



UNIVERSIDAD  
**SAN IGNACIO  
DE LOYOLA**

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES**

**Carrera de Arte y Diseño Empresarial**

**DISEÑO DE PROGRAMA LÚDICO PARA  
FAVORECER A LA CASA MUSEO JOAQUÍN LÓPEZ  
ANTAY A LOGRAR CONECTAR, GENERAR INTERÉS  
Y MAYOR VISITAS ACTIVAS DE LOS JÓVENES  
AYACUCHANOS**

**Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado  
en Arte y Diseño Empresarial**

**BRENDA DIANA CAHUANA CCORAHUA**

**(0000-0003-3155-9387)**

**Asesor:**

**Sofía Ana Pinto Vilca**

**(0000-0003-1204-5989)**

**Lima – Perú**

**2022**

### **Dedicatoria**

Dirigido a mis padres por el apoyo incondicional y su preocupación constante, por brindarme la oportunidad de superar mis límites y lograr más allá de mis metas; también dirijo este trabajo a la población de Ayacucho, quienes a lo largo del tiempo están perdiendo parte de los valores culturales y este trabajo es un recordatorio de la riqueza cultural popular que la región de Ayacucho posee y que hay que reavivarla. Finalmente, a mis abuelos, quienes me inculcaron e hicieron vivir y aprender de muchas de las tradiciones culturales ayacuchanas y hacerme sentir orgullosa de mi origen.

### **Agradecimientos**

Agradezco a mi familia por el apoyo incondicional durante esta etapa, por su apoyo mesurado y los ánimos que me brindaron para no rendirme; agradezco a mis asesores por la paciencia y apoyo en el proceso de toda esta investigación; así mismo, a mis amigos que me apoyaron en la investigación y proceso de recolección de datos.

## Resumen

Como Marcus Garvey dijo: “Las personas sin conocimientos de su pasado, su origen y su cultura, son como un árbol sin raíces”; dejar que las nuevas generaciones se pierdan de tanta riqueza cultural existente en la región de Ayacucho y mucho más importante, dejar que olviden el trabajo que el maestro retablista Joaquín López Antay ha dejado como uno de los patrimonios que más representan a esta región, es un crimen.

La Casa Museo Joaquín López Antay, es un centro que conserva y conmemora la memoria del maestro retablista, no obstante, con la llegada de las nuevas tecnologías, el aislamiento social a causa de la Covid-19 y la globalización, es que se ha perdido el interés de revalorar y conocer la identidad propia; es por ello que el presente trabajo, está dirigido a los jóvenes ayacuchanos, que en principio han olvidado y perdido el interés por difundir, fomentar la práctica y conservar sus propias tradiciones y costumbres.

Es por ello, que para poder generar una conexión más activa y despertar el interés de los jóvenes ayacuchanos en la visita más frecuente a los museos y sobre todo sientan una inclinación por conocer más sus raíces, se plantea una dinámica lúdica, basada en la creación de paper toys con inspiración en la historia e influencia de Ayacucho y Joaquín López Antay. Gracias a estudios científicos como los de Edgar Dale y Federico Froebel, se puede afirmar que las dinámicas lúdicas muy aparte de generar interés por el conocimiento, ayudan al aprendizaje activo; es por ello, que se llegó a la conclusión de que, las dinámicas lúdicas que comprometan más de un sentido, puede generar experimentaciones diferentes en cada individuo y así mismo, generar interés por conocer más de lo que desconocen, debido a que se estaría dejando de lado los métodos convencionales y tradicionales, que muchas veces suelen estar asociados al aburrimiento.

**Palabras claves:** Ayacucho, Joaquín López Antay, paper toys, aprendizaje activo.

### Abstract

As Marcus Garvey said: “People without knowledge of their past, their origin and their culture, are like a tree without roots”; let the new generations lose so much cultural richness existing in the region of Ayacucho and much more importantly, let them forget the work that the teacher re-establishes Joaquín López Antay has left as one of the patrimony that most represents This region, it’s a crime.

The Casa Museo Joaquín López Antay, is a center that preserves and commemorates the memory of the master re-establishes, however, with the arrival of new technologies, the social isolation caused by Covid-19 and globalization, is that it has lost interest in revaluing and knowing one’s own identity; that is why this work, is aimed at young Ayacuchans, who have in principle forgotten and lost interest in disseminating, promoting the practice and preserving their own traditions and customs.

This is why, in order to generate a more active connection and awaken the interest of young Ayacuchans in visiting museums more frequently and above all feel an inclination to learn more about their roots, a playful dynamic is proposed, based on the creation of paper toys inspired by the history and influence of Ayacucho and Joaquín López Antay.

Thanks to scientific studies such as those of Edgar Dale and Federico Froebel, it is possible to affirm that play dynamics, apart from generating interest in knowledge, contribute to active learning; for this reason, it was concluded that play dynamics that involve more than one sense, can generate different experiments in each individual and, at the same time, generate interest in learning. more than they do not know, because conventional and traditional methods, which are often associated with boredom, would be neglected.

**Keywords:** Ayacucho, Joaquín López Antay, paper toys, active learning.

## Índice General

Dedicatoria	2
Agradecimientos	3
Resumen	4
Abstract	5
Índice General	6
Índice de Figuras	11
Capítulo I	14
Introducción	14
Descripción del Problema Encontrado	15
Problema Principal	16
Problemas Secundarios	16
Citas Visuales del Problema	16
Collage del Problema	24
Justificación de la Investigación	25
Pregunta de Investigación	26
Hipótesis	26
Análisis de los Actores	26
Análisis del Campo	28
Metodología del Problema	29

	7
Resultado de Encuestas	29
Resultado de Entrevistas	31
Metodología del Proyecto	32
Capítulo II	34
Gestión de Marca	34
Concepto de Marca	34
Importancia de la Marca	34
Elementos que Conforman la Marca	34
Consecuencias de una Ineficiente Comunicación Visual Corporativa	35
Concepto de Gestión Cultural	36
Gestión Cultural en Regiones del Perú	36
Gestión Cultural en Ayacucho	37
Identidad Cultural	38
Importancia de la Identidad Cultural	39
Proceso de Adquisición de la Identidad Cultural	40
Factores de la Identidad Cultural	40
Causas de la Pérdida de Identidad Cultural	41
Leyes Peruanas que Protegen o Impulsan la Conservación de la Identidad Cultural en el Perú	41
Rol del Estado y el MINCU Frente a la Identidad Cultural	42
Museos Como Centros de Expresión Cultural	43
Definición	43

	8
Clasificación	43
Difusión	44
Leyes a Favor de los Museos	44
Casa Museo Joaquín López Antay	46
Público Objetivo	46
Contenido	47
Marco Teórico del Proyecto	49
Concepto de Ilustración	49
Tipos de Ilustración	49
Ilustración Digital	50
Definición de Paper Toys	50
Importancia del Paper Toy Como Método de Aprendizaje	51
El Juego	51
Importancia del Juego	51
Aprendizaje Activo	52
El Cono de Aprendizaje de Edgar Dale	52
Importancia del Aprendizaje Activo	54
Estado del Arte del Proyecto	54
«Plata de los Andes»: La Platería Andina en su Mejor Expresión desde el MALI	54
Universum	55
Origen Peregrino	55
Capítulo III	56

	9
Concepto del Proyecto	56
Collage del Concepto	57
Paleta de Color	57
Tipografías	58
Citas Visuales de Estética del Proyecto	60
Público Objetivo	63
Proyecto de Diseño	64
Etapa 1: Planificación	64
Etapa 2: Aplicación de la Propuesta	65
Etapa 3: Cierre y Mantenimiento	66
Relación entre Problema, Concepto, Público Objetivo y Proyecto	68
Marca del Proyecto	69
Resultado	70
Diseño de la Comunicación	71
Piezas Empleadas	73
Piezas a usar para la invitación a la Casa Museo Joaquín López Antay.	73
Piezas de presentación del producto.	74
Personajes.	75
Validación	77
Evaluador 1	77
Evaluador 2	78
Evaluador 3	79

	10
Conclusiones	80
Referencias Bibliográficas	82
Referencias Visuales	85
Anexos	86

## Índice de figuras

Figura 1. Iglesia San Francisco de Asís	16
Figura 2. Referencia de turista	17
Figura 3. Procesión Pascua Resurrección	17
Figura 4. Carnavalera	17
Figura 5. Patricia López	18
Figura 6. Retablo original de Joaquín López Antay	18
Figura 7. Retablos ayacuchanos	18
Figura 8. Diseño de flor de retablo ayacuchano	19
Figura 9. Traje de Joaquín López Antay	19
Figura 10. Mesa de trabajo del retablista	19
Figura 11. Taza con acabado vidriado	20
Figura 12. Primeras muñecas ayacuchanas	20
Figura 13. Mural de Joaquín López Antay	21
Figura 14. Taller de elaboración de cerámicas	21
Figura 15. Cerámica con forma de carro	21
Figura 16. Cerámica estilo corazón moderno	22
Figura 17. Altar en memoria de Joaquín López Antay	22
Figura 18. Joaquín López Antay	22
Figura 19. Molde para personaje de retablo	23
Figura 20. Casa Museo Joaquín López Antay	23
Figura 21. Lettering de inicio y bienvenida	23
Figura 22. Cuchimilco	24
Figura 23. Representación de Joaquín López Antay	24

	12
Figura 24. Collage del problema	24
Figura 25. Cuadro con detalle de los objetivos de trabajo del MINCU	42
Figura 26. Leyes de museos	44
Figura 27. Planes y lineamientos para los museos	45
Figura 28. Leyes y reglamentos de los museos	45
Figura 29. Proyectos y normas de los museos	45
Figura 30. Sala 1 de la Casa Museo Joaquín López Antay	47
Figura 31. Sala 2 de la Casa Museo Joaquín López Antay	48
Figura 32. Sala 3 de la Casa Museo Joaquín López Antay	48
Figura 33. El cono de aprendizaje de Edgar Dale	53
Figura 34. Collage del concepto	57
Figura 35. Paleta de colores	58
Figura 36. Fuente tipográfica SPEAK	59
Figura 37. Fuente tipográfica con serifs	59
Figura 38. Origen Peregrino	60
Figura 39. Estilo gráfico	60
Figura 40. Estilo gráfico flores	60
Figura 41. Referencia para los personajes	61
Figura 42. Referencia para la construcción del personaje	61
Figura 43. Referencia para elaboración de los detalles de la ropa de huamanguina	61
Figura 44. Retablo Renography	62
Figura 45. Referencia del retablo original de Joaquín López Antay	62
Figura 46. Referencia estilo gráfico	62
Figura 47. Referencia para el paper toy	62

	13
Figura 48. Referencia para paper toy	63
Figura 49. Referencia para cuerpo de paper toy	63
Figura 50. Propuesta de agenda cultural para la Casa Museo Joaquín López Antay	67
Figura 51. Resultado del diseño del logo para el proyecto	71
Figura 52. Nuevo logo de la Casa Museo Joaquín López Antay	73
Figura 53. Tarjeta de invitación virtual	73
Figura 54. Sobre y presentación del proyecto	74
Figura 55. Plantillas para personalizar y pieza del concurso	74
Figura 56. María, la huamanguina	75
Figura 57. Cusi, la alegría	75
Figura 58. Justi, el huamanguino	76
Figura 59. Qhari, hombre valeroso	76

## Capítulo I

### Introducción

Tras la inmovilización social a causa de la pandemia, Ayacucho se vio afectada no sólo por esta enfermedad, sino también por la falta de actividad turística, ya que esta región es habitada por un gran número de artesanos reconocidos y de gran trayectoria; quienes se encargan de mantener vivo y presente la historia del sincretismo andino y español mediante la elaboración de piezas artesanales populares originarias de la época incaica y colonial.

Debido a las medidas sanitarias de esta pandemia, las fiestas regionales se vieron canceladas y como consecuencia la suspensión del turismo. En la actualidad, Ayacucho es una región que está teniendo una reactivación turística, gracias a la presentación de nuevos lugares con presencia turística y actividades que se desarrollan al aire libre; pero así mismo, se ha visto que la pandemia trajo algunos problemas para los pobladores artesanos, ya que la mayor parte de la población y turistas contratan paquetes de turismo que son más sobre deportes extremos o actividades al aire libre; no obstante, actualmente no existe una cultura que enseñe a los ciudadanos a revalorar la importancia cultural que los museos regionales proporcionan en la formación de los niños y jóvenes.

Con todo este panorama algunos museos entre ellos los de sitio han sido dejados de lado y no han logrado una reactivación adecuada. Por ejemplo, la Casa Museo Joaquín López Antay, que conmemora y mantiene vivo el arte popular de este maestro retablista ayacuchano. Así mismo, también existe un desconocimiento de dichos espacios, ya que en la actualidad no existen programas culturales que fomenten su visita, a pesar de poseer un apoyo por parte de los gobiernos locales y del Estado; se ha notado que existe un déficit en

la falta de promoción y difusión de agendas culturales novedosas que incentiven a los jóvenes a participar de manera más activa en estos espacios llenos de historia y tradición.

### **Descripción del Problema Encontrado**

Gracias a proyectos como Somos Artesanía, el gobierno peruano ha venido colaborando e impulsando a los artesanos a generar ingresos mediante la comercialización de sus productos. (Plataforma Digital del Estado, 2021).

Pero, en el caso de la Casa Museo Joaquín López Antay, es casi imposible dar este apoyo para generar trabajos artesanales masivos que logran comercializarse, ya que su principal misión que se evidencia en su página oficial de Facebook es fortalecer la identidad ayacuchana en jóvenes y niños generando respeto por el arte tradicional peruano; aportando así una formación más inclusiva, creativa, libre y con motivación para transformar cambios positivos en la sociedad.

En vista a que el apoyo para la reactivación de los artesanos está orientada a la comercialización, tras el problema de la pandemia, se ha evidenciado un apoyo menor en la reactivación y fomento de visita a los museos en general.

En este escenario la Casa Museo Joaquín López Antay ha tenido el intento de reactivar el flujo de visitantes, gracias a la promoción de sus nuevas actividades y servicios que han implementado dentro de esta institución. Pero estas iniciativas resultan poco efectivas y algo convencionales a lo que ya el público ayacuchano está acostumbrado; debido a ello es que se ha originado un desconocimiento del concepto de esta casa museo.

