

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE ARTE Y DISEÑO



**Saphi, Diseño de Productos Utilitarios Basados en Culturas Precolombinas
para Contribuir a Conocer la Diversidad Iconográfica Peruana**

**TESIS PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
ARTE CON MENCIÓN EN DISEÑO GRÁFICO QUE
PRESENTA LA BACHILLERA:**

AUTOR

Ullilen Huaman, Pamela Estefany

ASESOR

Vivanco Alvarez, Rafael Ernesto

Lima, mayo del 2021

DEDICATORIA

A ti Jorge, gracias por estar a mi lado, apoyándome en los momentos más difíciles motivándome a ser alguien mejor y a vencer mis temores. Estos años han sido una lucha constante por conseguir mis objetivos y vencer dificultades. Tus palabras siempre han sido una fuente de soporte y estabilidad emocional, te amo.



AGRADECIMIENTOS

Gracias a mi universidad, por haber sido mi segundo hogar todo este tiempo, por ser mi lugar de cobijo y formación, gracias a todas las personas que han sido parte de este proceso, su conocimiento me ayudo a formar la identidad de mi emprendimiento. Gracias a mi novio y amigos por estar siempre ahí y darme palabras de apoyo siempre que sentía que iba a tirar la toalla.

Este momento será especial que espero perdure en la mente de las personas a las que he agradecido y también a las personas que invirtieron su tiempo en revisar mi proyecto de tesis aportando con sus comentarios; a todos ustedes se los agradezco con todo mi ser.

Muchas gracias.



RESUMEN

La presente investigación señala la falta de exploración sobre iconografía de culturas precolombinas como fuente de inspiración para el desarrollo de proyectos creativos. Abordando el tema sobre cómo estas pueden servir de inspiración para propuestas modernas e innovadoras de diseño y al mismo tiempo educar y permitir generar un vínculo con la historia.

Por este motivo se crea Saphi un emprendimiento innovador que se inspira en la iconografía de las culturas precolombinas para reinterpretarlas y presentarlas de manera actual y contemporánea, pero sin perder el reconocimiento y la identidad de cada una de ellas logrando una propuesta lúdica. Tomando como reto en una primera etapa el diseñar una serie de productos utilitarios inspirados en el verano y en la cultura Chancay fusionando la iconografía marina y la cosmovisión de los habitantes de esta cultura generando una gráfica fresca y dinámica plasmada en artículos relacionados al concepto verano.

Esta propuesta no solo hace diseño basado en elementos gráficos, sino que al mismo tiempo innova a través de la educación permitiendo reconocer el valor de dichas culturas; teniendo así, que cada prenda diseñada lleva un identificador digital que le permite conectarse con la web del proyecto donde encontrará el proceso creativo y las fuentes originales de información permitiendo conocer y generar un vínculo con la historia.

Palabras claves: iconografía, diseño gráfico, reinterpretación, inspiración

ABSTRACT

The present research indicates the lack of exploration over the iconography of pre-Columbian cultures as a source of inspiration for the development of creative projects. Addressing the issue of how these can serve as an inspiration for modern and innovative design proposals and at the same time for educating and allowing to generate a link with history. For this reason, Saphi is created, an innovative venture that is inspired by the iconography of pre-Columbian cultures to reinterpret and present them in a current and contemporary way, but without losing the recognition and identity of each one of them, achieving an entertaining proposal. Taking as a challenge in a first stage to design a series of utilitarian products inspired by the summer and the Chancay culture, merging the marine iconography and the worldview of the inhabitants of this culture, generating a fresh and dynamic graphic embodied in articles related to the summer concept.

This proposal not only makes design based on graphic elements, but at the same time innovates through education allowing to recognize the value of these cultures; thus, each garment designed carries a digital identifier that allows the customer to connect to the project website where you will find the creative process and original sources of information, allowing him to know and generate a link with history.

Keywords: iconography, graphic design, reinterpretation, inspiration

ÍNDICE GENERAL

Resumen.....	3
Abstract	4
Introducción	11
Capítulo I.....	12
Definición del Problema.....	12
Problema Principal.....	14
Problema Secundario.....	14
Justificación de la Investigación.....	15
Pregunta de Investigación.....	16
Hipótesis.....	17
Capítulo II	18
Iconografía Precolombina Peruana.....	18
Concepto de Iconografía.....	18
Historia.....	19
Culturas más Representativas.....	19
Estudio Iconográfico de la Cultura Chancay.....	21
Reseña Histórica.....	21
Lenguaje Visual.....	21
Simbología.....	22
Estilos y Aplicaciones.....	22
Formas y Construcción.....	23
El Color en Chancay.....	23
Análisis Semiótico.....	24
La Iconografía como Patrimonio Inmaterial.....	24
Iconografía como Generadora de Identidad.....	25
Pérdida del patrimonio inmaterial.....	25
Desconocimiento de la Iconografía de Culturas Precolombinas.....	26

Innovación.	27
Introducción.	27
La Innovación Iconográfica en el Diseño Peruano.	27
La Iconografía en el Diseño.	28
Campo en el Diseño.	28
Aplicaciones en el Diseño.	28
La Iconografía Chancay Aplicada en el Diseño Contemporáneo.	29
Casos de Estudio en diseño.	29
Diseño Producto.	30
Concepto.	30
El Diseño de Producto Utilitario.	31
Campos de Aplicación del Diseño Utilitario.	31
Diseño y Función.	31
Representantes.	32
Estado del Arte.	32
Capítulo III.	36
Metodología.	36
Descripción de los Actores.	36
Descripción del Campo.	37
Métodos y Herramientas.	37
Metodología de la Conceptualización.	38
Metodología de la Validación.	42
Capítulo IV.	43
Concepto.	43
Descripción del Proyecto de Diseño.	43
Objetivos del Proyecto.	44
Diseño de la Comunicación.	45

Descripción del Público Objetivo.....	47
Piezas Gráficas.....	48
Juicio de Pares.....	62
Recomendaciones y Conclusiones.....	64
Bibliografía y Referencias.....	65
Anexos.....	67



ÍNDICE DE TABLAS, FIGURA, FOTOGRAFÍA.

Figura1. Personaje Milko Juegos Panamericanos. Imagen Recuperada de internet.	29
Figura 2. Ilustración con aplicaciones iconográficas. Imagen Recuperada de internet.	30
Figura 3. Portal web Origen Peregrino. Web recuperada de internet.	33
Figura 4. Portal web Fito Espinoza. Web recuperada de internet.	34
Figura 5. Portal web Julio Granados. Web recuperada de internet.	34
Figura 6. Portal web Looch. Web recuperada de internet.	35
Figura 7. Mapa conceptual de la búsqueda de concepto. Fuente propia.	39
Figura 8. Moodboard del concepto hecho a base de imágenes del internet. Fuente propia.	40
Figura 9. Paleta de colores del emprendimiento creativo Saphi. Fuente propia.	40
Figura 10. Tipografías principales escogidas para emprendimiento creativo Saphi. Fuente propia.	41
Figura 11. Tipografías principales escogidas para emprendimiento creativo Saphi. Fuente propia.	41
Figura 12. Tipografías principales escogidas para emprendimiento creativo Saphi. Fuente propia.	41
Figura 13. Proceso de escaneo del código QR Saphi. Fuente propia.	46
Figura 14. Estudio de síntesis del logotipo Saphi. Fuente propia.	48
Figura 15. Logotipo Saphi. Fuente propia.	49
Figura 16. Variaciones de logotipo Saphi. Fuente propia.	49
Figura 17. Variaciones de isotipo Saphi. Fuente propia.	49
Figura 18. Sistema modular textil Chancay y reinterpretación Saphi. Fuente propia.	50
Figura 19. Estudio de síntesis iconográfica Saphi. Fuente propia.	51
Figura 20. Estudio de síntesis iconográfica Saphi. Fuente propia.	51
Figura 21. Estudio de síntesis iconográfica Saphi. Fuente propia.	51

Figura 22. Estudio de síntesis de simbología Chancay. Fuente propia.....	52
Figura 23. Composición “Abundancia de peces”. Fuente propia.	53
Figura 24. Composición Animales aéreos - terrestres. Fuente propia.	53
Figura 25. Juego de contraste y aplicación de color “Saphi”. Fuente propia.....	54
Figura 26. Aplicación de juego de contrastes en composición 1 “abundancia marina”. Fuente propia.....	55
Figura 27. Aplicación de juego de contrastes en composición 2 “animales aéreos - terrestres”. Fuente propia.....	55
Figura 28. Aplicación de composiciones en polos unisex-oversize. Fuente propia.....	56
Figura 29. Aplicación de composiciones en polos unisex-oversize. Fuente propia.....	56
Figura 30. Variaciones de diseño tapaboca Saphi. Fuente propia.....	57
Figura 31. Variaciones de color en base a composición 1 “abundancia marina”-toalla. Fuente propia.....	57
Figura 32. Variaciones de color en base a composición 1 “abundancia marina” pantuflas. Fuente propia.....	58
Figura 33. Ilustración de estructura de mochila – bolso Saphi. Fuente propia.	58
Figura 34. Bolso de tela Saphi. Fuente propia.	59
Figura 35. Aplicación de otros productos Saphi. Fuente propia.	59
Figura 36. Variaciones de hantag y etiqueta. Fuente propia.	59
Figura 37. Anuncio Saphi dentro de la página web. Fuente propia.	60
Figura 38. Propuesta de página web. Fuente propia.	60
Figura 39. Propuesta de packaging. Fuente propia.	61
Figura 40. Propuesta de pantalla Facebook. Fuente propia.....	61
Figura 41. Propuesta de pantalla Instagram – lanzamiento y creación de iconos para Instagram. Fuente propia.....	62

Figura 42. Propuesta de pantalla Tik Tok. Fuente propia.62



INTRODUCCIÓN

En el transcurso de la historia la imagen ha sido un canal de expresión, representación y forma de comunicación de distintos pueblos; además de demostrar su realidad y función simbólica que está determinada por su contexto cultural. Los antiguos peruanos establecieron un repertorio visual de imágenes creando motivos inspirados en su forma de vida, que sirvió como modelo para construir su legado en la creación de diferentes diseños que expresaron de forma descriptiva su filosofía, sociedad e historia.

Con el tiempo la sociedad ha ido olvidando estas raíces históricas y simbólicas debido a la falta de fortalecimiento en la difusión y formación del conocimiento iconográfico presente en nuestras culturas precolombinas.

Conocer la iconografía precolombina peruana es clave para la creación de nuevos lenguajes gráficos los cuales permitan reforzar y llevar cultura a un contexto moderno y adaptativo. Esto brindará la oportunidad de conocer su desarrollo como cultura y creación gráfica, las cuales reforzarán el vínculo cultural histórico y como medio de innovación.

Es por esta razón que nace un emprendimiento creativo que promoverá la gran diversidad cultural precolombina peruana a través de la reinterpretación en diseño iconográfico peruano aplicado en productos utilitarios que serán adaptados a un contexto más contemporáneo, tomando como primera cultura de estudio reinterpretativo a la cultura Chancay. Como herramientas de difusión se usarán medios tecnológicos para hacer interactivo el diálogo entre el emprendimiento y el público objetivo. Esta investigación permitirá que el vínculo entre el consumidor y el emprendimiento logre fomentar una cultura de educación y exploración por medio de sus productos y contenido que mantengan el legado cultural iconográfico como fuente y generador de nuevas rutas y creaciones gráficas visuales.

CAPÍTULO I.

Definición del Problema.

La iconografía es la clave para ubicar una imagen en base a una tradición cultural con sentido temático y conceptual, el cual permite comprender las artes plásticas y el desenvolvimiento de una cultura con su historia y simbología. Es importante que este sentido histórico iconográfico se mantenga y prevalezca en nuestra sociedad; y permita conocer los valores y el significado de nuestras raíces de las cuales cuentan una historia y el desarrollo como cultura y patrimonio inmaterial.

“La importancia del patrimonio cultural inmaterial no estriba en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación.” (UNESCO, 2011). Además, sin este conocimiento del desarrollo histórico y la falta de actualización y educación en el estudio iconográfico no se crearía un vínculo de identidad y habría una pérdida del patrimonio inmaterial y revalorización.

“El patrimonio cultural inmaterial no se presta a preguntas sobre la pertenencia de un determinado uso a una cultura, sino que contribuye a la cohesión social fomentando un sentimiento de identidad y responsabilidad que ayuda a los individuos a sentirse miembros de una o varias comunidades y de la sociedad en general (UNESCO, 2011).”

Esto quiere decir que la iconografía como patrimonio inmaterial es integradora, tradicional, representativa y está basada en un arte y costumbres que involucran fines históricos de expresión cultural ancestral de una sociedad, donde su uso social se transmite por tradiciones orales de conocimientos vinculados a la cultura viva de cada pueblo y/o sociedad. Una de las expresiones del patrimonio cultural inmaterial que ha florecido con especial vigor y expresa la larga historia cultural de nuestros pueblos es el arte popular tradicional, categoría que agrupa a una gran variedad de objetos, distintos en materia prima y usos, portadores de memoria colectiva e identidad. (Mujica y Human, p.63, s.f.)

La iconografía peruana precolombina forma parte de este desarrollo de identidad cultural, su riqueza estética y decorativa son poco aprovechados dentro de un medio social contemporáneo el cual no fomenta en la creación de nuevos códigos visuales que se empleen en su propio contexto de manera que eduque e incentive a un uso más recurrente del mismo. Príncipe (2020) creador de la marca “Looch cultura y contracultura”, afirma que las instituciones educativas y culturales deben tener mayor presencia al igual que el estado. Que se deben crear nuevas estrategias educativas para la promoción de cultura e identidad y que las formaciones de nuevos discursos en base a elementos históricos se hagan más llevaderos y se pueda promocionar e invertir mucho más. Él nos cuenta a partir de su experiencia propia como artista, empresario y diseñador frente al mercado artístico- cultural la carencia y falta de apoyo del estado en el aspecto económico y educacional que no apoyan con recursos que incentiven a la inversión y consumo cultural.

Al no existir estrategias que apoyen un sentido cultural de identidad, hace que el desconocimiento de elementos culturales como la iconografía pierdan un sentido de aprovechamiento conceptual e histórico que llevaría al desinterés y falta de innovación en base a la creación de nuevos lenguajes de diseño y aplicaciones en un contexto más contemporáneo creando así un vacío dentro de nuestra sociedad por falta de apoyo del estado e inversión en la industria cultural.

Un claro ejemplo es el caso de estudio de la cultura Chancay que contiene una amplia producción artística en madera, orfebrería, textilería y cerámica que son limitadas al conocimiento de ciertas piezas (en este caso el “Cuchimilco”) y elementos simbólicos que son plasmados en artículos repetitivos y poco innovadores. Añadiendo a este caso tenemos el diseño del personaje “Milko” de los Panamericanos que fue utilizado en diversos medios de marketing, dejando de lado piezas con contenido iconográfico, ya existentes, pero no conocidas.

Tomando en cuenta las palabras de la diseñadora Andrea Medrano Moy, creadora del personaje de los Panamericanos “Milko”, su diseño tomo más trascendencia cuando ya entro al concurso, lo cual dio apertura a una extensa investigación en la web, siendo más complicado tratar de realizar una síntesis del personaje, debido a que tenía que comprenderse. Andrea cuenta que fue aún más difícil saber que en el Perú no se conoce mucho esta cultura y en general la iconografía, por eso al tratar de sintetizar y hacerlo reconocible fue lo más complicado. “Pregunté a mis familiares qué era un Cuchimilco, no lo reconocían y fue como “un catalizador”, ya que a partir de la creación del personaje también se incentivaría y conocería un poco más la iconografía y la misma cultura peruana.” (Medrano, 2020)

El escaso manejo de un lenguaje visual moderno en base a iconografía aplicada en diseño y la lucha constante de mantener un arte tradicional, pero a la vez moderno y adaptable a un nuevo contexto socio cultural contemporáneo crearían una baja exploración y aprovechamiento del valor iconográfico.

La falta de recursos y artículos en los cuales se pueda apoyar nuestra iconografía, han llevado a que la tradición cultural y vínculo que existe entre nuestra historia y sociedad limite la difusión de la identidad, identificación y representación de la misma.

Problema principal.

El desconocimiento de la iconografía de culturas precolombinas como referente para la innovación, que limita el desarrollo de la industria del diseño en el Perú. Caso de estudio Cultura Chancay.

Problemas secundarios.

