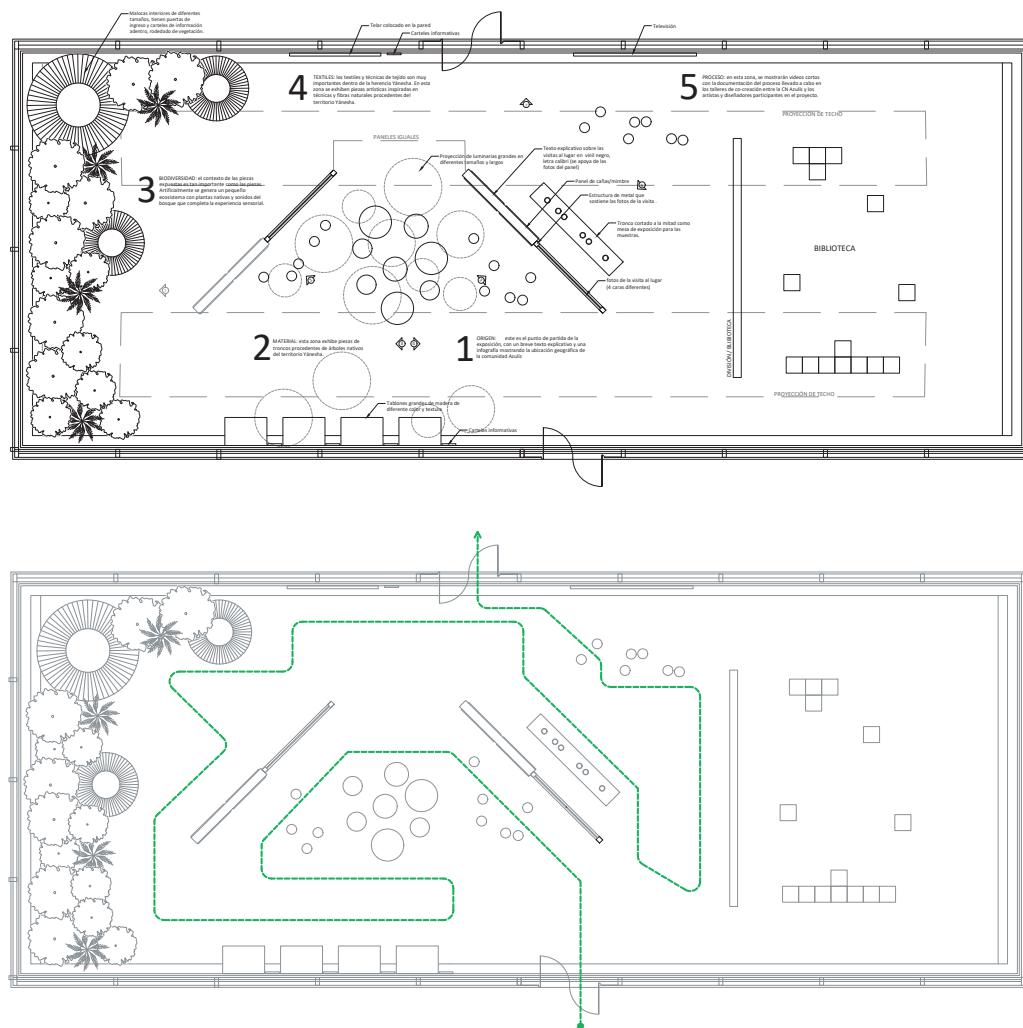
Fuente: Elaboración propia.

Fase 2 – Diseño: Según Isabel García Fernández y Luis Alonso Fernández en *Diseño de exposiciones, concepto instalación y montaje* (2017), el diseño de la exposición consta de tres partes: el diseño preliminar, el diseño esquemático y el diseño final. En el diseño preliminar se empiezan los primeros bocetos y esquemas de organización espacial, esquemas de iluminación. Además, se inicia la campaña de comunicación en la primera semana de abril de 2022, según se especifica en el apartado de comunicación. Al final del diseño preliminar debe quedar redactado el guion de la exposición.

El diseño esquemático debe culminar con la lista de las obras a exponer, el diseño de los soportes expositivos, el presupuesto y el cronograma de actividades para el montaje. En la figura 25 se puede apreciar un plano de distribución para la exposición, con las cinco zonas propuestas en el concepto y un esquema con la circulación y recorrido de la exposición. Las figuras 26, 27, 28 y 29 explican en dibujos isométricos dichas zonas y como debería ser la experiencia. En la figura 30 se expone una imagen en 3D con el *look & feel* de la exposición en base a la conceptualización definida a partir de la investigación.

El diseño final debe presentar el diseño detallado, contemplando los aspectos técnicos como: distribución a escala, materialidad, iluminación, instalaciones eléctricas, instalaciones especiales de audio, etc. Todas estas partidas detalladas según los planos y las vistas 3D permitirán hacer un presupuesto preciso (ver anexo J). En esta etapa del diseño se deben terminar los textos parte de la exhibición, así como los del catálogo, folletos de mano y demás contenidos.

Figura 25. Esquemas de distribución y circulación.



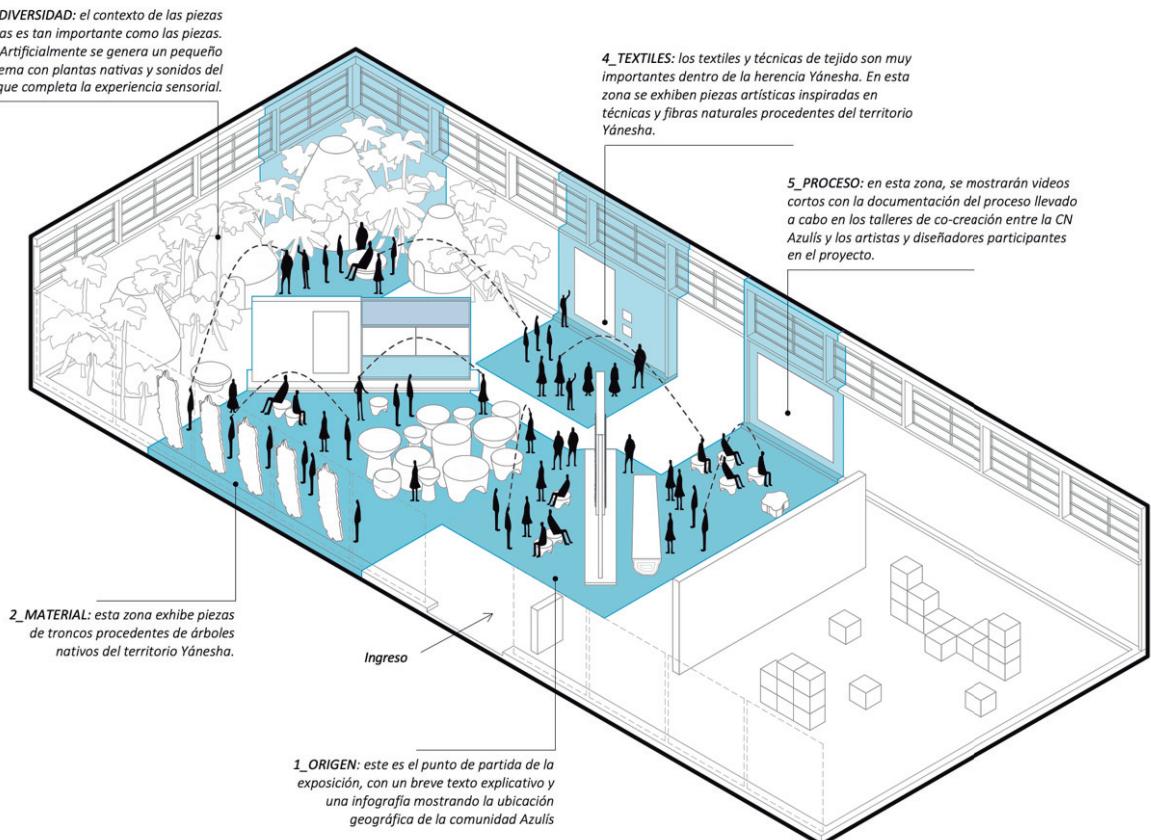
Fuente: Elaboración propia.

Fase 3 – Ejecución: Esta etapa queda a cargo del área de producción. Dentro de la preproducción en julio de 2022 se inicia con las pruebas de impresión de catálogos, *flyers*, folletos de mano, etc. También inicia la campaña de comunicación en medios tradicionales como

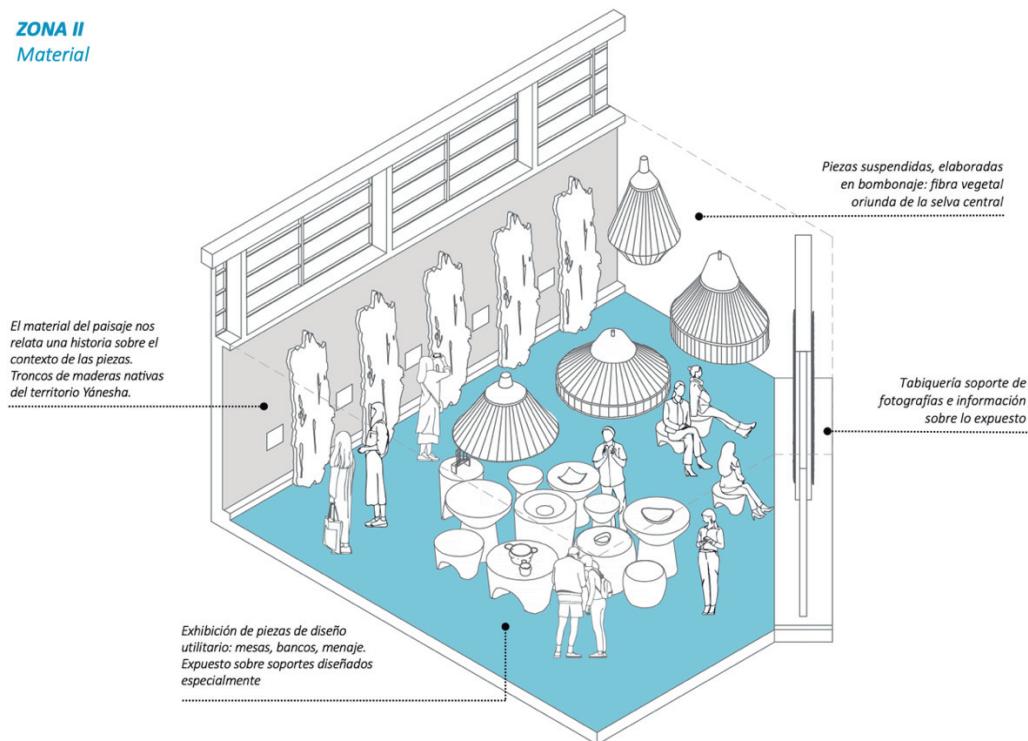
prensa escrita, radio y vallas publicitarias. Se toman medidas y se hacen pruebas en el museo, se prepara la sala 3 para recibir el montaje. Se planifican y coordinan los eventos parte de la estrategia de comunicación y marketing: rueda de prensa, entrevistas, conversatorios, coctel de inauguración y visitas guiadas el día de la inauguración para el público en general. En agosto de 2022 inicia la etapa de producción: comienza el montaje, se trasladan las obras al museo, se realizan las pruebas de electricidad, iluminación, audio y video. También se instalan los paneles, las infografías, cartelas, vinilos, etc., y se coordina la prueba final de instalación una semana antes de la inauguración en la segunda semana de setiembre de 2022.

Esta fase debe contemplar el proceso y protocolo de desmontaje, embalaje y traslado de las piezas a sus destinos finales. Así como el balance completo del evento desde todas las áreas (producción, comunicación y dirección general).

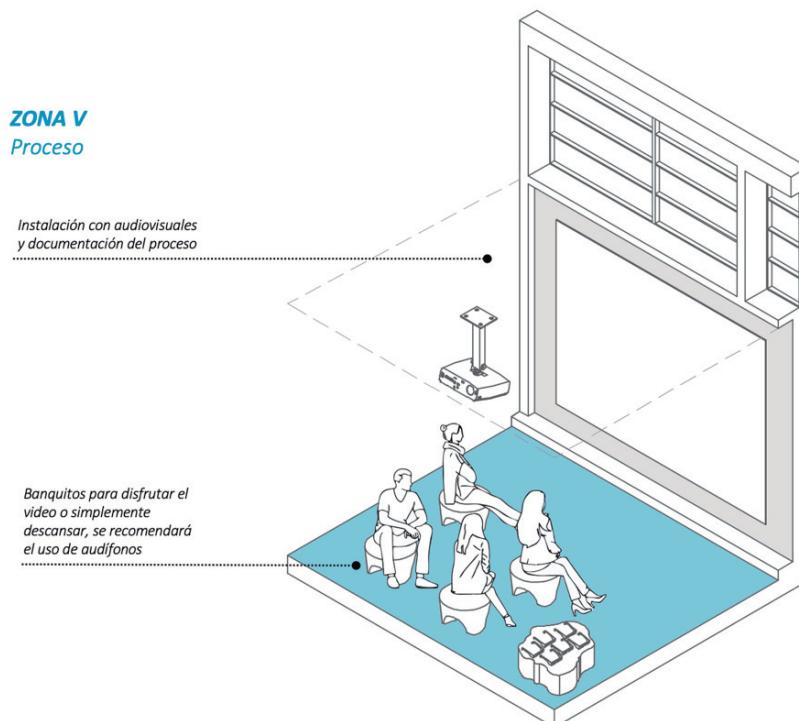
Figura 26. Boceto con la zonificación de la exposición



Fuente: Elaboración propia.