Así mismo, se ha evidenciado que el cambio de imagen corporativa realizado hasta en 2 oportunidades por parte de esta institución, no es el único problema al que se enfrenta; ya que por ser un lugar que honra el trabajo y arte del maestro retablista, es evidente que los ayacuchanos sientan poco interés debido a que las artesanías están a su alcance en todo

lugar; teniendo como consecuencia no lograr conectar con el público objetivo, ni mucho menos posicionarse dentro del rubro de museos.

Finalmente, hay que sumar la falta de promoción a los museos en los paquetes turísticos de esta región, debido a que las agencias de turismo sólo ofrecen salidas al aire libre.

### **Problema Principal**

La falta de una adecuada gestión de marca que genera una escasa difusión de la Casa Museo Joaquín López Antay en la ciudad de Ayacucho.

### ***Problemas Secundarios***

Pérdida de la riqueza e identidad cultural por la falta de una adecuada gestión de marca que genera una escasa difusión de la Casa Museo Joaquín López Antay en la ciudad de Ayacucho.

Falta de inclusión y desconocimiento como atractivo turístico por la falta de una adecuada gestión de marca que genera una escasa difusión de la Casa Museo Joaquín López Antay en la ciudad de Ayacucho.

### **Citas Visuales del Problema**

#### **Figura 1.**

*Iglesia San Francisco de Asís.*



*Nota.* Iglesia San Francisco de Paula, una de las iglesias más concurridas en Ayacucho, debido a su cercanía a la Plaza Mayor de Ayacucho. Huancaraylla tours (2022). Tomado de <https://tinyurl.com/y59q6ghf>

**Figura 2.**  
*Referencia de turista.*



*Nota.* Turista tomando fotos. Pxhere (s/f). Tomado de <https://pxhere.com/es/photo/939435>

**Figura 3.**  
*Procesión Pascua Resurrección.*



*Nota.* La Semana Santa en Ayacucho es una de las actividades que genera más actividad turística en la región. Cárdena, C. (2015). Tomado de <https://tinyurl.com/y4eo4xd3>

**Figura 4.**  
*Carnavalera.*



*Nota.* Bailarina de Carnavales, representación de que los carnavales en Ayacucho son una festividad que atrae al turismo también. Municipalidad de Huamanga (2019). Tomado de <https://tinyurl.com/yyo6k4sb>

**Figura 5.**  
*Patricia López.*



*Nota.* Bisnieta de Joaquín López Antay, trabajando en uno de los talleres de la Casa Museo Joaquín López Antay. Diario Jornada (2021). Tomado de [www.instagram.com](http://www.instagram.com)

**Figura 6.**  
*Retablo original de Joaquín López Antay.*



*Nota.* Retablo hecho por Joaquín López Antay, expuesto en la Casa Museo. (2022)

**Figura 7.**  
*Retablos ayacuchanos.*



*Nota.* Retablos en venta de la Casa Museo Joaquín López Antay. (2022)

**Figura 8.**

*Diseño de flor de retablo ayacuchano.*



*Nota.* Diseño de flor representada con los colores originales que usaba Joaquín López Antay; rojo, verde, morado y amarillo, visibles en la decoración de la Casa Museo Joaquín López Antay. (2022)

**Figura 9.**

*Traje de Joaquín López Antay.*



*Nota.* Traje original que usaba Joaquín López Antay, que se encuentra en la exposición de la Casa Museo Joaquín López de Antay. (2022)

**Figura 10.**

*Mesa de trabajo del retablista.*



*Nota.* Mesa donde Joaquín López Antay elaboraba los personajes a usar en los retablos. Instagram de pepitofriki (2017). Tomado de [www.instagram.com](http://www.instagram.com)

**Figura 11.**

*Taza con acabado vidriado.*



*Nota.* Resultado de la elaboración de tazas con estilo de las flores de los retablos en la Casa Museo Joaquín. Diario Jornada (2021). Tomado de [www.instagram.com](http://www.instagram.com)

**Figura 12.**

*Primeras muñecas ayacuchanas.*



*Nota.* Muñecas ayacuchanas a base de madera y yeso, exhibidas y a la venta en la Casa Museo Joaquín López Antay. (2022)

**Figura 13.**  
*Mural de Joaquín López Antay.*



*Nota.* Mural de Joaquín López Antay en la Casa Museo Joaquín. Instagram de molding\_my\_light (2020). Tomado de [www.instagram.com](http://www.instagram.com)

**Figura 14.**  
*Taller de elaboración de cerámicas.*



*Nota.* Elaboración de vasijas con estilo Wari en la Casa Museo Joaquín. Facebook de la Casa Museo (2021). Tomado de [www.instagram.com](http://www.instagram.com)

**Figura 15.**  
*Cerámica con forma de carro.*



*Nota.* Cerámicas y recuerdos que están a la venta para los turistas en la Casa Museo Joaquín. (2022)

**Figura 16.**  
*Cerámica estilo corazón moderno.*



*Nota.* Artículo en venta dentro de la Casa Museo Joaquín López Antay. (2022)

**Figura 17.**  
*Altar en memoria de Joaquín López Antay.*



*Nota.* Conmemoración y recuerdo a la memoria de Joaquín López Antay. (2022)

**Figura 18.**  
*Joaquín López Antay.*



*Nota.* Estatua que representa a Joaquín López Antay. (2022)

**Figura 19.**  
*Molde para personaje de retablo.*



*Nota.* Figura de yeso en proceso. (2022)

**Figura 20.**  
*Casa Museo Joaquín López Antay.*



*Nota.* Frente de la Casa Museo Joaquín López. Facebook de la Casa Museo (2019). Tomado de [www.instagram.com](http://www.instagram.com)

**Figura 21.**  
*Lettering de inicio y bienvenida.*



*Nota.* Lettering con elementos del Retablo en la Casa Museo Joaquín López Antay. (2022)

**Figura 22.**  
*Cuchimilco.*



*Nota.* Cuchimilco en venta como recordatorio de la visita al Museo Joaquín López Antay. (2022)

**Figura 23.**  
*Representación de Joaquín López Antay.*



*Nota.* Personaje caricatura de Joaquín López Antay. Instagram brunconi.ui (2019). Tomado de [www.instagram.com](http://www.instagram.com)

## Collage del Problema

**Figura 24.**  
*Collage del problema.*



*Nota.* Collage que evidencia las formas y colores que se pierden al no visitar la Casa Museo Joaquín López Antay. (2022)

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

Es importante hablar sobre la preservación del patrimonio, sea natural o cultural, adicional a ello conociendo la importancia de pertenecer a un pueblo rico en expresiones culturales artísticas artesanales, resulta interesante la importancia que se le debe dar a su preservación y conservación, para que no se pierdan con el pasar del tiempo y más personas, no sólo las de la región de Ayacucho logren conocer los orígenes, importancia y ese sentimiento de identidad que los ayacuchanos tienen a través de este arte popular aún vigente en la sociedad.

El retablo ayacuchano, es una puesta en valor del sincretismo entre lo andino y español, que hasta hoy sigue vigente y se ha hecho conocido a nivel internacional no sólo por sus colores y su peculiar forma, sino por el mensaje en cada representación de las escenas que transmiten diversos conocimientos sobre costumbre y tradiciones. Así mismo, la idea de que exista un museo que conmemora el arte popular y a su creador, es notable, pese a no tener apoyo por parte de los gobiernos locales, regionales o del Ministerio de Cultura, resulta ser una iniciativa privada que merece el apoyo para su difusión y conocimiento por parte de turistas nacionales y extranjeros.

Por otro lado, impulsar la visita a los museos de sitio, genera conocimiento, respeto y al mismo tiempo se logra concebir cierto grado de admiración por parte de turistas foráneos e identidad para los locales. Esta casa museo logra preservar las costumbres, tradiciones e historia de Ayacucho; así mismo el hecho de conocer, conmemorar y honrar el trabajo y legado cultural que Joaquín López Antay dejó en la formación de la historia de los retablos ayacuchanos es un tema que hoy en día se está olvidando y perdiendo a causa de la falta de interés por el conocimiento y revaloración de las costumbres y tradiciones regionales.

## **Pregunta de Investigación**

¿Cómo el diseño de un programa lúdico puede favorecer a la Casa Museo Joaquín López Antay a conectar, generar interés y visitas más activas en los jóvenes ayacuchanos?

## **Hipótesis**

El diseño de un programa lúdico, favorece a la Casa Museo Joaquín López Antay a conectar, generar interés y visitas más activas por parte de los jóvenes ayacuchanos.

## **Análisis de los Actores**

### ***Directora del Museo***

Patricia Mendoza López, nieta del maestro retablista Joaquín López Antay, quien dirige este museo con la intención de no perder parte de la tradición y legado familiar que poseen, tiene como objetivo compartir con el pueblo ayacuchano la labor y el trabajo que ha realizado este retablista y que actualmente su trabajo representa una de las artesanías más populares de Ayacucho y emblemáticas de la región; así mismo, ellos velan por el mantenimiento, mejora y organización de la Casa Museo.

### ***Ayacuchanos***

La población ayacuchana, conformada por personas de un nivel socioeconómico B - C, que debido a que están rodeados de artesanías y tradiciones locales populares han perdido el interés por revalorar y compartir parte del patrimonio cultural que los representa, así mismo, desconocen de la existencia de dicho museo en su mayoría y no asisten a los diversos museos por falta de una práctica cultural y desconocimiento sobre la importancia de la conservación de tradiciones e historia cultural que esta casa museo ofrece.

### ***Turistas nacionales***

Su principal intención es conocer Ayacucho, para lo cual contratan servicios de turismo, ya que estos ofrecen paquetes atractivos para conocer y viajar fuera de la ciudad, debido a que

se han logrado encontrar nuevos espacios al aire libre; a su vez, al no tener idea alguna de la existencia de esta casa museo, no logran visitar y no se logra difundir ni por medio de las agencias ni por medio de los turistas. Un gasto promedio de realizar estas actividades o contratación de paquete turístico para un fin de semana va en relación de entre los 100 a 150 soles de inversión.

### ***Turistas extranjeros***

Por lo general son personas que invierten más dinero en sus viajes, debido a que les llama la atención lo popular y las tradiciones locales que tienen en cada región; por otro lado, estas personas visitan museos por el hecho de conocer y sentirse más cercanos de vivir una experiencia más real de la región.

### ***Agencias turísticas***

Las agencias de turismo en Ayacucho en su mayoría ofrecen paquetes de salidas a atractivos turísticos al aire libre, y son muy pocos los que ofrecen en sus servicios al menos una visita a algún museo local, por lo que su plan de gestión turística es más con la finalidad comercial que cultural.

### ***Artisanos locales***

Ellos tampoco visitan ni recomiendan visitar el Museo por desconocimiento y así mismo, actualmente se vienen encargando de generar piezas con fines de sobreponerse ante la pérdida económica que tuvieron tras la inmovilización y el paro al turismo en Ayacucho; ya que la elaboración de estas piezas artesanales son su medio de subsistencia.

### ***Colegios***

En los colegios ayacuchanos se promueve la visita a los museos, pero al estar pasando por el problema de la pandemia, no organizan salidas a los museos de sitios, por ello es que no

existe una actividad permanente ni activa sobre la importancia de la visita a los museos locales.

### ***Alumnos de gestión de turismo***

Su principal función debería ser promocionar y conocer las diferentes actividades culturales que existen en la región, siendo no sólo la visita a lugares turísticos fuera de la ciudad; sino también dentro de ellas, y generar la participación más activa de éstas y ver por generar proyectos que generen la revaloración cultural.

### ***Institutos y universidades que dictan la carrera de gestión turística***

Como centro de estudios, deben inculcar la importancia de reconocimiento, promoción y difusión de estos centros culturales dentro de la región de Ayacucho, para poder tener un alcance nacional y extranjero, con la intención de revalorar y no dejar morir parte de nuestras costumbres y tradiciones.

### ***Alcalde de Ayacucho***

El alcalde Yuri Alberto Gutiérrez Gutiérrez, en principio se ha estado encargando los últimos años en el apoyo y gestión sanitaria en los hospitales a causa de la Covid-19, teniendo como segundo objetivo, mejorar y arreglar parte de las vías de tránsito y así mismo ha realizados ferias de promoción para los artesanos emprendedores, más no ha logrado dar apoyo a los museos para poder reactivar sus visitas.

### ***El MINCETUR***

Por el momento no se ha visto que este ministerio genere actividades de capacitación para el personal de los Museos, no existe un respaldo para que pueda ayudar a mejorar la museografía y el apoyo de este personal para mejorar la experiencia de los visitantes.

## **Análisis del Campo**

El campo de estudio se dará en la Casa Museo Joaquín López Antay, en la ciudad de Ayacucho a pocas cuadras de la Plaza Mayor; dicha Casa Museo, conmemora la vida, obra y legado cultural que ha dejado el maestro retablista Joaquín López Antay.

Así mismo, este centro conmemorativo está dirigido por los nietos e hijos del maestro Joaquín; que tiene como un inicio de apertura el año 2016; por otro lado, debido a la pandemia de la Covid-19, y tras la reactivación del desplazamiento social, esta Casa Museo no ha recibido una buena acogida por parte de la población ayacuchana, así mismo, en este centro se encuentra mucho arte y valor cultural que podrían generar mayor sentimiento de orgullo y revaloración en los habitantes de Ayacucho, ya que esta ciudad muy aparte de ser conocida por sus 33 iglesias, es conocida por ser la cuna de los artesanos.

Tras una observación constante y visitas a esta Casa Museo, se puede afirmar que, existe un desinterés por parte de la sociedad ayacuchana en conocer y disfrutar de este tipo de trabajos artesanales; por el hecho de que día a día ven en todos lados artesanías, por lo que ya no les causa interés y del mismo modo, debido a ese desinterés, se ha llegado a evidenciar la ignorancia del cómo, por qué y debido a quién o quiénes es que hoy en día existen las artesanías en Ayacucho o en este caso particular, se desconoce el trasfondo del origen de los famosos retablos ayacuchanos.