-Pérdida del patrimonio inmaterial por el desconocimiento de la iconografía de culturas precolombinas como referente para la innovación que limita el desarrollo de la industria del diseño en el Perú. Caso de estudio Cultura Chancay.

-Escaso posicionamiento del diseño peruano por el desconocimiento de la iconografía de culturas precolombinas como referente para la innovación que limita el desarrollo de la industria del diseño en el Perú. Caso de estudio Cultura Chancay.

Justificación de la Investigación.

La iconografía precolombina es amplia en riqueza de elementos y símbolos que contienen una narrativa, las cuales conectan nuestra historia como sociedad y cultura.

Datan su evolución desde el periodo formativo de 300 d.C. hasta el comienzo del post clásico 1200 d.C., donde alcanzaron una formación artística y expansión como sociedad organizada y centralizada. Se sabe que el Perú posee esta riqueza artística que se ve reflejada en sus culturas ancestrales como los primeros vestigios en pintura rupestre como la de Toquepala que es una de las primeras culturas aparecidas en el Perú.

Además, existen diseños morfológicos que contienen iconografía que no es utilizada y explorada en un 100%, por la misma falta de contenido literario, afirmando así que “La literatura disponible sobre el arte de los tejidos del antiguo Perú sólo muestra de modo limitado el conocimiento de la iconografía y la comprensión del significado de las imágenes y/o símbolos de estas excepcionales obras de arte”. (Carlson, 2010, p.8)

Es importante poder reconocer, vivir y explorar esta evolución artística del antiguo Perú en base a sus composiciones y conocimientos en diseño y el manejo de un lenguaje que crearon en base a un sentido simbólico y de contexto histórico.

Es así que estos dan apertura a la creación de nuevos lenguajes gráficos que deben ser aprovechados en la formación de la industria del diseño.

Por ello, es importante investigar, educar y redescubrir la utilización de estos elementos y símbolos, que son un soporte estético (forma, estructura, color y síntesis) e histórico (contenido narrativo y simbología), y que a través del diseño el cual propicie y reforme nuevas formas de construcción en su aplicación a un contexto más contemporáneo y sobre

todo mantenga el sentido de identidad cultural y revalorización histórica que debe ser constante y adaptable.

Un factor importante es el rescatar y difundir la iconografía como valor inmaterial vivo, este legado que se pueda difundir a través de un nuevo lenguaje gráfico. El cual sea un medio de visibilizar y rescatar formas iconográficas aún no exploradas de forma estructural que permitan conocer el desarrollo estético, descriptivo y de conceptualización. La razón principal de este proyecto es entender la visión del antiguo hombre de Chancay, su manera de entender y ver el mundo y la relación que tenía este con su entorno y de cómo estableció una conexión en base a la creación de un lenguaje gráfico que contenía expresiones y forma de vida. Difundir, revalorizar e innovar nuevas formas de aplicación del diseño en base a nuestra iconografía precolombina peruana, por medio del estudio de la cultura Chancay permitirá realizar una exploración de síntesis y creación de nuevas configuraciones estéticas referidas al diseño del antiguo Perú en base a sus símbolos morfológicos y zoomorfos autóctonos que brindaran la posibilidad de crear y reforzar el vínculo cultural histórico. De esta manera se abrirán puertas al consumo iconográfico como medio innovador de creación gráfica y comunicacional a partir de productos utilitarios que fomenten el crecimiento de la industria gráfica, mercado laboral y cultural, y sobre todo que a través de ello pueda educar.

Pregunta de Investigación.

¿Cómo el diseño de productos utilitarios permite el conocimiento de la iconografía de culturas precolombinas logrando un desarrollo de la industria del diseño en el Perú? Caso de estudio Cultura Chancay.

Esta interrogante ayudará a formular la hipótesis de la investigación y en el desarrollo del proyecto, el diseño de productos utilitarios propicia el conocimiento de la iconografía de culturas precolombinas: caso de estudio Cultura Chancay. Que a través de un

emprendimiento creativo en base a la reinterpretación iconográfica aplicado en diseño utilitario se difunde y revaloriza nuestra identidad y vinculo cultural.

Hipótesis.

El diseño de productos utilitarios permite el conocimiento de la iconografía de culturas precolombinas logrando un desarrollo de la industria del diseño en el Perú. Caso de estudio Cultura Chancay



CAPÍTULO II.

Iconografía Precolombina Peruana.

El Perú es el resultado de la convergencia de las expresiones propias de pueblos originarios y culturas formadas que han habitado el territorio nacional desde los 3,000 años a.C. con el surgimiento de la civilización más antigua de América (Caral) hasta la magnificencia del Tahuantinsuyo como el mayor imperio de la América precolombina (Príncipe, p. 14).

Sus horizontes y etapas culturales son divididas por periodos desde su origen que data de 15000 a.C. inicio de su civilización, hasta la época de los Incas, periodo horizonte Tardío (1438 d.C. hasta 1532 d.C.). Estas culturas contenían riquezas iconográficas replicadas en medios artísticos como la cerámica, madera, textilera, orfebrería, arquitectura entre otras, que tienen fundamentos mágicos, míticos y simbólicos.

Se sabe que las conformaciones de elementos iconográficos explican su narrativa con sentidos religiosos, signos y símbolos antropomorfos y zoomorfos que evocaban la adoración además del respeto hacia elementos naturales como el agua y la tierra.

Según Carlson (2010), Kauffmann Doig presume que en Mesoamérica estos signos pudieron tener igual significado que en el Perú, ya que allí también la lucha por la subsistencia era grande por factores climáticos que eran una forma de relacionar sus creencias (p.9). Estos signos han ido variando, repitiéndose o fusionándose dependiendo de la cultura y de la forma de expresión y formación de cada civilización peruana. La formación de estos símbolos tiene como resultados múltiples composiciones geométrica realistas o abstractas variadas, como aves, peces u otros animales. Aplicadas en diferentes tipos de representación artística como arquitectura, textilera, ceramios, madera, etc.

Concepto de iconografía.

"Si atendemos a la terminología de los vocablos griegos "iconos" (imagen) y "graphen in" (escribir), la iconografía podría definirse como la disciplina cuyo objeto de estudio es la

descripción de las imágenes, o la escritura en imágenes". (Rodríguez, 2005. p. XX). La iconografía también nos brinda descripción e información sobre elementos culturales que son plasmados a través de imágenes y su simbología tiene un valor artístico y conceptual de obras de contexto, cultural, religioso, social, político y económico. Atributos que explican y dejan en evidencia al desarrollo de diferentes civilizaciones que se expresaban a través de su valor artístico material e inmaterial

Historia.

La iconografía es un término que se define como una disciplina cuyo estudio es la descripción de imágenes o como señalan algunos autores, la escritura de imágenes. Su terminología viene del griego y derivó en el vocablo ruso "ikona" hasta convertirse en "ícono", que es como se dice en el idioma español. El ícono es una imagen que pertenece al grupo de signos y símbolos, que trata de una relación de semejanza que representa objetos. La iconografía natural y la simbólica incluyen variedades de signos que se transforman en motivos visuales iconográficos. Las primeras pinturas iconográficas se desarrollaron en un ámbito religioso utilizadas en distintas iglesias y templos, desarrollándose en el imperio Bizantino, en la zona de Constantinopla hasta extenderse por Rusia y Creta. Si hablamos de iconografía en la historia, su formalización se dio en el siglo XIX y comienzos del siglo XX, este se produce entorno a Aby Warburg, que crea una biblioteca que se especializa en el estudio de la historia del Arte.

Culturas más representativas.

Sabemos que dentro de la extensión cultural peruana se desarrollaron diferentes civilizaciones que formaron el antiguo Perú, que conformaban el área costeña y andina.

Algunas culturas fueron fundamentales para el nacimiento y desarrollo de otras siendo cuna de tradiciones e influencias en su proceso de desarrollo.

Cabe resaltar que para esta investigación se mencionara las culturas que tuvieron contacto con la cultura de estudio (cultura Chancay), siendo estas Chavín, Lima y Wari.

La cultura Chavín o Chavín de Huantar era hegemónica, se desarrolló en la sierra norte desde los 900 a 400 a.C. siendo así el núcleo cultural de los Andes Centrales. Su sociedad era teocrática, su economía se basaba en agricultura de hortalizas, su mitología y religión se reflejaban en su iconografía. “De acuerdo con su iconografía el grupo de dioses principales estaba compuesto por animales de origen amazónico como el caimán, el jaguar, la serpiente y el águila harpía, simbolizados con personajes humanoídes” (Sondereguer, 2003, pg. 40); su arquitectura y diseños rítmicos mostraban un acabado y detalle estético constructivista como en la plaza ceremonial, el lanzón Chavín, Estela Raimondi entre otras. Sus acabados artísticos contenían patrones modulares aplicados en alto relieve como en algunas piezas de arquitectura, escultura y ceramios que aplicaban su cosmovisión, diseño conceptual. Aplicando estilos morfológicos abstractos: figurativo, geométrico, barroco, expresionista y surrealista.

Otra de las culturas que aportó al desarrollo de la cultura Chancay fue la cultura Wari o Huari Cultura hegemónica (600 - 1200 d.C). Estuvo ubicada en Huanta, Ayacucho. Su sociedad se centró en lo político, religioso, económico, de influencia y dominio militar poderoso. Fueron agricultores tenían una extensa red comercial. Su iconografía religiosa- mítica se basó en el dios Viracocha (jaguar, las aves andinas y la llama).

“Sus imágenes míticas, textiles y sobre cerámica son persistentes en síntesis y geometrización de formas sin relación con ninguna realidad natural y con puros valores plástico-pictóricos, esteticistas y ornamentales, o sea, al Estilo Concreto, por ejemplo, en tapices plumarios” (Sondereguer, 2003, pg. 46); su estilo era morfológico- figurativo con elementos geométricos. Como último modelo tenemos a la cultura Lima (100 a.C. – 650 d.C.) entre los valles de los ríos Chancay, Chillón, Rímac, Lurín y Mala, costa central del

Perú. Llamados los grandes constructores, se trataba de una cultura de comunidades territoriales, de núcleos de familias extensas que tenían refugios protegidos por murallas. Estas familias enfrentan conflictos territoriales. Se dedicaban a la pesca y agricultura siendo así la base de su economía, sus valles conectaban lugares estratégicos de la sierra, Una de sus más representativos monumentos arqueológicos es la Huaca Pucllana, “Los restos culturales preincaicos desenterrados desde principios del siglo XX en la costa central peruana (cerámica, textiles, mates pirograbados y pinturas murales) pusieron a luz diversos estilos que compartían muchos rasgos comunes, que en la década de 1960 fueron englobados bajo la denominación común de Cultura Lima”. (Anónimo, s.f), sus iconografías contienen imágenes de serpientes con cabezas triangulares representados en mantos, donde utilizaban formas geométricas y servían para enterrar a sus muertos.

Estudio Iconográfico de la Cultura Chancay.

Reseña histórica.

“La civilización Chancay se desarrolló entre los valles de Chancay, Chillón, Rímac y Lurín, en la costa central del Perú entre los años 1200 y 1470 d.C. Su centro se ubicó a 80 kilómetros al norte de Lima” (Royo, 2010, pg.9). Esta surge cuando se disuelve Wari, teniendo como referencias a las culturas Lima y Chavín. Su ubicación territorial era desértica, pero que contenía valles fértiles con recursos que permitieron su desarrollo en agricultura, pesca y el comercio en las cuales se basaba su economía.

Su sociedad y política se concentraba en un señorío, que contenía construcciones de vastas dimensiones con material de adobe, centros ceremoniales, palacios, urbanismo y obras de ingeniería hidráulica.

Lenguaje Visual.

El lenguaje visual de Chancay está conformado en su arte plástico por un vasto conjunto de imágenes, que tienen producción en cerámica, textilería, madera. Trabajan estilos

morfológicos - abstractos, figurativos y geométricos. Se sabe que Chancay contiene aproximadamente 400 formas iconográficas diferentes que aún faltan descifrar.

Es importante mencionar “La falta de fuentes escritas produce el gran vacío para la adecuada interpretación de las obras artísticas de la cultura Chancay, Perú precolombino, por lo general, la percepción de sus valores simbólicos, solo nuestros criterios y valoraciones estéticas” (Royo, 2010, pg.9)

Simbología. Entre los años 1300 y 800 a.C. se crearon diseños morfo-espaciales en los centros de culto de La Venta y de Chavín de Huantar. Estos eran pensamientos visuales plasmados de los Géneros Plásticos demostrados en base a símbolos cósmicos como los felinos, serpientes y aves (Royo, p.29, 2010). Y que son ideologías que se han mantenido desde un punto cosmológico-religioso, de acuerdo al desarrollo de la simbología de cada pueblo.

De igual manera se respetan normas morfológicas, geométricas y numerológicas que se aplican en sus diseños y que les permitían crear un lenguaje de comunicación solo con sus dioses. Este tipo de disciplina donde se aplican reglas sacras se denomina “geometría sagrada”. En la cultura Chancay se puede encontrar gran variedad de símbolos tópicos de creencias enraizadas y formas geométricas de producción estética que no solo comprenden un sentido de construcción sino también mental y material del sentido en su aplicación; siendo un arte abstracto que surge de lo mítico del espacio sagrado donde se unen regiones cósmicas: cielo, tierra, agua y regiones infernales. El Ek'a existió como un sistema geométrico proporcional de medidas Tupu en la etapa Pre Inca del mundo andino cuyo factor de cambio fue la relación matemática basada en una visión de fenómenos naturales representados en plantas, animales sagrados en base a cálculos astronómicos. (Royo, 2010, p.29-30)

Estilos y Aplicaciones. Si bien se sabe que Chancay no solo se destacó en la inmensurable creación de elementos iconográficos. Su aplicación en materiales como la cerámica y la textilería sorprenden con un sin número de ideas creativas en composición y diseños, mostrando

elementos realistas en sus tejidos con estilos interlocking. En los cuales animales como: peces, felinos, aves se encuentran entrelazados de forma simétrica acompañado de color, que brinda finalmente un diseño estético y de alto nivel formativo en su técnica de patrones repetitivos.

Formas y Construcción. Las formas utilizadas dentro de la cultura Chancay eran formas geométricas, en algunos casos escalonadas y espirales. La técnica de la iconografía Chancay define la geometría de representaciones antropomorfas y zoomorfas abstractas. Además, la aplicación de patrones que comprenden operaciones simétricas (rotación, reflexión, desplazamiento y traslación).

Los patrones como zigzag, doble zigzag, ondas y cadenas que fueron aplicados en las formas de los cuchimilcos. Para la creación de su arte y aplicación del símbolo de la cruz símbolo de la Chacana, “obtuvieron su patrón de medida, llamado Tupu, que consta de la distancia de punta a punta de su eje transversal o brazo menor. En la actualidad, equivale este Tupu a 20,4 mts. y su brazo mayor o tronsal, coincide con la transversal del cuadrado formado por 4 Tupus, lo que luego denominaron como la proporción sagrada” (Royo, 2010, pg.30).

El Color en Chancay. “Para los Chancay la utilización del color en tejidos, cerámicas, como es casi todas las culturas del mundo, son interpretaciones armónicas de combinación de color, descubrimos en Huacas sol y luna, a partir 450 d.C.” (Royo, 2010, pg.55). En sus cerámicas como en textilera, Chancay fue desarrollando estilos tricolores, donde se aplicaba blanco sobre negro en su desarrollo del color.

Un estudio por arqueólogos del Museo Nacional de Arqueología y Antropología del Perú (Pueblo Libre), cuenta la procedencia de los colores de Chancay en base a plantas y moluscos (origen animal) como el achiote (rojo), airampo (violeta), aliso (marrón), calamar (negro, pardo), etc. Cuyas cortezas en algunos casos servían también como tratamientos medicinales. Podríamos decir que los colores utilizados por Chancay también determinaban los rangos de poder dentro de la civilización. Los tintes utilizados era minerales y pigmentos naturales que

vienen arraigadas de culturas como Wari y Chimú. El rojo, negro y amarillo aplicados tanto en sus cerámicos como en su textilería son los más destacados.

Análisis Semiótico. La cultura Chancay está constituida por una serie de símbolos que forman un lenguaje narrativo no hablado. “Las formas abarcan procedimientos expresivos que van desde descripciones realísticas hasta abstracciones geométricas de carácter ideográfico” (Velandia, 1994, p.18).

Las formas de la cultura Chancay tienen un sistema de significantes no lingüísticos, un lenguaje visual que está conformado por elementos icónicos, que representan su lado estético, ya que algunos signos no crean un sistema claro de interpretación el cual nos permite suponer cierta narrativa dentro de una composición.