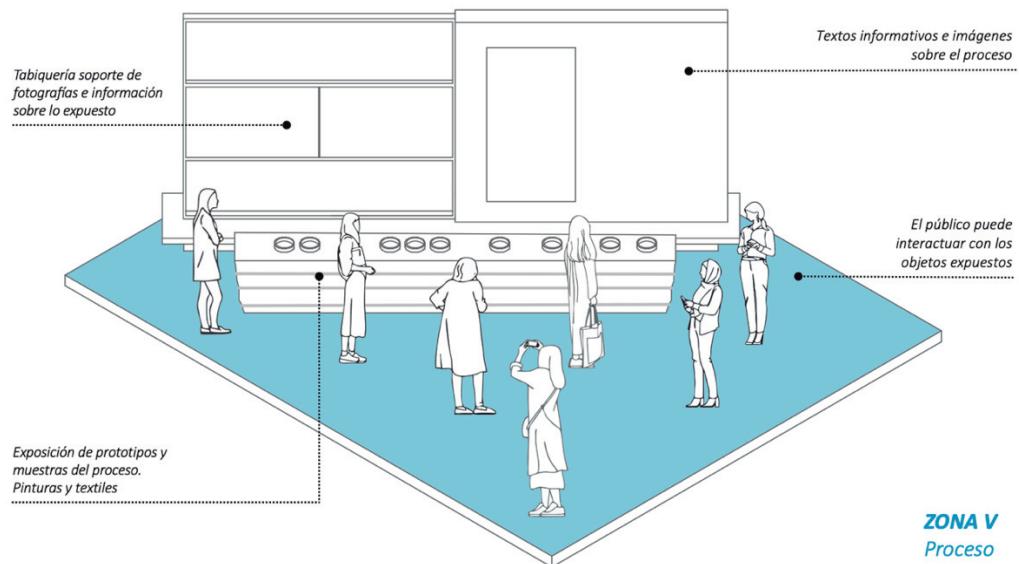
Figura 27. Detalle de la experiencia en la zona II: Material

Fuente: Elaboración propia.

Figura 28. Detalle de la experiencia en la zona V: Proceso

Fuente: Elaboración propia.

Figura 29. Detalle de la experiencia en la zona V: Proceso



Fuente: Elaboración propia.

Figura 30. Vista en 3D del diseño de la exposición

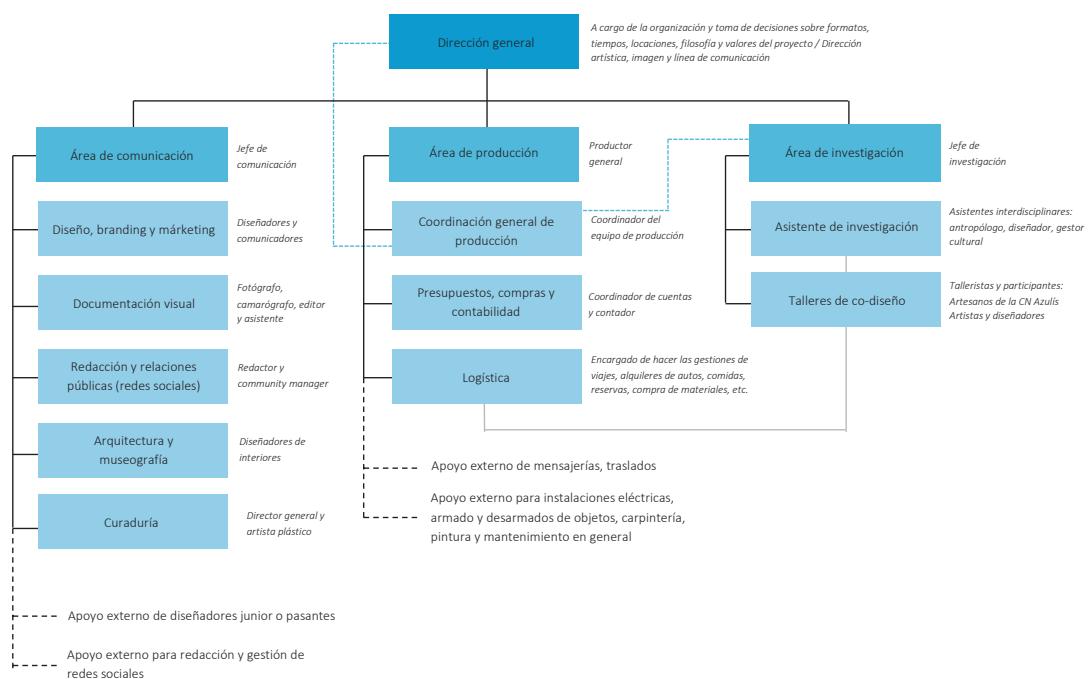


Fuente: Elaboración propia.

3.4. Organigrama de funciones

El organigrama propuesto articula a todo el equipo involucrado en el proyecto, incluye sobre todo al equipo de Arde, a los profesionales asociados en colaboración y por supuesto los creadores invitados. Incluye también al equipo del MAC Lima a quien en adelante llamaremos gestores del museo (GDM). Para la etapa de exposición, se deberá coordinar con los GDM desde un inicio, pues es la institución quien dará la pauta y lineamientos generales para el montaje e instalación. Así mismo, deberá coordinarse el material de comunicación que elaborará el MAC Lima en base al concepto definido por el equipo de Arde a cargo del *branding* y marketing del proyecto. El área de documentación visual estará a cargo del registro en video y fotografías de la experiencia en los talleres, de manera que se tenga material visual para difusión y para crear una campaña de promoción publicitaria de la muestra. Ver anexo O.

Figura 31. Organigrama del proyecto



Fuente: Elaboración propia.

3.4.1. Dirección general

La dirección general está a cargo de liderar el proyecto en su conjunto organizativa y conceptualmente. Es quien ofrece la ideación del proyecto, da la pauta para las reuniones,

define el concepto, formato, duración y lugar del proyecto. Se encarga de organizar el equipo de trabajo. Está a cargo de las decisiones creativas en coordinación con las tres áreas o jefaturas bajo su cargo: área de comunicación, producción e investigación, quienes a su vez tienen otras subáreas que organizar. El director general ocupa el cargo de curador junto con un asesor en historia del arte y gestión cultural, especialista en proyectos de experimentación con técnicas tradicionales en el arte.

3.4.2. Área de comunicación

El primer encargo del área de comunicación es definir la identidad visual del proyecto. El propósito de toda exposición es la comunicación, por ello es necesario contar con un lenguaje coherente capaz de transmitir aquello que queremos transmitir. Es preciso condensar la misión, visión y valores del evento y darles una imagen gráfica, una marca potente y atractiva comercialmente. El nombre de la muestra es “Achake’t”, palabra en yánesha que significa “todos los diseños”. El segundo objetivo es crear la campaña de comunicación del evento. Para esto se debe tener claro el público al que se quiere llegar, segmentarlo y proponer estrategias que cubran los canales correctos para llegar a cada grupo. El tercer encargo es la documentación del proceso de trabajo en los talleres, en video y fotografías. Esta información audiovisual servirá como contenido para la exposición y también como parte de la campaña de comunicación y difusión educativa con sus respectivos contenidos. Finalmente, es necesario diseñar las piezas gráficas que irán dentro de la exposición como señalética, soporte para señalética, textos y cartelas.

Figura 32. Prototipo de identidad gráfica de la exposición



Fuente: Elaboración propia.

Una vez definida la identidad visual para el evento, lo siguiente será diseñar la campaña de comunicación cuyas fases son las siguientes: análisis de la situación y contexto general,

planteamiento de objetivos *Smart*, ver figura 33, segmentación de nuestro público objetivo, planificación e implementación de la campaña, y finalmente la evaluación.

Figura 33. Objetivos Smart de la campaña de comunicación



Fuente: Elaboración propia.

A lo largo del marco teórico se ha definido la situación del pueblo yánesha y la pertinencia de difundir su cultura en nuevos contextos. Se ha descrito la característica general de los públicos que asisten al MAC Lima, museo contenedor de la exposición “Achake’t”. A partir de dicha información se plantean los objetivos y se define el público objetivo. El público se segmentará en los siguientes grupos: adultos visitantes regulares del museo; extranjeros; profesionales tales como artistas plásticos, diseñadores gráficos, diseñadores de interiores, diseñadores industriales, arquitectos, biólogos, naturalistas, investigadores en ciencias sociales; estudiantes universitarios en todas las mencionadas especialidades; vecinos de los distritos de Barranco, Miraflores y Chorrillos; familias con niños y finalmente estudiantes de colegios. Son en total siete segmentos para los cuales se definen canales de comunicación y contenidos especializados los cuales se detallan en la tabla 7.

Tabla 7. Segmentación de público objetivo

Segmentos	Canales	Estrategia
1 Adultos asistentes regulares al MAC Lima	RRSS y página web oficial	Pósters, <i>flyers</i> , video promocional, precio especial
2 Público extranjero	RRSS, información turística, aeropuerto	Video, publicación en punto turístico - en inglés
3 Profesionales como: artistas, diseñadores, arquitectos, etc.	RRSS y prensa escrita, vallas	Pósters, <i>flyers</i> , nota de prensa
4 Estudiantes universitarios en estas áreas	RRSS, influencers, medios en universidades	Pósters, <i>flyers</i> , video, precio especial, entrevista live IG
5 Vecinos de Barranco, Miraflores y Chorrillos	RRSS y prensa escrita, vallas	Pósters, <i>flyers</i> , video promocional, precio especial
6 Niños acompañados de sus familias	RRSS, prensa escrita, TV, vallas	Pósters, <i>flyers</i> , video, precio especial, <i>merchandising</i>
7 Grupos escolares	RRSS, prensa escrita, TV, vallas	Pósters, <i>flyers</i> , video, precio especial, <i>merchandising</i>

Fuente: Elaboración propia.

Haciendo uso del recurso del marketing *Mix*, se debe plantear el precio, producto, distribución y la promoción correcta. El precio será fijado por el museo. Su política de precios establece precios diferenciados para residentes peruanos y no residentes. También precios para estudiantes, niños y adultos mayores, además de algunas promociones especiales como se ve en la figura 34. Las entradas pueden comprarse directa y anticipadamente por la página web oficial y también en la taquilla del museo.

Figura 34. Política de precios del MAC Lima

La captura de pantalla muestra la página web del MAC Lima dedicada a la compra de entradas. La sección principal titulada 'Peruanos & Residentes' enumera los siguientes precios:

- GENERAL: S/ 10
- ESTUDIANTES (CON CARNET): S/ 6
- NIÑOS DE 5 A 12 AÑOS: S/ 6
- ADULTOS MAYORES (CON DNI): S/ 6

La sección 'No residentes' enumera los siguientes precios:

- GENERAL: S/ 20
- ESTUDIANTES (CON CARNET): S/ 12
- NIÑOS DE 5 A 12 AÑOS: S/ 12
- ADULTOS MAYORES (CON ID): S/ 12

A la derecha, se detallan 'Otras tarifas' para grupos y vecinos de Barranco. Se mencionan 'Vecinos de Barranco' con ingreso libre y 'Residentes de Barranco con DNI: Domingos de ingreso libre'. La sección 'Horarios' indica que el museo está cerrado los lunes y abre de 3:00 p.m. a 7:00 p.m. los martes a domingo. La sección 'Días festivos sin atención al público' menciona Navidad (24 y 25 de diciembre) y Año Nuevo (31 de diciembre y 1 de enero).

Captura de pantalla, web oficial MAC Lima. Fuente: <https://maclima.pe/compra-tu-entrada/>

Tabla 8. Calendario de campaña de comunicación

Evento	Lugar	Fecha	Actividad
Lanzamiento de campaña en redes sociales	Online	05.04.2022	Redes sociales del museo y propias, hashtag #achaket
Lanzamiento de campaña en medios tradicionales	Lima / nivel nacional	06.08.2022	Diario "El Comercio", revista "Cosas", Carteles en la vía pública
Entrevistas a los artistas y organizadores	Prensa nacional	19.08.2022	El Comercio y otros medios
Entrevistas a los artistas y organizadores	Prensa nacional	26.08.2022	El Comercio y otros medios
Nota de prensa	Prensa nacional	13.09.2022	El Comercio y otros medios
Rueda de prensa oficial	Museo MAC Lima / Facebook Live	21.09.2022	Presentación del evento
Coctel de inauguración con prensa	Museo MAC Lima	22.09.2022	Invitados especiales
Inauguración público general y visita guiada	Museo MAC Lima	23.09.2022	Inauguración oficial
Conversatorio en el MAC Lima	Museo MAC Lima / Facebook Live	29.09.2022	Artistas / organizadores de Achake't
Talleres de técnicas tradicionales	Museo MAC Lima / Facebook Live	15.10.2022	Talleres en el marco de #aulamac

Fuente: Elaboración propia.

Las fases de implementación de la campaña contemplan difusión antes del evento, según se muestra en el calendario. Durante el evento también habrá cobertura, pues a la par que la exposición, se realizarán charlas, entrevistas a expertos, conversatorios y talleres en formatos presenciales en el museo y en formatos virtuales a través de *Instagram Live*.

Como parte de la campaña de fidelización del público y con miras a repetirlo en algún formato distinto en otros espacios, una vez terminada la exposición se mantendrán activas las redes sociales con entrevistas, pero sobre todo como un canal abierto para la difusión de la vida en la comunidad. En las cuentas de *Instagram* y *Facebook* se podrán transmitir los viajes a la CN Azulís, exponer las piezas realizadas, vender el catálogo físico y *merchandising* de la exposición. Esta estrategia también permite mantener contacto con el público para una labor de difusión educativa, pues a través de esta experiencia también se puede contar la historia de los bosques amazónicos de la selva central y los retos que enfrentan junto con las comunidades que los habitan.

3.4.3. Área de producción

Como se ha expuesto anteriormente, el proyecto consta de dos etapas, los talleres y la exposición. El área de producción se ocupará de ambas. Algunas de estas actividades se darán en paralelo, pues no es condición cerrar con la etapa de talleres para iniciar las gestiones y coordinaciones del montaje de la exposición.

La etapa de pre-producción inicia en la primera semana de noviembre de 2021 con la reunión *full equipo* liderada por la dirección general. Aquí se esbozan los primeros calendarios y tareas a realizar. Se define la gestión y la preparación de los talleres: transporte del equipo (personas y materiales), alquiler de camionetas, alquiler de espacios para alojamiento y taller en Villa Rica, coordinación con todos los participantes para articular tiempos, disponibilidades, excepciones, requerimientos especiales, etc. En esta etapa lo más importante es la gestión del equipo humano, pues son treinta y cinco personas involucradas. Otra labor en esta etapa es el apoyo al equipo de investigación que está a cargo de la preparación del material didáctico con el que se guiarán los talleres. El área de comunicación también debe coordinar con producción para la gestión de pagos y gastos vinculados con la campaña de comunicación y marketing. También es parte de la pre-producción la fase de ejecución de la exposición donde se realizan las gestiones preliminares previas a la etapa de producción.

En la etapa de producción se debe velar para que las actividades se realicen a tiempo y con seguridad. Durante los talleres esto implica monitoreo y evaluación constante de los servicios contratados y mantener contacto con el equipo que viaja a Villa Rica, así como con el equipo que queda en Lima a cargo del diseño del montaje de la exposición. El equipo de producción estará a cargo de las gestiones de traslados y supervisión de obra en todas las instancias del proyecto. Este proyecto contará con el apoyo de la Facultad de Diseño de UPC, quienes nos brindarán sus talleres de fabricación para el desarrollo de las piezas complejas que se concretarán en Lima.