## **Metodología del Problema**

### ***Resultado de Encuestas***

En primer lugar, se aplicó una encuesta a dos grupos sociales de Ayacucho; padres de familia mayores de 30 años y jóvenes de entre 15 a 29 años; con la finalidad de saber si conocen tanto la Casa Museo Joaquín López Antay y al personaje tras la evolución de los retablos.

El resultado de la encuesta aplicada a 51 jóvenes ayacuchanos (27 mujeres y 24 hombres), cuyos rango de edades fueron de 15 a 18 (el equivalente a 3 personas); 19 a 22 (7 personas); de 23 a 26 (34) y de 27 a 29 (7); a quienes se les preguntó acerca de la información que tienen sobre los museos de Ayacucho, donde el 54,9% respondió que conocía de entre uno a dos Museos y el restante de encuestados entre tres a más museos; siendo los más conocidos los siguientes: Museo de Sitio Wari (80.4%); Museo de la Memoria (54.9%), Museo Andrés Avelino Cáceres (43,1%), Dirección Desconcentrada de Cultura (43.2%), Museo Histórico Regional Hipólito Unanue (29,4%) y finalmente con un 15,7% se encuentra La Casa del Retablo y la Casa Museo Joaquín López Antay. Centrando la atención en este último, al cual, afirmaron los encuestados que llegaron a saber de esta institución por amigos, redes sociales y hasta por curiosidad de haberla encontrado como un referente; pero a pesar de ello, 30 de las personas encuestadas afirmó no saber quién es Joaquín López Antay, dando como resultado que 37 de ellos tampoco conocían la Casa Museo de Joaquín López Antay y así mismo, que el 100% de los encuestados considera importante revalorar la importancia de los museos y que de preferencia se genere una comunicación activa mediante redes sociales y un 92,2% afirmó que de haber agendas culturales más atractivas en los museos, asistiría más activamente.

Por otro lado, el resultado a los 81 ayacuchanos (26 hombres y 55 mujeres), cuyos rangos de edades oscilan de 30 a 35 (19 personas); 36 a 40 (9 personas); de 40 a 45 (15 personas) y de más de 46 años (38 personas); obteniendo un resultado frente a su interés y conocimiento sobre los museos lo siguiente: el 40,7% de encuestados conoce de entre tres a cuatro museos y el 46,9%, entre uno a dos. Por otro lado, el 80,2% conoce el Museo de Sitio Wari; el 45,7% el Museo Andrés Avelino Cáceres; el 39,5%, el Museo Histórico Regional Hipólito Unanue; 37%, la Dirección Desconcentrada de Cultura; 30,9% el Museo

de la Memoria; el 27,2%, la Casa Museo Joaquín López Antay y el 16%, el Museo la Casa del Retablo. Sin embargo; el 64,2% de encuestados, afirma no conocer la Casa Museo Joaquín López Antay, pero en su mayoría (56,8%) sabe por lo menos quién es Joaquín López Antay y gracias a sus amigos (33,3%) y las redes sociales (13,6%), lograron conocer o visitar. Por otro lado, el 90,1% de los encuestados, afirmó que no encuentra interesante los museos de Ayacucho; pero de mostrar agendas culturales más atractivas, el 96,3% asistiría; indicando que de preferencia se logren implementar actividades lúdicas y/o vivenciales para niños y jóvenes (58%); días de casa abierta (49,4%) y visitas guiadas (37%); indicando que de alguna forma, les gustaría recibir información sobre sus agendas culturales mediante redes sociales (85,2) y programas que ofrezcan las agencias de turismo (32,1%).

### ***Entrevistas***

Patricia Mendoza López, actual administradora de la Casa Museo Joaquín López Antay, en la entrevista aplicada comentó cómo surge la idea de abrir la Casa Museo, y así mismo el por qué de su preocupación en preservar la memoria de Joaquín López Antay y así mismo, detalla que la región de Ayacucho visita muy poco este centro, debido a que todos están rodeados de artesanías, lo cual causa desinterés en parte de la sociedad; por otro lado, también menciona su preocupación sobre el manejo corporativo de la Casa Museo, ya que es un centro que se autosostiene y no cuenta con apoyo del Estado, debido a normas y reglamentos que impiden el apoyo a esta entidad privada; ve fundamental crear más dinamismo y acción en la participación de los jóvenes mediante estrategias lúdicas al aprendizaje y visita de los museos regionales.

Por otro lado, finaliza mencionando que, de crecer en cinco años, pretende salir a comunidades rurales e inculcar conciencia sobre la revaloración y participación activa de

los niños y jóvenes en el aprendizaje y desarrollo de las expresiones artísticas culturales de Ayacucho.

Así mismo, se realizó una entrevista a Claudio Zorogastua de 32 años, quien comentó ser una persona aventurera y que tras los últimos dos años, se ha interesado en viajar más frecuentemente, llegando a visitar muchos de los departamentos peruanos y entre ellos Ayacucho; así mismo, menciona quedar impactado por las iglesias y así mismo el patrimonio cultural de Quinua; sin embargo, comentó también que en sus visitas a esta región, le hubiera gustado interactuar más con la cultura ayacuchana; es decir, presenciar y ser partícipe del folclore, las artesanías y arte que existe en esta región y que supone que tras la Covid-19 se ha perdido, ya que el menciona que le parece triste que no haya habido un apoyo a los artesanos ayacuchanos y que debido a esto se ha encontrado con un panorama de que muchas casas de artesanías han cerrado.

Finalmente, algo que llamó la atención durante la entrevista, es que menciona que muchos de los museos en el extranjero son más vivenciales, ya que tuvo la oportunidad de salir del país también, y que, de ser un poco así los museos del país, considera que sería un atractivo que se recomendaría y quedaría como un infaltable en la lista de visitas de muchos turistas, y no sólo pensar en ver las salidas turísticas que muchas agencias de viaje ofrecen.

### **Metodología del Proyecto**

Para el desarrollo de este proyecto, se eligió como público objetivo a los jóvenes ayacuchanos de entre 15 a 23 años; quienes a manera de una dinámica lúdica aplicada en la Casa Museo Joaquín López Antay, aprenderán sobre este artesano ayacuchano y su origen e historia a lo largo del tiempo; así mismo este público objetivo ayudará de manera indirecta a promocionar e incentivar mediante el uso de redes sociales la visita más activa a la Casa Museo.

Continuando el proceso creativo, se consideró realizar una lista de actividades lúdicas que puedan generarse dentro de la Casa Museo; para ello, se consideró realizar una lista de actividades en base al concepto del proyecto (conexión) y el problema de investigación (falta de una adecuada gestión corporativa); en vista a esto, el proyecto consiste en la creación de la ilustración de cuatro personajes más ilustrativos que se representan en los retablos de carácter popular; a manera que ellos lo construyan mediante la técnica de los paper toys, los cuales podrán coleccionar a medida que asistan a la Casa Museo, o personalizarlos mediante la promoción de un concurso que se organice y promocióne por medio de las redes sociales; cuya plantilla, podrán encontrarla y descargarla en la página web de la Casa Museo; con el fin de incentivar en primera la visita de los jóvenes a la Casa Museo, como medio de inspiración para la creación y personalización de sus paper toys; y en segunda, compartir el legado cultural que el Maestro Joaquín López Antay dejó, a su vez, de manera indirecta, los jóvenes podrán compartir y generar una mayor conexión tanto con la Casa Museo, como con el legado cultural detrás de los retablos, mediante esta dinámica.

## Capítulo II

### Gestión de Marca

#### *Concepto de Marca*

Hoyos (2018. pp. 1-2) afirma que branding es la creación de una marca, con la finalidad de construir una identidad o imagen que se quiere poner en un mercado específico sobre un producto o servicio; teniendo en cuenta que esta deba conectar al cliente potencial con la oferta; mediante un nivel emocional, basadas en la estrategia de uso y aplicación de esta nueva imagen asignada para la distinción frente a otras marcas.

#### *Importancia de la Marca*

Caro (2016) comparte un artículo para ESAN Business, la importancia de la marca, esta debe dejar una huella en la mente del consumidor y así mismo, hoy en día ha tomado mayor protagonismo el hecho de tener una buena gestión de marca; ya que ayuda a la diferenciación del producto o servicio frente a la competencia, generando confianza, reputación y sobre todo distinción frente a esta.

Por este motivo, su importancia y aplicación se centra y es mayor perceptible a la hora de toma de decisiones que posee el consumidor en el momento de elegir y sentirse vinculado o identificado con una marca en específica; es decir, ayuda a recordar valores y le permite tener al consumidor una imagen clara sobre el producto o servicio; en este caso, ayudaría a recordar al visitante o turista la experiencia y valor cultural aprendido y compartido en los museos.

#### *Elementos que Conforman la Marca*

Rumpelstinski (2021) identifica seis componentes o elementos claves para elaborar una marca y estos son:

Naming, también conocido por el nombre, es el elemento más importante y creativo, ya que este se denomina el nombre de identificación de la marca, por lo general debe ser corto, sencillo, atractivo y moderno.

El logotipo, es el diseño que acompaña o sustituye al nombre de la empresa o marca, así mismo, esta debe estar orientada a transmitir a un público específico mediante el posicionamiento de esta.

Tipografía, representa la identidad de marca; así mismo sugieren que esta debe ser clara y fácil de leer.

Colores, ayuda a reforzar y transmitir sensaciones diferentes a la hora de aplicación de los colores que conformarán a la marca.

Imágenes, se debe tener en cuenta mantener una coherencia con el resto de imágenes, con la finalidad de tener una comunicación clara para lograr transmitir los valores empresariales; a su vez, estas deben cambiarse cada cierto tiempo.

Voz y tono, para lograr este punto, se debe tener claro quién es el público objetivo, así mismo, mantener una coherencia a la hora de comunicarse con el público o clientes potenciales.

### ***Consecuencias de una Ineficiente Comunicación Visual Corporativa***

Agenda (2019) establece que, de existir una mala comunicación interna, la comunicación externa tendrá problemas que afectarán en cuanto a la imagen empresarial que percibe el consumidor; así mismo, esto generaría clientes insatisfechos debido a un bajo rendimiento en la productividad de la empresa y la percepción del público frente a la empresa.

En vista a las consecuencias que puede provocar la ineficiente comunicación visual corporativa, se puede decir que, el hecho de no tener una clara idea o una correcta

aplicación de una marca, también puede generar confusión y un posible desconocimiento de una empresa, producto y hasta servicio.

### **Concepto de Gestión Cultural**

Gestión cultural es el campo de estudio que ayuda mediante la creación, desarrollo, emprendimiento, gestión y evaluación, de proyectos culturales que generen mejores posibilidades a una sociedad para la comprensión de la especificidad del mundo cultural; aplicándolas dentro de una institución u organizaciones, afirma el Instituto de Gestión Cultural y Artística de la Universidad Miguel de Cervantes en Fundación Wiese (2018). Es decir, es el manejo de proyectos que incentiven el interés por la revaloración y preservación de la herencia cultural que cada país, ciudad o cualquier lugar posee; con la finalidad de no perder la historia, tradiciones o costumbres que han hecho y formado una región o ciudad en particular.

### ***Gestión Cultural en Regiones del Perú***

Moreno (2021) explica para el Diario El Peruano, que gracias a los trabajadores de la cultura es que hoy en día podemos disfrutar de propuestas e iniciativas de proyectos culturales, así mismo, hace una reflexión de cómo es que hoy en día la elección de los representantes del sector cultura son elegidos; pues menciona que deben ser personas con conocimientos de política pública, vocación al servicio y así mismo, personas que generen soluciones frente a las problemáticas; sin embargo, la elección de estos trabajadores en los últimos años, el sector cultura ha logrado contratar a sus adeptos, considerando que el tema de la gestión cultural es algo fácil de accionar y una rama complementaria a las demás, dejándola así como un tema inferior, frente a los demás temas políticos y sociales existentes en el país.

Además, cabe resaltar que Moreno celebra la propuesta de UNESCO y Servir; ya que lograron capacitar a 38 funcionarios de varias regiones; no obstante, el Ministerio de Cultura también inició un programa de proyectos de capacitación sobre proyectos culturales en el ecosistema del libro.

Sin embargo, hoy en día la contratación y oportunidades laborales dentro del Estado, son gestionadas por los favoritismos, debido a ello, es que muy poco se logra ver grandes proyectos culturales que de alguna forma logren generar impacto y cambio, conciencia activa, revaloración y respeto por la diversidad cultural en todo el Perú.

### ***Gestión Cultural en Ayacucho***

En 2018, la Municipalidad de Huamanga, presentó un Plan de Desarrollo Cultural de la Provincia de Huamanga 2018-2030 (2018. p. 64); la cual detalla 7 principios que mediante enfoques fundamentales pretenden implementar para lograr los siguientes principios.

Principio N° 1: La apuesta por el Buen vivir, promover la vida en comunidad, respeto, cuidado del ambiente y su complementariedad entre todos los seres vivos.

Principio N° 2: La vida en comunidad, referencia a que la práctica del principio 1 y la responsabilidad política cultural, deben evidenciarse en la vida cotidiana de la región.

Principio N° 3: La defensa y promoción de la interculturalidad, basada en la comunicación horizontal de las tradiciones y costumbres de las otras comunidades, con la finalidad de generar conciencia y respeto por la identidad cultural de cada región.

Principio N° 4: Reconocimiento de la diversidad cultural, promover a la ciudadanía a aceptar y tener valores como la tolerancia y el respeto frente a otras culturas, para lograr tener mayor diversidad cultural.

Principio N° 5: La defensa y difusión de los Derechos Humanos y Derechos Culturales, busca acceder, participar de la educación e información libre de la vida cultural a la población, mediante la libre expresión y el respeto de sus derechos.

Principio N° 6: El respeto a la Madre Tierra y el desarrollo sostenible, con la finalidad de generar prácticas culturales que generen respeto y valoración por la naturaleza; ya que parte de la identidad cultural se crea en base al lugar que habitamos como parte de una identificación.