La Iconografía como Patrimonio Inmaterial.

El patrimonio cultural son tradiciones, expresiones y costumbres de una colectividad que se hereda del pasado y que está arraigada en su historia, cultura e identidad.

Del Solar (2017) afirma que

La creación de una comunidad cultural está basada en las tradiciones expresadas por individuos de manera unitaria o grupal, que responden a tradiciones orales y a la diversidad de sus lenguas como expresión de la identidad cultural en base a su arte, comida, religión y el conocimiento colectivo de los pueblos constituyen nuestra diversidad cultural. (p.8)

Podemos decir que la iconografía forma parte de este vínculo con la tradición oral, que se tiene que mantener como patrimonio, herencia del pasado y tiene que tener validez, permanencia, transmitiéndose así de una generación a otra. La iconografía refleja este carácter dinámico que recrea y reconoce actividades religiosas, sociales, artísticas, políticas y culturales de nuestros ancestros, esto hace que nosotros, como sociedad contemporánea, estemos en la responsabilidad de valorar y promover su reconocimiento como cultura viva,

reforzando su permanencia en nuestra memoria y promoviendo su exploración y estudio en base a nuevas formas de lenguajes que puedan adaptarse y lleven su contenido histórico.

Iconografía como generadora de identidad.

“... la artista comprende que, de cara al público general, la utilización de motivos decorativos o de un lenguaje visual propio, es necesario para reconocerse y diferenciarse con relación a “los otros” (el mundo) y, de esta manera, logra fortalecer su propia pertenencia nacional. Y que, en el extranjero, su aplicación permitirá conocer mejor el arte fascinante de los antiguos peruanos y, quizás hasta el de sus contemporáneos populares; razón por la cual ella utiliza como mecanismo las artes decorativas, tan en boga en aquella época”. (Vargas, 2011. p.154)

Continuando lo antes mencionado, donde explica que la utilización de un lenguaje visual propio es por la adecuada educación simbólica en base a aplicaciones y diseños a través del arte, esto quiero decir que a partir de elementos iconográficos se puede fomentar una enseñanza adecuada que cree consciencia sobre el valor gráfico y, sobre todo, sobre la identidad, inculcando a través del dibujo y nuevas formas de creaciones gráficas.

Pérdida del Patrimonio Inmaterial.

"En el caso de patrimonio inmaterial hay que tener presente que su continuidad es de responsabilidad principal de las propias comunidades porque está ligado a la vida cotidiana, a la vida ritual y a la vida festiva de las comunidades, y se mantienen en la medida que son útiles para las mismas". (Gómez, 2011). Podemos deducir que, si nuestra sociedad está en un constante cambio por diferentes necesidades, nuestra cultura se pierde como valor histórico. En el Perú las expresiones iconográficas son patrimonio inmaterial que vienen de tiempos muy antiguos, si estas no son educadas de manera correcta y se buscan nuevas estrategias educativas, se irán perdiendo con el tiempo. Solo algunos elementos culturales sobreviven, ya que se han trabajado nuevos lenguajes gráficos adaptables a su contexto. Es

importante mantener el contenido histórico de una cultura, ya que sin esta no habría posibilidad de crear cultura y desaparecería el vínculo ¿de dónde venimos? o ¿quiénes somos?

Desconocimiento de la iconografía de culturas precolombinas.

Si se pierde el vínculo inmaterial y el desconocimiento de ¿quiénes somos? y ¿quiénes fueron nuestros antepasados? no podremos pretender formar un patrimonio cultural. Si no conocemos elementos culturales propios inherentes a nuestras raíces habrá un vacío histórico y de poca valorización.

Si bien la escasa educación en el fomento del estudio iconográfico no está bien implementada y las pocas estrategias que se utilizan pasan desapercibidas entonces no son adecuadas. La desactualización y falta de políticas que ayuden a implementar recursos y, sobre todo, al fortalecimiento de estas a adecuarse a un medio más contemporáneo e implantarla como cultura viva. Generarían la pérdida del patrimonio inmaterial iconográfico. Este problema no solo se da en el ámbito educacional, los factores que afectan esta pérdida es por el contexto social, económico y cultural.

Uno de los factores que más afecta a una expresión del patrimonio cultural inmaterial es la globalización, proceso que encamina a la libertad individual pero que también tiende a uniformizar comportamientos e ideologías o promover nuevos modos de vida y creencias. Otro factor es la difusión de un tipo de educación cuyos métodos de enseñanza y valores muchas veces no son iguales a los de las comunidades, cuyos sistemas de transmisión y preservación de los conocimientos son diferentes a los que se practican en las grandes ciudades (del Solar et al, 2017, p. 14).

Innovación.

Introducción.

La innovación consiste en la producción de algo “original”. Y esta palabra es indispensable para entender el contenido del acto de innovar. Pues nos conduce a dos ideas aparentemente contradictorias: “original” es lo único, distinto, no repetido, pero también inicial, primigenio, originario. (Chávez N. s.f)

La innovación construye y crea nuevos medios y estrategias, para poder determinar nuevas rutas de creación utilizando contenidos que aumenten un valor de progreso y mejora en un contexto socio cultural.

La Innovación Iconográfica en el Diseño Peruano.

La historia de esta disciplina, en el Perú, se puede rastrear a través de dos momentos históricos bien definidos. El primero, a fines de los años veinte, con las hermanas Elena y Victoria Izcue como abanderadas de la reinención iconográfica de las culturas precolombinas. Y la segunda, a inicios de la década de 2000. Este segundo movimiento, desgraciadamente desligado de los intentos anteriores por encontrar lo que nos identifica, es el que responde a la movida actual, explica el artista y diseñador autodidacta Javier Rubio. Y obedeció, señala, a la confluencia de tres factores: la derrota del terrorismo, la estabilidad económica y la llegada de internet con su efecto globalizador (Ziegler, 2018).

Se sabe que la iconografía peruana tiene gran variedad de simbología que puede ser aplicada a nuestra vida moderna, que ha sido impulsada de manera paulatina por diferentes artistas. Esta innovación iconográfica se ha establecido hace poco en el país, tiene poca atención en medios de comunicación y no tiene apoyo de recursos por parte del estado. Sin embargo, el diseño iconográfico invita a nuevas formas de reconfiguración por algunos artistas y diseñadores a implementar elementos plásticos y gráficos, de contenido narrativo históricos

que se pueden explorar y explotar. El trabajo de investigación constante dentro del diseño haría que nuevos estilos gráficos salieran más a flote y con el apoyo del estado e incentivo de recursos que ayuden a respaldar ideas creativas aplicadas a creaciones de nuevos lenguajes visuales en base a iconografía peruana sin perder su sentido originario.

La Iconografía en el Diseño.

Hablar de la iconografía en el diseño es remontarse a los primeros desarrollos y propuestas aplicadas por Elena Izcue uno de los cuales fue el proponer una enseñanza educativa a partir del arte precolombino y aplicación de este en el diseño contemporáneo.

El diseño iconográfico es un concepto que no limita ni determina una práctica en específico. Se podría decir que pasa por un proceso de análisis, concepto y estética para la creación de cualquier pieza que contenga un lenguaje gráfico y narrativo. La iconografía aplicada en el diseño forma parte de la cultura, de la proyección de una práctica social de temporalidad, dependiendo en el contexto en el que se encuentre.

Campo en el Diseño.

Pensemos actualmente en la multiplicidad de configuraciones que adquiere el diseño, sea a través del diseño gráfico, del diseño industrial, del diseño de indumentaria, de imagen, diseño institucional y demás, que vuelven un tanto compleja la tarea de delimitar el accionar del diseño (Correa, 2010).

El campo de la aplicación del diseño es amplio. El diseño iconográfico ha destacado en uno más que otros como en el diseño textil (moda), industrial y gráfico, explotando iconografía precolombina aplicada en ropa, accesorios y productos. Patrones modulares que han sido trabajados en base a una síntesis de símbolos iconográficos morfológicos.

Aplicaciones en el Diseño.

Las aplicaciones de la iconografía en el diseño, donde se mostrará algunos ejemplos de aplicación iconográfica en logos o marcas peruanas que utilizaron símbolos iconográficos

precolombinos son, por ejemplo: Marca Perú, Inca Kola, Museo de Arte de Lima, Museo a Mano, Perú posible etc.

La Iconografía Chancay Aplicada en el Diseño Contemporáneo.

Aquí mostraremos aplicaciones de la iconografía de la cultura Chancay adaptada a un contexto más contemporáneo.

Casos de estudio en diseño.

Diseño Milco Juegos Panamericanos, Andrea Medrano. Undécima mascota que represento en el evento deportivo que se realizó en Lima 2019, personaje creado por la diseñadora e ilustradora Andrea Medrano, que fue un diseño inspirado en la cultura Chancay a partir de un cuchimilco. Este personaje fue creado a partir de una reinterpretación iconográfica en base a un estudio de síntesis y se pueda adaptar más al contexto contemporáneo un poco más moderno y prestarse para justamente el sentido de los juegos Panamericanos, el sentido de los brazos abiertos, el tema de dualidad, también el significado de bienvenida y otros elementos que se prestaban para este evento. (Anexo1)



Figural. Personaje Milko Juegos Panamericanos. Imagen Recuperada de internet.

Marca Looch, José Luis Príncipe. Otro de los artistas emprendedores es José Luis Príncipe de Lama que trabaja a partir de la reinterpretación de símbolos iconográficos basados en historia, leyendas y mitos prehispánicos, creando un nuevo lenguaje estético y de contenido literario simbólico a partir de un nuevo estilo ilustrativo. La pieza que realiza José Luis Príncipe

que creo la marca “Looch, cultura y contracultura” representa una marca que representa gráficamente manifestaciones culturales aplicados al arte y diseño plasmados en prendas y artículos de calidad que cuentan una historia y escenificación de cada personaje o composición plasmada.

José Luis Príncipe enfoca su marca y emprendimiento como al arte y diseño conceptualizado de diferentes culturas precolombinas representándolas y fusionándolas en base a la identidad y estilo propio aplicado con una gráfica cultural simbólica y vinculo de identidad peruano que reflejan en sus productos.



Figura2. Ilustración con aplicaciones iconográficas. Imagen Recuperada de internet.

Diseño del Producto.

Concepto.

El diseño de producto es la creación de utensilios y objetos que ayuda al desenvolvimiento de un entorno representando una imagen y calidad del objeto satisfaciendo así las necesidades de los usuarios (EASDALCOI).

El Diseño de Producto Utilitario.

Según (Círculo de bellas artes, 2008) vivimos en un mundo de diversas carencias materiales, el cual pierde sentido que el diseño se preocupe por abordarlos en gran escala. Se trata de dirigir esfuerzos del diseño donde se encuentra mayor déficit de nuestra vida material, la carencia de un plano emotivo que nos vincule con los artefactos.

La manifestación que ha dado el diseño aplicado a productos utilitarios se ha proyectado en aspectos formales, ingeniosos, decorativos, divertidos, emotivos, etc.

Campos de Aplicación del Diseño Utilitario.

El diseño tiene muchos campos donde se desenvuelve y desempeña servicios a la comunidad ya sea en productos o espacios. El diseño gráfico, el diseño industrial, arquitectura, diseño de modas, diseño de interiores y artesanía forman parte de nuestra cultura visual y construyen nuestro entorno por medio de las necesidades que cada cultura y sociedad requiera. Cada una de estas ramas emplea el diseño de acuerdo a la función y medio para el cual sea necesario, el diseño utilitario es multifacético y creativo; se desempeña en diversas áreas desde el ámbito tecnológico, artesanal y al publicitario.

Diseño y función.

El diseño y objeto se crea de acuerdo a la necesidad del usuario, tomando en cuenta desde su función hasta su diseño (Rojas, 2006). Es así como el diseñador interpreta la necesidad del usuario para la creación de un producto que satisface un objetivo, es básicamente la conclusión a la que se llega debido a como usaremos un producto, desde la primera fase diseño del objeto.

El concepto de utilidad o función es amplio con respecto al diseño, cabe remontarnos al siglo XIX con el utilitarismo. Se concibe la utilidad como una cualidad que reconocemos en todas las cosas pero que solo se nota cuando son empleadas. Existen dos tipos de función, la práctica y la simbólica (Consortio del Círculo de Bellas Artes, 2008).

En el contexto del diseño, la función (o las funciones) identifica el propósito, mayormente práctico, que se define en relación al objeto diseñado o a alguna de sus partes. Así pues, mientras que por utilidad entendemos una cualidad latente, sin preguntarnos de dónde proviene, por función se identifica una acción que ha de ejercer un efecto sobre el uso. La utilidad puede pensarse, pero no diseñarse. (CBA, 2008, p.10)

Representantes.

Algunos de los representantes de los primeros diseños utilitarios y diseño moderno de productos como: El diseñador industrial inglés Christopher Dresser (1834-1904) permitió la fusión en productos de belleza y la utilidad, perteneció al movimiento Arts and Crafts. Ingeniero Aeronáutico Español Manuel Jalón Coronimas (1925-2011) introduce la idea de fregar de pie y la jeringa desechable. Maestro vidriero y joyero francés René Lalique, creó obras como frascos de perfumes, joyas candelabros, relojes y adornos para automóviles. Arquitecto, diseñador industrial y pintor Belga Henry Van de Velde, destacó en el diseño mobiliario, y fundador del modernismo. Arquitecto Francés Hécctor Guimard, concibió la entrada característica del metro de París (presente en la actualidad) Escuela Bauhaus, Alemania (1919-1933) escuela de arquitectura, diseño artesanía y arte. Fundada por Walter Gropius.

Estado del Arte.

Para el estado del arte se tomaron en cuenta cuatro fuentes que han trabajado el tema de emprendimiento creativo siendo agentes de cambio que combinan la economía, innovación, la colaboración y ciudadanía. Actividades que son desarrolladas con el patrimonio, las artes y diseño que tienen la característica de estar conectadas con la identidad y educación.

Origen peregrino - Colectivo de artistas en diseño. El colectivo peruano conformado por artistas llamados “Origen Peregrino” sus proyectos se basan en la herencia cultural peruana a

través de un art toy llamado Tama. Detrás de la creación de Tama está cuatro amigos y diseñadores peruanos: Diego Lau, Hugo Kuroki, Aldo Estrada y Gonzalo Espinoza. Si bien los cuatro son dueños de la empresa de diseño TAG Estudio, su pasión por el arte peruano da rienda suelta en Origen Peregrino, una marca de art toys creada e inspirada en el Perú. Teniendo como propósito: transmitir la cultura y herencia milenaria del país de una forma lúdica, mágica y bastante personal.

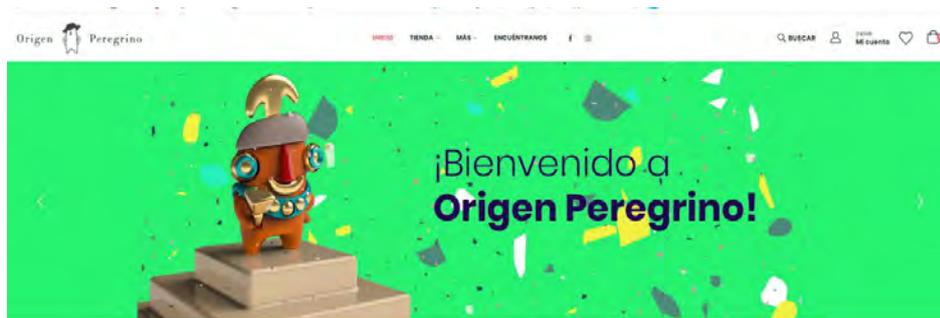


Figura3. Portal web Origen Peregrino. Web recuperada de internet.

Origen peregrino se ha convertido en una marca que es un vehículo cultural y conceptual peruano, este ha impactado en el espacio nacional e internacional con la variedad de productos y artesanía visual aplicado en base al diseño, pintura, y escultura como economía naranja, ya que construye la idea de emprendimiento innovador y transformador a través de la identidad cultural como industria creativa.

Fito Espinosa - Artista Plástico peruano. Artista plástico peruano diverso de amplia trayectoria, desde el año 1994 es merecedor de numerosos premios y reconocimientos. El trabajo de Fito Espinosa en la especialidad de Pintura se ha ido consolidando con el paso de los años, convirtiéndose en un referente estético, plástico y gráfico para las generaciones posteriores. Él se inspira en las emociones y sentimientos que tiene en los diferentes momentos de su vida, traduce ciertas cosas que sentimos todos y crea símbolos. Creó un emprendimiento y marca en base a su trabajo como artista aplicando su arte a elementos utilitarios, como joyería, cuadros, cerámica entre otros. Tiene llegada a un público consumidor de arte y diseño utilitario. Ha logrado imponerse como marca dentro del mercado del arte y reconocimiento por su trabajo.