Adicionalmente están las gestiones de comunicación del evento, que, si bien están a cargo de otra área, deben ser coordinadas por los encargados de logística para concretar pagos y traslados. Así mismo, los programas de los eventos de inauguración deberán ser validados por el área de producción.

La post producción involucra el cronograma de desmontajes y evaluaciones finales. La etapa de desmontaje deberá coordinarse con los artistas participantes y con la dirección del museo, pues el escenario ideal es lograr colocar algunas de las piezas a la venta en la tienda del museo. Se esbozan eventos posteriores como la colocación de las piezas en subastas, ferias de arte y diseño o algún otro tipo de evento que permita colocar estas obras en el mercado.

El área de producción deberá aplicar sus propios instrumentos de autoevaluación, estos se detallan en el apartado de evaluación y en la tabla del anexo I

3.4.4. Área de investigación

El marco en el que se inscribe el proyecto incluye los conceptos de interculturalidad, co-creación y biodiversidad. Estos conceptos han sido descritos y analizados en el marco teórico y se ha rescatado una selección de recomendaciones, metodologías e instrumentos útiles para elaborar el material de guía para los talleres.

Asimismo, este marco conceptual es un complemento para la información recolectada durante los viajes a la comunidad. En la tabla 9 se muestra un resumen con los conceptos del marco teórico y las definiciones más relevantes que son el soporte discursivo de esta investigación.

Tabla 9. Resumen de conceptos

Concepto	Publicación	Autor	Descripción
<i>Ladder of stakeholder engagement theory</i>	<i>Recognizing appropriate representation of indigenous knowledge in design practice.</i>	Meghan Kelly & Russell Kennedy	Prácticas apropiadas y éticas al involucrarse con conocimiento indígena en proyectos que busquen representar gráficamente esas culturas. Al trabajar con individuos de una cultura indígena se debe estar más alertas al contexto y se hace necesario transparentar el proceso de trabajo. Debe existir conciencia de lo que es apropiado y de lo que es apropiación.
<i>Cross-cultural Design</i>	<i>Transforming Taiwan aboriginal cultural features into modern product design: A case study of a cross-cultural product design model.</i>	R.T. Lin	La cultura como una actividad humana con una estructura simbólica dotada de significado. Operativización a través del procedimiento para lograr los objetivos de traducción de los signos de la cultura de origen a un mercado global. La comunicación intercultural entre mercado global y local requiere mucho respeto.
<i>Human Centered Design</i>	IDEO organisation	Tim Brown & David Kelley	<i>Serious play</i> , exploración lúdica, construcción lúdica y juego de roles son algunas de las herramientas útiles en un escenario de trabajo en co-creación. El Design Kit ofrece el mapa del usuario, diario de fotos, storytelling por mencionar algunos. Se utilizarán estos instrumentos dentro de las actividades en los talleres co-creativos.
<i>Co-creación lúdica</i>	<i>From a ludic Loom of Ideas to the Spiral of Intercultural Co-creation.</i>	Said-Valbuena, Montoya & Pinzón	Los autores afirman que el disfrute, en contraste con el placer, es colectivo y conduce a la idea de la co-creación como lúdica. Los participantes deben estar inmersos en una actividad creativa para alcanzar el disfrute, pues la interacción entre personas y la capacidad de diálogo genera co-creación.
<i>Co-creación</i>	<i>Prefigurar, co-crear, entrelazar. Diseño, creatividad, interculturalidad,</i>	Widman Said-Valbuena	La creatividad entendida como algo más que un proceso mental para no restringir las posibilidades y relaciones entre los actores de los escenarios de diseño. La situación tradicional perpetúa la idea de que el diseño es competencia solo del diseñador.

Fuente: Elaboración propia.

3.5. Cronograma

3.5.1. Calendario general

El proyecto empieza con la reunión *full equipo* para dar forma al proyecto, y definir el formato y los lineamientos estilísticos y conceptuales bajo los cuales se trabajará. Esta reunión será el miércoles 3 de noviembre de 2021. El calendario de trabajo se detalla con las fechas importantes dentro del proceso de los talleres de co-diseño. También se detallan las fases dentro del montaje e instalación de la exposición en el MAC Lima. El detalle de fechas se puede ver en el anexo E.

Cabe resaltar que existen actividades del cronograma de talleres y el cronograma de exposición que se dan en paralelo. En la etapa inicial del proyecto entre noviembre y diciembre de 2021, los primeros pasos en cuanto a investigación y organización se dan a la par. Las fechas más relevantes son: los cinco viajes a la comunidad Azulís; el inicio de las campañas de comunicación online y en medios tradicionales; la rueda de prensa y; las inauguraciones a invitados especiales y público en general.

3.5.2. Cronograma general

3.5.2.1. Cronograma para los talleres

El proyecto completo se resuelve en doce meses, desde noviembre 2021 hasta noviembre 2022 como se ve en la tabla 10. El cronograma general se ha dividido en dos etapas diferenciadas para optimizar su gestión. La primera etapa inicia con los talleres durante la primera semana de noviembre y se espera que este proceso de trabajo pueda resolverse según lo programado desde noviembre de 2021 hasta mayo de 2022. Este cronograma de trabajo contempla cinco hitos importantes: los cinco viajes a la comunidad en diferentes momentos del proyecto. Los primeros son para recolectar información y los últimos para trabajar junto con los artesanos de Azulís. En el anexo C se puede ver el cronograma detallado por semanas.

3.5.2.2. Cronograma exposición

El cronograma de la exposición empieza con la reunión inicial el primero de diciembre de 2021 y contempla tres fases diferenciadas: conceptualización, diseño y ejecución. Desde diciembre 2021 hasta marzo 2022 se desarrollan actividades vinculadas a la gestación del proyecto expositivo: formatos, duración, proyección, contenidos. También se plantean en esta fase, las líneas de apoyo y financiamiento, se elaboran presupuestos, cronogramas y calendarios. La segunda fase cubre los aspectos de diseño, en este punto, el equipo de producción debe mantener contacto constante con el equipo de producción en los talleres para delinear el esquema de distribución la exposición en relación a las piezas que se van creando. Esta fase entra dentro de la pre-producción del evento donde además de las gestiones propias del diseño de la exposición, deberán coordinarse la campaña de comunicación, la publicidad, la organización de los eventos previos, de inauguración y durante el evento, el traslado de obras, las coordinaciones legales y administrativas, así como el material gráfico que será parte de la exhibición como folletería, catálogos y cartelas, todo en coordinación con los gestores del museo.

La última fase contempla la puesta en marcha de todo lo preparado en la fase 2, en incluso un poco más, pues dentro de esta última etapa se deberán programar las actividades de desmontaje, balances y evaluación final de la muestra y de todo el proyecto. Ver tabla detalle en el anexo D.

Tabla 10. Cronograma general consolidado y resumido

ACTIVIDAD	año	2021				2022							
	mes	NOV	DIC	ENE	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV
Inicio del proyecto		Ideación											
Fase 1º talleres		Investigación											
Fase 1º exposición			Conceptualización										
Fase 2º talleres		Viajes											
Fase 2º exposición				Diseño de la exposición									
Campaña de comunicación											Campaña de comunicación		
Fase 3º talleres			Talleres										
Fase 4º talleres				Ejecución de piezas									
Fase 3º exposición											Instalación y montaje		
Inauguración y apertura al público												Exposición abierta al público	
Evaluación y balance final													

Fuente: Elaboración propia.

3.6. Recursos

3.6.1. Recursos humanos

Para saber cuáles son las herramientas y habilidades del equipo humano se hará un diagnóstico de perfiles. Es necesario saber con quienes contamos y que características tiene el equipo, de manera que se elijan estratégicamente a los integrantes complementarios.

En el anexo M se detalla el equipo humano según la organización definida en el organigrama de funciones. El equipo organizado cuenta con integrantes del estudio Arde, consultores externos, artistas y diseñadores convocados y los artesanos de la CN Azulís. Son treinta y cinco personas en total, y se cubren cuarenta cargos flexibles dentro de la organización general. Dentro de la organización se encuentran veintiuna personas entre integrantes de Arde y consultores externos. Los creadores son catorce: siete artesanos de Azulís, cuatro integrantes de Perú Design Collective y tres artistas plásticos convocados especialmente. El equipo que participará en los talleres incluye a los creadores y al equipo que dirige las actividades. Un total de veintitrés personas: catorce creadores y nueve organizadores.

Cabe resaltar que el detalle expresado en el anexo M no incluye a los gestores del museo MAC Lima con quienes se tendría que coordinar en todo momento, pero que más allá

de los lineamientos que establece el museo, no tendrían alcance en las decisiones creativas que conlleva este proyecto.

3.6.2. Recursos económicos

3.6.2.1. Plan de financiación

Las instituciones elegidas para los patrocinios principales son: El Ministerio de Cultura y sus estímulos económicos para la cultura, la Fundación BBVA, la ONG Atiycuy y la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). se deben preparar documentos personalizados según los requisitos que cada institución solicite. Adicionalmente se buscará auspicios de empresas privadas que compartan los valores del proyecto.

El Ministerio de Cultura financia a través de mecanismos como los estímulos económicos a las industrias culturales del Perú. Estas, están conformadas por todos los creadores, artistas, autores, productores y gestores culturales del país. La institución destina hasta S/ 50,000 soles a cada postulante beneficiado. Las propuestas participantes deben fomentar la valoración y apreciación del arte. Así mismo, deben indicar en su presupuesto que el estímulo está destinado a gastos relacionados a su desarrollo tales como: honorarios de artistas, técnicos, equipo de gestión, producción, especialistas afines al desarrollo del proyecto; servicios de medición, investigación, sistematización, capacitación; adquisición, alquiler de materiales y equipos; alquiler de espacios; registro del impacto de las actividades; servicios de difusión y prensa. También, se podrá adquirir materiales, equipos y servicios para los componentes virtuales del proyecto, de ser el caso. Además, se permitirá incluir la adquisición de servicios profesionales y materiales relacionados a medidas de protección sanitaria (Ministerio de Cultura, 2021). A partir de este listado, se elabora un documento para aplicar a los estímulos económicos a las industrias culturales, la categoría para aplicar será a través del concurso: “Proyectos de arte para la transformación e innovación social”.

La Fundación BBVA cuenta con distintos programas de proyección cultural y educativa y previamente a patrocinado proyectos que se han llevado a cabo en el MAC Lima, estas iniciativas fomentan de manera interdisciplinaria, el desarrollo y la producción de proyectos de artistas y gestores culturales. Los programas de la fundación tienen como objetivo fomentar espacios de diálogo, reflexión e intercambio entre artistas y diversos agentes sociales, las cuales se materializarán en obras finales que fomentarán la interacción con el público.

La ONG Atiycuy nos brinda apoyo logístico, pues es quien conoce la zona, será necesario alquilar una casa para la estadía en Villa Rica durante un periodo de tres meses, también se necesitan autos y conexiones para cubrir las necesidades que puedan surgir. Atiycuy ofrece al proyecto su conocimiento, investigaciones previas, profesionales como ingenieros forestales, antropológos y personal capacitado con conocimiento de la zona. Adicionalmente hará las veces de mediador entre los integrantes de la CN Azulís y el equipo que conforma el proyecto.

La Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas tiene un área de marketing e imagen que se involucra con proyectos que afectan positivamente a la sociedad, tiene el programa “Protagonistas del cambio”, que si bien no está enfocado en proyectos culturales si lo está en emprendimientos que promuevan la innovación y el desarrollo. Este proyecto cultural tiene como objetivo la difusión de una cultura originaria del Perú y que esto sea un vehículo de desarrollo. UPC cuenta con fondos de auspicio y patrocinio. Además, cuenta con instalaciones y talleres que serán pieza fundamental para la fase de ejecución de las piezas diseñadas. Adicionalmente a estas instituciones, se convocará a empresas privadas a través de auspicios estandarizados con un retorno en publicidad que se detalla en el anexo N.

3.6.2.2. Presupuesto general

Este presupuesto está organizado en cinco partidas: viajes, talleres, exposición, comunicación y paisajismo. Cada partida da cuenta del panorama general del gasto y de como deberá organizarse el equipo de producción en las etapas de pre-producción, producción y post-producción. La tabla detallada se encuentra en el anexo F.

3.6.3. Materiales

3.6.3.1. Material para los talleres

A partir de la investigación, se define la metodología de trabajo adecuada para dirigir los talleres y lograr los objetivos propuestos. Bajo el marco del diseño intercultural y las definiciones conceptuales de co-creación se elaboran los sílabos para los talleres, las fichas de trabajo, guías de actividad y material para las presentaciones que se hará al equipo de participantes. En el anexo K se detallan algunos de estos materiales.

3.6.3.2. Material de comunicación

En este apartado se detallan las piezas gráficas que se elaboran para la comunicación del evento. Así como también los contenidos de difusión educativa y proyección cultural. En primer lugar, están los contenidos parte de la campaña y estrategia de marketing: página *web*, cuentas de *Instagram* y de *Twitter*, pósters y *flyers*, en sus versiones virtuales. El contenido para prensa: dossier, nota prensa, carpeta de *dropbox* con un *kit* de prensa que incluya fotografías, sumilla del proyecto, póster oficial, participantes y patrocinadores. En el anexo G se adjuntas algunas piezas gráficas.

Para la difusión y explicación del proyecto se preparan folletos de mano, señalética e infografías que irán dentro de exposición. El catálogo de la exposición contiene las fotos de las obras, la investigación previa y la documentación del proceso desarrollado. Es a la vez una memoria gráfica y narrativa del viaje conceptual y creativo del proyecto. Es una pieza gráfica que se venderá durante y una vez terminada la exposición a través de la tienda del MAC Lima y a través de la página *web* de “Achake’t. Resignificar el paisaje”.

Para la proyección cultural se diseñan talleres de formatos cortos, que puedan llevarse a cabo en el museo, pero que también puedan trasladarse a entornos académicos y escolares. En el anexo G se puede apreciar la portada del catálogo.

3.6.3.3. Material para la exposición

En este apartado se detallan las obras que se expondrán. Es necesario tener el listado de las obras según su tipología y características generales. El propósito de esta descripción es poder prever el tipo el espacio y acondicionar la sala técnica y espacialmente. En esta relación se han incluido las medidas, costos aproximados y necesidad de mantenimiento.