Principio N° 7: El reconocimiento del aporte de la cultura a la economía; para demostrar que a mayor aporte de la cultura a la generación de mayores recursos económicos contribuyen al país no sólo en cuanto a divisas; sino también en la educación, reducción de inseguridad ciudadana, oportunidades para los jóvenes, turismo, equidad de género, etc.

Dicho ello, es perceptible el cambio y revaloración que el Municipio de Huamanga pretende poner en práctica, para generar conciencia ciudadana y un sentido de pertenencia más tolerante y responsable en la región. Sin embargo, la aplicación de todo el plan de gestión cultural, no es válido para instituciones privadas; tal como comentó Patricia Mendoza, en la entrevista realizada, es que existen normas y reglamentos dentro de la Municipalidad que no le permite dar apoyo o respaldo bajo el nombre institucional a entidades privadas.

### **Identidad Cultural**

Molano (2009. p. 69), evidencia que, para poder definir el concepto de identidad cultural, primero debemos comprender la definición de cultura, la cual ha venido evolucionando a lo largo de los años. Así mismo, afirma que este término apareció en los siglos XVIII y

XIX; en relación al término de patrimonio cultural y la relación de ésta con la identidad territorial.

Por otro lado, la autora considera que pensar en el término de identidad cultural, es tener en cuenta el sentido de pertenencia que un grupo social comparten ciertos rasgos culturales, como: las costumbres, valores y creencias, las cuáles se recrean individualmente y esta se enriquece colectivamente por la influencia exterior; según la antropología y sociología, es un concepto que trasciende fronteras, debido a su influencia territorial; y a su vez sirven para reafirmar su diferenciación frente a otros grupos sociales. (Molano, 2009. p. 73).

### ***Importancia de la Identidad Cultural***

Magaña (2018), arquitecto y conservador de monumentos y centros históricos, define el concepto de identidad cultural para el diario Prensa Libre de Guatemala, como un principio que está constituido por varios factores, es decir, este concepto tan amplio tiene que ver con la imagen y reconocimiento de diversos factores que componen el entorno natural de una región.

Es decir, y comparando lo que dice con una realidad nacional, Alvarado (2013) menciona que la identidad cultural que los peruanos poseemos es debido al vínculo entre la historia, la identidad propia y el patrimonio cultural de nuestro país; sin embargo, debido a la falta del impulso de un respeto por la conservación de nuestro legado, es que hoy en día se ve la depredación y destrucción tanto de ecosistemas como el patrimonio cultural.

La importancia de trabajar en el respeto de la identidad cultural se centra en, generar conciencia responsable frente al cuidado y conservación del patrimonio histórico; así mismo, no es necesario ver más allá para ver que el Perú es un país rico en historia y lleno de bienes culturales que actualmente no se están salvaguardando; lo cual con el transcurso de los años puede generar pérdidas de tradiciones, costumbres y patrimonio en general; en

otras palabras, se estaría perdiendo y generando la ignorancia hacia el conocimiento e información de la diversidad cultural existente en cada región del Perú.

### ***Proceso de Adquisición de la Identidad Cultural***

Mujica (2011. p.1) menciona que la adquisición cultural se da por un intercambio donde intervienen 2 culturas y que tienen como finalidad enriquecer a cierto grupo social. para ello él denomina 3 formas de adquisición:

Inculturación, basada en la presión en el campo religioso, social y educativo, con la finalidad de adaptar y persistir en la formación cultural dentro de un proceso de comprensión y aceptación de una cultura sobre otra, es decir, entrar en la cultura de otro.

Aculturación, referida más por el autor como una privación a un individuo a la práctica de su cultura; es decir se entiende como un proceso social donde 2 culturas en términos desiguales se enfrentan, donde una se convierte en dominante y la otra dominada, basada más sobre la presión económica y política.

Interculturalidad, se comprende como el proceso por el cual las culturas intercambian y construyen patrones culturales; es decir, existe un grado de respeto y reciprocidad sobre los valores culturales de una sociedad, manteniendo sus identidades.

### ***Factores de la Identidad Cultural***

Terry (2013) considera que las estrategias para lograr la identificación de un grupo social sobre su identidad cultural, se deben a los siguientes factores:

Histórico, debido a la tradición y memoria histórica que posee cada territorio, es que existen tradiciones heredadas, las cuales se conservan y transmiten de generación en generación.

Lingüístico, debido a la existencia del diálogo, hay un intercambio de ideas y experiencias que le garantiza a los individuos generar una socialización más activa y aprender de nuevos conocimientos a través del intercambio cultural.

Psicológica, basada en las estructuras psíquicas de los miembros, que mediante un proceso de aprendizaje y tolerancia social se genera un desempeño esencial en el entorno histórico/cultural.

### ***Causas de la Pérdida de Identidad Cultural***

El blog El Mundo Infinito (s.f.), menciona que; la globalización, ha traído beneficios en la sociedad tanto en aspectos económicos y sociales; pero a su vez, ha interferido en cómo las personas hoy en día se identifican con sus propias raíces, así mismo, la tecnología ha provocado que muchas personas aprecian más lo extranjero que lo propio, restándole valor a su apreciación cultural propia.

Por otro lado, la migración de las personas ha hecho que generen interés por el aprendizaje y adaptación hacia otras culturas, causando así problemas de conservación y práctica de la identidad cultural propia de cada persona.

### ***Leyes Peruanas que Protegen o Impulsan la Conservación de la Identidad Cultural en el Perú***

La ley General del Patrimonio Cultural de la Nación 28296 (INC. 2007), establece la política nacional del Perú en cuanto a la defensa, protección, promoción conservación, propiedad y régimen legal; haciendo partícipes de estas actividades a entidades estatales regionales y municipales para lograr cumplir con normas correspondientes que ayuden en las diferentes jurisdicciones y actividades culturales en favor al cuidado y preservación del patrimonio cultural; así mismo, esta ley promueve la investigación y difusión contenidos significativos en base a los temas del patrimonio cultural del Perú.

### ***Rol del Estado y el MINCU Frente a la Identidad Cultural***

El Ministerio de Cultura (MINCU), actualmente viene trabajando en estrategias de promoción cultural que logren integrar a los ciudadanos de manera inclusiva; para ello establece como sus funciones principales lo siguiente: formular, ejecutar y establecer estrategias inclusivas de promoción cultural; realizar acciones de conservación y protección del patrimonio cultural, fomentando la práctica de las diversas expresiones artísticas; convoca y reconoce el mérito a todo aquel que ayude en el aporte del desarrollo cultural del país; así mismo planifica y gestiona actividades que logren fomentar el desarrollo de los pueblos amazónicos, andinos y afroperuanos, mediante la implementación de espacios que estén al alcance y accesibilidad de los ciudadanos. (MINCU, 2019).

Así mismo, existe hoy en día una Política Nacional de Cultura, con 6 objetivos y 31 lineamientos que se pretenden poner en práctica para la mejora y desarrollo dinámico de la práctica y conservación de la identidad cultural del país; entrando en su objetivo 4, y en el lineamiento 4.3 la prioridad de fortalecer los servicios culturales y mejorar su interpretación, accesibilidad y valores sostenibles para el público en general; con una visión hacia el 2030, y que de manera dinámica estos lineamientos puedan gestionarse y cambiar de acuerdo al contexto actual de la sociedad peruana. (MINCU, 2020. p. 3).

#### **Figura 25.**

*Cuadro con detalle de los objetivos de trabajo del MINCU.*

<b>OP4</b>	<b>Fortalecer la valoración del patrimonio cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>4.1.</b> Implementar programas de sensibilización, de información y formativos para el conocimiento y apropiación social del patrimonio cultural</li> <li><b>4.2.</b> Desarrollar estrategias e incentivos para la investigación científica, difusión y reflexión crítica sobre el patrimonio cultural</li> <li><b>4.3.</b> Fortalecer los servicios de interpretación cultural de los museos, espacios museales y otros espacios culturales, con criterios de sostenibilidad y accesibilidad, respetando la condición cultural del bien</li> <li><b>4.4.</b> Generar mecanismos e incentivos para el aprovechamiento sostenible del patrimonio cultural en beneficio de la comunidad y su desarrollo local, respetando la condición cultural del bien</li> <li><b>4.5.</b> Generar mecanismos para la gestión participativa en la protección, salvaguardia y preservación del patrimonio cultural</li> </ul>
------------	---	---

*Nota.* Extracto del cuadro de objetivos y lineamientos que propone el MINCU en su Política Cultural hacia el 2030. (MINCU, 2020. P.3).

## **Museos como Centros de Expresión Cultural**

### ***Definición***

“Un museo es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo.” (Asamblea General en Viena, 2007 en ICOM. 2022).

Comprendiendo que los museos tienen como finalidad conservar e informar el patrimonio cultural y su valor generado en la importancia de estas con el transcurso del tiempo; la Casa Museo Joaquín López de Antay, es una tipología correspondiente a casa museo, la cual, se recrea en base a la historia, paisaje y gente que ha estado relacionada a una persona que ha vivido allí y que ha dejado parte de valor cultural a la sociedad en este yacimiento. (Pavoni, R., 2018).

### ***Clasificación***

El Ministerio de Educación de Buenos Aires (2011), clasifica las tipologías existentes de los museos en base a sus funciones o ejes fundamentales, y estas son:

Museos de Arte.

Museos de Historia.

Museos de Ciencias Naturales.

Museos de Ciencia y Técnica.

Museos de Antropología (Arqueología, Etnografía y Folklore).

Museos pluridisciplinarios no especializados.

Museos especializados (biográficos, en memoria de algún representante del arte...).

Museos educacionales. (materiales documentales acerca de la historia de la pedagogía).

Museos regionales.

Eco museos.

### ***Difusión***

Tras una observación sobre el contenido que ofrecen los museos de sitio de Ayacucho, es posible evidenciar, que no tienen un buen uso o no cuentan con redes sociales, lo cual no les permite tener una difusión de sus agendas culturales; lo que conlleva a una baja participación de los ayacuchanos en los museos y considerar monótonos o tradicionales y aburridos a los museos; así mismo, existe el factor de competencia turística, ya que en los últimos años, se ha enfocado en la visita y guiado turístico a sitios más naturales, es decir, las salidas a campos abiertos o arqueológicos y que de alguna forma generan tipos de experiencias únicas en los visitantes.

### ***Leyes a Favor de los Museos***

Museos en Línea (s. f.) evidencia que, en efecto existen proyectos de ley y leyes que tienen como objeto establecer el marco legal para las actividades museísticas a través de la integración de la población con estas instituciones.

En tal sentido, es que se puede evidenciar lo siguiente en el portal web de Museos en

Línea:

#### **Figura 26.**

*Leyes de museos.*

	Acceso gratuito el primer domingo de cada mes (Ley N° 30599)	
	Acceso gratuito el 18 de mayo Día Internacional de los Museos (Ley N° 30260)	

*Nota:* Leyes que promueven la visita activa de los museos. Museos en Línea (2022)

**Figura 27.**  
*Planes y lineamientos para los museos.*

 Lineamientos para vigilancia, prevención y control COVID (RM N° 972-2020-MINSA)	
 Plan para la vigilancia COVID-19 Ministerio de Cultura (RSG 013-2022-SG-MC)	
 Protocolo sanitario sectorial para museos (RMN° 179-2020-DM-MC)	
 Protocolo sanitario sectorial monumentos arqueológicos (RM 236-2020-DM-MC)	
 Protocolo sanitario sectorial edificaciones históricas (RM 188-2020-DM-MC)	
 Protocolo sanitario sectorial COVID guiado turístico (RM N° 113-2020 MINCETUR)	

*Nota.* Lineamientos y protocolos tras la Covid-19 para la visita de los museos. Museos en Línea (2022)

**Figura 28.**  
*Leyes y reglamentos de los museos.*

 Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación (Ley 28296 ) y su Reglamento	
 Reglamento de Intervenciones Arqueológicas (DS N° 003-2014-MC)	
 Lineamientos para la entrega de espacios en museos para servicios complementarios (Directiva N° 14-2015-SG-MC)	
 Procedimientos para el uso de espacios en los museos (Directiva N° 03-2011-MC )	
 Lineamientos para la suscripción de convenios (Directiva N° 003-2020)	
 Ley Lenguas Originarias (Ley 29735)	
 Ley que regula el plástico de un solo uso y los recipientes descartables (Ley 30884)	

*Nota.* Normas y leyes que permiten tener mayor accesibilidad a los Museos, así mismo, regular sus servicios. Museos en Línea (2022)

**Figura 29.**  
*Proyectos y normas de los museos.*

 Prepublicación de la propuesta de Ley General de Museos (RM 379-2021-DM-MC)	
 Exposición de Motivos	
 Proyecto de Ley General de Museos	
 Normas y razonamiento jurídico para la elaboración del Proyecto de Ley General de Museos	
 Antecedentes del Proyecto de Ley General de Museos	
 Legislación comparada	

*Nota.* Proyectos de ley y normas que permiten alinear a los museos en cuestiones legales. Museos en Línea (2022)

### **Casa Museo Joaquín López Antay**

De acuerdo a la entrevista personal obtenida con Patricia López, actual administradora de la Casa Museo Joaquín López Antay, la idea de crear un centro que conmemora la memoria de una de las tradiciones culturales más famosas de la región, y a su máximo representante, surge de una conversación familiar, en el 2015, teniendo como objetivos buscar apoyo para lograr generar una organización museística que ayude a comprender el valor patrimonial de esta casa en sus visitantes.

De este modo, es que, gracias a la dirección y coordinación familiar, es que en el 2016 llegan a abrir las puertas de la Casa Museo, en su primera fase como un centro que exponía piezas del retablista, técnicas que usaba para la elaboración del retablo y la importancia de éste.

Por otro lado, hoy en día, debido al interés de generar conciencia sobre el valor cultural de los retablos y la imagen de Joaquín López Antay, es que la familia del retablista viene trabajando en mejoras para complementar la experiencia y enriquecimiento del contenido de la Casa Museo, tramitando y gestionando la devolución o donación de piezas originales del retablista.