Figura 4. Portal web Fito Espinoza. Web recuperada de internet.

Julio Granados - Diseñador e ilustrador peruano. Artista multifacético que ha sido reconocido y premiado en diversos concursos de diseño e ilustración a nivel internacional. Los trabajos de Julio Granados se caracterizan por su radiante imaginación, elaborado detalle y manejo del color, todo esto enmarcado en un mundo onírico donde los animales y plantas son sus principales personajes. Este diseñador también ha sacado una línea de mascarillas con temática cultural, sino otros elementos utilitarios Decoart.



Figura 5. Portal web Julio Granados. Web recuperada de internet.

LOOCH cultura y contracultura. Emprendimiento creativo e innovador en base a la reinterpretación ilustrativa con sentido narrativo que son reflejados en diversas piezas utilitarias.

Es una marca con diseños originales aplicado en ilustraciones muy bien elaboradas, pero una característica resaltante es que en sus diseños los motivos son peruanos todo relativamente de nuestra cultura, nuestros símbolos, signos, son tan amplios, es una empresa que también ya tiene tiempo en el mercado y cuenta con stand propio, y lo venden en provincias como, lima, cusco, Chiclayo.

La marca busca la conexión y promoción de todas aquellas manifestaciones visuales circunscritas (historias ilustrativas) en los ámbitos culturales. Looch es una producción gráfica basada en la alteración, el eclecticismo, o la reinterpretación de la iconografía como símbolo de la identidad cultural peruana.

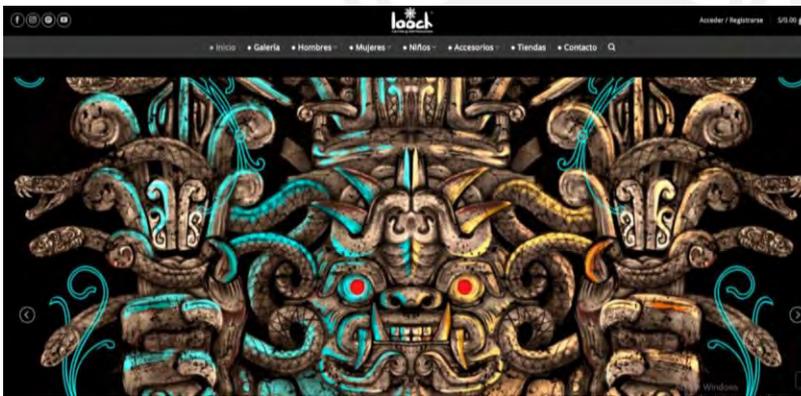


Figura 6. Portal web Looch. Web recuperada de internet.

CAPITULO III.

Metodología.

Para la realización de este trabajo de investigación se apoyó en la herramienta de trabajo en base a entrevistas que ayudaron a tener un soporte fidedigno para el manejo de información clara y relevante, que servirá para el análisis y validación de la problemática a tocar. Permitiendo así poder medir y conocer en qué situación se encuentra el problema abordado y así poder ejecutar una estrategia para su solución.

Descripción de los Actores.

Esta investigación se basó en el estudio de cinco actores principales: diseñadores gráficos-emprendedores, curador de museo, un arqueólogo, un encargado del área Municipal de Chancay y consumidores de productos utilitarios. Con los cuales se pudo contactar gracias a amistades que viven en Chancay e intermediarios que sirvieron como nexo para las entrevistas, permitiendo una comunicación directa con los actores involucrados.

Cada uno de los actores fue estudiado con diferentes objetivos y metodologías, de forma que se obtenga como resultado diferentes aspectos del problema.

En el caso de los diseñadores gráficos con emprendimientos creativos, se quiso saber más sobre el desarrollo de sus emprendimientos, productos y su proceso como marca dentro del mercado cultural peruano y saber su perspectiva de como el diseño sirve como enlace en la creación de nuevos lenguajes gráficos en base a identidad cultural.

Seguido a esto, el curador y arqueólogo sirvieron como fuente histórica, recopilación de datos fidedignos y experiencias sobre el consumo iconográfico en el país. No menos importante, se realizó una encuesta a consumidores de productos utilitarios con el fin de saber si tienen conocimiento sobre iconografía y que tanto conocen sobre su valor histórico y de diversidad cultural iconográfica y su vínculo con las mismas.

Por otro lado, el área Municipal de Chancay brindó una entrevista para saber cómo es la situación del cuidado de piezas que contienen iconografía. En esta entrevista se comenta su situación real dentro del poblado de Chancay, la falta de interés en los mismos pobladores para el cuidado de piezas iconográficas como valor cultural y como se está creando estrategias de concientización en la misma población.

Descripción del campo.

Para poder analizar a los actores se estableció el campo de estudio. En este caso Lima y Chancay, en el caso de Lima visitar el museo a mano para realizar un análisis más detallado de las condiciones de piezas iconográficas, en el caso de Chancay visitar la municipalidad y visitar espacios arqueológicos e ir al museo. Saber cómo la misma gente Chancayana interactúa con estas, así mismo recopilar registros fotográficos de las mismas. Pero, debido a la situación de cuarentena ocasionada por el COVID-19, toda la investigación procedió de manera virtual, por lo que no había un establecimiento en concreto donde estuvieran los actores y las personas involucradas al tema. Esto llevó a una serie de ajustes en el análisis de campo se dejó de estudiar e ir a visitar los momentos anteriores y posteriormente el análisis se dio con métodos virtuales (llamadas, correos, entrevistas, recopilación de datos por internet, entre otros).

Métodos y herramientas.

Para poder analizar a los actores se utilizaron dos herramientas principales: entrevistas y encuestas (anexos 1,2,3,4 y 5).

El realizar entrevistas a los actores involucrados en este caso, diseñadores-emprendedores, un curador de museo, un arqueólogo, un encargado del área Municipal de Chancay y consumidores de productos utilitarios, permitió a la investigadora ahondar con más detalles en la problemática, que no se hubieran podido conseguir por otros medios, ya que de esta manera se brinda a los actores involucrados la oportunidad de realizar preguntas en base a

las respuestas que va otorgando el entrevistado. Debido a la presente cuarentena las entrevistas se realizaron vía zoom, correos electrónicos y llamadas telefónicas. Las cuales permitieron tener una extensa conversación sobre la problemática abordada y también brindaron un análisis del cómo se podría solucionar y como crear estrategias para el problema planteado.

La segunda herramienta que se utilizó por vía zoom fue encuestas (anexo 6) para los consumidores de productos utilitarios, permitiendo tener datos sobre qué tipos de conocimientos históricos y culturales poseían los usuarios sobre el tema iconográfico. Esto permitió entender la profundidad del problema y así poder plantear una solución.

Metodología de la Conceptualización.

Para proponer el concepto del emprendimiento creativo en base a diseño iconográfico se realizó un estudio de investigación que brindó como resultado el análisis y las conclusiones pertinentes para el proyecto y su desarrollo.

En primer lugar, se optó por la elección del grupo objetivo con el cual se va a comunicar. En este caso el público consumidor de diseño utilitario (25-35 años), que gracias a la investigación se obtuvo información, características y hábitos del mismo.

Una vez establecido el público objetivo, se procedió a realizar una serie de preguntas en base al tema de iconografía y su conocimiento sobre este. También se respaldó con entrevistas a especialistas en diseño y arqueología. Todo esto ayudó a conocer el mensaje, la forma como se comunicará y que medios se utilizarán para el proyecto.

Con todo el proceso de investigación y la información recolectada se creó un mapa conceptual que ayudó a organizar y estructurar los datos de la investigación recopilada que facilitó a establecer el concepto para el objetivo y desarrollo del proyecto.

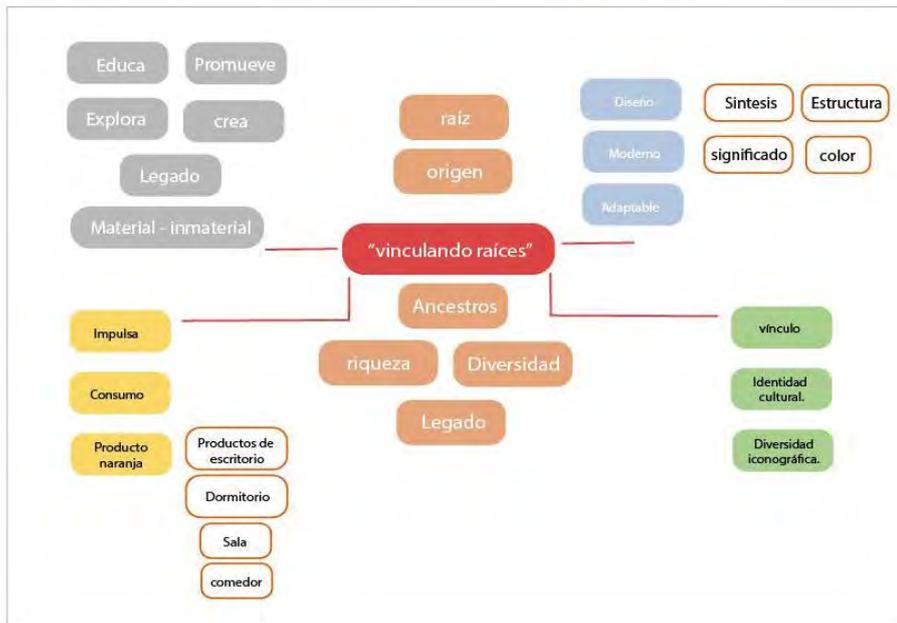


Figura 7. Mapa conceptual de la búsqueda de concepto. Fuente propia (2021).

Posteriormente con el concepto ya definido, se escogió la especialidad de diseño con la cual se desarrollará el proyecto de emprendimiento, que es diseño de productos (identidad corporativa, branding y packaging). Finalmente se realizó un moodboard el cual está compuesto por una serie de imágenes que se vinculan con el siguiente concepto *“Diferentes etnias con un vínculo de admiración y amor por su diversidad cultural, las cuales promueven y mantienen el origen de sus raíces como identidad y legado ancestral”* donde se reflejan la diversidad y riqueza iconográfica peruana precolombina en un entorno que representa nuestro pasado y presente. Dentro de la composición se muestra un personaje principal que representa las diferentes etnias que existen en nuestro país, el cual está unido a una sola raíz que crea el vínculo de origen con nuestras culturas actuando como unión y nexo con nuestro pasado.



Figura 8. Moodboard del concepto hecho a base de imágenes del internet. Fuente propia (2021).

Luego de haber planteado el concepto y la creación del moodboard, se desarrolló una paleta de colores y selección de tipografías que se complementen con el lenguaje gráfico que se propone en la composición y se puedan integrar todas las piezas desarrolladas en el proyecto y reflejen el concepto con el cual se pretende llegar. La paleta elegida se optó debido a que se quería mostrar la iconografía adaptada en un contexto más contemporáneo; los colores encendidos son gracias a la diversidad y riqueza cultural que existe en nuestro país y en sus tonalidades que brindarán un estilo Pop.

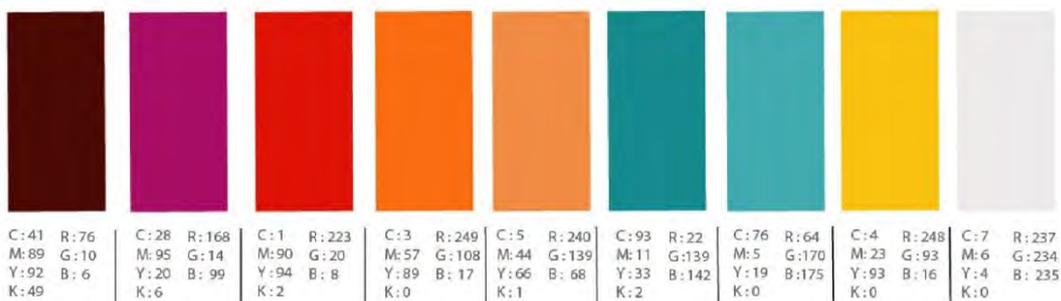


Figura 9. Paleta de colores del emprendimiento creativo Saphi. Fuente propia (2021).

Se eligieron tipografías de la familia Sans Serif que derivan el Typo Slab y Minion Variable Concept, las cuales exhiben contrastes moderados, pero a la vez fuertes por la serifa que suele ser pesada, ya que se prestan a un estilo geométrico y sólido el cual se adapta al estilo

que pretende mostrar la marca creada, resaltando este sentido iconográfico precolombino por sus formas rectas, alargadas y sólidas. La segunda tipografía Minion Variable Concept acompaña a la tipografía principal Typo Slab, esta contiene ligeros contrastes gruesos y finos junto a remates cuadrangulares que proyectan el estilo al que se quiere llegar con el proyecto con sus formas elegantes y delgadas, pero a la vez formal que también se darán uso en cuerpo de texto. Por último, se optó por la tipografía Dinasti que refleja esta solidez, pero a la vez este sentido de dinamismo y amigabilidad por sus terminaciones curvas que además dan un sentido de fortaleza.

Minion Variable Concept

ABCDEFGHIJKLMN
 OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmn
 opqrstu
 0123456789

Figura 10. Tipografías principales escogidas para emprendimiento creativo Saphi. Fuente propia (2021).

Typo Slab

ABCDEFGHIJKLMN
 OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmn
 opqrstu
 0123456789

Figura 11. Tipografías principales escogidas para emprendimiento creativo Saphi. Fuente propia. (2021).

Dinasti

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTU
0123456789

Figura 12. Tipografías principales escogidas para emprendimiento creativo Saphi. Fuente propia (2021).

Metodología de la Validación

Para poder comprobar el funcionamiento de este proyecto se utilizará la validación a través de un juicio de pares. Este método consiste en un grupo de profesionales relacionados al tema del proyecto, como por ejemplo profesionales en el área de diseño gráfico, identidad de marca, entre otros; los cuales han puesto en evidencia la pertinencia, los diseños y alcance del proyecto.

Cabe mencionar que entre los reconocidos profesionales que han evaluado el proyecto se puede contar con el reconocimiento del artista, diseñador gráfico, grabador y serigrafista alemán-ecuatoriano Peter Mussfeldt, quien tiene gran trayectoria en creación de souvenirs y material utilitario para distintas organizaciones. Sumando a esto la creación de la serie de soles y pájaros en tapices basados en la cultura precolombina y de la línea de camisetitas con imágenes de las Islas Galápagos, que impulso con ello una nueva industria turística para el Ecuador y otros países latinoamericanos.

Otro de los profesionales que respaldan el proyecto es Osvaldo Gaona, profesor, diseñador gráfico e ilustrador mexicano quien se le ha otorgado el título de “embajador del Diseño Latino” por haber ganado varios premios nacionales e internacionales en el campo del diseño, cuya obra aparece en varios libros y publicaciones nacionales e internacionales.

Junto a estos se incluye a Enrique Vargas, diseñador joven peruano con magister en diseño gráfico otorgado por la USIL y profesional especialista en fotografía y gestión de marca. Y Alicia Álvarez una de las principales diseñadoras cubanas especialista en marca.

Los cuales analizaron el proyecto de emprendimiento creativo y determinaron que si es una vía posible para solucionar el problema planteado. Este tipo de validación es una manera eficiente para comprobar el funcionamiento del proyecto sin tener que aplicarlo en forma física en la realidad, ya que esto conlleva una serie de dificultades que impiden reproducir aún los productos por el contexto que se está atravesando.

CAPÍTULO IV.

Concepto.

A través del análisis que se realizó durante la investigación se usaron herramientas de apoyo, como un mapa conceptual (Figura 2) en el cual se colocó palabras claves que definen el proceso, como diversidad, vínculo, ancestros, legado, raíz y etnias, que fueron palabras concretas para definir la búsqueda del concepto.

Gracias a todos estos elementos unidos se llegó a la idea de “Diferentes etnias con un vínculo de admiración y amor por su diversidad cultural. El cual promueve y mantiene el origen de sus raíces como identidad y legado ancestral” que conceptualiza el proyecto con el tema de **vincular raíces**. “Las raíces siempre quedarán, el vínculo nunca se perderá”, porque estamos atados a un sentimiento de amor y admiración por lo propio. Luego del proceso creativo del concepto, se buscó la palabra en quechua “saphi” que significa raíz que es el origen, el comienzo, el soporte y centro de todo lo que nace.