Este listado enumerado se ha dividido según las zonas que se proponen para el recorrido y a partir de este orden cronológico se plantea también el recorrido del público y se pueden establecer los tiempos tentativos de permanencia frente a cada obra según esta sea para observarse o experimentarse, la duración de estas “paradas” se especulan en base a las actividades que se pueden descubrir en cada una de las estaciones. Se elabora un guion con la memoria descriptiva de la exhibición detallando este recorrido. En la tabla 11 se puede apreciar la lista de obras y objetos dispuestos para el display de las mismas.

Tener en cuenta que en esta tabla se especifican tanto obras como soportes tentativos y se hace énfasis en la tipología pues en este punto del proceso no es posible saber exactamente como serán las piezas, pero sí de que tipo y a que costo.

Tabla 11. Listado de obras y sus características

Contenidos obras	Descripción objeto	Tipología	Mantenimiento	Dimensiones aprox.	Soporte	Cantidad	Costo de fabricación
Zona I	Cuadro con textiles y tintes naturales	Arte, técnica mixta	Ninguno	3.00 x 3.00 m.	Sobre panel de drywall	4	\$3,000.00
	Bancos y mesas de madera	Objetos utilitarios / mobiliarios	Ninguno	1.00 D x 0.60 m. H	Sobre el piso	10	\$4,000.00
	Objetos pequeños en madera y fibras	Artesanías	Ninguno	0.60 x 0.60m	Sobre las mesas de madera	30	\$2,500.00
	Fotografías documentales	Proceso	Ninguno	3.40 x 5.00 m. H	Sobre panel de drywall	5	\$6,000.00
Zona II	Troncos crudos de árbol	Proceso	Ninguno	1.40 x 2.15 x 2.60 m. H	Apoyados y fijados en la pared	5	\$5,000.00
	Prototipos de mobiliario	Proceso	Ninguno	2.13 x 1.42 x 2.03cm H	Fijados en la pared	10	\$4,000.00
	Luminarias suspendidas de bombonaje y fibras	Objetos utilitarios / mobiliarios	Ninguno	1.00 D x 1.40 m. H	Suspendidas del techo	15	\$15,000.00
Zona III	Reinterpretación de la maloca	Arte / instalación	Revisar la estructura	5.17 D x 3.15 m. H	Apoyada en el piso (autoportante)	3	\$10,000.00
	Plantas naturales y tierra	Arte / instalación / paisajismo	Jardinería, regado	2.70 D x 3.80 m. H	Sobre el piso y en macetas	varios	\$6,000.00
	Video instalación	Arte / instalación / documental	Energía	3.23 x 1.83 m. H	Sobre panel de drywall	1	\$6,000.00
	Infografía en pared con data sobre la reserva	Arte / instalación / documental	Ninguno	9.95 x 3.40 m. H	Sobre panel de drywall	1	\$2,500.00
	Butacas en madera	Objetos utilitarios / mobiliarios	Ninguno	1.80 D x 0.45 m. H	Sobre el piso	2	\$4,500.00
Zona IV	Cuadro con textiles y tintes naturales	Arte, técnica mixta	Ninguno	3.00 x 3.00 m.	Fijados en la pared	4	\$3,000.00
Zona V	Video instalación	Arte / instalación / documental	Energía	3.23 x 1.83 m. H	TV fijada en la pared / audioguías para el audio	1	\$6,000.00
	Bancos de madera	Objetos utilitarios / mobiliarios	Ninguno	0.70 D x 0.45 m. H	Sobre el piso	5	\$2,500.00
	Tronco semi circular	Proceso	Ninguno	1.50 D x 0.40 m. H	Sobre el piso	1	\$500.00
	Prototipos de mobiliario	Proceso	Ninguno	1.20 x 0.80 m	Sobre panel de drywall	10	\$4,000.00
	Muestras de semillas y tintes	Proceso	Ninguno	1.20 x 1.50 m	Sobre panel de drywall	15	\$1,000.00
	Infografía con super mapa y linea de tiempo	Arte / instalación / documental	Ninguno	5.00 x 3.83 m. H	Sobre panel de drywall	1	\$2,000.00
Ambiental	Sonidos de la selva / poemas en Yánesha y sonido aves y animales		Ninguno	audio en MP3	Sistema de audio	1	\$3,000.00
						Total costo de elaboración / fabricación	\$90,500.00

Fuente: Elaboración propia.

3.7. Evaluación

El proceso de evaluación deberá ser continuo en las dos etapas del proyecto. Cada una de ella precisa una estrategia e instrumentos distintos para el levantamiento de información y su posterior procesamiento.

Una correcta gestión implica una fase de evaluación. Esta debe hacerse en varios momentos del proceso, de manera que se recoja información valiosa que permita plantear acciones de mejora, incluso en el transcurso del proyecto. Es importante recoger números e impactos generales como cantidad de asistentes, *clipping* de prensa y repercusión en redes sociales. También es necesario hacer evaluaciones parciales y recoger retroalimentación de las actividades paralelas como los talleres que se ofrecerán al público, los conversatorios y las visitas guiadas. Igual de importante es validar si estas propuestas funcionan.

Para la evaluación de talleres se debe tomar en cuenta las características de las actividades y de los participantes, para la preparación de los instrumentos de evaluación se seguirán las recomendaciones de la bibliografía revisada. En el anexo I se muestran dos tablas explicando el plan de evaluación para las distintas fases y según las diferentes áreas que cubren el proyecto.

Pero más importante que recoger toda esta información y aplicar estos instrumentos, es procesarlo todo y poder sacar conclusiones que permitan minimizar errores futuros o plantear mejores estrategias en todas las áreas que tenga el proyecto.

4. Conclusiones

El Perú es un país diverso definido por su geografía y su pluralidad étnica y cultural. En las ciudades del borde costero vive la tercera parte de la población y a pesar de que más del 60% del territorio peruano pertenece a bosques tropicales, solo el 8% de la población vive en esta región. El Perú tiene el privilegio de tener en su territorio cuarenta y cuatro pueblos indígenas amazónicos, todos con lenguas, tradiciones y costumbres diferentes. Es una enorme responsabilidad no solo proteger este legado cultural, sino generar espacios de difusión intercultural para el desarrollo de estas comunidades que, intencionalmente o no, se han mantenido al margen de los beneficios del progreso occidental.

Este proyecto nace como una iniciativa que busca tender puentes y generar esos espacios de discusión tan necesarios. Previamente a este planteamiento académico se tuvo una experiencia de intercambio y aprendizaje con la comunidad nativa Azulís, que es parte del pueblo yánesha. Este primer encuentro fue un punto de partida en el que se pudo identificar las oportunidades para emprender algún proyecto vinculado con arte y diseño.

Durante el proceso de definir las ideas y plantear el concepto de diseño para la exposición, se fue perfilando que el *outcome* de los talleres de co-creación se alejaría del arte y se acercaría más al diseño. “El arte capitaliza los procedimientos del diseño, y el diseño se vale de los discursos del arte”, concepto de Daniela Di Bella (2019) explica el viaje de esta investigación y propuesta de intervención. Una mirada cuestionadora, pero en constante búsqueda de solución es el aporte de este proyecto que busca insertar en el mercado global piezas de una estética cargada de simbología yánesha fusionada con códigos de Occidente.

El diseño de un modelo de gestión intercultural es complejo. Lo que funciona para un equipo puede no funcionar para otro. La clave es la transparencia y el respeto, sobre todo cuando se trabaja con comunidades indígenas. El modelo propuesto en este trabajo cubre aspectos que han podido ser comprobados previamente en talleres de co-creación con artesanos de la comunidad Azulís. Estos inicios, aunque humildes y sin una base teórica estricta, fueron fundamentales para esta investigación. Este proyecto de intervención consolida y profesionaliza el trabajo iniciado hace casi dos años y, a través del desglose de cronogramas, calendarios, organigramas y presupuestos, también valida su viabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

A través de la bibliografía revisada se pudo conocer un poco más sobre la historia, cultura y situación actual del pueblo yánesha que, aunque para Occidente empieza en el siglo XVII, data su existencia mucho tiempo antes. La historia yánesha es una de resistencia, de unión y de fortaleza ante las adversidades. No es de extrañar que actualmente exista desconfianza entre las comunidades indígenas ante la llegada de visitantes foráneos que intentan ingresar en sus territorios. Este proyecto, además de proponer la gestión de un evento cultural expositivo, ofrece un modelo para espacios de intercambio y aprendizaje horizontal entre los actores involucrados. Por tal motivo fue importante entender los aspectos sensibles del trabajo de diseño intercultural y en co-creación, de los cuales se rescata el respeto y la consideración a los aspectos emocionales de los participantes. La bibliografía revisada ha sido de gran apoyo para estructurar una base conceptual contemporánea en estas cuestiones.

Dentro del segundo capítulo de esta investigación se detallan los cronogramas específicos para cada una de las etapas del proyecto: talleres y exposición. En ambas se logra desglosar actividades y momentos relevantes que evidencian su viabilidad logística y económica. Con esta especificidad se logran definir aspectos como el tiempo que se destina a cada taller, el contenido de los mismos y los materiales necesarios. Se han definido cronogramas independientes y paralelos para cada etapa y también un cronograma unificado. El organigrama se plantea de manera general, así como el presupuesto y el calendario. Estas decisiones buscan mantener la unidad del proyecto, tanto creativa como operativamente.

La estructura de los talleres de co-creación en los que se elaborarán las piezas de arte, diseño y artesanía se definió en cuatro fases: investigación, conceptualización, diseño y

ejecución. Estas fases se componen de actividades y momentos que se detallan en un cronograma especial. Se tomó en cuenta lo limitado de los recursos dentro de la comunidad Azulís en Oxapampa, los tiempos para los traslados, e incluso los periodos para el balance de lo realizado. Esto último es muy importante, pues sin tiempo para la reflexión se hace más compleja la evaluación de logros, la elección de las piezas finales y la elaboración de un discurso para la exposición.

La planificación de la exposición ha sido el episodio más gratificante dentro de este trabajo. Tener la oportunidad de revisar los aspectos formales, técnicos y estilísticos, y entender su complejidad, permite dar soluciones distintas desde una mirada interdisciplinaria. Para esta exhibición se propone una experiencia sensorial, un viaje al paisaje a través de una puesta en escena. La información estadística se mezcla con procesos documentados en video y fotografías, piezas de arte junto con objetos de diseño y artesanías. La exposición se convierte así, en un delicado ecosistema. En palabras de Jean Davallon: "la exposición es una historia que se cuenta en el espacio y el tiempo" (García y Fernández, 2017) y, en este caso, una nueva historia: la del pueblo yánesha.

La planificación de este evento ha tomado en cuenta las dinámicas territoriales de la ciudad de Lima, pues se buscaba conseguir repercusión tanto a nivel local como nacional. Ofrecer este proyecto dentro del MAC Lima en Barranco está en línea con dicho propósito, pues este museo es parte de un circuito cultural y turístico que permitirá la amplificación de esta iniciativa.

Es imprescindible organizar una estrategia de comunicación y marketing para perseguir el éxito de un evento como éste. Para ello se plantea una campaña que inicia con la documentación de todo el proceso, de manera que ese material sirva para comunicar el camino recorrido a manera de un "detrás de cámaras". La elección de la fecha para la exposición ha sido parte de la estrategia. Setiembre es el inicio de la primavera y, junto con octubre y noviembre, son los meses que históricamente registran una asistencia estable en el MAC Lima. En todo momento se ha resaltado la importancia del equipo humano detrás del proyecto. Una exposición es en esencia comunicación. En el caso de esta propuesta el equipo humano es todo el proyecto, pues lo que se busca comunicar y difundir son las expresiones culturales del pueblo yánesha. A pesar de su difícil relación con Occidente, los yánesha son

personas abiertas y dispuestas a emprender. Recordemos que la primera asociación civil indígena amazónica peruana “Feconaya” fue liderada por ellos.

Esta iniciativa de colaboración se alinea a los propios objetivos de la comunidad Azulís de aprender técnicas y ganar habilidades que les permitan desarrollarse como individuos y comunidad. Cabe resaltar que, durante el trabajo de campo iniciado en 2019, la comunidad Azulís ha estado más que dispuesta a generar los espacios de intercambio necesarios para que este proyecto sea posible.

5. Limitaciones y Prospectiva

Esta investigación, por su naturaleza intercultural, ha enfrentado retos conceptuales y logísticos. En los últimos años el abordaje del diseño intercultural viene siendo discutido y tratado académicamente. De un tiempo a esta parte ha crecido el interés por la protección de los pueblos minoritarios y sus expresiones culturales. El enunciado “apropiación cultural” ya no es ajeno a la discusión informal y cada vez aparecen más protocolos que condicionan y regulan la manera en cómo se deben llevar a cabo las relaciones interculturales de trabajo, creación o simplemente de intercambio. En ese terreno se mueve esta investigación. No se busca polemizar o ir a contracorriente, pero tampoco se quiere aceptar sin reflexión las recientes discusiones sobre cómo abordar proyectos interculturales.

Parece ser un terreno pantanoso en el que se mueven los diseñadores y artistas que buscan entablar relaciones de co-creación intercultural. Conceptos como la “colonización simbólica” son tan potentes que asustan a más de uno. Si siguiéramos la línea como: “Riesgos y tensiones de las marcas colectivas y denominaciones de origen de las creaciones colectivas artesanales indígenas” (Barrera, Quiñones y Jacanamijoy, 2014), ninguna labor de co-creación se podría realizar con artesanos indígenas, pues la sola presencia occidental es sinónimo de tragedia.

Esta investigación ha optado por el sentido común y una lectura crítica que desafía esta corriente de protección identitario fundamentalista. Se decidió emprender en base a lo experimentado en el trabajo de campo realizado en 2019, experiencia tras la cual se confirmó que son mayores los intereses que nos unen que los que nos separan. Al final del día los yánesha y nosotros queremos lo mismo: un mejor futuro para nuestros hijos.

Se espera poder implementar estas iniciativas tan pronto sea seguro viajar. Debido a la delicada situación sanitaria ocasionada por el COVID19, las restricciones en la región amazónica peruana siguen vigentes. El deseo y urgencia es retomar el contacto, al margen de que la exposición pueda celebrarse finalmente, dado el interés de cada uno de los colectivos involucrados en el proyecto.

La visibilización de la comunidad Azulís podría hacer patentes también sus necesidades. Lo más urgente es el acceso vehicular desde la carretera hasta la comunidad; son dos kilómetros de camino de difícil acceso. Esto dificulta cualquier emprendimiento que se quiera iniciar, pues hace imposible intercambiar excedentes o recibir recursos. También hacen falta servicios básicos como conexión a la red pública de agua potable y energía eléctrica las 24 horas. Un evento como el que se propone pondría estas necesidades en agenda. Se podría aprovechar también la oportunidad de los conversatorios, entrevistas y demás momentos de difusión, para compartir la historia yánesha en el siglo XXI.