### ***Público Objetivo***

De acuerdo a la información que brinda la Casa Museo Joaquín López Antay en su Facebook, su misión es poder llegar a jóvenes y niños (as), con la finalidad de difundir y preservar el legado cultural y artístico del maestro retablista, mediante dinámicas, diálogo y trabajo en conjunto con algunas instituciones regionales; con la finalidad de generar respeto por las tradiciones culturales regionales.

## **Contenido**

Tras la visita a la Casa Museo Joaquín López Antay, se observó en inicio tres espacios, los cuáles de acuerdo al recorrido referencian a tres pasajes importantes de la vida de Joaquín López Antay y su familia; no obstante, cabe recalcar, que en esta casa vivió el maestro retablista, por lo que posee un valor cultural importante tanto para la familia y la sociedad ayacuchana.

Para empezar, la primera sala, está conformada por una recreación del taller del retablista trabajando en los personajes de un retablo; así mismo, en esta misma sala es posible ver el proceso de elaboración de las 3 formas que existen para la creación de los personajes de un retablo y también, es posible apreciar el proceso de evolución de los trabajos que empezó a realizar Joaquín López Antay, mucho más antes de las famosas Cajas de San Marcos.

### **Figura 30.**

*Sala 1 de la Casa Museo Joaquín López Antay.*



*Nota.* Primera sala con recreación del taller de Joaquín López Antay y sus materiales de trabajo. (2022)

El segundo espacio está conformado por una sala conmemorativa a la familia y descendientes de Joaquín López Antay, ya que en esta sala se rinde culto a todos ellos por la labor que han tenido para mantener la tradición e historia del retablista viva en la sociedad ayacuchana; así mismo, aquí se pueden ver fotos familiares de Joaquín López Antay y algunos objetos que fueron usados por él.

**Figura 31.***Sala 2 de la Casa Museo Joaquín López Antay.*

*Nota.* Sala conmemorativa a la familia López, que ha venido trabajando a lo largo de los años, con la intención de mantener viva la tradición y memoria del retablista. (2022)

La tercera sala, está conformada por cuadros y premios que Joaquín López Antay llegó a recibir durante su vida, así mismo, es posible ver la relación del retablista con algunos escritores y pintores famosos, los cuales están evidenciados por fotografías; existen recortes de periódicos que evidencian la forma en la que la Escuela de Bellas Artes de Ayacucho se opuso a la condecoración que el Ministerio de Cultura le hizo al artista; así mismo, es posible ver un retablo original elaborado por el Retablista y por supuesto, uno de los trajes que usó en vida Joaquín López Antay.

**Figura 32.***Sala 3 de la Casa Museo Joaquín López Antay.*

*Nota.* Sala con pasajes de la vida del artista y su relación con otros artistas peruanos. (2022)

## **Marco Teórico del Proyecto**

### ***Concepto de Ilustración***

Es una imagen visual que suele representar o interpretar, decorar o comunicar de manera más dinámica conceptos, a su vez, estas están aplicadas en soportes como periódicos, libros, medios de comunicación, sitios web y hoy en día en aplicaciones, las cuales ayudan a comprender de manera gráfica un texto o idea. (Vargas, 2020).

### ***Tipos de Ilustración***

En la actualidad, se han logrado clasificar más de 35 tipos de ilustraciones, las cuales varían de acuerdo al estilo y las herramientas usadas; sean manuales o digitales; así mismo, cada uno de estos nuevos tipos cumplen cierta finalidad de comunicación; los más conocidos son: la ilustración artística, editorial, de comics, libros infantiles, storyboards, publicitaria, lettering, infografía, caricaturas, murales, grafitis, tatuajes, entre otros. (Carranza, 2022).

Así mismo, dentro de la clasificación de Carranza, se encuentra el estilo vectorial, el cual que se pretende usar para la ilustración; este estilo consiste en la creación de formas a partir de vectores ya definidos de manera digital, con la ayuda de programas especiales, como Illustrator en el caso del desarrollo de este proyecto.

### ***Ilustración Digital***

Hoy en día, gracias al desarrollo del diseño gráfico, es perceptible un cambio tanto en los estilos y técnicas de ilustración, ello gracias también al constante cambio tecnológico evidenciado en la sociedad actual. Debido a ello se empleará el uso de técnicas digitales para la ilustración del paper toy.

Pérez (2019), menciona que la ilustración digital se caracteriza por emplear programas digitales (Illustrator, Corel Draw, Photoshop) y dispositivos electrónicos (mouse, tableta

gráfica, ordenadores con softwares especializados); así mismo, recalca que no se debe confundir con las fotografías o fotomontajes; ya que la ilustración digital, suele partir desde cero; así mismo, su postura frente a la ilustración digital, se basa en la versatilidad que esta pueda tener en la aplicación, impresión y diversidad de usos.

### **Definición de Paper Toys**

Es una de las técnicas que se encuentra dentro de la Papekura, conocidos hoy en día como paper toys o también como modelos de papel, papercraft o tradicionalmente como los recortables. Esta técnica apareció desde el siglo XVIII, como un material didáctico y asequible; además de ser considerado como una técnica creativa, ya que, para poder jugar con ellos, se tenían que armar primero y en algunos casos se consideraba el juego al proceso de fabricación de estas muñecas, casas, soldados, entre otros personajes que se podían diseñar. (Yanes, 2015. p. 13).

Por otro lado, los mismos autores sostienen que este tipo de juguetes se encuentran dentro de la tipología de recortables volumétricos; y antiguamente los llamaban construcciones, debido a su acabado en 3D. No obstante, se debe tener en cuenta que los paper toys tienen un origen occidental, basado en las influencias japonesas del origami, las cuales se dieron a conocer en Europa gracias a la llegada de los árabes; y en 1950 gracias al sistema gráfico universal y el avance tecnológico, logró evolucionar y difundirse más. (Yanes, 2015. p. 18).

### ***Importancia del Paper Toy como Método de Aprendizaje***

Federico Froebel, pedagogo alemán, consideraba que la educación ideal del hombre comienza desde la niñez; así mismo creía que el juego era el medio más adecuado para introducir a los niños en el mundo de la cultura, sociedad, creatividad y servicio a los demás. (Rodríguez, 2007).

Por otro lado; se considera a los paper toys como un recurso valioso en el ámbito educativo, ya que no sólo tiene un carácter lúdico, sino también informativo; así mismo, debido a ello es que existen talleres, proyectos y materiales didácticos que ayuden a mejorar la experiencia de muchas personas. (Yanes, 2015. p. 27)

### **El Juego**

Minerva (2002), enfatiza y menciona que el juego es considerado una de las actividades placenteras para el esparcimiento más que para el trabajo, así mismo, esta es una de las actividades más antiguas; por ello, al referirse al juego aplicado en un aula, considera que esta actividad placentera se convierte en una actividad que necesitaría de los siguientes componentes para poder llevarla a cabo: esfuerzo, tiempo, concentración y expectativa; así mismo, la autora sugiere que esta actividad debe ser inducida en las aulas, con la finalidad de incrementar la creatividad y les facilite a los estudiantes en el proceso de aprendizaje, ya que esta metodología aplicada en el aprendizaje, compromete más al que presta atención y pone en juego a sus sentidos, que al que solo escucha.

### ***Importancia del Juego***

Su importancia se basa en que es el lenguaje universal para los niños; así mismo, la pedagoga Adela Arroyo, en una entrevista comentó que muchas veces, las personas crecen con heridas emocionales y el juego muy aparte de usarlo como métodos de aprendizaje para niños, sirve también como actividades terapéuticas.

Así mismo, Benítez (2009. p. 4) menciona que, el juego es un recurso fundamental para la maduración de los niños; así mismo, desarrolla la personalidad del cada uno; por eso, afirma que esta dinámica aplicada en la pedagogía o como estrategias de aprendizaje, generan un valor educativo también.

## **Aprendizaje Activo**

Bonwell y Eison en Sierra (2012 – 2013. p. 7) considera que es una estrategia de aprendizaje, la cual evoca en los estudiantes una actitud más activa; es decir, emplear recursos y materiales que involucren otras actividades adicionales con las que se logre complementar y atraer la atención más participativa de los estudiantes.

Así mismo, Sierra (2012-2013) menciona que, para lograr este aprendizaje activo, es necesario usar más que el sentido del oído; en otras palabras, fomentar la lectura, juicios críticos, principios, resolución de problemas, entre otros. Ello con la finalidad de que logren ser conscientes de lo que aprenden, lo que deben aprender y lo que aún no ha aprendido; y de esta forma incrementar su nivel de motivación en el aprendizaje; y así mismo, desarrollar nuevas habilidades.

Mientras que, Minerva (2002. p. 291) afirma que el juego también ayuda a fortalecer valores, seguridad y sobre todo, enseña a compartir ideas, conocimientos, cultura, conocimientos, entre otros; por lo que es considerada como una estrategia muy adaptable para introducir temas de aprendizaje, valores, culturales, compañerismo, entre otras.

### ***El Cono de Aprendizaje de Edgar Dale***

Cano et al. (2009. p. 302) menciona que, en 1969, el pedagogo estadounidense Edgar Dale, contribuyó a la instrucción visual y auditiva, basada en una metodología para analizar el contenido de películas; donde desarrolló y explicó los métodos más efectivos para el aprendizaje.

Gracias a ese estudio, es que Edgar Dale, propuso el famoso “Cono de aprendizaje” o “Cono de la experiencia”, el cual explica y representa los pisos que corresponden al método de aprendizaje, de acuerdo a este estudio, él demostró que en la base se encuentran los métodos más efectivos; mientras que, en la cúspide, los menos eficaces.

De acuerdo con la imagen 33, se puede apreciar el porcentaje de aprendizaje, basado en el sentido involucrado; es decir, la lectura involucra a la actividad verbal y así mismo a la vista, pero ello sólo conlleva a que nuestro aprendizaje sea de un 10%; mientras que si miramos una película o vamos a una exhibición, involucramos más sentidos, como la vista y el oído; lo que conlleva a que aprendamos o recordemos un 50%; es decir, basándonos en la estructura de este cono, se puede afirmar que, mientras más sentidos involucremos en nuestro aprendizaje, mayor será el contenido de aprendizaje aprendido o recordado.

**Figura 33.**  
*El cono de aprendizaje de Edgar Dale.*



*Nota.* En este cono se puede apreciar el grado de aprendizaje y recuerdo que se tiene mientras más sentidos están involucrados. Tomado de Bitácora del Galeón (2007)

### ***Importancia del Aprendizaje Activo***

Hablar de los beneficios que este puede generar, no sólo es dar pase al conocimiento que adquieran; sino a que este tipo de enfoque ayuda a la autonomía, proceso de involucrarse más con el aprendizaje y desarrollar un pensamiento metacognitivo; así mismo, este enfoque recalca que sólo es válido para grupos pequeños, con los que se pueda trabajar y fomentar participaciones activas, debates grupales o en pares, entre otras; por otro lado,

implica también la búsqueda, reflexión y aplicación de sus ideas preexistentes con los nuevos aprendizajes adquiridos. (Cambridge Assesment, 2020. p. 2,3).

### **Estado del Arte del Proyecto**

#### ***«Plata de los Andes»: La Platería Andina en su Mejor Expresión Desde el MALI***

La primera edición de esta propuesta aplicada en el Mali y con auspicio del BCP tuvo un inicio desde el 17 de Julio 2018 hasta el 28 de octubre; para lo cual se exhibieron cerca de 300 piezas de orfebrería prehispánica, litúrgicos, coloniales, platería, entre otros. (Rojas, 2018 en el Diario Gestión).

Para tan complejo y ambiciosa exhibición, el BCP propuso una serie de actividades dinámicas que de alguna forma generarían que el público logre comprender de una manera más dinámica y atractiva el contenido de toda la exhibición; haciendo uso de herramientas tecnológicas y manuales que puedan ayudarles a generar experiencias distintas sobre el aprendizaje del contenido exhibido.

Así mismo, Sánchez (2018) en su foro personal, da a conocer que la afluencia de las personas a este centro fue mucha y en especial en familias, con lo que se puede decir que, este tipo de actividades aplicadas en los museos causarían impactos positivos en los museos y sus visitantes, la experiencia de aprender jugando es mucho más interesante y especial para quienes viven este tipo de exposición.

#### ***Universum***

Es un programa iniciativa de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), quienes en favor de un aprendizaje más dinámico propusieron y pusieron en práctica dinámicas lúdicas en el Museo de las Ciencias de la UNAM, brindando diversas formas y metodologías más recreativas de aprendizaje para los niños y jóvenes, no sólo centrándose

en una sola rama, pues también aplicaron esta estrategia en varias áreas como son: ciencias, matemáticas, biología, entre otras.

Así mismo, esta iniciativa lleva ya en práctica 20 años, y actualmente es una de las más visitadas y solicitadas por la comunidad mexicana, ya que de esta manera los niños y jóvenes aprenden nuevas cosas sin la necesidad de sentirse presionados por adquirir información de manera tradicional. Además, esta iniciativa, visita colegios, con la finalidad de llegar a todos y de alguna manera generar un impacto positivo en la sociedad.

### ***Origen Peregrino***

Diego Lau Toyosato y Gonzalo Espinoza Mendoza, desde el 2015 pusieron en marcha este proyecto, con la finalidad de descubrir el país y compartir esto mediante el diseño y color, formas e historias que el bagaje cultural peruano proporciona al mundo; recreando así y reinterpretando todo esto de forma más divertida, minimalista y pop mediante los art toys e ilustraciones de murales.

No cabe duda que este proyecto se volvió en uno de los más conocidos en el país, y que hasta se consideran como uno de los primeros muñecos de colección que representan la temática cultural peruana y que por su diseño minimalista es visualmente atractivo; así mismo, este tipo de piezas son orientadas para un público adulto-joven.

## Capítulo III

### Concepto del Proyecto

La revalorización y aceptación de una identidad cultural es importante, ya que son las bases de la formación de una sociedad. Así mismo, hoy en día se ha dejado de lado ello, debido a que el interés y el enfoque del turismo se ha orientado hacia la lúdica y aventura, ya sea con los viajes fuera de ciudad o actividades como los juegos extremos que se brindan en los paquetes turísticos.