Debido a esto nace el emprendimiento creativo “Saphi” que busca difundir, educar y explorar la gran diversidad iconográfica peruana a través de la reinterpretación de nuevas composiciones basadas en patrones iconográficos precolombinos aplicados en diseño utilitario.

Descripción del Proyecto de Diseño.

El proyecto “Saphi”, consistió en la creación de un emprendimiento creativo el cual difundirá la gran diversidad iconográfica precolombina peruana a través de la reinterpretación y creación de nuevas composiciones aplicadas en diseño utilitario.

El diseño utilitario promoverá este contenido histórico y diverso, que se adaptará al contexto del público y al objetivo que se pretende proyectar en base a sus características y aptitudes.

Comenzando así por la cultura Chancay, la cual se reinterpretará en base al tema de iconografía marina donde se crearán y fusionarán patrones reinterpretados con una estética

suelta y lúdica, los cuales recreen escenificaciones que nos permitan conocer su simbología y el significado que tenían estos para los antiguos peruanos.

Para la primera campaña de Saphi se lanzará el tema “Verano Chancay” debido que al ser una cultura costera y su iconografía representa al mar y a las criaturas que habitan en él se realizará una fusión entre el concepto de verano y las piezas que lo representan. Dando por resultado la creación de productos para la estación de verano, como bolsos de tela, mochilas, toallas, pantuflas, poli vestidos (unisex-oversize), mascarillas protectoras, entre otros productos.

A través del diseño re-interpretativo, se volverá a reconectar a las personas con su pasado ancestral, el cual no solo eduque sino amplíe el conocimiento de la gran diversidad iconográfica que existe en el Perú. Es por esta razón que todos los productos Saphi estarán acompañados de un nuevo lenguaje narrativo almacenado en un código QR los cuales contendrán la historia de los símbolos de cada pieza, que se ubicará en todas las etiquetas de los productos.

Por último, el proyecto de emprendimiento creativo trabajará la identidad de marca, que involucrará al empaque, etiqueta, página web y manejo de redes sociales que exhibirán los productos para que tengan mayor éxito dentro del mercado. Sumado a esto, el aprovechamiento de las redes sociales será un medio de difusión visual que promoverá el mensaje de valor cultural que se diversificará por diferentes canales; no solo en productos utilitarios, sino talleres, exposiciones, transmisiones en YouTube, creación de aplicaciones, etc., que ayudarán a fortalecer la marca y el mensaje con el que se quiere llegar.

Objetivos del proyecto.

Para poder realizar este proyecto se establecieron objetivos principales: difundir la gran diversidad y riqueza iconográfica que existe en nuestro país, innovar y revalorizar la

iconografía informando y educando sobre la misma, y explorar el significado de cada cultura en la historia. Creando un vínculo de amor y orgullo por lo nuestro.

Diseño de la Comunicación.

Para que la comunicación sea clara a través del emprendimiento y esta tenga resultados favorables se definió quien comunica el mensaje, a quién se le comunica y el rol que cumple cada uno de los actores involucrados.

El protagonista del proyecto y el encargado de la comunicación será la marca “Saphi” emprendimiento creativo, la cual será responsable de dar a conocer la gran diversidad iconográfica a través de la reinterpretación y creación de nuevas composiciones modulares inspiradas en la iconográfica Chancay. Esta creará un lenguaje narrativo moderno adaptado a un contexto más contemporáneo, tomando formas de la iconografía y reinventándolas a través de un lenguaje de vectores que permitirá fusionar formas básicas con símbolos que se adapten a la actualidad de manera lúdica y creativa ayudando así a crear un enlace entre la persona y sus raíces.

Los actores a los cuales se va a comunicar es un público objetivo consumidor de diseño utilitario, para los cuales va dirigido el emprendimiento siendo el grupo objetivo principal; en segunda instancia podemos tomar a los estudiantes de diseño que debido a su carrera se mantienen abiertos a recibir diferentes influencias y están prestos a adquirir, explorar y conocer nuevas formas, tendencias y propuestas de arte y diseño. Por otro lado, también se pretende llegar a un público en general que desconozcan la existencia del diseño iconográfico aplicado en elementos utilitarios, pero que a través del emprendimiento y sus piezas se pueda llamar su atención invitándolos a explorar sus raíces y generar un enlace por medio de las piezas y su contenido histórico de una manera creativa.

Una vez definidos los actores con los que la marca se quiere comunicar, se establece las estrategias de cómo se llevará a cabo. Este proyecto cuenta con tres fases: el diseño de piezas utilitarias, estrategia creativa (lanzamiento de “Verano Chancay”) y creación de redes.

La comunicación del emprendimiento “Saphi” seguirá los siguientes pasos:

-Creación de piezas o mockups con el diseño iconográfico elegido, en este caso verano Chancay, elementos marinos como aves, peces y crustáceos.

-Un código QR vendrá impreso en la etiqueta de cada producto Saphi, que una vez escaneado servirá como un vínculo hacia la página web que funcionará además como plataforma educativa, donde se explicará la historia, cosmología y cosmovisión detrás de cada patrón usado en los diseños.



Figura 13. Proceso de escaneo del código QR Saphi. Fuente propia (2021).

-Creación de redes sociales (Instagram, Facebook, YouTube, Tik Tok), donde tengan información sobre la marca y que es lo que desea comunicar.

-Anuncios de colecciones del kit, fotos, consejos, post, videos, anuncios con historias, anuncios por secuencia y anuncios con presentación.

-Sé pretende tener ingreso a museos o galerías para mostrar las piezas con diseño utilitario (realización de montajes), con el fin de fomentar y difundir la marca y su valor temático y de contenido cultural.

Medios. E-mail marketing. Plataformas de comercio electrónico. Redes sociales. Portal web.

Descripción del público objetivo.

La investigación se basa en un público consumidor de diseño utilitario, que oscilan entre los de 25 y 35 años, adultos/jóvenes que les guste frecuentar galerías, ferias y tiendas físicas o virtuales de arte. Este público es explorador y abierto a conocer nuevas propuestas estéticas con temas culturales e históricos, y que también son abiertos a experimentar con nuevas tendencias. También se tiene apertura a un público externo como estudiantes de arte y diseño, y público en general de otras carreras y que les llame la atención la apreciación histórica, de innovación y creatividad.

Se utilizaron herramientas metodológicas como entrevistas, testimonios de emprendedores que están dentro del rubro, los cuales apoyaron a la estructuración y recolección de datos.

Según el resultado que se dio en las investigaciones realizadas se establecieron ciertas características del público consumidor: público de 25 a 30. Los cuales eran trabajadores dependientes e independientes, con experiencia o conocimiento en el uso de herramientas tecnológicas. Utilizan aplicaciones (redes sociales) entre otras (Zoom, Discord, entre otras).

Adquieren artículos que tengan que ver con diseño, apreciando su valor innovador. Manejan un lenguaje conocedor de diseño y arte básico, les llama la atención todo lo involucrado al diseño y su desarrollo. Adquieren artículos que tengan que ver con diseño, apreciando su valor estético y conceptual (contenido literario). Limitan sus conocimientos a elementos y tendencias de diseño extranjero o moderno. No exploran o tienen curiosidad en rescatar formas y elementos con contenido histórico.

Piezas Gráficas.

Las piezas gráficas y productos planteados dentro del emprendimiento creativo “Saphi” son diversas y se complementan con la marca. Como primera pieza se tiene al logotipo, el cual ha sido inspirado en uno de los patrones de la textilería Chancay, este contiene al isotipo que representará a la marca, el cual simboliza un pez dentro de un ave que contiene elementos escalonados que significa dualidad, ascendencia y trascendencia. Sé utilizó este isotipo por dos razones: por ser la primera cultura de investigación y la fuente de inspiración que aperturará el tema “Verano Chancay”.



Figura 14. Estudio de síntesis del logotipo Saphi. Fuente propia (2021).

Además, el logotipo también está acompañado de una tipografía bastante sólida con terminaciones redondas que a la vez muestran la fortaleza y amigabilidad que quiere mostrar la marca, ya que se presta con el estilo del isotipo y refleja el sentido precolombino y cultural que quiere demostrar Saphi. Seguido a esto, el logotipo cuenta con el eslogan “vinculando raíces” ya que es parte del concepto y es lo que busca la marca, que a través de los productos que ofrecerá Saphi sé creé un vínculo entre esta y las personas.

Se desarrollaron cuatro variantes del logotipo e isotipo en base a la estética lineal y colores más representativos de la marca como el marrón, naranja y turquesa; que representan la madre tierra (marrón), naranja (modernidad) y turquesa (el mar, minerales) que eran elementos que las culturas precolombinas poseían. De forma que estos sean adaptables y versátiles en diferentes tipos de soportes y materiales, ya sea papelería, packaging impreso o un soporte digital.



Figura 15. Logotipo Saphi. Fuente propia (2021).



Figura 16. Variaciones de logotipo Saphi. Fuente propia (2021).



Figura 17. Variaciones de isotipo Saphi. Fuente propia (2021).

Con el logotipo desarrollado, se realiza el análisis estructural de la iconografía seleccionada para la creación de nuevas composiciones que serán aplicadas en piezas utilitarias ya antes mencionadas con el tema de “Verano Chancay”. Realizando así una reinterpretación en diseño iconográfico que se aplicará en toallas, bolsos de mano, polos (unisex- oversize), pantuflas y tapabocas. Una de las próximas metas de Saphi es que se aperture en el diseño de interiores (cocina, baño, sala, comedor y dormitorio) y diseño de ropa haciendo énfasis

en objetos de uso diario y utilitario; adaptándose a las diferentes estaciones del año y festividades. Incursionando en el diseño de mayólicas, baldosas, cerámicos, cojines, cortinas, muebles, etc.

La simbología utilizada para la reinterpretación gráfica y aplicación para las piezas de verano es iconografía animal, figuras de peces, aves, diseños antropomorfos y geométricos que se aprecian en la textilería; esto incluye tapetes y mantos. Se realizó una síntesis de animales marinos que por lo general tenían un significado de riqueza y abundancia, debido a que el mar fue determinante y tuvo un papel trascendental en el desarrollo social, económico y de producción artística de los Chancay.

Los patrones de estas simbologías estaban aplicados en base a la técnica muy similar a la del entrelazado (interlocking). Las formas que fueron rescatadas de cada icono son escalonadas y direccionales (ascendencia); en algunos casos hay formas envolventes en las aletas de los peces, también se rescató formas decorativas que contenía cada pez de forma interna. Los colores más utilizados por los Chancay fueron el blanco: día, negro: noche, amarillo: amanecer, rojo: atardecer, estos colores también eran utilizados en el Tahuantinsuyo y regiones aplicando la forma-color.

De cada sistema modular se rescató el módulo repetido, luego se realizó una síntesis del mismo reinterpretándolo con una estética bastante suelta y dinámica. Para que finalmente se proceda a la individualización de los módulos, puesto que estos estarán disponibles para la creación de una nueva narrativa gráfica infinita.

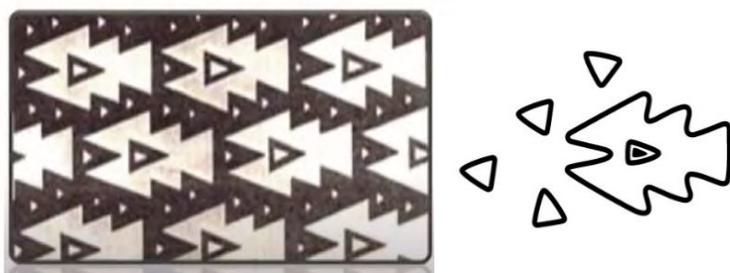


Figura 18. Sistema modular textil Chancay y reinterpretación Saphi. Fuente propia (2021).

A continuación, se presentará los elementos marinos chancay y la división por columna que se realizó para su síntesis y proceso creativo.

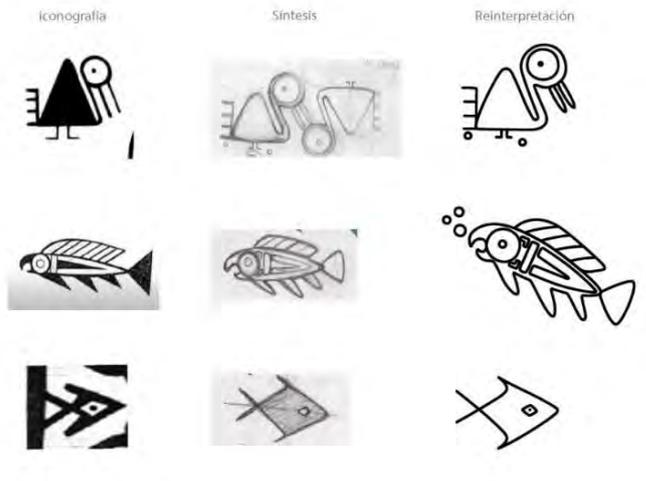


Figura 19. Estudio de síntesis iconográfica saphi. Fuente propia (2021).

ELEMENTOS MARINOS CHANCAY

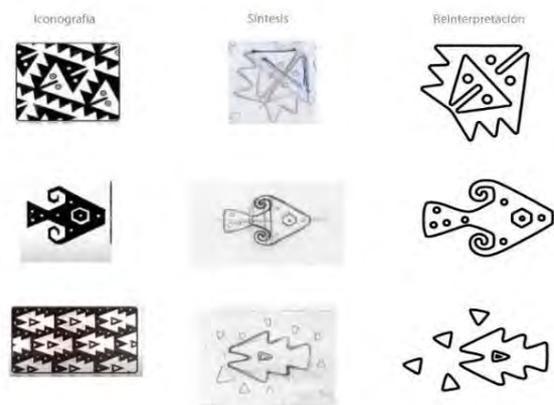


Figura 20. Estudio de síntesis iconográfica saphi. Fuente propia (2021).



Figura 21. Estudio de síntesis iconográfica saphi. Fuente propia (2021).

Dentro de la reinterpretación de iconos también se rescató la representación de simbología (anexo 7 y 8) de figuras geométricas, a menudo repetitivas, que evocan signos ideográficos de un antiguo alfabeto, cuyo sistema de escritura era usado por la cultura Chancay y que mantenían un significado religioso que se usaba expresar su forma de vivir y de conocer el mundo. Cada símbolo tenía un significado el cual se manejaba de forma constante y era influencia para crear composiciones y representar su valor sagrado en sus obras. Se encontrará el significado de las fuerzas opuestas, el universo, la forma de representación de la luna y sus variantes y que figura utilizaban para representar el mar y el Inca, que era lo más sagrado para ellos. A continuación, se muestra el estudio de síntesis que se reinterpretó en base a su simbología que acompañara más adelante a las composiciones propuestas. Estas se dividieron en dos columnas donde se encuentra el símbolo y su significado, cabe recalcar que se utilizó la misma estética con un trazo suelto y dinámico.

SIMBOLOGÍA QUE ACOMPAÑA A LAS COMPOSICIONES

SÍMBOLO	SIGNIFICADO	SÍMBOLO	SIGNIFICADO	SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Dos fuerzas opuestas		Universo		Sol que pide a Pachacamac
	Luna menguante y luna creciente		Ascendencia , tierra		Representación del mar
	Vagina y línea del pene organo fecundado fuerza opuesta, ver		Universo		Principio
	Inca				

Figura 22. Estudio de síntesis de simbología Chancay. Fuente propia (2021).

Una vez realizada la síntesis de cada módulo y simbología se procede a la creación y composición de una nueva narrativa gráfica. De las composiciones creadas, la primera representa la fauna marina, abundancia de peces, que es acompañada de formas ondeadas, que representan el mar y la segunda composición representa animales aéreos – terrestres

(como pelicanos y cangrejos) que están acompañados de símbolos geométricos que representan al Inca, a las fuerzas opuestas, la ascendencia y el universo; los cuales tienen un peso histórico y simbólico en la cultura precolombina chancayana. Esta propuesta estética es diversa, ya que puede fusionar entre sí su simbología e iconos, y así crear nuevos mundos con contenido histórico a través de composiciones (anexo 10) lúdicas formando patrones nuevos, constantes e infinitos. Es una estética que se repetirá y se mantendrá como estilo gráfico en futuros proyectos de iconografía precolombina peruana del emprendimiento “Saphi”.



Figura 23. Composición “Abundancia de peces”. Fuente propia (2021).



Figura 24. Composición Animales aéreos - terrestres. Fuente propia (2021).