Un proyecto como éste puede ser replicado en otras comunidades que se muestren abiertas al trabajo en co-creación (otras comunidades yánesha dentro del distrito de Palcazú, donde también tiene alcance la ONG Atiyacuy), o para equipos interdisciplinares que quieran iniciar proyectos con otros grupos en la región amazónica. Este modelo no es de alta complejidad. Se han establecido pautas claras y diferenciadas, y se ha consolidado un marco conceptual básico con el cual guiar una investigación más profunda.

Es crucial la disposición de las personas y contar con su genuino interés. Dentro del equipo de Arde tenemos arquitectos y diseñadores: no sería descabellado iniciar un proyecto de mejoramiento de viviendas o de identificación de tipologías de artefactos utilitarios, y documentarlos como parte de la memoria que los mismos comuneros quieren conservar de sí mismos. En una de las visitas en 2019, un tema que surgió como inquietud por parte de los líderes de la comunidad es que, a pesar de que muchos investigadores han pasado por sus comunidades, los yánesha no tienen como acceder a los registros de estas investigaciones.

Otra línea que puede explorarse a partir de este proyecto es la de los biomateriales para el diseño. Desde hace unos años diferentes disciplinas asociadas al diseño están experimentando con materiales de origen natural y biodegradables. Esto se alinea perfectamente con el paradigma occidental de la sostenibilidad, pero también con la relación simbiótica que las comunidades indígenas tienen con el bosque y sus recursos. El territorio

amazónico es una fuente de gran riqueza biológica que los yánesha podrían gestionar para mejorar sus condiciones de vida en la comunidad. Es una línea que no se ha desarrollado en esta investigación, pero podría convertirse en una aspiración futura.

Otro proyecto interesante sería la recolección de diseños, ya sea los que se encuentran en los libros, pero también los que son usados en la artesanía actual, y editar con ellos una publicación contemporánea y de significación actualizada. Al entrevistar a las artesanas de la comunidad durante el levantamiento de información en 2019, y preguntar por el significado de los diseños iconográficos que se encuentran en los libros etnográficos, muchas de ellas no reconocían algunos de los mismos y se referían a muchos con otros nombres o significados.

Finalmente, dentro de las líneas de trabajo futuras sobresaldría la posibilidad de viajes académicos para trabajar investigación y diseño en colaboración con estudiantes de la Facultad de Diseño de la UPC en Lima. En formato *workshop* (talleres de trabajo), un grupo de estudiantes podría trabajar y convivir con diseñadores y artesanos en un contexto rural e inspirador durante una semana por semestre, de manera inmersiva. La comunidad podría ver en este modelo de negocio sustentable y rentable un eslabón más en la sinergia y aprendizaje que ha sido parte de la propuesta de esta investigación.

Referencias bibliográficas

Atelier NL. (2021, junio 16). *De Straat Makers: Colours of the City*.

<https://www.ateliernl.com/projects/de-straatmakers>

Ballón, F. (2003). *Introducción al derecho de los pueblos indígenas*. Defensoría del Pueblo.

https://www.defensoria.gob.pe/modules/Downloads/informes/Pueblos_indigenas.pdf

Barrera, G., Quiñones, A., & Jacanamijoy, J. (2014). *Riesgos y tensiones de las marcas colectivas y denominaciones de origen de las creaciones colectivas artesanales indígenas*. Apuntes.

Revista de estudios sobre patrimonio cultural, 27(1), 36–51.

<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revApuntesArq/login?source=%2Findex.php%2FrevApuntesArq%2Farticle%2Fview%2F13189%2F10566>

Bolaños, A. (2012). *Amazonas Ruta Milenaria*. Tomo I.

https://www.researchgate.net/publication/305465373_Amazonas_Ruta_Milenaria_Tomo_I

Chirapaq. (2019). *El pueblo Yánesha en el tiempo*. Centro de Culturas Indígenas del Perú.

<http://chirapaq.org.pe/es/wp-content/uploads/sites/3/2019/10/el-pueblo-yanesha-en-el-tiempo.pdf>

Designboom. (2018, abril 19). *Nendo's solo exhibition 'forms of movement' showcases tactile designs of time, air and motion*. <https://www.designboom.com/design/nendo-forms-of-movement-solo-exhibition-oki-sato-interview-04-19-2018/>

Diario Gestión. (2018, setiembre 4). *Solo ocho de los 56 museos en Perú tienen certificado de seguridad de Defensa Civil*. <https://gestion.pe/peru/politica/peru-8-56-museos-pais-certificado-seguridad-nndc-243442-noticia/>

Di Bella, D. (2019). *Reflexiones sobre Diseño, Arte y Tecnología*. PORTO ARTE: Revista de Artes Visuais, 24(40).

Espinosa, O. (2019). *Etnónimos, “comunidades nativas” y otras categorías problemáticas del Estado en contextos de diversidad cultural: El caso de la Amazonía peruana*. In *forum historiae iuris. forum historiae iuris*.

https://forhistiur.net/media/zeitschrift/0119_Espinosa_pdf.pdf

Espinosa, O. (2014). *Los pueblos Ashaninka, Kakinte, Nomatsigenga y Yánesha*. Serie Nuestros pueblos indígenas N° 1. Lima. Ministerio de Cultura del Perú.
<http://repositorio.cultura.gob.pe/handle/CULTURA/48>

Fernández, L., & García, I. (2017). *Diseño de exposiciones. Concepto, instalación y montaje*. Alianza Forma.

García-Calderón, L., Huerto, G., Quispe, E., & Tamariz, K. (2011). *El mercado y los retos de la economía yánesha. Perú hoy: ajustes al modelo económico: la promesa de la inclusión*. 195-211.

http://www.desco.org.pe/recursos/site/files/CONTENIDO/20/08_Garc%C3%ADa_Calder%C3%B3n_y_otros_Per%C3%BA_Hoy_2011_B_diciembre.pdf

Gray, C. M., & Boling, E. (2018). *Designers' articulation and activation of instrumental design judgements in cross-cultural user research*. CoDesign, 14(2), 79-97.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15710882.2017.1393546>

Haines, J.K. (2014). *The importance of conflict in design: Leveraging diversity in intercultural creative teams*. Collective Intelligence Conference, pp. 1-40.

IDEO. (2021, junio 17). *Design kit, Human Centered Design*. <https://www.designkit.org/human-centered-design>

IIAP. (2021, junio 16). *Inicio*. Instituto de Investigación de la Amazonía peruana.
[https://www.gob.pe/iiapInstituto del Bien Común. \(2021\). https://ibcperu.org](https://www.gob.pe/iiapInstituto del Bien Común. (2021). https://ibcperu.org)

INEI. (2018). *XII Censo Nacional de Población. Resultados definitivos. Tomo I*. Instituto Nacional de Estadística e Informática.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1544/

INEI. (2008). *II Censo de Comunidades Nativas 2007. Resultados definitivos. Tomo I*. Instituto Nacional de Estadística e Informática.

INEI. (2018). *III Censo de Comunidades Nativas 2017. Resultados definitivos. Tomo I*. Instituto Nacional de Estadística e Informática.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1598/

Kelly. M., & Kennedy. R. (2016). *Recognizing appropriate representation of indigenous knowledge in design practice*. Visible Language, 50(1), 153-173.

<http://www.espaciotv.es:2048/referer/secretcode/scholarly-journals/recognizing-appropriate-representation-indigenous/docview/1787921557/se-2?accountid=142712>

Lima Como Vamos. (2019). *Lima y Callao según sus ciudadanos. Décimo Informe Urbano de Percepción sobre Calidad de Vida en la Ciudad*. <https://www.limacomovamos.org/wp-content/uploads/2019/11/Encuesta-2019.pdf>

Lin, R. T. (2007). *Transforming Taiwan aboriginal cultural features into modern product design: A case study of a cross-cultural product design model*. International Journal of Design, 1(2).

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.364.1290&rep=rep1&type=pdf>

MacLaurin, J., & Sterelny, K. (2008). *What is biodiversity?* University of Chicago Press.

Martínez-Valderas, J. (2014). *Aproximación al concepto de espacio escénico desde un planteamiento dramatúrgico*. ADE Teatro, 151, 106-112.

Mayor, P., & Bodmer, R. (2009). *Pueblos indígenas de la Amazonía peruana*. Centro de Estudios Teológicos de la Amazonía (CETA).

Ministerio del Ambiente del Perú. (2017). *Informe de Identificación de los Pueblos Indígenas y posible afectación a sus derechos colectivos para el proceso de consulta previa de la medida administrativa de modificación de la zonificación (2017 – 2021) de la Reserva Comunal Yánesha. Etapa 2 proceso de consulta previa*. INFORME N° 1095-2017-SERNANP-DDE

<https://www.sernanp.gob.pe/documents/10181/405356/2+Identificación+de+los+pueblos+de+la+RCY.pdf/440f82b0-2fbf-4be1-97c7-93eb24522252>

Ministerio de Cultura del Perú. (2021, junio 16). *Base de datos de pueblos indígenas u originarios*. Ministerio de Cultural del Perú. <https://bdpi.cultura.gob.pe/pueblos-indigenas>

Ministerio de Cultura del Perú. (2017). *Campaña de auto identificación étnica*. Ministerio de Cultural del Perú. <https://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/guia-de-preguntas-y-respuestas-censo.pdf>

Ministerio de Cultura. (2019, agosto 6). *Museos Abiertos logra récord de asistencia desde su creación.* Nota de prensa. <https://www.gob.pe/institucion/cultura/noticias/49451-museos-abiertos-logra-record-de-asistencia-desde-su-creacion>

Ministerio de Educación. (2011). *Resolución Directoral No 1493-2011-ED.* Aprueban Alfabeto de la Lengua del Pueblo Yánesha. Dirección General de Educación Intercultural Bilingüe y Rural. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/111316/_1493-2011-ED - 15-10-2012_05_06_41 -RD-1493-2011-ED.pdf

Museo de Arte Contemporáneo de Lima. (2021, junio 16). *Sobre el MAC Lima.* <https://maclima.pe/sobre-el-mac-lima/>

Museos en Línea. (2021, junio 16). *Directorio de museos.* <https://museos.cultura.pe/museos>

Programa de Gobierno Regional de Lima Metropolitana. (2021, junio 16). *Asociatividad y Mancomunidades.* <http://pgrlm.gob.pe/nosotros/asociatividad-y-mancomunidades/>

Rueda Romero, P. S. (2013). *Las comunidades nativas de la Amazonía Peruana y el cumplimiento de los incisos c) y d) del artículo 10 del convenio sobre diversidad biológica.* Situaciones análogas en la Unión Europea. Vox Juris, 26, 155.

<https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/voxjurs26&div=12&id=&page=>

Roselló, D. (2007). *Diseño y evaluación de proyectos culturales.* Ariel.

Said-Valbuena, W., Montoya, A. & Pinzon, F. (2020). *From a ludic Loom of Ideas to the Spiral of Intercultural Co-creation.* In Proceedings of the 16th Participatory Design Conference 2020-Participation (s) Otherwise-Volume 1(pp. 85-95).

Said-Valbuena, W. (2019). *Prefigurar, co-crear, entretejer. Diseño, creatividad, interculturalidad.* Arte, Individuo y Sociedad, 31(1), 111.

Santos Granero, F. (2004). *Guía etnográfica de la Alta Amazonía. Volumen IV: Matsigenka / Yanésha.* Institut français d'études andines.

Serpentine Galleries. (2021, junio 16). *What's on, Cambio Formafantasma.*

<https://www.serpentinegalleries.org/whats-on/formafantasma-cambio/>

Sherman, M., Berrang-Ford, L., Ford, J., Lardeau, M. P., Hofmeijer, I., & Cortijo, C. Z. (2012). *Balancing indigenous principles and institutional research guidelines for informed consent: a case study from the Peruvian Amazon.* AJOB Primary Research, 3(4), 53-68.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21507716.2012.714838>

Smith, R. (2004). *Donde nuestros ancestros alguna vez caminaron. Territorialidad y lugares sagrados Amuesha en la Amazonía Andina del Perú central.* Ponencia presentada en el Coloquio Internacional de la Universidad de París III. Ser indígena en las Américas. Dominación y resistencia, movimientos étnicos y políticas del multiculturalismo: una perspectiva comparativa. Paris.

<https://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/Donde%20nuestros%20ancestros%20alguna%20vez%20caminaron%20Territorialidad.pdf>

Sullón Acosta, K. N., Huamancayo Curi, E., Mori Clement, M., & Carbajal Solis, V. (2013). *Documento nacional de lenguas originarias del Perú.*

<http://www2.minedu.gob.pe/filesogecop/DNL-version%20final%20WEB.pdf>

Soria, C. (2002). *Los pueblos indígenas amazónicos peruanos. En busca del desarrollo sostenido.* Coloquio Internacional de Derecho Ambiental. Foro Ecológico. Environmental Law Alliance Worldwide. <https://elaw.org/content/peru-los-pueblos-ind%C3%ADgenas-amazonicos-peruanos-en-busca-del-desarrollo-sostenido>

Tostes Vieira, M. (2019). *Comunidades locales y pueblos indígenas.* Ediciones Universidad de Salamanca.

https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/139306/Comunidades_locales_y_pueblos_indigenas.pdf?sequence=1&isAllowed=y

UNAM. (1978). *Conclusiones del décimo congreso de las comunidades nativas Amuesha y Campas de valle del Palcazú-Pichis.*

<http://nacionmulticultural.unam.mx/movimientosindigenas/docs/238.pdf>

Wikipedia. (s. f.). *Amazonía del Perú.* Recuperado el 17 de junio de 2021 de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Amazon%C3%A9nica_del_Per%C3%BA

Wise, M. (2008). *Diccionario Yánesha (Amuesha) – Castellano.* Recopiladora Martha Duff-Tripp. Serie Lingüística Peruana Nº47. Instituto Lingüístico de Verano (ILV). Ministerio de Educación del Perú.