Debido a ello, es que, la visita a los diversos museos de sitio de la región de Ayacucho se han dejado de lado, si hoy en día se asiste a un museo en Ayacucho, son por tareas o recorridos escolares, es nulo el interés de visitar a estos centros por un hecho de que aún se les considera como tradicionales y poco dinámicos para la información de contenidos muy teóricos; por otro lado, no suelen usar activamente redes sociales como facebook e instagram, por lo que no existe una comunicación sobre el contenido, actividades y promociones que estas ofrecen constantemente.

Debido a estos problemas encontrados, es que se consideró el concepto de ***“Conexión, valor de la cultura, el museo es tu casa, artesanía es tu herencia”***; con la finalidad, de ayudar a la Casa Museo Joaquín López Antay a generar un tipo de lazo, mediante estrategias que logren enganchar al público con el contenido de valor que esta Casa proporciona a sus visitantes; es decir, usa los medios adecuados como las TIC's a favor de generar un acercamiento al lenguaje que hoy en día tanto niños, jóvenes y adultos usan; en otras palabras, usar las redes sociales como medio de comunicación y acercamiento a los jóvenes; así mismo, el concepto pretender generar un acercamiento hacia los jóvenes; ayudarlos a revalorar y conocer parte de su identidad cultural; con la finalidad de no olvidar la riqueza cultural y se logre generar sentimientos de revaloración de las

tradiciones culturales, así mismo, se haga más activa la participación de los jóvenes ciudadanos en los museos, estableciendo un vínculo de cercanía, unión y conexión; por otro lado, el concepto pretende generar un cambio de insight sobre la visibilidad actual que los jóvenes poseen sobre los museos; con la finalidad de crear un acercamiento más dinámico y moderno que logre ayudar a mantener una relación más activa desarrollando el interés hacia el contenido que la Casa Museo Joaquín López Antay posee.

### ***Collage del Concepto***

**Figura 34.**  
*Collage del concepto.*



*Nota:* El concepto es conexión, valor de la cultura, el museo es tu casa, artesanía es tu herencia. Fuente propia.

### **Paleta de Color**

Se eligió una paleta de cinco colores, basada en el collage y así mismo los colores fundamentales que componen la representación gráfica de los retablos y Ayacucho. Para ello se tomaron los siguientes colores: amarillo por ser un color que evoca la diversión, creatividad, optimismo; además que es un color que anima ya que es mucha veces asociado al sol; rojo representa a el color de los pétalos de las flores, considerado como el color de la alegría; así mismo, es un color considerado como el de los artistas, ya que Eva Heller enfatiza la historia y trascendencia de este color desde la época en la que los hombres dibujaban con el rojo de las tierras rojas; así mismo, en publicidad en un color que llama mucho la atención

y para Joaquín López Antay, es uno de los colores principales en la elaboración del pintado de sus retablos.

Por otro lado, se eligió verde por la representación orgánica y la interpretación que el artista hizo sobre la flora ayacuchana, cuya parte le da vida y genera naturalidad al retablo ayacuchano; azul violáceo porque es un color sobrio y a su vez transmite fuerza y poder; así mismo, rescatamos esos cuatro colores que Joaquín López Antay usaba como base para decorar los retablos.

Finalmente, se eligió celeste, porque transmite calma y a su vez es la representación más exacta de la identidad de Ayacucho, ya que una característica que lo distingue y es evidenciada día a día, es el tono natural celeste que se puede presenciar en la ciudad; así mismo, el tono de la bandera de Huamanga que está asociada al cielo.

En general, los cinco colores en conjunto representan la identidad tanto del Retablo como de la ciudad, lo cual genera una identidad propia y más inclusiva que logra diferenciar y evidenciar la comunicación más efectiva de la Casa Museo hacia su público en general.

**Figura 35.**  
*Paleta de colores.*



*Nota.* Paleta de colores a aplicar en el proyecto. Fuente propia.

## Tipografías

Se eligió una fuente de estilo cuadrado (figura 36) la cual se puede justificar su uso en el proceso creativo por estar relacionado con las artesanías de Ayacucho (Retablos

ayacuchanos), estas tienen formas cuadrangulares; así mismo, la fuente tipográfica a usar tiene separaciones, las cuales la hace ver como una especie de rompecabezas; es decir, evoca al concepto de conectar, el deseo de unir y su asociación con la propuesta de diseño que se presentará.

Por otro lado; para el slogan y las piezas generales, se empleará una fuente con serifs (figura 37), ya que estas poseen un carácter más formal y, así mismo, son una de las familias tipográficas que se puede asociar con la tradición; ya que el carácter de la Casa Museo es formal y serio también.

**Figura 36.**

*Fuente tipográfica SPEAK.*



Nota: Fuente tipográfica para usar en el diseño de logo. (2022)

**Figura 37.**

*Fuente tipográfica con serif.*

CAMBRIA REGULAR

ABCDEFGHIJKLM      abcdefghijklm  
 ÑOPQRSTUVWXYZ    ñopqrstuvwxyz  
 1234567890

Nota: Fuente tipográfica secundaria. Fuente propia. (2022)

## Citas Visuales de Estética del Proyecto

**Figura 38.**  
*Origen Peregrino.*



**Figura 39.**  
*Estilo gráfico.*



**Figura 40.**  
*Estilo gráfico flores.*



**Figura 41.**  
*Referencia para los personajes.*



**Figura 42.**  
*Referencia para la construcción del personaje.*



**Figura 43.**  
*Referencia para elaboración de los detalles de la ropa de huamanguina.*



**Figura 44.**  
*Retablo Renography.*



**Figura 45.**  
*Referencia del retablo original de Joaquín López Antay.*



**Figura 46.**  
*Referencia estilo gráfico.*



**Figura 47.**  
*Referencia para el paper toy.*



**Figura 48.**

*Referencia para paper toy.*

**Figura 49.**

*Referencia para cuerpo de paper toy.*



## **Público Objetivo**

El proyecto está dirigido a jóvenes ayacuchanos de entre 15 a 23 años, en principio que pertenezcan a un grupo social de nivel socioeconómico entre B-C, ya que son personas con posibilidades para poder adquirir un celular con internet o tener en casa una computadora o laptop con el servicio de internet; así mismo, son personas activas en redes sociales, cuentan con Instagram y Facebook, lo cual les permite estar conectados y comunicados; además, tras el confinamiento social, son personas que se mueven en grupos y actualmente buscan ser integrados y aceptados en estos.

Por otro lado, son personas extrovertidas y alegres con ganas de experimentar nuevas experiencias dentro de su ciudad, es decir, ver, conocer o probar cosas nuevas o “únicas” ya que también se mueven bajo los estándares de las nuevas modas y están motivados a seguir a las masas.

Actualmente son personas que están en los últimos años del colegio o inicios de la vida universitaria; por lo que se encuentran en la etapa de experimentar y vivir de experiencias que marquen estas etapas de su vida.

### **Proyecto de Diseño**

El proyecto consiste en elaborar una estrategia lúdica, para la cual se crearán paper toys, como medio para atraer a los jóvenes a la Casa Museo Joaquín López Antay; estas piezas serán únicas, ya que el visitante podrá armar su propio juguete coleccionable y así mismo, personalizarlo con los colores que más le guste; ello con la finalidad de no caer en lo repetitivo, es decir, no usar elementos tradicionales como el yeso o plastilina para la elaboración de personajes; así mismo, es una manera de generar un cambio en la visión del público ayacuchano hacia el aprecio del retablo como fuente de inspiración.

Para lograr una difusión, se usarán las redes sociales como Instagram y Facebook, para compartir las etapas de comunicación información previa, durante y después de la aplicación de la estrategia lúdica. Así mismo, esta campaña contará con las siguientes etapas:

#### ***Etapas 1: Planificación***

Para conocer más el problema y saber la situación actual por la que pasa la casa Museo, se encuestó a jóvenes y padres de familia ayacuchanos, para poder saber el desarrollo de su identidad cultural popular y así mismo, deducir que, a falta de conocimiento, existe la posibilidad de perderla en las siguientes generaciones.

Por otro lado, se entrevistó a la nieta de Don Joaquín López Antay, quien mencionó que los ayacuchanos estaban cansados de ver los usuales retablos y que debido a ello es que no hay muchas visitas a esta Casa Museo; es por ello que la propuesta inicia con un cambio de vista hacia el tradicional retablo.

Así mismo, en vista a que la identidad de marca de la empresa está muy saturada con el contraste del amarillo y morado, se planteó un cambio en la paleta de color y el rediseño del actual logotipo, sin afectar mucho la estructura y tipografía, ya que es una referencia estética a la firma original del retablista; por ello es que se cambió a un fondo blanco sólido y se dió color a algunos ojales de las letras de la tipografía; así mismo, se agrandó un poco y reubicó las referencias de los pétalos de las flores rojas.

No obstante, una vez definida la imagen de la empresa, se planteará la elaboración de plantillas para cuatro personajes icónicos que se suelen aparecer en los retablos (la tradicional huamanguina, el huamanguino y dos campesinos ayacuchanos); su representación estará a modo de figuras bidimensionales, que al armarlos se convertirán en figuras tridimensionales; es decir, un paper toy.

### ***Etapas 2: Aplicación de la Propuesta***

Para esta etapa, debido a que la Casa Museo cuenta con instalaciones pequeñas, se enviará una invitación a un grupo de personas pertenecientes al público objetivo, mediante Whatsapp, con la finalidad de ver en primera cómo es su experiencia con esta nueva técnica; ello para evitar saturar el aforo máximo de las instalaciones y tener un espacio óptimo para el desarrollo de la dinámica.

Por otro lado, en la Casa Museo se habilitará un espacio con mesas y sillas para los invitados; aquí se podrán encontrar témperas, pinceles, tijeras, reglas y goma, materiales que servirán para la elaboración de los personajes; así mismo, se armarán y presentarán los cuatro personajes armados, los cuáles servirán de ejemplo para que los jóvenes sepan cómo terminará su propio muñeco.

Para iniciar la dinámica, se les agradecerá en primera su participación, así mismo se les entregará un sobre con las instrucciones del juego y las plantillas recortables de sus

personajes que se entregarán al azar. Cada participante tendrá que pintar y decorar las puertas del retablo, de acuerdo a su gusto e inspiración alcanzada gracias a las piezas mostradas dentro de la Casa Museo; una vez terminada esta etapa, mientras seca la pintura y se limpia el ambiente habilitado para la continuación de la dinámica, se les invitará a los jóvenes a conocer la vida y obra del maestro Joaquín López Antay.

Finalmente, se les invitará a regresar al punto de partida, donde cada uno empezará a armar sus muñecos, y a medida que van trabajando se sacarán fotos y videos que se podrán usar en las redes sociales a modo de difusión; así mismo, se les pedirá el consentimiento de los jóvenes para republicar sus historias o publicaciones de las redes sociales en la cuenta oficial de la Casa Museo.

### ***Etapa 3: Cierre y Mantenimiento***

Para cerrar la dinámica, se hará una pequeña entrevista para conocer el grado de experiencia de los jóvenes, se podrá conocer cuánto les agradó la dinámica y así mismo, se les invitará a compartir si el personaje que les tocó lo identifica o si conoce a alguien que lo identifique, con la finalidad de poder compartir historias culturales entre todos los demás participantes; es decir, generar un cambio cultural también.

Así mismo, se le pedirá a la Casa Museo a organizar un concurso en base a los paper toys; la cuál consistirá en:

Primero visitar la Casa Museo Joaquín López Antay y tomar una o más fotografías que le inspiran o les agradó más.

Segundo, se compartirá un enlace con las plantillas en lineal y a blanco y negro en el formato A4, para que puedan imprimirlas, decorarlas y armarlas en sus casas; cabe resaltar que cada participante, creará una historia y nombre para su personaje.

Finalmente, se les pedirá compartir el resultado en las redes sociales; el ganador se definirá a aquel que posea más reacciones o interacción en sus posts; así mismo, al ganador se le premiará con el diseño en digital de su personaje personalizado y este quedará como uno de los personajes que la Casa Museo pueda usar en otra edición de la aplicación del proyecto.

Así mismo, para evitar que la Casa Museo quede estancada en lo tradicional, se le planteará las siguientes actividades que puedan realizar en festividades o adaptarlas a alguna fecha en particular, estas actividades están basadas en conocer no sólo el arte ayacuchano, sino también el folclore y las tradiciones que caracterizan a Ayacucho.

**Figura 50.**

*Propuesta de agenda cultural para la Casa Museo Joaquín López Antay.*

PROPUESTA DE AGENDA CULTURAL PARA LA CASA MUSEO JOAQUÍN LÓPEZ DE ANTAY		
Fecha / mes	Festividad	Descripción de la dinámica o actividad
Entre febrero y marzo	Carnavales	<p>Fecha festiva basada en la música y cantos tradicionales Ayacuchanos. Realizar actividades tanto para los turistas, jóvenes y familias, la cual consiste en armar una especie de círculos en el piso, y al compás de ritmos ayacuchanos saltar dentro de círculos , bajo un patrón establecido por la guía; así mismo, esta dinámica servirá para que los visitantes puedan diferenciar y apreciar auditivamente los tipos de instrumentos usados, las características y parte de los orígenes de estos instrumentos.</p> <p>Por otro lado, debido a que son una de las representaciones más usadas en los retablos, esta actividad podrá informarles de manera dinámica una de las tradiciones más populares representadas en los retablos la cual al finalizar la podrán dramatizar en un retablo tamaño real y llevarse consigo la nueva experiencia.</p>
Entre marzo y abril	Semana Santa	Para esta fecha, las tradiciones son las que más se suelen querer apreciar; se puede invitar a un personaje icónico de Ayacucho, ya sea uno sacado de las tradiciones o se puede adaptar uno de los personajes del paper toys en la vida real, es decir, la visita se puede realizar de manera dramatizada, narrada a base de cuentos o relatos que puedan generar interés y dinamismo en los turistas.
25 de abril	Fundación de Huamanga	El personaje de los huamanguinos del paper toys pueden cobrar vida y pueden invitar a participar a los visitantes de un pasacalle, donde se pueda enseñar a bailar la tradicional marinera ayacuchana, contar algunas tradiciones o realizar una especie de karaoke con músicas ayacuchanas.