La estética Saphi está basada en elementos lineales que provocan un ruido visual por la saturación de formas repetitivas con un estilo animado de garabato, que da como referencia a un estilo de grafiti en base a líneas sueltas. Saphi quiere recrear patrones iconográficos a través de una estética más popular, adaptativa y contemporánea la cual lleve este contenido simbólico e histórico y que se puede adaptar a todo tipo de época. A través de esta estética se quiere educar de forma lúdica y divertida, la cual envíe el mensaje que “existe esta gran diversidad iconográfica” en el Perú y que podemos reinterpretar, adaptar y sobre todo conocer.

Las composiciones Saphi serán con líneas sueltas superpuestas en colores sólidos de acuerdo a la paleta propuesta, en algunos casos, los patrones se rellenarán para destacar personajes o elementos, jugando con el relleno, línea y color sólido.

CONTRASTES DE COLOR QUE UTILIZARÁ SAPHI EN SUS COMPOSICIONES



Figura 25. Juego de contraste y aplicación de color “Saphi”. Fuente propia (2021).

COMPOSICIÓN 1



Figura 26. Aplicación de juego de contrastes en composición1 “abundancia marina”. Fuente propia (2021).

COMPOSICIÓN 2

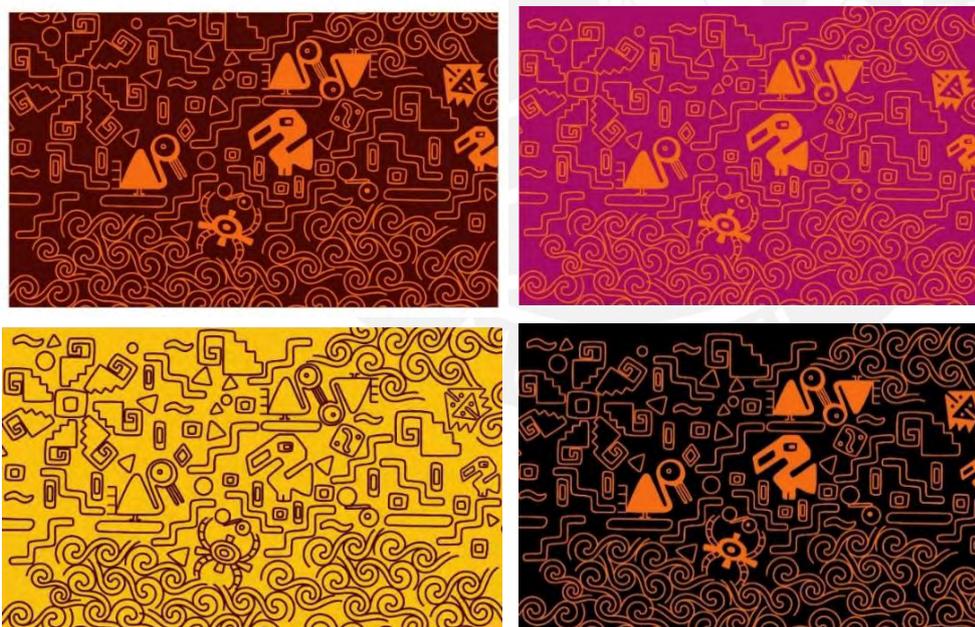


Figura 27. Aplicación de juego de contrastes en composición2 “animales aéreos - terrestres”. Fuente propia (2021).

Paso siguiente se realizará la creación y aplicación de las composiciones en las piezas utilitarias para el verano Chancay.

Cada uno de los productos Saphi llevará su ilustración en base a patrones iconográficos reinterpretados de la cultura Chancay, adoptándose a las necesidades de los usuarios, en este caso a la estación de verano; posteriormente se adaptará al resto de estaciones, así como también a productos utilitarios necesarios para el hogar. La vestimenta Saphi incluirá polos unisex-oversize, tapabocas, toallas y pantuflas los cuales tienen cualidades como ligereza, comodidad, flexibilidad y protección para salir o estar en casa.

El primer producto que es el polo Saphi te brindará personalidad y se adaptará a muchas morfologías de cuerpo y estará disponible en un juego de colores en base al contraste de líneas y colores sólidos de fondo de acuerdo a la paleta propuesta por la marca.



Figura 28. Aplicación de composiciones en polos unisex-oversize. Fuente propia (2021).

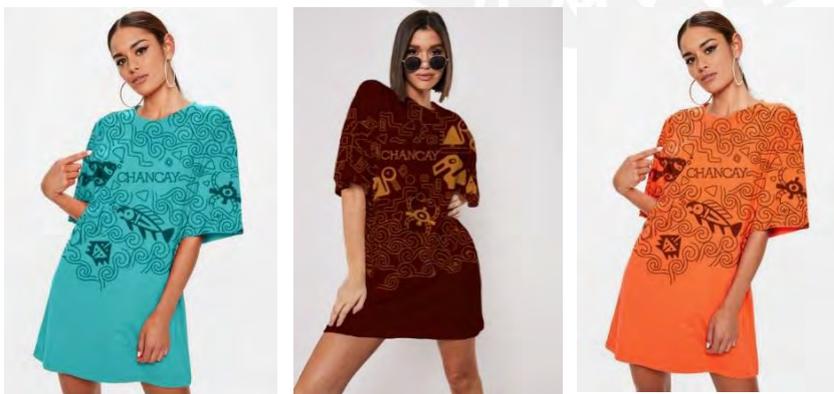


Figura 29. Aplicación de composiciones en polos unisex-oversize. Fuente propia (2021).

Como segundo producto y aprovechando las cualidades de los tapabocas que hoy se utilizan como una prenda de vestir más y con un sentido de protección, se considera que es el lienzo ideal para poder plasmar las composiciones debido a que es un accesorio versátil y portátil que llama la atención. Es por ello que se han usado tres paletas de colores con líneas superpuestas en diferentes tonalidades mostrando los módulos reinterpretados de los animales marinos de Chancay.



Figura 30. Variaciones de diseño tapaboca Saphi. Fuente propia (2021).

Como tercer y cuarto producto, las pantuflas y toallas fueron consideradas por la temporada de verano porque son accesorios útiles de acuerdo a la época y se pueden utilizar de manera constante y cotidiana. Con referente a las composiciones utilizadas se proyectaron de manera completa, reflejando el nuevo lenguaje gráfico narrativo que expresa la marca en base a sus formas saturadas y dinámicas.



Figura 31. Variaciones de color en base a composición 1 "abundancia marina" -toalla. Fuente propia (2021).



Figura 32. Variaciones de color en base a composición 1 “abundancia marina” pantuflas. Fuente propia (2021).

Y por último la mochila-bolso Saphi además de servir como contenedor está ideado para brindar comodidad a donde se vaya, ya sea la playa o incluso el parque. Dado que se puede transformar en un pareo portátil sobre el cual el usuario podrá reposar en cualquier superficie colocándolo como base de protección. Así mismo este será de un material sintético resistente que le permita soportar el terreno en el cual sea colocado. El isotipo principal de la marca estará adelante del bolso que servirá como bolsillo externo para poder guardar objetos. También se creará un bolso de tela ecológica el cual se adapte a todo tipo de actividad cotidiana.

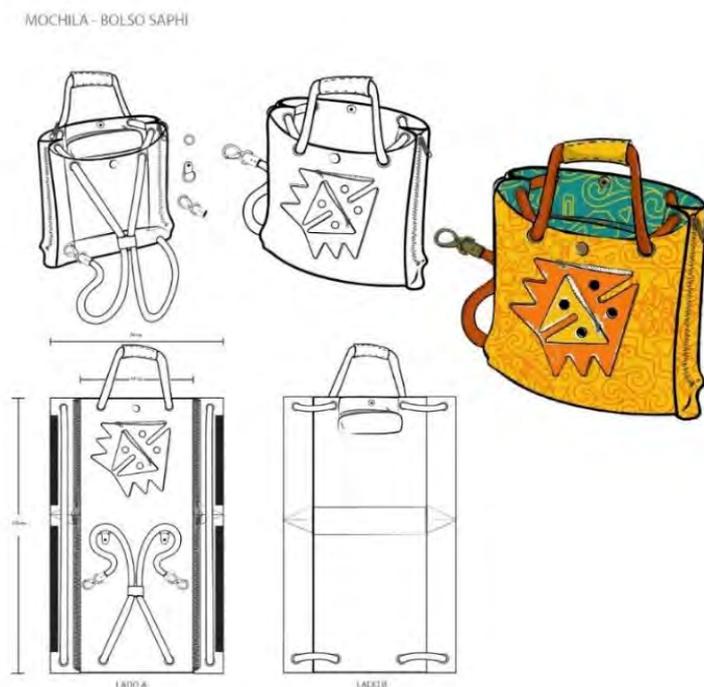


Figura 33. Ilustración de estructura de mochila – bolso Saphi. Fuente propia (2021).



Figura 34. Bolso de tela Saphi. Fuente propia (2021).

El siguiente paso de Saphi pretenderá introducirse en el mercado de artículos para el hogar, como útiles de escritorio, artículos de cocina, ropa, diseño de interiores (anexo 10), etc.



Figura 35. Aplicación de otros productos Saphi. Fuente propia (2021).

Los productos Saphi tendrán un hantag el cual contendrá un módulo de almacenamiento (código QR) que servirá para conocer la historia de los símbolos iconográficos reinterpretados, su cosmogonía, cosmovisión y cosmología usados en cada uno de los diseños. Además, el código QR llevará al usuario a la página de Saphi, donde no solo conocerá la historia sino podrá conocer el concepto de la marca y su objetivo como emprendimiento creativo.



Figura 36. Variaciones de hantag y etiqueta. Fuente propia (2021).



Figura 37. Anuncio Saphi dentro de la página web. Fuente propia (2021).

Independientemente, la página web (anexos 11, 12 y 13) dará un mayor alcance a la marca, mostrara su imagen como emprendimiento creativo, quienes la integran, los productos que ofrece y como conseguirlos. Cabe recalcar que esta es una primera propuesta de página web que con el paso del tiempo se irá mejorando y adaptando a las necesidades de los consumidores.

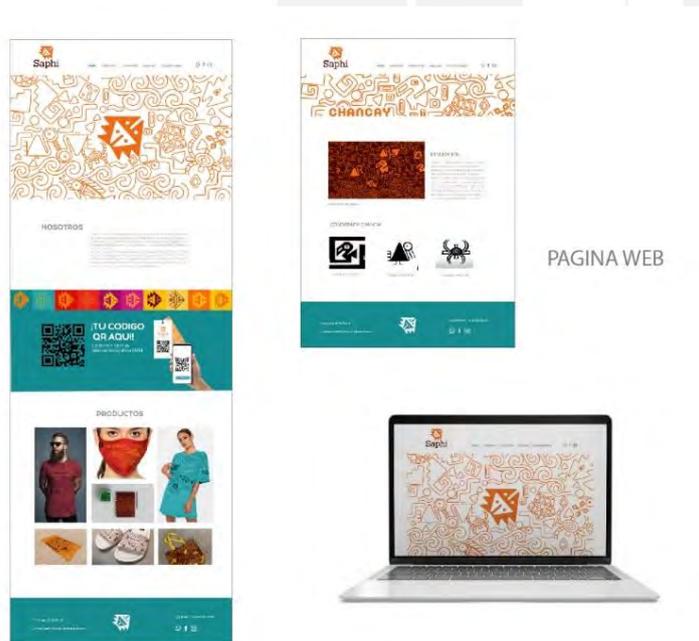


Figura 38. Propuesta de página web. Fuente propia (2021).

El empaque de los productos Saphi no solo servirá de contenedor, puesto que tendrá una función interactiva de armable en forma del isotipo de la marca que vendrá impreso en el interior del empaque. En este caso el pez será una alcancía del mismo material del packaging

(cartón ecológico), esto ayudará a que el usuario interactúe más con la marca, aprenda de forma lúdica a conocerla y sobre todo a reciclar.



Figura 39. Propuesta de packaging. Fuente propia (2021).

Las redes sociales se utilizarán como medio publicitario para promocionar la marca y sus objetivos, así como también para educar y dar a conocer la amplia iconografía precolombina de nuestro país por medio de historias, posts, concursos, sorteos, talleres, etc. Saphi abarcará las siguientes redes sociales: Instagram, Facebook y Tik Tok (Anexo 9)



ALCANCIA DE CARTÓN ECOLÓGICO SAPHI

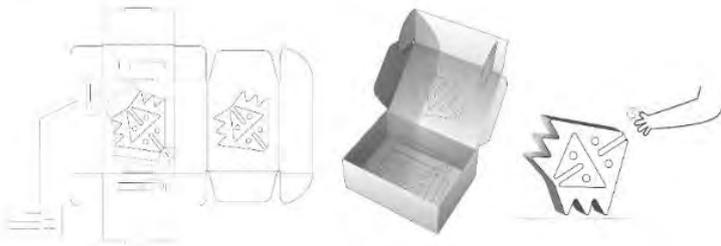


Figura 40. Propuesta de pantalla Facebook. Fuente propia (2021).



Figura 41. Propuesta de pantalla Instagram – lanzamiento y creación de iconos para Instagram. Fuente propia. (2021).

TIK TOK



Figura 42. Propuesta de pantalla Tik Tok. Fuente propia (2021).

Juicio de pares.

Para Saphi ha sido todo un honor haber recibido comentarios (anexos 14,15,16 y 17) positivos de reconocidos diseñadores en especial de Peter Mussfeldt Steinbach, diseñador gráfico y artista ecuatoriano- alemán, que considera importante el proyecto, ya que aporta el acercamiento de las culturas ancestrales con nuestro presente recreando y actualizando la importancia de la iconografía precolombina para adecuarse a una época actual. Otra personalidad del diseño como Osvaldo López Gaona, diseñador gráfico e ilustrador mexicano, que opina que el proyecto es limpio y sintéticamente bien logrado, y que al igual que Peter Mussfeldt, vincula la gráfica precolombina con una más

contemporánea dando pie a composiciones lúdicas de patrones alternos que crean una atmosfera que aplica, vive el color y forma de manera inteligente. Existiendo así simplicidad y funcionalidad efectiva del mensaje emitido, mismo que sin necesitar interlocución, genera un acercamiento emotivo. Siguiendo con los comentarios, la diseñadora gráfica cubana Alicia María Álvarez Álvarez, especialista en marca, reconoce que Saphi constituye un aporte importante a la cultura nacional, rescatando valores culturales e históricos y cumpliendo con requerimientos de conceptualización, adaptabilidad y alto nivel creativo conceptual. Y finalizando, la mirada de un colega joven diseñador, fotógrafo y Maestro Enrique Vargas expresa como el proyecto aporta un mensaje claro marcando un objetivo con posibilidad de trascender nacional e internacionalmente, fomentando así la identidad peruana a través de un lenguaje gráfico lúdico y atractivo visualmente siendo de gran importancia su implementación en el mercado cultural.

Cada uno de ellos evaluó el proyecto desde su área, relacionando el problema en cuestión y consideraron que el proyecto cumplía con las pautas necesarias para ser una buena solución al problema. Otorgando viabilidad junto con sus respuestas y comentarios (anexos 17, 18 y 19), en el cual daban su opinión sobre la validez del proyecto y algunas recomendaciones para mejorarlo.

Las recomendaciones y observaciones permitieron mejorar detalles del proyecto, de forma que éste se encuentre en un estado óptimo y completo, para cumplir con los objetivos planteados como marca y emprendimiento creativo.

RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES

El proyecto Saphi permite vincular a un público consumidor de productos utilitarios con el origen o fuente de dicha inspiración permitiendo generar identidad con la historia, a través del conocimiento y acercamiento a la cultura fuente de inspiración.

Este emprendimiento no solo es usar iconografía de alguna cultura precolombina sino el estudiarla y saber de dónde proviene y cómo poder inspirarse de la mejor manera. En el caso de la cultura Chancay no fue elegida al azar sino más bien al tener el reto de hacer una campaña de verano se estudiaron las culturas costeñas entendiendo su cosmovisión y el porqué de los gráficos empleados estableciendo una conexión conceptual que permitan ser una fuente de inspiración válida para el propósito estético.

Del mismo modo se recomienda usar el resto de culturas precolombinas buscando una conexión conceptual con la campaña a desarrollar. Utilizando la cosmogonía, cosmología y cosmovisión de cada una de las culturas precolombinas para poder inspirar y explorar nuevas creaciones y motivos, donde se puedan aplicar a más productos utilitarios temáticos.