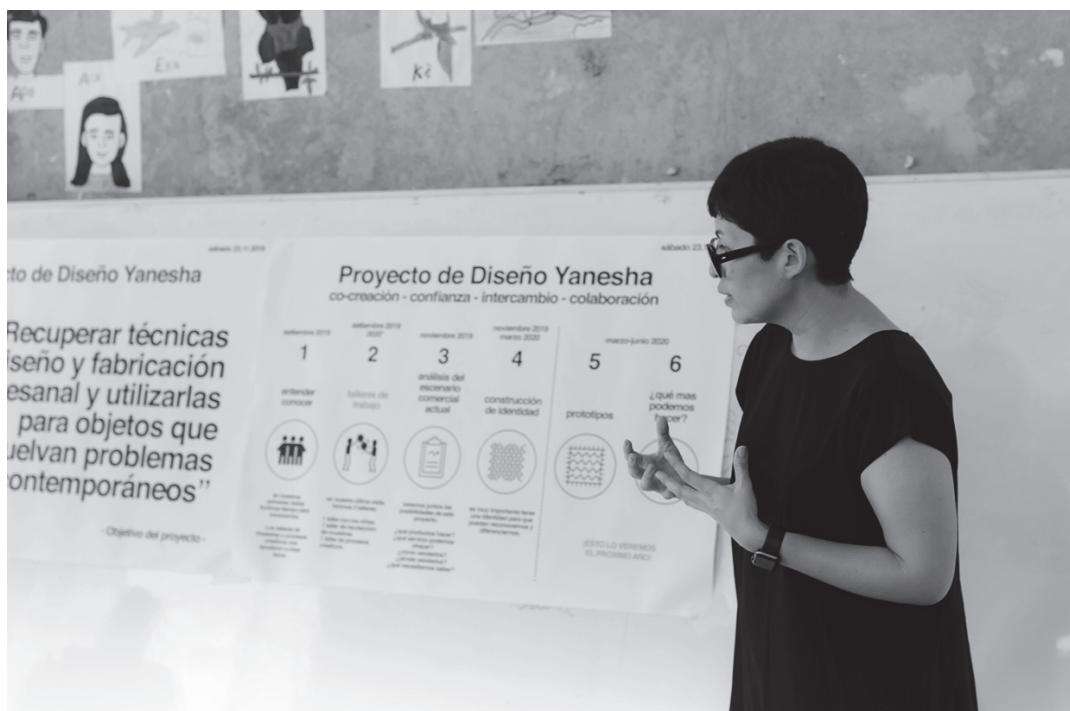
Anexo A. Imágenes de visitas previas a Azulís

Taller de nuevas técnicas, llevado a cabo en noviembre 2019. Foto: Luis Aguirre para Arde



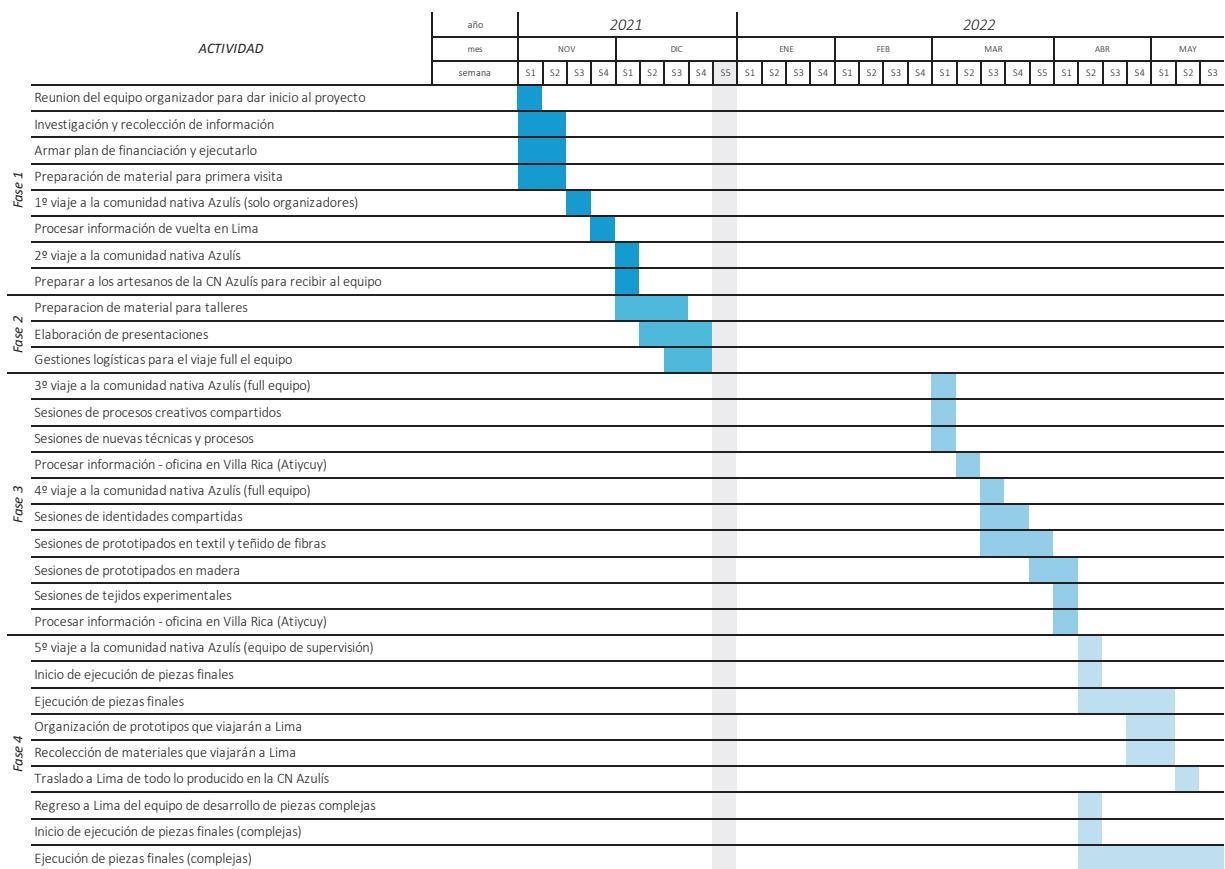
Anexo B. Levantamiento de información 2019

Taller de procesos creativos e identidad llevado acabo en noviembre de 2019. Foto: Luis Aguirre para Arde



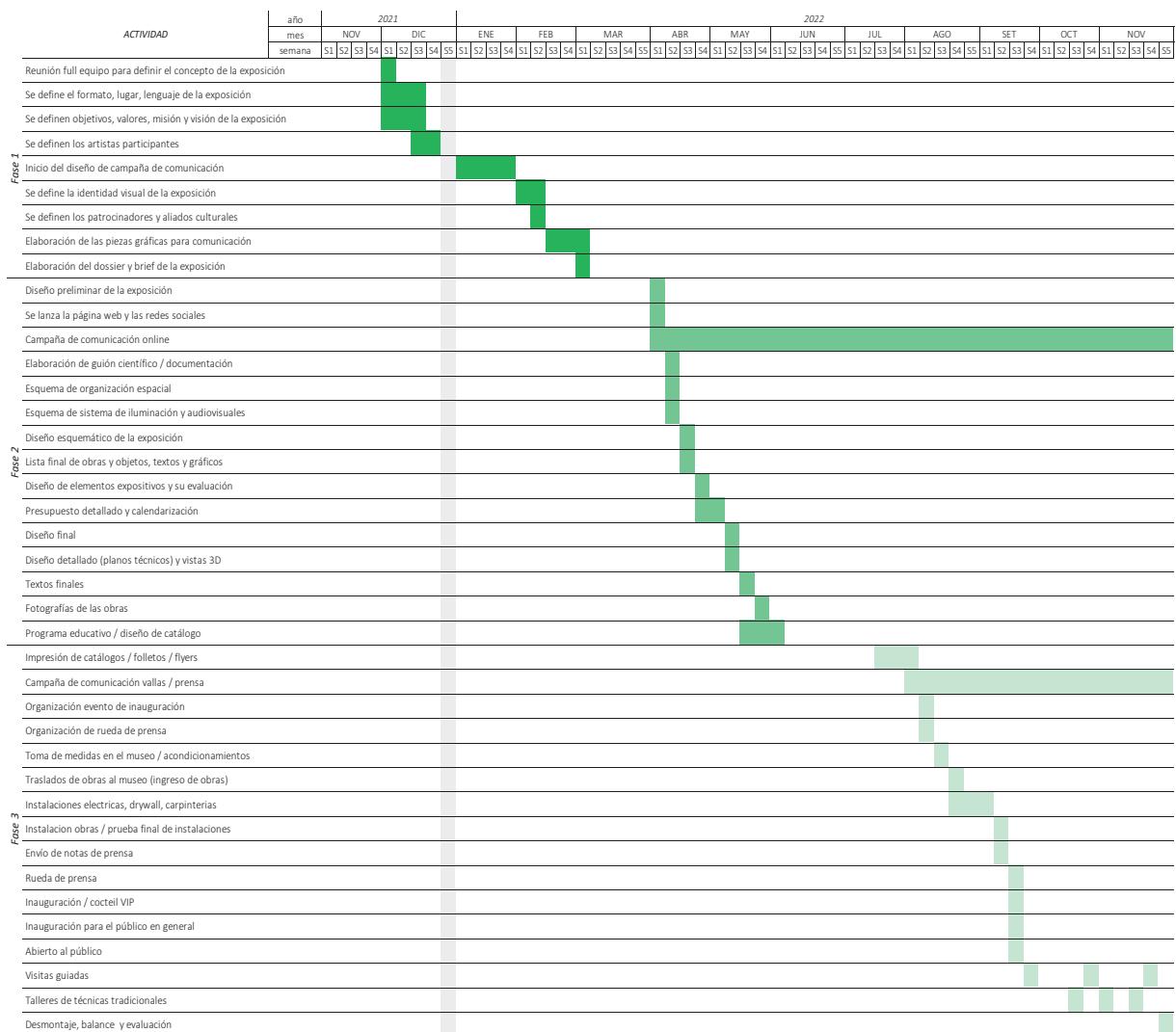
Anexo C. Cronograma talleres

Cronograma de talleres de co-creación. Elaboración propia.



Anexo D. Cronograma exposición

Cronograma de la exposición. Elaboración propia.



Anexo E. Calendario general

Fechas importantes dentro del proyecto, contempla etapa de talleres y exposición.
Elaboración propia.

Actividades	Fecha	Área responsable
Inicio del proyecto en reunión full equipo	03.11.2021	Dirección
Armar plan de financiación y ejecutarlo	03.11.2021	Dirección / Producción
Preparación de material para primera visita	03.11.2021	Investigación / Dirección
1º viaje a la comunidad nativa Azulís (solo organizadores)	15.11.2021	Producción / Investigación
Procesar información de vuelta en Lima	22.11.2021	Investigación / Dirección
Reunión full equipo para definir el concepto de la exposición	01.12.2021	Dirección
2º viaje a la comunidad nativa Azulís	03.12.2021	Producción / Investigación
Se definen los artistas participantes	16.12.2021	Dirección
Inicio del diseño de campaña de comunicación	03.01.2022	Comunicación
Se definen los patrocinadores y aliados culturales	07.02.2022	Dirección
3º viaje a la comunidad nativa Azulís (full equipo)	01.03.2022	Producción / Investigación
4º viaje a la comunidad nativa Azulís (full equipo)	14.03.2022	Producción / Investigación
Diseño preliminar de la exposición	04.04.2022	Dirección / Comunicación
Se lanza la página web y las redes sociales	04.04.2022	Comunicación
Campaña de comunicación online	05.04.2022	Comunicación
Procesar información - oficina en Villa Rica (Atiyacuy)	04.04.2021	Producción / Investigación
5º viaje a la comunidad nativa Azulís (equipo de supervisión)	11.04.2022	Producción / Investigación
Inicio de ejecución de piezas finales	04.04.2021	Producción / Investigación
Regreso a Lima del equipo de desarrollo de piezas complejas	07.04.2022	Producción
Traslado a Lima de todo lo producido en la CN Azulís	11.05.2022	Producción
Inicio de ejecución de piezas finales complejas (Lima)	13.04.2022	Producción
Ejecución de piezas finales	12.05.2022	Producción
Ejecución de piezas finales complejas (Lima)	20.05.2022	Producción
Sesiones fotográficas de las piezas finales	30.05.2022	Comunicación
Impresión de catálogos / folletos / flyers	18.07.2022	Comunicación
Campaña de comunicación vallas / prensa	02.08.2022	Comunicación
Organización evento de inauguración (preparación)	10.08.2022	Producción / Comunicación
Organización de rueda de prensa (preparación)	10.08.2022	Comunicación
Traslados de obras al museo (ingreso de obras)	22.08.2022	Producción
Instalación de obras	12.09.2022	Producción / Dirección
Envío de notas de prensa	13.09.2022	Comunicación
Rueda de prensa	21.09.2022	Comunicación
Inauguración / coctel VIP	22.09.2022	Comunicación
Inauguración para el público en general	23.09.2022	Comunicación / Producción
Desmontaje y traslado de obras a sus destinos finales	14 - 18 nov 2022	Producción

Anexo F. Presupuesto general

Partidas generales del presupuesto del proyecto. Precios en soles (moneda peruana) y su equivalente en euros. Elaboración propia.