17 de junio	Chaccu de vicuñas	El Chaccu de vicuñas, es una técnica ancestral para la esquila de la lana, es una actividad practicada en Pampas Galeras - Lucanas. Para esta dinámica se puede invitar a los niños, en base a un sorteo habrá quienes serán vicuñas y otros que serán los trasquiladores; para los que serán vicuñas, se les preparará en un pliego de cartulina dúplex la imagen de una vicuña; y dentro de la imagen de la vicuña, pegarán algodón; mientras tanto, el guía a cargo narrará en que consiste esta festividad; una vez que se termine de contar, los trasquiladores pasarán a retirar el algodón de la vicuña; de esta forma, se enseñará a los niños una de las actividades ancestrales más antiguas de la región y así mismo, se les demostrará que esta actividad no tiene la finalidad de acabar con el espécimen.
5 de agosto	Virgen de las Nieves	Ya que, para la celebración de la Virgen de las Nieves, los pobladores de Cora Cora la homenajean con los famosos llameritos, se elaborarán máscaras con detalles de estos. Al final, la guía a cargo, podrá contar la historia detrás de la Virgen de las Nieves. Opcional puede ser la proyección de la danza y así mismo, invitar a los niños o jóvenes a practicarla usando las máscaras.
24 de agosto	Yaku Raymi	Festividad para agradecer a las divinidades protectoras del agua y la limpieza de las acequias; para ello se pretende hacer un taller de elaboración de instrumentos a base de materiales reciclables. Por ser fiesta del agua, se podría dar énfasis a la elaboración de los palos de lluvia, donde los niños armarán sus instrumentos y así mismo podrán interactuar haciendo los sonidos del agua.

*Nota.* Propuesta de una agenda cultural más dinámica. (2022)

Y del mismo modo, es importante mencionar que se empleará la dinámica para poder generar interés en los jóvenes, en la creación de personajes mediante esta técnica, con el fin de que conozcan más tradiciones y costumbres de otras personas; se vean involucrados más activamente en conocer y descubrir más sobre su patrimonio cultural y logren reforzar su identidad cultural.

### **Relación Entre Problema, Concepto, Público Objetivo y Proyecto**

Tras la pandemia, los jóvenes consideran el valor importante de socializar, así mismo, son un público que, tras los últimos acontecimientos del país, han estado más presentes en pronunciar su voz en contra y a favor de muchos actos y acciones que afecten o beneficien al país en general. A su vez, son personas que se dejan llevar por la presión social y tras la pandemia, buscan salir en busca de experiencias que generen contenido de valor e identificación, que son evidenciadas y registradas en sus redes sociales.

Debido a ello, es que viendo el valor e impacto que genera tanto la presión social como las redes sociales en los jóvenes, se logra evidenciar la importancia de implementar una

comunicación publicitaria más moderna y el uso activo de las redes sociales, así mismo, la visita a los museos de sitio han quedado en el pasado, debido a que no se muestran actividades novedosas que generen impacto en sus visitantes; por ello es que para poder posicionar la Casa Museo Joaquín López Antay, se pretende realizar un rediseño en su métodos de comunicación, con la finalidad de que este se vea más moderno, más actual y que logre generar impacto en los jóvenes, así mismo, con la idea del paper toy, se pretende aplicar el grado de experiencia y aprendizaje que demostró Edgar Dale en el “Cono del aprendizaje”, por otro lado, también se pretende demostrar que lo tradicional se puede adaptar a nuevas formas creativas más contemporáneas, mediante estrategias lúdicas que puedan generar un tipo de experiencia diferente y de esta forma generar un tipo de visita único y especial para los visitantes de esta Casa Museo.

De esta forma, los jóvenes ayudarán a influenciar a la sociedad a visitar la Casa Museo, el uso y registro fotográfico que se realice serán evidencia que mediante las redes sociales podrá informar sobre el tipo de experiencia que esta ofrece y generará más visitas que beneficien a esta institución; así mismo, se dejará de ver a la Casa Museo como un tradicional museo y será visto como uno innovador en una ciudad tan tradicional; despertando el posible interés de que el turista extranjero, los padres de familia de la región y hasta colegios se vean envueltos en esta divertida actividad cultural creativa que trae conocimientos y revalorización cultural para todos.

### **Marca del Proyecto**

El proyecto llevará el nombre de “Encajando”, porque guarda relación con el concepto de unir y conectar; así mismo, su objetivo principal es generar una conexión con el público y la Casa Museo; por otro lado, el proyecto del juego tiene que ver con el proceso de armar piezas geométricas para la elaboración del paper toy, teniendo en cuenta que también la

artesanía de la que se parte como inspiración son los retablos, estas tienen formas de cajas; es debido a ello que en vista a la relación de la palabra tanto con la acción de encajar las piezas o ensamblarlas para el resultado final, el objetivo del juego y las formas geométricas que abundan el proyecto, se concluyó, que el gerundio de la palabra encajar, era la más idónea para el juego, su relación con la temática y el concepto.

Así mismo, cabe rescatar que la marca está compuesta por una sola palabra, con la finalidad de que sea fácil de recordar y representa la esencia del juego; por ello, el empleo de la palabra dividida en dos renglones también le da el sentido de encajar; ya que la fuente tipográfica es cuadrangular y además que, los detalles que conforman las palabras, también guardan relación con el estilo de líneas usadas en la propuesta gráfica del juego.

Finalmente, para complementar, el empleo de los colores sobre el logo, es debido a que, en los retablos, los colores principales son el blanco y el rojo; pero en vista a que esta fusión de colores más se logra asociar con la bandera del Perú, se optó por considerar como su segundo color el amarillo, para lograr generar un contraste equilibrado en el diseño del logo.

Aunque solo se use fuentes tipográficas para esta propuesta, para complementar la idea, se consideró el empleo de un slogan que pueda llegar a completar la idea, en este caso quedó como: “Encajando, Conoce la historia”. No se optó por usar un isotipo, ya que quedaría muy recargado y podría causar un poco de confusión.

## **Resultado**

### **Figura 501.**

*Resultado del diseño del logo para el proyecto.*



*Nota.* Propuesta final del logo para el proyecto. Fuente propia.

## **Diseño de la Comunicación**

La estrategia lúdica “ENCAJANDO” es un nexo que se usará para poder hacer un acercamiento entre los jóvenes ayacuchanos y la Casa Museo Joaquín López Antay. Así mismo, este juego ayudará a los jóvenes a informarse sobre datos curiosos acerca de los retablos, Joaquín López Antay y los personajes que conforman esta artesanía; de esta forma, se ayudará a reforzar en los jóvenes el contenido de valor del aprendizaje sobre su herencia cultural.

En relación al proyecto, este presenta un estilo geométrico y funcional a la hora de armar, así mismo, está inspirada en los Funkos, ya que estos muñecos son coleccionables y despiertan el interés del público objetivo por su adquisición; por otro lado, para que las piezas no se vean tan rígidos, se pretende usar un estilo gráfico más amigable para el desarrollo de estos personajes y así mismo, a cada uno de ellos se les dará una personalidad diferente y podrán informar datos curiosos referente a la historia y pasado que cada uno de estos personajes represente.

No obstante, la información y difusión sobre este personaje se realizará mediante las redes sociales de Facebook e Instagram, ya que ambas redes sociales son usadas por el público objetivo.

La campaña consta de tres pasos, en principio iniciará con la difusión de una actividad especial para conmemorar el día de los museos; por ello se iniciará con la invitación a los jóvenes mediante la aplicación de WhatsApp, a participar de un recorrido gratuito adicional a la actividad.

Una vez ya en marcha el proyecto, se presentará a los jóvenes los 4 personajes ilustrados y armados, así mismo, para incentivar su creatividad se les dará a personalizar las puertas de los retablos; finalizada la propuesta, se planea manejar por las redes sociales un concurso, sobre el cual cada joven participante podrá personalizarlo y compartirlo en las redes sociales, ello siendo parte de la inspiración de alguna pieza de la Casa Museo.

Con la finalidad de no dejar que el proyecto concluya posterior a la activación y el concurso; se planea realizar estudio de otros personajes y ambientes del departamento de Ayacucho en general; los cuales se podrán dar a conocer en fechas importantes para la región de Ayacucho; así mismo, se considera también experimentar la impresión del paper toy en otros soportes; con la finalidad de que este también pueda llegar a ser comercializado; y en base al apoyo del público, se pueda generar nuevos personajes con identidades que los jóvenes propongan en sus creaciones.

Finalmente, las redes sociales ayudarán a la Casa Museo a difundir esta actividad, es decir, el día de la aplicación del proyecto, se planea postear y generar interacción en las redes sociales; así mismo, los jóvenes al momento de compartir en sus redes sociales están difundiendo parte del contenido que se espera generar; de esta forma, se puede considerar en no sólo llegar a los jóvenes ayacuchanos, sino también las familias, niños, colegios que

se sientan interesados en disfrutar de esta nueva experiencia; del mismo modo, no cabe duda que al ser una actividad fuera de los parámetros de lo tradicional, se puede hasta considerar como una nueva actividad cultural dinámica que muchas agencias de turismo puedan ofrecer en los paquetes de turismo.

### *Piezas Empleadas*

#### **Piezas a usar para la invitación a la Casa Museo Joaquín López Antay.**

##### **Figura 52.**

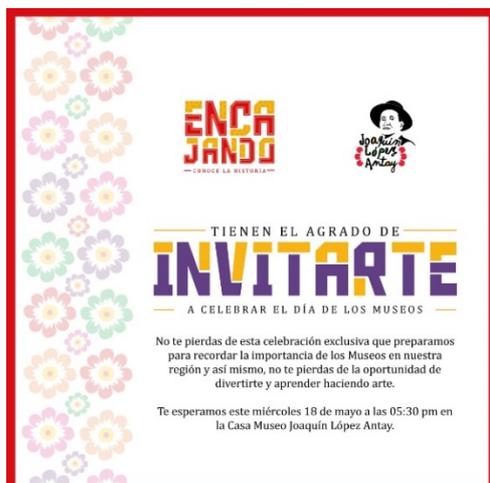
*Nuevo logo de la Casa Museo Joaquín López Antay.*



*Nota.* El logo no se alteró por varios factores; pero se ajustó con los colores corporativos y se agrandaron los pétalos de las flores. (2022)

##### **Figura 53.**

*Tarjeta de invitación virtual.*

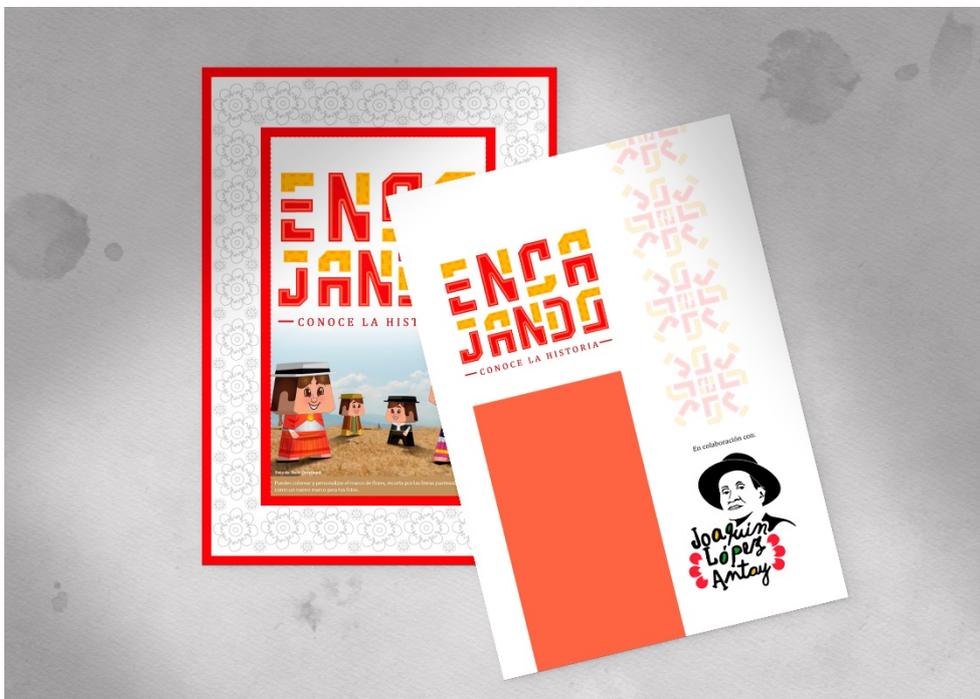


*Nota.* Tarjeta de invitación para los jóvenes, esta será enviada al WhatsApp de jóvenes familiares y amigos cercanos de los colaboradores de la Casa Museo. (2022)

## Piezas de presentación del producto.

**Figura 54.**

*Sobre y presentación del proyecto.*



*Nota.* El sobre del juego se puede convertir en un marco personalizado, podrán pintar las flores y recortar el fondo para poder usarlo como marco de fotos. (2022)

**Figura 55.**

*Plantillas para personalizar y pieza del concurso.*



*Nota.* Piezas principales del juego, se pueden recortar, pintar y personalizar, son la pieza principal para el juego y para la dinámica, se escogerá la elaboración del retablo o la del personaje para poder personalizar; debido a cuestiones de tiempo. (2022)

## Personajes.

**Figura 56.**  
*María, la huamanguina.*



*Nota.* Personaje con traje típico de Ayacucho. (2022)

**Figura 57.**  
*Cusi, la alegría.*



*Nota.* Personaje que representa la campesina ayacuchana. (2022)

**Figura 58.**  
*Justi, el huamanguino.*



*Nota.* Personaje masculino con tradicional traje de Ayacucho. (2022)

**Figura 59.**  
*Qhari, hombre valeroso.*



*Nota.* Qhari es un campesino ayacuchano, siempre usa un poncho. (2022)

***Validación.*****Evaluador 1:** Carlos C. Condori Castillo

Correo: ccondori@cultura.gob.pe

Móvil: +51 966 650 840

Especialidad: Gestión cultural.