Se puede concluir que lejos de utilizar la iconografía con un fin únicamente estético su uso permite generar un vínculo al conocimiento, entre el consumidor final y la historia, a través de Saphi la conexión entre la prenda, el usuario y la historia permite generar orgullo e identidad.

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

Anónimo. (s.f.) Culturas - Información de las culturas del Perú. Recuperado de: <http://www.yajutoys.com/culturas.html>.

Carlson U. (Julio, 2010). Iconografía Andina - Interpretación del simbolismo en antiguos tejidos peruanos. Lima, Perú: Los Pinos.

Chávez N. (s.f). Aclaraciones sobre el concepto de “innovación”, su manifestación en el diseño en general y sobre el diseño gráfico en particular. Recuperado de: https://www.norbertochaves.com/articulos/texto/disenio_e_innovacion
[del Solar S. et al. \(2017\). Guía sobre declaraciones del patrimonio cultural inmaterial como patrimonio cultural de la nación. Lima, Perú. CECOSAMI.](#)

Círculo de bellas artes (2008) La utilidad en el diseño. Madrid, España. Consorcio del círculo de bellas artes.

Consorcio de Círculo de Bellas Artes (2008) La utilidad en el diseño. Madrid, España. Ministerio de industria, turismo y comercio.

Correa M. (2010) El diseño y su intervención en la cultura local: aportes de los diseñadores a la construcción simbólica de la vida cotidiana. La Plata, Argentina. Universidad Nacional de La Plata.

Izque E. (1926) El arte peruano en la escuela. Paris, Francia. Editorial Excelsior

Gómez Z. (2011). Patrimonio inmaterial se pierde en el país. Diario Correo. Recuperado de: <https://diariocorreo.pe/peru/patrimonio-inmaterial-se-pierde-en-el-pais-536411/>

Príncipe J. (2019) La recreación iconográfica de las culturas ancestrales peruanas como propuesta visual para el fortalecimiento del imaginario en los jóvenes de 20 a 30 años de edad. Lima, Perú. Universidad San Ignacio de Loyola.

Rodríguez M. (2005). Introducción general a los estudios iconográficos y a su metodología. Excellence.

Rojas E. (Marzo, 2007). Actas de Diseño N°2. Buenos aires, Argentina.

Royo C. (2010). Croyo Arte - Llimp'ikuna Color Andino - Perú. España: Carlos Royo.

Sondereguer C. (Setiembre, 2003). Manual de iconografía precolombina y su análisis morfológico. Buenos Aires, Argentina: NOBUKO.

Vargas C. (2011). Una visión del Perú a través del arte decorativo: El arte peruano en la escuela de Elena Izcue. Piura, Perú. Mercurio Peruano.

Velandia C. (1994) San Agustín - Arte, estructura y arqueología. Bogotá, Colombia. Presencia editorial.

Ziegler G. (2018). El punto de inflexión del diseño peruano. Cosas. Recuperado de: <https://cosas.pe/casas/146779/el-punto-de-inflexion-del-diseno-peruano/>

“El diseñador gráfico José Luis Príncipe de Lama sobre la identidad cultural inmaterial”. (Príncipe J., comunicación personal, 24 de junio de 2020)

“Andrea Medrano Moya sobre la creación del personaje Milco de los Juegos Panamericanos”. entrevista personal. 16 de junio del 2020

¿Qué es el Diseño de Producto? (s.f) Recuperado de <https://www.easdalcoi-producte.org/que-es-el-diseno-de-producto/>

¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? (2011). Recuperado de: <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>

ANEXOS

Anexo 1. Entrevistas a Andrea Medrano Moya

Actor	¿Qué deseas saber específicamente de este actor?
Diseñadora Grafica (Nos habla sobre su proyecto)	Me interesa saber cómo fue el proceso que tuvo su trabajo, sobre el personaje Milco, este curso me ayudará a tener una perspectiva más amplia de cómo es el desarrollo y la aplicación de la iconografía precolombina en el Perú y como esta se está aplicando en el diseño.

Entrevistado	Andrea Medrano Moya- (Creadora del personaje Milco de los Panamericanos)
Cargo	Diseñadora Gráfica - ilustradora
Fecha de la Entrevista	14/06/2020 (entrevista realizada por zoom)

Preguntas

1	¿Por qué elegir la iconografía precolombina dentro del desarrollo de tu trabajo? Siempre me llamó la atención la iconografía peruana y la riqueza de esta, pero básicamente se dio en mi trabajo por el concurso de los Panamericanos cuando aún era alumna
2	¿Por qué elegir la cultura Chancay entre todas las culturas? Creo que el Cuchimilco se prestó para el momento preciso para el concurso, muy al margen estaba investigando por internet y creo que no fue una cosa que elegí, sino como ya había tenido un boceto del personaje y lo había trabajado como estudiante, creo que comencé a investigar mucho más sobre el personaje y consideré que se prestaba mucho más para la idea que quería proyectar como personaje representativo.
3	¿Me puedes hablar sobre el proceso de investigación sobre esta cultura en particular? Tuve que investigar y empaparme del tema y de los elementos representativos que tenía el Cuchimilco, esto también me ayudó bastante para poder hacer la síntesis y se pueda adaptar más al contexto, un poco más moderno y prestarse para justamente el sentido de los juegos Panamericanos, el sentido de los brazos abiertos, el tema de dualidad, también el significado de bienvenida y otros elementos que se prestaban para este evento.
4	¿Cómo fue el proceso creativo en el diseño de Milco? Como hace un momento lo mencione fue que Milco lo desarrolle cuando era estudiante y era como un borrador, en proceso, creo que ya tomo más trascendencia cuando ya entre al concurso e investigué mucho más en la web, si fue un poco complicado tratar de realizar una síntesis del

	<p>personaje, ya que tenía que comprenderse y fue aún más difícil saber que en el Perú no se conoce mucho esta cultura y en general la iconografía. Tratar de sintetizar y hacerlo reconocible si fue un poco complicado, pregunte a mis familiares y ni idea de que era un Cuchimilco, no lo reconocían y pues también fue como “pro”, ya que a partir de la creación del personaje también se incentivaría y conocería un poco más la iconografía.</p>
5	<p>¿Me puedes hablar sobre los detalles y riqueza iconográfica de este? y ¿qué valores de identidad cultural rescatas?</p> <p>Hay varios tipos de Cuchimilco, pero sus características son similares con los brazos extendidos que representan las alas listas para volar, o “bienvenido, estamos aquí”, aleja las malas energías. El Cuchimilco también tiene como una especie de tocado, que se prestó como esta cinta que se colocan los deportistas, los ojos rasgados también un rasgo particular, a los Cuchimilcos también se les conoce como “chinas” por esta característica de sus ojos, el dualismo que también se presentó para la competencia.</p>
6	<p>¿Crees que Milco hizo un cambio de cómo poder aplicar la iconografía dentro del diseño peruano?</p> <p>Si definitivamente considero que marcó, y sobre todo dejó una huella, de identidad cultural, en la cual la gente aprendió sobre cultura por medio de Milco, en el diseño también porque se desarrolló en base a llevar un elemento precolombino a un contexto más moderno y este se pueda adaptar y poder buscar la forma de sintetizar y crear a partir de este el personaje y es la forma que se deben trabajar, explotar y explorar la riqueza iconográfica precolombina, ya que hay de donde, sino que no estamos acostumbrados o simplemente no nos educan para poder tener arraigado esto como identidad o si nos han enseñado nos olvidamos y simplemente no le damos importancia.</p>
7	<p>¿Crees que Milco ha aportado como estilo gráfico adaptable en un contexto más moderno?</p> <p>Sí mucho, me sorprendió como el diseño de Milco se desplegó en 2D y 3D de manera increíble, se trabajó muchas cosas: el muñeco, peluches merchandising, cuadernos de dibujo, talleres donde pintaban a Milco de diferente manera, el solo hecho de como este personaje se adaptó a todo en estampados y demás cosas era increíble porque no solo educaba sino generaba trabajo para mucha gente y la apertura de su aplicación fue enorme en diferentes materiales tanto de manera plana como en 3D. Con referente al estilo gráfico sí, porque Milco se adaptó a un contexto moderno del cual la gente podría recordar y revalorizar de manera inmaterial el recuerdo que tenemos de los Cuchimilcos como historia, como iconografía y sobre todo como identidad peruana.</p>
8	<p>¿Por qué crees que Milco aporta como estilo gráfico en el diseño peruano?</p> <p>Como mencione antes el diseño de Milco es adaptable, se buscó la síntesis y se resaltó elementos que prestarán para la visualización de un mejor lenguaje, que sea comprensible, adaptable, reconocible y sobre todo que quede y trascienda.</p>
9	<p>¿Consideras que la iconografía precolombina es un medio que crea un vínculo histórico?</p> <p>Por supuesto, la iconografía peruana es muy rica, el cual crea un vínculo histórico de recuerdo inmaterial que debe estar perenne y que como peruanos debemos conocer, lamentablemente no</p>

	<p>hay una educación e incentivo en iconográfico y para poder incentivar esto debería existir más talleres y/o concursos sobre este tema.</p>
10	<p>¿Consideras que la creación de Milco es un nuevo lenguaje gráfico, de cómo los diseñadores podemos difundir y fortalecer la iconografía precolombina aplicada a un contexto más moderno y adaptable? ¿Por qué?</p> <p>Si porque, Milco es solo una muestra de cómo se expandió el tema iconográfico por los Panamericanos, pero no solo considero que debe ser momentáneo sino debe ser perenne e ir renovándose siempre este tema de iconografía, creando nuevos lenguajes gráficos que aporten a la identidad y revalorización, que cree productos que generen comercio y trabajo a partir de la renovación, adaptabilidad y creación de nuevas propuestas visuales a partir de elementos iconográficos.</p>
11	<p>¿Crees que Milco es un ejemplo de cómo los diseñadores debemos, explotar más la iconografía precolombina y explorar más nuestra cultura como peruanos?</p> <p>Si como diseñadores estamos en la responsabilidad de poder manejar y tener un soporte bastante poderoso como la iconografía, es un mundo donde se puede explorar, investigar, como dije es importante poder motivar incentivar para educarnos sobre las culturas precolombinas peruanas, y eso no hay mucho por decir que es escaso y no llama mucho la atención y creo que es básicamente porque no le damos la debida importancia y no es muy difundida o se crea medios o formas de poder impulsar más el estudio de estas.</p>
12	<p>¿En el proceso de Milco, tuviste algunos problemas o inconvenientes en el desarrollo del diseño?</p> <p>Si por supuesto no reconocían al personaje, como no sabían quién era, no conocían sus historias, recién cuando salió ganó y aparte la difusión logró bastante la gente de Chancay me ayudó bastante por las redes mis compañeros, profesores, fue básicamente eso por lo que se conoció por eso digo que los medios son muy fuertes y también las estrategias que se puede crear para la difusión.</p>
13	<p>¿Qué mensaje darías a los nuevos diseñadores en formación y que tal vez no le dan mayor relevancia al valor iconográfico precolombino?</p> <p>Que aprovechemos la riqueza iconográfica que tenemos, que se cree un sentido de exploración por lo nuestro y que para fomentar toda esta iniciativa se cree más concursos que puedan dar paso y apertura a revalorizar lo nuestro para que no se pierda. Crear fusiones a partir de nuestra cultura y que esto nos permita explotar el lenguaje iconográfico.</p>

Anexo 2. Entrevistas a José Luis Príncipe De Lama

Actor	¿Qué deseas saber específicamente de este actor?
-------	--

Diseñador Gráfico e ilustrador	Conocer como es el desarrollo de la iconografía peruana su aplicación, exploración y explotación en el diseño, y como está fortalece este vínculo de identidad inmaterial en.

Entrevistado	José Luis Príncipe De Lama - Creador de la Marca Looch cultura y contracultura.
Cargo	Diseñador Gráfico -ilustrador
Fecha de la Entrevista	24/06/2020 (entrevista realizada por zoom)

Preguntas

1	<p>¿Cuál o cuáles crees que son los problemas de difusión iconográfica en el Perú?</p> <p>Las artes aplicadas a códigos iconográficos ancestrales, en base al arte y diseño, hacen más posible que llegue el mensaje a la gente, siendo un medio efectivo de transmisión cultural con fines comerciales.</p> <p>Es importante que las instituciones educativas y culturales tengan mayor presencia.</p> <p>Problemas institucionales.</p> <p>Por experiencias propias y de a llegados, me han comentado en los últimos años los museos han tenido más concurrencia de público jóvenes, llamados a través de la interacción y actividades lúdicas y tratar de hacer para que el museo no sea una experiencia aburrida sino interactiva y esto se podría aplicar en la educación iconográfica y no ver a los elementos iconográficos como aburridos y solo cumplir con un sentido académico (tarea) y este sea más amigable y atractivo para el público joven.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear nuevos cambios discursivos, para que la gente se sienta atraída. • Inversión en este tipo de estrategias, no apoyan con más recursos. • Realidad económica, cuando hay más promoción, hay más inversión y por ende más hay más gente y es más llegadero. • Problemas económicos, instituciones públicas y educacionales. El peruano consume mucho lo de afuera.
2	<p>¿Crees que la iconografía precolombina pasa inadvertida por nuestra sociedad? ¿Y sobre todo en el diseño? ¿Por qué?</p> <p>No puedo decir con datos cuantitativos o cualitativos si existe la falta de carencia iconográfica, pero si he visto que ha habido intentos de trabajo iconográfico en la aplicación en el diseño, que, por diversas causas, como económicas, comerciales, estéticas etc. No se han sabido trabajar de manera adecuada, como obstáculos y experiencias en el comercio.</p> <p>Pero en base a persistencia y de conocer más al grupo objetivo.</p>

	<p>Es variable la realidad de cada persona que quiere emprender con la utilización iconográfica. El hacer arte y diseño en el Perú es difícil, ya que las dificultades económicas es la mayor traba. Si el Perú invertiría más o hubiera más inversores el mercado se movería más.</p> <p>-Información original/ buen proveedor de materia prima</p> <p>Tratar de generar una marca que cree un impacto más allá de la materia prima.</p> <p>-Hay gente que toca iconografía, pero no prospera porque falla en aspectos estéticos, económicos o comerciales.</p> <p>El criterio estético y de estilo es depende del artista y eso se tiene que mantener para que pueda tener un objetivo fijo y presente en el trabajo que se muestra, es importante el tema de investigación y de contenido narrativo, conceptual y de inspiración.</p>
3	<p>¿Crees que se fomenta el valor iconográfico precolombino peruano como espacio de reflexión inmaterial?</p> <p>Son valores intangibles, cuando uno tiene mucho acceso a mucha información visual y eres consciente del lugar de donde vives y de dónde vienes, tienes mucha información y esto finalmente lograra un enriquecimiento en el patrimonio, genera emotivos y te sientes conectado con los lugares debido a esa riqueza cultural y vínculos emotivos y vínculos racionales, y esto enriquece con el trabajo. Fortalece como nación, estos son activos intangibles inmateriales y hacen despertar ese interés por el legado iconográfico.</p>
4	<p>¿Por qué crees que haya una falta de educación iconográfica?</p> <p>Por el aspecto económico, social y cultural</p>
5	<p>¿Consideras que se lleva de manera correcta el manejo de contenido iconográfico aplicado en la enseñanza en diseño?</p> <p>No brindan cursos de diseño iconográfico y sería interesante llevarlo, se descuida esa parte de conocer tus orígenes de artistas visuales e iconográficos, si se estimulara esto en los artistas gráficos aparecería gente emprendedora en el diseño. Y se podría llevar el diseño a otro nivel, así como en la gastronomía peruana. Sería bueno proponer un curso de iconografía.</p>
7	<p>¿Crees que la iconográfica es una herramienta didáctica de formación de identidad cultural?</p> <p>No solo es importante enseñar las formas sino los conceptos, simbología y nivel iconológica, interpretación. La simbología, estructura.</p>
8	<p>¿Por qué crees que sucede este desinterés y pérdida del vínculo inmaterial con nuestro pasado ancestral?</p> <p>Tal vez porque en este tiempo de pandemia la gente está muy involucrada con los medios digitales.</p> <p>Creo que se debería aprovechar el medio visual y es una buena vía para que se propague la información.</p>