Partida	Descripción	Cantidad	Unidad	Costo	Sub total	Total
Viajes	Transporte de personas (viajes de ida y vuelta)	5	und	S/1,500.00	S/7,500.00	
	Hoteles primer viaje	1				
	Alojamiento casa en Villa Rica - alquiler por mes	3	und	S/1,500.00	S/4,500.00	
	Comida y viáticos para 16 personas en 5 viajes	16	und	S/300.00	S/4,800.00	
	Alquiler oficina temporal en Villa Rica - alquiler por mes	3	und	S/500.00	S/1,500.00	
	Chofer	5	und	S/200.00	S/1,000.00	
	Alquiler de camionetas	5	und	S/200.00	S/1,000.00	
	Traslado de Villa Rica a Lima (de toda la producción)	1	und	S/2,000.00	S/2,000.00	S/22,300.00
Talleres	Materiales diversos (papelógrafos, plumones, etc)	1	glb	S/250.00	S/250.00	
	Impresiones	1	glb	S/100.00	S/100.00	
	Tablets, equipo tecnológico auxiliar	1	glb	S/3,000.00	S/3,000.00	
	Suministros de equipo para fotografía / video	1	glb	S/3,000.00	S/3,000.00	S/6,350.00
Exposición	Costo de producción de obras y soportes (detalle en listado de obras)	1	glb	S/90,500.00	S/90,500.00	
	Traslados del taller en UPC / otros al museo	1	glb	S/2,000.00	S/2,000.00	
	Movilización de equipos, trazado y replanteo. Sistema de drywall, incluye manta de fibra acústica y proyecciones de madera.	1	glb	S/5,000.00	S/5,000.00	
	Pintado y empaste de paredes con American Colors.	1	glb	S/3,500.00	S/3,500.00	
	Suministro e instalación para instalaciones de iluminación, electricas, audio, video y data.	1	glb	S/3,500.00	S/3,500.00	
	Instalación de sistemas de iluminación	15	und	S/30.00	S/450.00	
	Desmontaje y traslados de obras	1	glb	S/5,000.00	S/5,000.00	S/109,950.00
Comunicación y trámites	Eventos de inauguración (coctel e invitaciones)	1	glb	S/5,000.00	S/5,000.00	
	Piezas para la campaña de comunicación / publicidad	1	glb	S/15,000.00	S/15,000.00	
	Impresión de catalogos y piezas de merchandising	1	glb	S/5,000.00	S/5,000.00	
	Asesorías legales y trámites administrativos	1	glb	S/2,000.00	S/2,000.00	
	Honorarios de asesores externos	5	und	S/2,500.00	S/12,500.00	S/39,500.00
Paisajismo	Orejas de elefante	10	bls	S/15.00	S/150.00	
	Costilla de Adán	10	bls	S/15.00	S/150.00	
	Helechos	5	bls	S/12.00	S/60.00	
	Aptenia cubresuelo	10	bls	S/4.00	S/40.00	
	Compost + musgo	1	glb	S/400.00	S/400.00	
	Tierra + transporte	1	glb	S/600.00	S/600.00	
	Instalación, supervisión y mantenimiento	1	glb	S/5,000.00	S/5,000.00	S/6,400.00
Total gastos directos en soles					S/184,500.00	
Total gastos en euros					38,924.05 €	

Anexo G. Material de comunicación

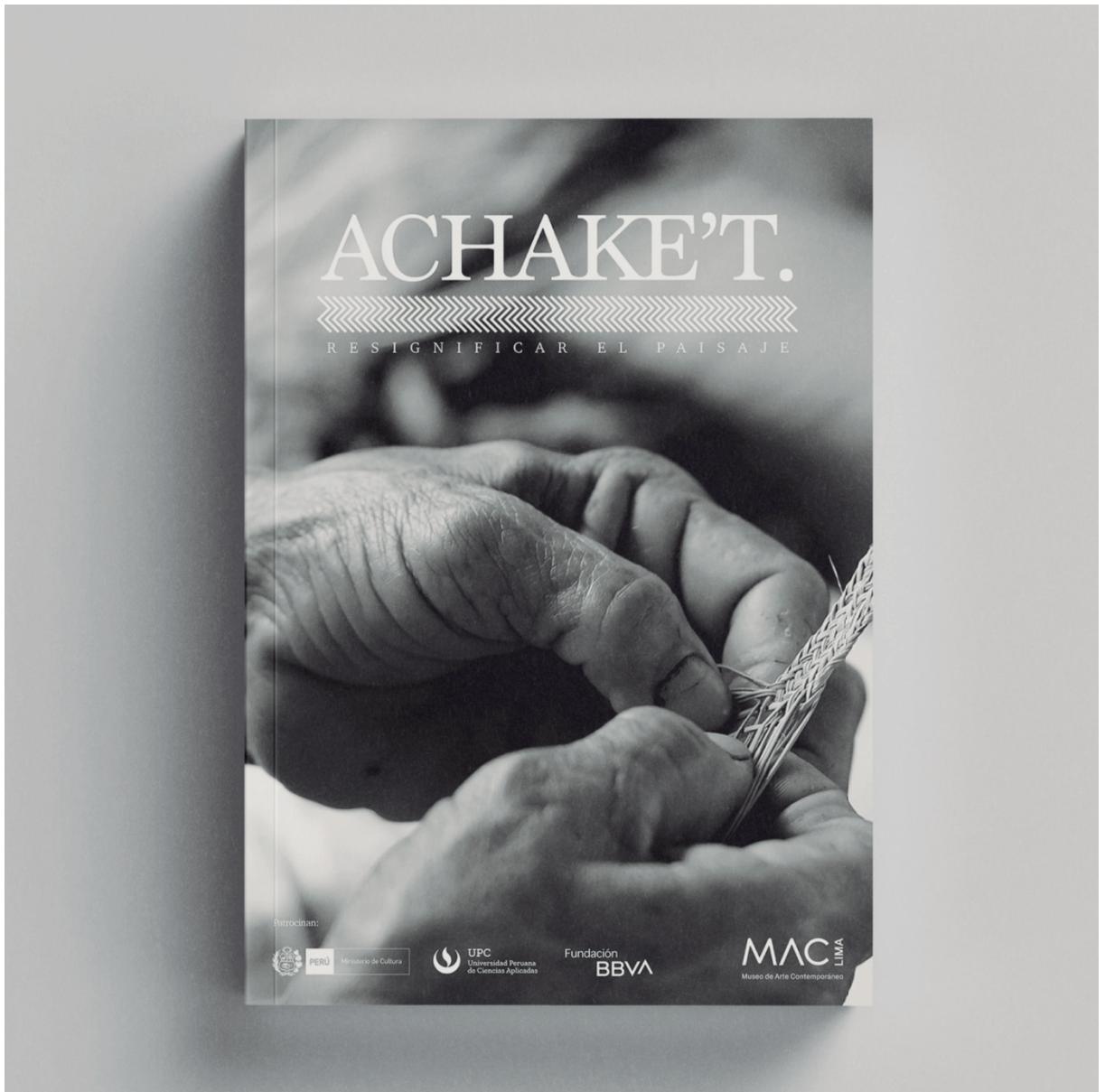
Pieza de *merchandising* promocional, *totebag* con el nombre de la muestra, en la siguiente página la portada del catálogo de la exhibición y en la siguiente: páginas del Dossier de prensa.

Elaboración propia.



Silvana Cossío Mendoza

Diseño de una exposición temporal para la difusión de la cultura yánesha en el museo MAC Lima





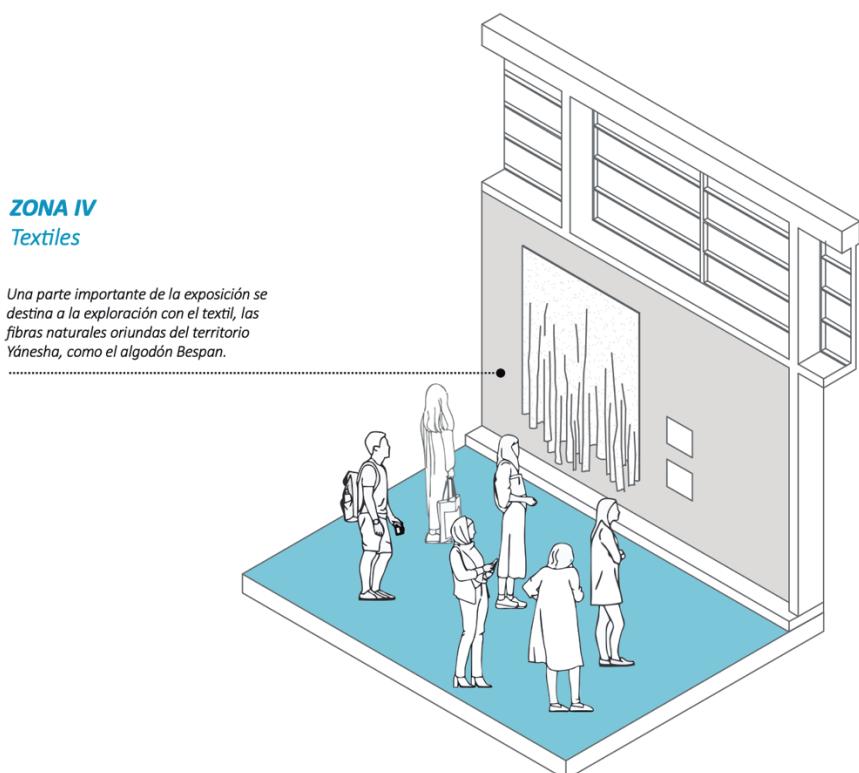
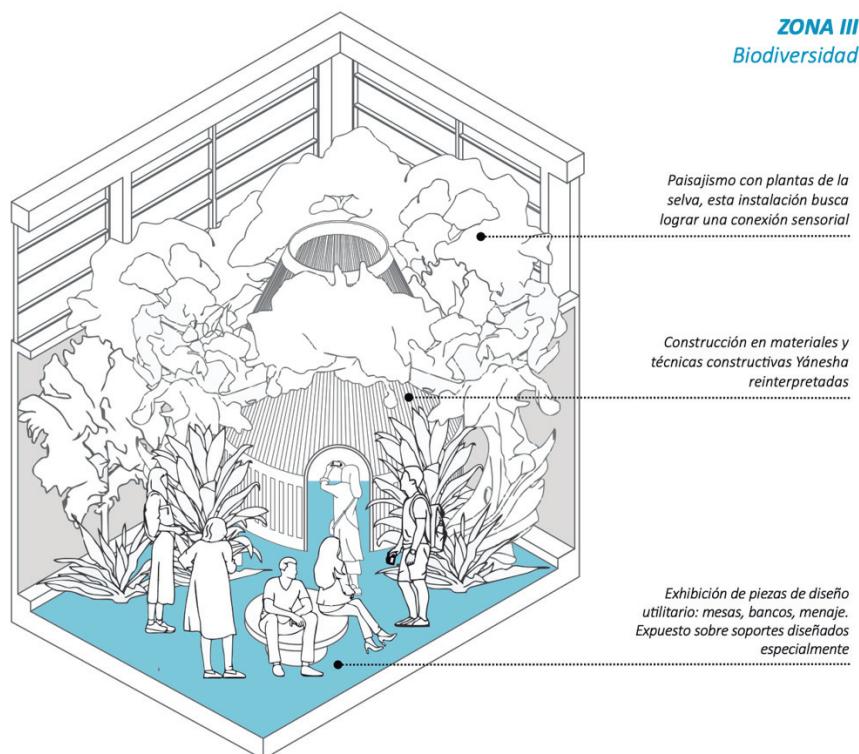
Silvana Cossio Mendoza

Diseño de una exposición temporal para la difusión de la cultura yánesha en el museo MAC Lima



Anexo H. Detalles de la exposición

Elaboración propia.



Anexo I. Lista de instrumentos de evaluación

Detalle por etapas del proyecto y sus actividades y por áreas de trabajo. Elaboración propia.

Etapa	Actividad o momento a evaluar	Instrumento de evaluación	Observaciones
<i>Talleres de co-creación</i>	Taller de procesos creativos	Cuestionario técnico (con respuesta dibujada)	<i>La evaluación en los talleres será cualitativa por la naturaleza de los mismos, en todos los talleres se hará uso de la ficha de observación</i>
	Taller de nuevas técnicas y procesos	Cuestionario técnico (con respuesta de escalas)	
	Taller de identidades compartidas	Cuestionario técnico (con respuesta de escalas)	
	Taller de prototipos en textil y fibras	Cuestionario técnico (con respuesta de escalas)	
	Taller de prototipos en madera	Cuestionario técnico (con respuesta de escalas)	
	Taller de tejidos experimentales	Cuestionario técnico (con respuesta de escalas)	
<i>Exposición</i>	La experiencia completa de talleres	Cuestionario técnico con respuesta corta	<i>Se utilizarán ambos métodos: cualitativos y cuantitativos</i>
	Diseño de la exposición	Buzón de sugerencias	
		Cuestionario técnico (con respuesta de escalas)	
		Entrevista intensiva - abierta (dos horas)	
	Contenido de la exposición	Libro de visitas	
		Encuesta de satisfacción vía e-mail	
<i>Visitantes de la exposición</i>		Recuento de visitantes - según características	<i>Encuesta de satisfacción vía Instagram</i>

Área	Actividad o momento a evaluar	Instrumento de evaluación	Observaciones
<i>Investigación</i>	Recolección de información	Reuniones internas con el equipo	<i>El equipo debe dirigir su propia evaluación</i>
	Coordinación con el área de producción durante el diseño de los talleres	Reuniones full equipo	
<i>Producción</i>	Pre-producción: apoyo y coordinación con el área de comunicación para gestionar la campaña	Reuniones internas con el equipo Reuniones full equipo	<i>El equipo debe dirigir su propia evaluación</i>
	Producción de talleres, gestión y coordinación con el área de investigación y la dirección general	Reuniones internas con el equipo Reuniones full equipo	
	Mantenimiento y revisión de instalación exposición	Revisión diaria del estado de las instalaciones	
	Post-producción: desmontaje y balance de la exposición	Reuniones internas con el equipo Reuniones full equipo	
<i>Comunicación</i>	Actividades de la campaña online	Métricas de las redes sociales y página web: del museo y de las propias del proyecto	<i>El equipo debe dirigir su propia evaluación</i>
	Campaña de comunicación en medios tradicionales	Clipping de prensa	
	Coordinación con el área de producción durante la campaña de comunicación y marketing	Reuniones full equipo	

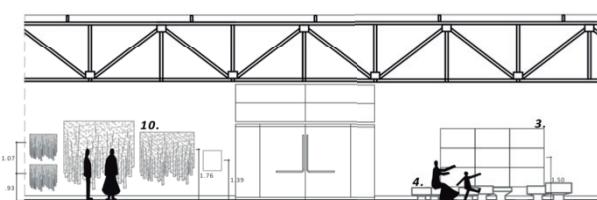
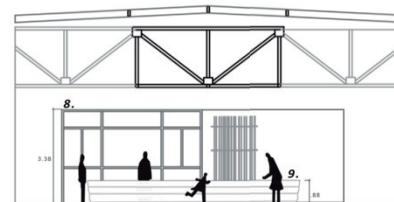
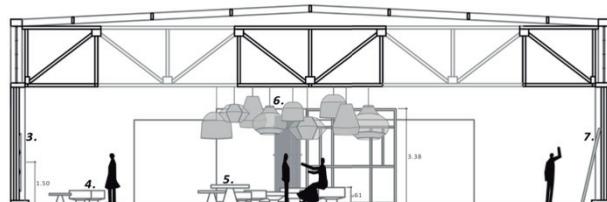
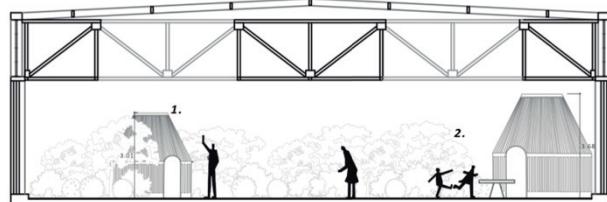
Anexo J. Planos de la exposición

Cortes interiores, planta de seguridad con rutas de evacuación y sistemas de seguridad, planos de iluminación. Elaboración propia.