Modalidad: Entrevista presencial

En resumen de la entrevista realizada al director actual del Ministerio de Cultura de Ayacucho, menciona que es un buen recurso plantear una dinámica; ya que hoy en día, las únicas dinámicas que ponen en práctica dentro del Ministerio de Cultura de Ayacucho, son los famosos talleres de pintura, danzas y los pasacalles; debido a ello, es que en principio quedó encantado con la idea, ya que es algo nuevo; pero al mismo tiempo, menciona que posiblemente la introducción del proyecto pueda ir lento pero que de algún modo pueda posicionarse, ya que, toda metodología nueva tiene un proceso; por otro lado, sobre la gráfica mencionó que le llamó la atención que se haya mantenido el sello característico de la Casa Museo Joaquín López Antay, no solo por los colores, sino también por la reinterpretación del estilo gráfico que manejaba Don Joaquín.

Por otro lado, las sugerencias que ofreció de acuerdo a su perspectiva, es poder darle una identidad a cada personaje, es decir, un nombre que pueda ayudar a recordarlos con más facilidad; así mismo, no sólo dejar su aplicación en la Casa Museo, sino también incluir su aplicación en grupos de jóvenes, realizar convenios con ONG'S o algunas instituciones educativas o privadas para la implementación del proyecto y que se pueda difundir más parte de la historia cultural que guarda Ayacucho.

**Evaluador 2:** Nori Aguilar Alvis

Móvil: +51 966 650 840

Especialidad: Especialista en ilustración infantil

Modalidad: Entrevista por Google Meet

En la entrevista realizada a la ilustradora Nori Aguilar, en resumen tras la revisión realizada al proyecto, comentó que se ha perdido en principio la base del significado de la imagen, considerándola muchas veces como algo básico y sin considerar que muchas veces, esta es reflejo de la realidad que logramos percibir; así mismo, mencionó que el proyecto, la dinámica y la intención del juego en base a la aplicación en la Casa Museo Joaquín López Antay, es una forma de generar una iniciativa de cambio para la sociedad en general, ya que en base a la ilustración y la recopilación de datos para la elaboración de los personajes, es una forma dinámica de poder generar impacto y llevar cultura e historia de una forma innovadora a quienes hoy en día están perdiendo el interés sobre su propio legado cultural. No obstante, mencionó también puntos claves a mejorar como que hoy en día hay que saber aprovechar la tecnología, no sólo para la difusión del proyecto, sino también usarlos como inspiración para nuevas estrategias o inspirar a otros con la estrategia, así mismo, mencionó que la gráfica le parece buena, sin embargo, recomendó tratar de mantener un estilo que no se acerque mucho a los “chibis” y elaborar más personajes que quizás se puedan comercializar, ya que recalcó que muchas veces lo gratuito a veces genera desinterés y si el proyecto se promocionara como algo más de estilos de edición limitada, teniendo en cuenta un nuevo estudio del estilo de vida de otros personajes y su entorno ambiental y cultural.

Finalmente, el comentario que más aporta al sustento del proyecto, es que, con la dinámica no sólo se pretende enseñar e informar, sino que más allá de la visita guiada y el hecho de tener

un paper toy, la experiencia y el recuerdo quedarán en la mente y eso es algo que le da mayor valor al proyecto.

**Evaluador 3:** Adela Adriana Arroyo Valcárcel

Móvil: 954 174 885

Especialidad: Desarrollo de juegos pedagógicos infantiles.

Modalidad: Entrevista

Adela desde el punto de vista de una desarrolladora de juegos para la aplicación en la pedagogía; menciona que la propuesta le parece original; así mismo, comenta que la propuesta tiene un trasfondo agradable; sin embargo, sus sugerencias para el proyecto fueron las siguientes: darle un ciclo al juego, ya que solo ve que se cuenta con el inicio y el desarrollo; por lo que recomienda realizar un pequeño cierre, consultando a los jóvenes participantes si la estrategia les agradó, su nivel de satisfacción o hasta si llegaron a identificarse o identificar a alguien con la personalidad del personaje; debido a q su campo también es la pedagogía infantil, ella menciona que muchas veces este tipo de juego puede ayudar también a sanar heridas de los jóvenes y así mismo, generar niveles de sentimientos diferentes en cada participante de la dinámica.

Así mismo, menciona que este tipo de juegos también pueden generar interacción entre niños y padres de familia; y de esta forma llevar historia y cultura de una manera más original y entretenida a todo aquel que participe.

## Conclusiones

La propuesta de una estrategia lúdica para la aplicación en una Casa Museo de Ayacucho, es poco convencional; por lo mismo, se considera que esta estrategia abrirá nuevas posibilidades para que en Ayacucho exista más competencia entre los museos; es decir, se puede considerar que exista la posibilidad de que se logren generar actividades culturales de valor mediante la creación de otros programas lúdicos, ya que como parte del sustento se menciona, el hecho de involucrar más de un sentido del cuerpo a la hora de aprender o comprender una nueva información, puede llegar a trascender en nuestra memoria; así mismo, ofrecer nuevas actividades que generen experiencias, ayudará a los jóvenes, tener sentimientos de identificación e interés por el conocimiento de su cultura.

Por ello, cabe recalcar que las actividades lúdicas de algún modo nos recuerdan al niño interior que cada uno posee, y el hecho de generar tu propio muñeco en vez de comprar una nueva artesanía, puede generar un grado de satisfacción; a eso se suma el hecho de que visitas un museo y aprendes no sólo la vida y obra de un personaje ilustre, sino también, se logra tener un tiempo de estimulación con el arte y la creatividad.

El proyecto en colaboración con la directora de la Casa Museo Joaquín López Antay, no pretende quedar en esa fase de posicionamiento; también se pretende generar una fase de comercialización, con la finalidad de que no sólo los ayacuchanos y los turistas nacionales conozcan el arte y la labor que realizó el retablista, sino que también será una forma de compartir nuestra cultura, y de forma indirecta, logren conocer el centro que conmemora la memoria y legado cultural de este arte popular.

También se puede concluir diciendo que, en vista a que los juegos suelen generar mayor interés en el aprendizaje, cabe resaltar que este tipo de actividades, no es para grandes

masas, ya que demanda tiempo y lugar para poder realizarlo, por ello es que la aplicación se realizó con una capacidad limitada, con el fin de atender las dudas y apoyar en el proceso; así mismo, el hecho de que cada participante al final narre una experiencia o algún pasaje conocido sobre la relación entre el personaje o alguien cercano, influye en el proceso de intercambiar diferencias culturales; es decir, ayuda a generar a que los jóvenes interactúen más con otras personas, conocer el estilo de vida, tradiciones o costumbres que quizás ya conocían o desconocían, siendo esta, una forma no de cambiar la identidad cultural de alguien, sino la de enriquecerla y así mismo generarle conocimiento y responsabilidad sobre el orgullo de la herencia cultural que cada uno pueda adquirir mediante la familia o el lugar donde nació y de esta forma, generar sentimientos de orgullo sobre sus orígenes.

## Referencias Bibliográficas

- Agenda. (2019). Las consecuencias de la mala comunicación en tu empresa. Recuperado de <https://tinyurl.com/y8rpyprd>
- Alvarado. (2013). El especialista en patrimonio cultural, Pedro Escajadillo, hace una reflexión sobre la importancia de los bienes arqueológicos como legado histórico. Recuperado de <https://tinyurl.com/y8yrrw3k>.
- Benítez. (2009). El juego como herramienta de aprendizaje. Recuperado de <https://tinyurl.com/y57ndzcg>
- Cambridge Assessment International Education. (2020). Aprendizaje activo. Recuperado de <https://www.cambridgeinternational.org/Images/579618-active-learning-spanish-.pdf>
- Cano. (2016). Diseño y comunicación del Patrimonio Cultural. La identidad corporativa como imagen de difusión e innovación. Recuperado de <https://tinyurl.com/y9vemko6>
- Cano et al. (2009, p. 302). Experimentación en el aula ¿un verdadero apoyo para el aprendizaje del concepto básico de generación básica eléctrica DC?. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/849/84917310053.pdf>
- Carranza. (2022). +35 tipos de ilustraciones para impulsar tu portafolio con proyectos únicos. Recuperado de <https://tinyurl.com/y9be6hjz>
- Caro. (2016). La importancia del branding en nuestros días. Recuperado de <https://tinyurl.com/y8j777ug>
- Consejo Internacional de Museos. (ICOM, 2022). Definición de museo. Recuperado de <https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>
- El Mundo Infinito. (s/f). Causas y consecuencias de la pérdida de identidad cultural. Recuperado de <https://tinyurl.com/y9zlnbcw>
- Fundación Wiese. (2018). ¿Qué es la gestión cultural y por qué es clave para el desarrollo de una sociedad?. Recuperado de <https://www.fundacionwiese.org/blog/es/que-es-la-gestion-cultural/>.
- Heller. (2008). Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre el sentimiento y la razón. Recuperado de <https://tinyurl.com/y9d7z3tf>

- Hoyos. (2018). Branding, el arte de marcar corazones. Recuperado de <https://tinyurl.com/y896hju5>
- INC. (2007). Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación 28296 y su Reglamento. Recuperado de <https://tinyurl.com/y7n8n6tu>
- Magaña. (2018). Importancia de la identidad cultural. Recuperado de <https://tinyurl.com/ycpjkmrp>.
- MALI. (2018, Setiembre, 11). Actividades creativas y lúdicas en el Aula BCP. [Entrada Facebook]. Recuperado de <https://tinyurl.com/2xm72wvx>
- Minerva. (2002). El juego: una estrategia importante. EDUCARE. 6 (19). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/356/35601907.pdf>
- Ministerio de Educación de Buenos Aires. (2011). Los museos. Definición. Tipos. Recuperado de <https://tinyurl.com/25o3xj83>
- MINCU. (2019). ¿Qué hacemos?. Recuperado de <https://www.gob.pe/666-ministerio-de-cultura-que-hacemos>.
- MINCU. (2021). Política Nacional hacia el 2030. Recuperado de <https://tinyurl.com/yzx9sydp>.
- Molano. (2009). Identidad cultural un concepto que evoluciona. Recuperado de <https://tinyurl.com/y84w2vtc>.
- Moreno. (2021, Diciembre, 9). La gestión cultural como desafío. El Peruano. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia/135037-la-gestion-cultural-como-desafio>
- Mujica. (2011). ACULTURACIÓN, INCULTURACIÓN E INTERCULTURALIDAD: Los supuestos en las relaciones entre “unos” y “otros”. Recuperado de <https://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2011/08/1041.pdf>
- Municipalidad de Huamanga. (2018). Plan de Desarrollo Cultural de la Provincia de Huamanga 2018-2030. Recuperado de <https://tinyurl.com/yagakrfk>.
- Museos en Línea (s.f.). Sistema Nacional de Museos del Estado. Recuperado de <https://museos.cultura.pe/normativa>

- Origen Peregrino. (2020). Sobre nosotros. Recuperado de <https://www.origenperegrino.com/nosotros/>
- Pavonni. (2018). Casas Museo: una tipología de museos para poner en valor. Recuperado de <https://tinyurl.com/y9oaswwn>
- Pérez (2019). ¿Qué es la ilustración digital y para qué sirve? Recuperado de <https://tinyurl.com/257pg8an>
- Plataforma digital única del Estado Peruano. (2021, Diciembre, 18). Estrategia para reactivar y promover la actividad artesanal. Recuperado de <https://tinyurl.com/29afh7aq>
- Rodríguez. (2007). Federico Froebel: El jardín de la infancia. Recuperado de <https://tinyurl.com/y28qhdj9>
- Rojas. (2018, Julio, 17). “Plata de los Andes”, la inédita muestra que reúne el legendario valor de la platería peruana. Diario Gestión. Recuperado de <https://tinyurl.com/235cutvg>
- Rumpelstinski. (2021). Los 6 elementos clave de la identidad corporativa. Recuperado de <https://tinyurl.com/yd5n6b22>
- Sánchez. (2018). «Plata de los Andes»: La platería andina en su mejor expresión desde el MALI. Recuperado de <https://tinyurl.com/296qk3hd>
- Sierra. (2012 – 2013). El aprendizaje activo como mejora de las actitudes de los estudiantes hacia el aprendizaje. Recuperado de <https://tinyurl.com/yc36mdfk>
- Terry. (2013). Cultura, identidad cultural, patrimonio y desarrollo comunitario rural: una nueva mirada en el contexto del siglo XXI latinoamericano. Recuperado de <https://tinyurl.com/yclwsce7>
- Universum. (2022). Conócenos. Recuperado de [universum.unam.mx/conocenos](https://universum.unam.mx/conocenos)
- Vargas. (2020). ¿Qué es la ilustración? Desde sus inicios modernos hasta sus usos el día de hoy. Recuperado de <https://mymodernmet.com/es/ilustracion-definicion/>
- Vargas. (2010). Aprender enseñando. Nuevas metodologías en el área de Expresión gráfica. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3350533>
- Yanes. (2015) Creación de PAPER TOYS a partir de modelos 3D digitales como recurso en entornos educativos. Recuperado de <https://tinyurl.com/y36x57gp>

## Referencias visuales

Cahuana. (2022). Álbum de fotos fuente propia. Recuperado de <https://tinyurl.com/y5xt9w7c>

Brunconi. (2019). El Maestro Joaquín. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/BvFBxExHpjG/>

Origen peregrino. (2017). Origen Peregrino: el colectivo artístico que se inspira en el Perú. Recuperado de <https://tinyurl.com/y6nrejgl>

Papertoysmd3. (2018). Nortitch. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/Bk5kUMWakOP/>

Pinterest. (s.f.). Sheriff Woody the Cowboy. Recuperado de <https://www.pinterest.es/pin/111464159500112956/>

Pinterest. (s.f.). Paper minions. Recuperado de <https://www.pinterest.es/pin/31173422412993371/>

Renography. (2021). Escudo del Perú al estilo de un retablo ayacuchano. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/CSBPGoTN0JA/>

Vesimenta ayacuchana. (s.f.). Carnaval de Ayacucho. Recuperado de <https://tinyurl.com/y3kjpy5l>

Vestimenta de ayacuchanos. (2014). Con concurso de marinera ayacuchana Huamanga inició festejos por 474° aniversario. Recuperado de <https://tinyurl.com/yyupelv4>

**Anexos**