Vistas Interiores

Propuesta Exposición Achake't Resignificar el paisaje

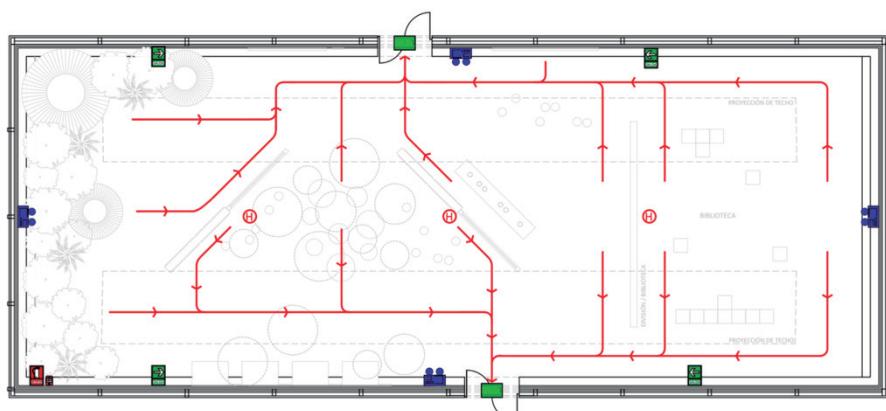
1. Construcción en materiales y técnicas constructivas Yánesha reinterpretados
2. Paisajismo con plantas nativas, esta instalación busca lograr una conexión sensorial
3. Instalación con audiovisuales y documentación del proceso
4. Asientos para disfrutar el video y descansar, se recomendará el uso de audífonos
5. Exhibición de piezas de diseño utilitario: mesas, bancos, menaje. Ex puesto sobre soportes diseñados especialmente
6. Piezas suspendidas, elaboradas en bombojaje: fibra vegetal oriunda de la selva central
7. Troncos de madera nativas del territorio Yánesha.
8. Tabiquería con textos informativos e imágenes sobre el proceso
9. Exposición de prototipos y muestras del proceso. Pinturas y textiles
10. Una parte importante de la exposición se destina a la exploración con el textil, las fibras naturales oriundas del territorio Yánesha, como el algodón Bespam

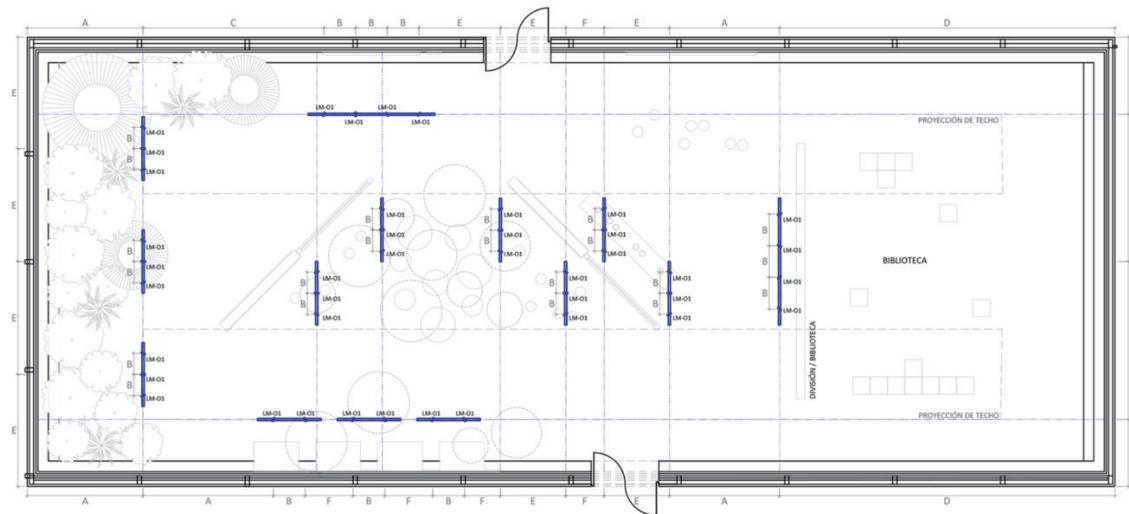


Plano de INDECI

Propuesta Exposición Achake't Resignificar el paisaje

- Ruta de evacuación
- SALIDA** Señal de salida iluminada
- Unitad de iluminación a baterías
- Derecha o izquierda
- Señal de extintor PQS 6 kg.
- Alarma contra incendios
- H Detector de humo





Cortes de iluminación

**Propuesta Exposición
Achake't
Resignificar el paisaje**

LM-01. RIEL

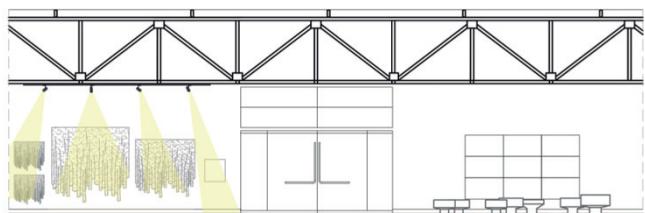
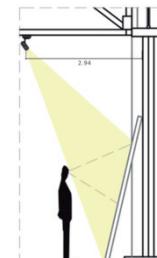
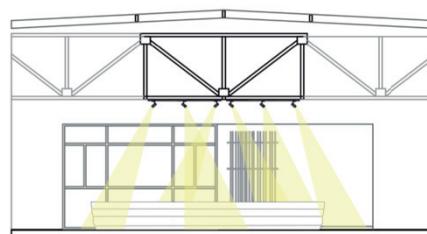
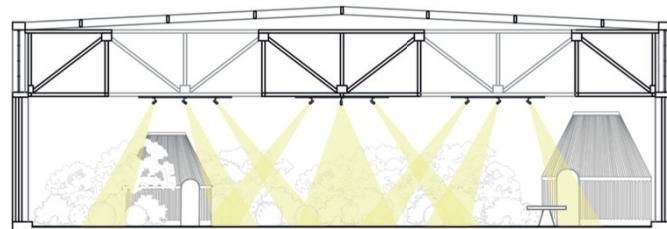


Modelo: The COB Cylinder Range 651087/B/W
Montaje: Adosado a parrilla
Acabado: Aluminio Negro
Marca: OneLight
Proveedor: Hilité
Cant. de riel:
-02 und de 3 metros
-02 und de 6 metros

LM-01. PROYECTOR



Modelo: The COB Cylinder Range 651087/B/W
Lámpara: Led 8W / 220-240V / 36°
3000 K / CRI >90 / Dimable
Montaje: En riel
Marca: OneLight
Proveedor: Hilité
Cant. de proyectores:
-41 und



Anexo K. Material para los talleres

Captura de pantalla de las herramientas que ofrece el *Design Kit* de IDEO para el trabajo de diseño en colaboración y centrado en las personas. Este material es referencial para la elaboración del material propio.

STATS	
Suggested Time	60–90 Minutes
Level of Difficulty	Moderate
Materials Needed	Pens, Post-its
Participants	Design team

PROCESS PHASE

INSPIRATION
IDEATION
IMPLEMENTATION

STEPS

- 01 | Look at your Post-its, and your Themes in particular.
- 02 | Consider the core principles underpinning those themes. Frame these as positive statements that might tell you how and what to design. Remember, Design Principles operate as a group, and it's likely that you'll need to identify several.
- 03 | Look at the Design Principles you've come up with. Are they short and to the point? Do they describe just one idea? Try to avoid overly complicating them. If it feels like there are multiple ideas going on, break them into smaller parts.
- 04 | Review your Design Principles and make sure they cover the key aspects of your solution. Modify any that don't.

STATS	
Suggested Time	2–7 days
Level of Difficulty	Medium
Materials Needed	Camera (smartphone, Polaroid, disposable camera)
Participants	Design team, person you're designing for

PROCESS PHASE

INSPIRATION
IDEATION
IMPLEMENTATION

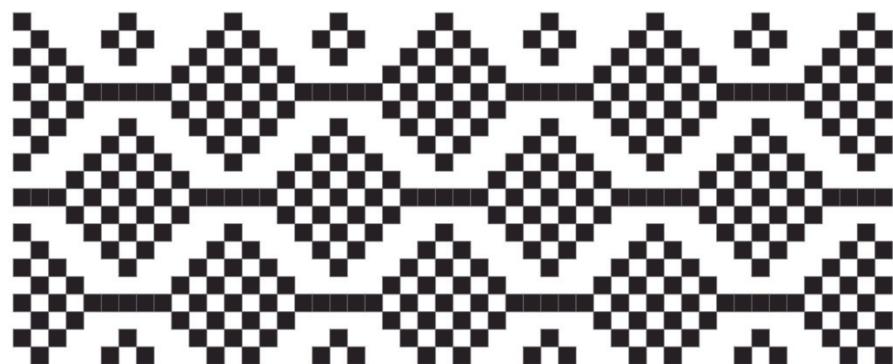
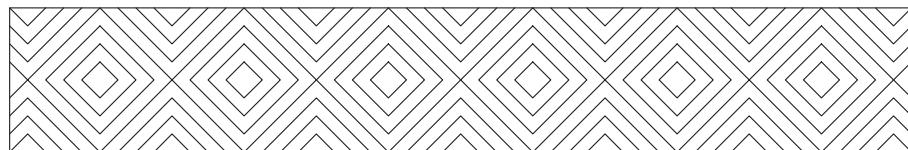
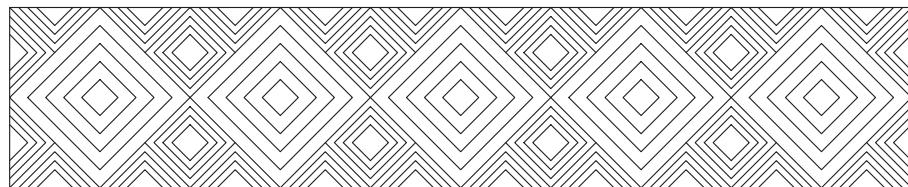
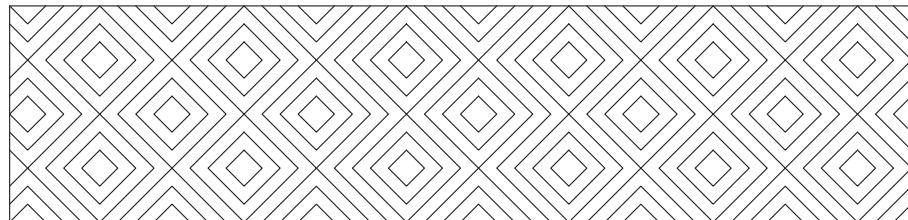
STEPS

- 01 | This method can take a couple days to come to life, so make sure that you've allocated enough time in advance of a scheduled Interview to make it work. The goal is to capture everyday moments and dynamics.
- 02 | Give the person you're designing for a camera (if they don't have one) and a prompt. If you're designing a financial service you might ask the person to take pictures of everyone who influences their financial decisions. Or you could ask them to take a picture of all the places where they handle finances.
- 03 | Once the person you're designing for has taken the photos, get them developed, or have them send it to you digitally in advance of the scheduled interview.

Anexo L. Iconografía yánesha

Levantamiento de información tras el trabajo de campo realizado en septiembre de 2019.

Elaboración propia.



Anexo M. Recursos humanos

Equipo de trabajo. Elaboración propia.

	Área	Cargo	Colaborador
1	Dirección general	Director general Asistente de dirección	<i>Silvana Cossio</i> Adriana Depaz
2	Área de comunicación	Jefe de comunicación	Liset Chávez
3	Área de producción	Jefe de producción	Maria Katya Morales
4	Área de investigación	Jefe de investigación	Paola Luna
5	Diseño, branding y márketing	Diseñador gráfico Comunicador	Liset Chávez Externo
6	Documentación visual	Fotografo Camarógrafo	Luis Aguirre Iván Coronado
7	Redacción y relaciones públicas	Redactor de contenidos Community manager	Luis Aguirre Externo
8	Diseño y museografía	Diseñador de interiores	Diana Masco
9	Curaduría	Director general Artista plástico	<i>Silvana Cossio</i> Daniel Gonzalez
10	Coordinación general de producción	Productor Asistente de producción 1 Asistente de producción 2	Analía Martín Yomara Lazo Pieryna Prieto
11	Presupuesto, compras y contabilidad	Administrador contable	Yuliana Vásquez
12	Logística	Producción	Lucero Sakoda
13	Asistente de investigación	Antropólogo	Francesco D'Angelo
14	Talleres de co-diseño	Director general Tallerista 1 Tallerista 2 Artesanos Azulís Artistas plásticos Peru Design Collective Diseñadores Arde Diseñador de producto	<i>Silvana Cossio</i> Paola Luna Edith Arana 7 3 4 Diana Masco Lucero Sakoda Cadú Silva
Total recursos humanos		35 personas	

Anexo N. Plan de financiación

Elaboración propia.

	Retorno para el aportante	Institución patrocinadora / auspiciadora / aliada	Aporte en soles	
Patrocinadores	<p>Visibilidad de la marca / logo presente en la campaña de comunicación: aparición en la cartelera, papelería y en la difusión en redes sociales.</p> <p>Recibirán material audiovisual mostrando su participación (que podrán usar en su comunicación institucional)</p>	1 Ministerio de Cultura del Perú - Programa de estímulos económicos para la cultura, categoría: Arte para la transformación y la innovación social 2021	S/50,000.00	
		2 Fundación BBVA	S/50,000.00	
		3 Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas - Área de Marketing en conjunto con la Facultad de Diseño y la incubadora de emprendimientos de innovación social	S/50,000.00	
		4 Organismo no gubernamental Atiyacuy - Adicionalmente a los fondos económicos, nos brindan apoyo logístico como operador estratégico con la CN Azulís	S/20,000.00	
		5 4 Gallos	S/5,000.00	
		6 Stella Artois	S/5,000.00	
		7 Centro de la Imagen	S/5,000.00	
		8 Viajes El Corte Inglés	S/5,000.00	
Total monto de aportes por patrocinio y auspicio			S/190,000.00	
Total costo del proyecto incluido impuestos			S/184,500.00	

Anexo O. Comunicación coordinada con el MAC Lima

Contenidos para redes sociales. La primera imagen es una propuesta para difusión de "Achake't" en *Instagram*. Elaboración propia. La segunda imagen es una captura de pantalla de la cuenta de Instagram del MAC Lima.

Fuente: <https://www.instagram.com/p/CRE33pvnQ2I/>



Anexo P. Vista 3D de la exposición

Elaboración propia.