	<p>Saliéndonos del tema educativo, El peruano si se siente muy nacionalista y orgulloso de su pasado, pero hay inconvenientes que se tienen que reforzar, el recrear y reconfigurar a partir de un lenguaje visual presto a un contexto ayudaría a poder crear un vínculo más arraigado.</p>
9	<p>¿Por qué crees que es importante crear un nuevo lenguaje, una nueva narrativa en base a nuestra iconografía?</p> <p>Como dije la reconfiguración es una forma de mostrar y crear un nuevo lenguaje, en base a un contenido histórico, hay que tener cuidado de los que haga cada investigador de diseño proponga, dejando claro de que es lo que se pretende con el trabajo.</p> <p>Porque no solo se trabajaría la forma gráfica sino un vínculo de revalorización por medio de la aplicación de un nuevo contexto.</p>
10	<p>¿Qué opinas sobre llevar la iconografía precolombina a un contexto más moderno y adaptarlo más a elementos utilitarios? ¿Y crees que estos crearían un vínculo de identidad?</p> <p>Una iconografía llevarlo a un nuevo soporte y depende de los imaginarios de cada persona de como vea o se asocie con la pieza, es importante, ya que crearia un espacio de enriquecimiento.</p> <p>Un diseñador se rige a un cliente o grupo objetivo esa es la diferencia entre un artista y diseñador.</p>
11	<p>¿Qué tipo de vínculo encontraríamos en una pieza moderna que pueda ser adaptada en base a elementos iconográficos?</p> <p>Elementos que se han de uso cotidiano y que aporten dentro de un determinada actividad.</p>
12	<p>Sé que tienes tu marca llama Looch, ¿por qué Looch? y ¿que rescata Looch como identidad cultural? y ¿en qué o cuales productos se ve reflejado la identidad iconográfica?</p> <p>En la narrativa y la fusión de las historias, vinculando o escenificando el encuentro entre dos personajes, que tengan carga simbólica y planteando diferentes composiciones.</p>

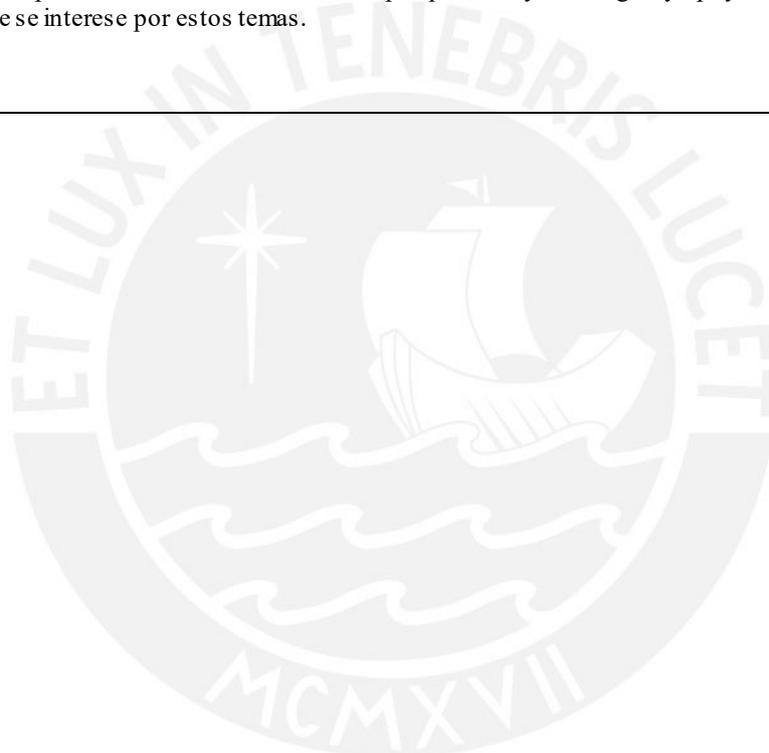
Actor	¿Qué deseas saber específicamente de este actor?
Arqueólogo	Sobre la cultura Chancay y su iconografía

Entrevistado	Julio Cesar Martin Ortiz
Cargo	Jefe del área de cultura de la Municipal distrital de Chancay- teniendo a Cargo al museo.
Fecha de la Entrevista	26-06-2020

Preguntas

1	<p>¿Cuál es tu labor en el museo de Chancay cuanto tiempo, que cargo tienes?</p> <p>Jefe del área de cultura de la municipalidad distrital de Chancay, teniendo conjuntamente el museo a cargo, teniendo un programa que es una sinfónica y algunas oficinas.</p>
2	<p>¿Qué conoces de la cultura de Chancay?</p> <p>Chancay es diverso en técnicas en su arte textil, cerámico, metalurgia y madera.</p> <p>Hay muy pocas representaciones del Cuchimilco, ya que se conoce por el personaje Milko, de los juegos panamericanos, pero hay muchos más y no se los representa.</p> <p>No hay digitalizaciones de piezas, se conocen muy pocas, Chancay como cultura tenía una amplia cosmología representativa.</p>
5	<p>¿Qué problemas o inconvenientes te has encontrado al trabajar en el museo de Chancay?</p> <p>Ahorita tome el cargo en tiempos de covid por ello estamos en buscar estrategias de mitigación y reactivación en el sector cultura.</p>
6	<p>¿Dime todas las piezas se han expuesto en el museo? ¿Están clasificadas? ¿aún se siguen encontrando?</p> <p>No se puede acceder a las piezas, ya que están en problemas, de mantenimiento de conservación no hay catalogación ni nada, son cosas que estamos tomando en consideración. Justamente tomando esto de ejemplo el plan de este año se está basando en tres focos:</p>

	<p>Fortalecimiento de las organizaciones y reactivación de las organizaciones dentro de las culturas vivas.</p> <p>Ver cómo fortalecer las relaciones comunitarias y crear el vínculo desde su actividad y de lo cotidiano</p> <p>Y por último recuperación del patrimonio histórico mueble –inmueble</p> <p>En este trabajo estamos y con todos los problemas por el contexto que se está presentado es más dificultoso.</p> <p>La municipalidad no ha ido muy bien en la parte de gestión cultural y gestión de la cultura.</p>
7	<p>¿Y por qué hay piezas que no han sido mostradas?</p> <p>Por no hay una buena gestión, los pobladores tampoco le toman el debido interés y no lo valora como patrimonio cultural, esto sucede porque no hay estrategias y apoyo del mismo estado que se interese por estos temas.</p>



Anexo 4. Mario A. Ramos

Actor	¿Qué deseas saber específicamente de este actor?
-------	--

Arqueólogo	Sobre la cultura Chancay y su iconografía

Entrevistado	Mario A. Ramos
Cargo	Arqueólogo
Fecha de la Entrevista	28-06-2020

Preguntas

1	<p>Me puede explicar cuál es el concepto de ¿iconografía? y ¿A que llamamos iconografía?</p> <p>Se denomina a una serie de imágenes y representaciones que están dispuestas en conceptos culturales, religiosos o sociales, ideológicos y con el fin que la sociedad o colectividad puedan identificarse.</p>
2	<p>¿Qué significado o cual es el concepto que se maneja de iconografía peruana precolombina?</p> <p>El arte precolombino peruano es diverso ya que se encuentra en diferentes tipos de obras como la escultura, arquitectura, arte rupestre, cerámica, textil, metal y pintura. Estos eran ricos y diversos en colores pigmentos que los conseguían de la misma naturaleza, reflejaban su status de vida y muerte mostrándonos personajes sobrenaturales, religión, creencias.</p>
3	<p>¿Cómo nació y cuál fue el desarrollo de la cultura Chancay? y ¿De dónde proviene su nombre?</p> <p>El nombre Chancay tiene varios significados, en quechua Chanka ayllu, que significa clan familiar o ayllu, puede significar bizcocho. Hay otro significado que tiene que ver con el origen chanca este nombre también es comprensible si se tiene en cuenta la migración de la Cultura Chavín de Huantar, pues, es un derivado de la frase quechua "chan-cay-lla" que significa "está a un paso" y este significado coincide con la característica del lugar: Desde las alturas de Pasamayo, que está en Chancay, el mar se ve muy cerca, tanto que parece que de un salto se pudiese llegar a ella. Y este concepto en quechua se expresa como "chan-cay-lla</p>
4	<p>¿Cómo se divide al arte iconográfico Chancay? hay una clasificación de los elementos iconográficos?</p> <p>Textilería, cerámica, metal, madera</p>
5	<p>¿Hay alguna característica o características principales de los elementos iconográficos de Chancay?</p> <p>El estilo de Chancay era un arte bastante contemporáneo se podría decir, que su arte textil fue un gran logro artístico por sus gasas, bordados y las telas pintadas.</p>

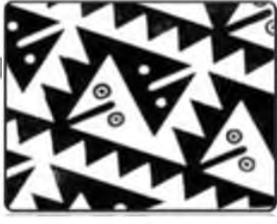
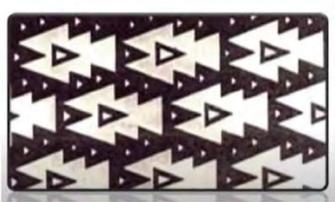
	<p>¿Hay algunos elementos o formas que destaquen dentro de la iconografía Chancay?</p> <p>Si, formas geométricas el sistema con el que trabajaban que era el interlocking.</p>
6	<p>Usted cree que pueda hablarme sobre la simbología Chancay y explicarnos ¿Cuál fue el significado el concepto que se manejaba en su iconografía?</p> <p>Ellos manejaban simbología que expresa su cosmovisión, cosmología y cosmogonía. símbolos que eran una forma de escritura y que significaban algo para ellos ejemplos los peces, que eran alimento fundamental para ellos eran más pescadores que agricultores. Hay formas geométricas que expresan el universo, estas formas escalonadas que tienen significado de la tierra para ellos.</p>
7	<p>¿Qué falencias observa, a grandes rasgos, en la formación de iconografía Chancay y como se está dando actualmente?</p> <p>No se está creando estrategias el estado y los mismos poblados para poder crear y fomentar el cuidado para piezas que contengan iconografía, simplemente se olvidan de ellas, creen que solo por estar en un museo e ir a verlas, siempre lo hace algo “cotidiano” y no se busca que se muestren temáticamente otras cosas nuevas para cómo enseñar sobre este valor cultural. Y eso sería la mayor desventajas que se pueda motivar al público, usuarios de forma más creativa como se puede ver la iconografía, y que nos puede brindar como valor cultural.</p>
8	<p>¿Cuál cree que sea el lugar o el rol que desempeña la iconografía en nuestra sociedad como medio de identidad y vínculo inmaterial?</p> <p>Es importante, ya que el conocer y saber más sobre iconográfica permite que no se pierda, que la mantengamos, que conozcamos y que nos eduquemos, saber sobre nuestras raíces como peruanos es importante el crear un vínculo con nuestro pasado nos permite abrir puertas a la creatividad y educación.</p>
9	<p>A modo de cierre ¿Chancay como cultura iconográfica que nos deja y nos brinda como sociedad, cultura y sobre todo este vínculo inmaterial histórico?</p> <p>Chancay nos brinda y ofrece un sin números de diversidad iconográfica nos hace saber el valor de sus piezas de su arte, nos hace conocer un sinnúmero de técnicas que aportarían a nuestra sociedad como forma creativa de exploración de vínculo e identidad cultural.</p>

Actor	¿Qué deseas saber específicamente de este actor?
Curadora	Desarrollo de la iconografía Chancay y sobre el museo, como fomenta y revaloriza la identidad e historia de la misma.

Entrevistado	Doris Robles Espinoza - Trabaja en el museo desde 1970
Cargo	Curadora del Museo Mano
Fecha de la Entrevista	05/02/21

Preguntas

1	<p>¿Cuál es su labor dentro del museo?</p> <p>El cargo de curadora y el manejo de la colección</p>
2	<p>¿Me puede hablar sobre la cultura Chancay, cuál ha sido su proceso de prácticas artísticas e iconográficas? Y ¿en qué tipo de arte es lo que más ha resaltado?</p> <p>La cultura Chancay se destacó en el arte de la textilería, dominaron diversas técnicas, alcanzando altos niveles de producción y de especialización, un elemento que sustenta es la presencia de muestrarios.</p> <p>Chancay, tuvo un referente importante de la cultura Wari, a su desarrollo local se incrementó con esta importante influencia que permitió una gran interrelación con las sociedades de la sierra.</p> <p>Chancay se nutre de su medio ambiente, ligado al mar y esta fue su principal fuente de inspiración.</p> <p>Son recurrentes los elementos marinos.</p>
3	<p>¿Cómo se divide el arte Chancay y cuál es su contenido simbólico e iconográfico?</p> <p>Se podría decir que se divide por arte, cerámicas, textiles, madera, metal y su simbología era religiosa, normalmente tenían un lenguaje que se representaba por formas geométricas.</p> <p>¿Cuál sería la iconografía más común de Chancay?</p> <p>Además de los elementos marinos, perdura en Chancay una manifestación propia de la Costa Central del intermedio Temprano que son los diseños entrelazados de peces y de aves.</p>
4	<p>¿Qué tipo de discurso (religioso, político, social) utiliza la cultura Chancay en la construcción de sus iconografías y que tipo de interpretación tiene?</p> <p>Si tomamos a los tejidos como un punto de partida de comunicación, entenderemos su importancia, no fue solo para cubrir o proteger el cuerpo, sino el medio de interrelacionarse con</p>

	<p>los demás, que implica el conocimiento del significado de cada diseño, entonces es fundamental el difusor que eran tejedores, quienes probablemente recibían las pautas de los sacerdotes.</p>
5	<p>Quisiera saber sobre la iconografía marina que representaba Chancay en su textilería y qué tipo de técnicas se realizaba. (Si me podría enviar o compartir algunos ejemplos de algunos tejidos, sería de mucha ayuda)</p> <p>En los tejidos predominan los diseños de aves, volutas, llegando a los niveles de estilización y de simplificación, manifestada en las diferentes técnicas de tapiz, brocado, doble tela, gasas y reticulados y en las telas pintadas y pintadas en negativo.</p>
6	<p>¿Quisiera saber qué tipo de iconografía es esta y a qué periodo representa? y ¿en qué tipo de arte se manifiesta?</p> <p>El entrelazado se aprecia en las diferentes técnicas que menciona, posiblemente es una manifestación temprana que capta Chancay.</p>  <p>Este diseño se aprecia en los tejidos, pero también la cerámica, el escalonado y la voluta invertida que en este caso está representada por el diseño de ave.</p>  <p>Textilería, pelicano</p>  <p>Textilería, peces en el mar</p>  <p>Cangrejo</p>  <p>Ave</p>

Anexo 6. Cuestionario que se realizó por zoom

Actor	¿qué deseas saber específicamente de este actor?
Jóvenes de 18 a más años que cursen estudios de Arte y diseño.	Que tanto están involucrados con el tema de iconografía precolombina peruana. Conocer que tanto conocemos sobre iconografía peruana, cultura de estudio Chancay.

1	<p>Pregunta</p> <p>¿Cuántas son las culturas precolombinas Peruanas?</p> <p>a) 17 a 20 b) 21 a 23. C) 24 a 26</p> <p>Respuesta:</p> <p>26 culturas entre el periodo temprano, medio y tardío. https://www.historiacultural.com/2009/04/culturas-peruanas-precolombinas.html</p>
2	<p>Pregunta</p> <p>¿Qué culturas precolombinas peruanas conoces?</p> <p>Respuesta</p> <p>Pueden variar las respuestas Moche, Nazca, Chimu, Chancay etc.</p>
3	<p>Pregunta</p> <p>¿Reconoces algún elemento iconográfico precolombino peruano? ¿Cuál y/o cuáles son?</p>
	<p>B.  A. </p> <p>C. </p> <p>(Aquí se mostrarán imágenes de algunas iconografías) http://www.imagui.com/a/iconografia-precolombina-peruana-IX8ayzG48</p>
4	<p>Pregunta</p> <p>¿De qué cultura es el personaje que se encuentra en la foto? ¿Y a que elemento iconográfico representa?</p> <p>a) Chimú b) Caral c) Chancay d) Moche</p> <p>1. Estatuilla de barro 2. Huaco retrato 3. Cuchimilco 4. Dios de las varas o Báculos.</p> 



Anexo 8. Guía esencial del cuchimilco chancay Perú 2013

 Inca	 Tahuantinsuyu, 4/4, Inti Raym, Coya Raym, Choquilla Vilca, Uracuari, etc.
 5 número sacro	 5 número sacro y escondido de los Incas
 4 suyu	 Rueda de las cuatro direcciones de la Tierra
 Universo	 Universo
 Pachacamac	 Principio, Pachacamac
 Luna, vagina, concha, oído, palabra linfa de Pachacamac	 Ciclo en evolución, luna, vagina, concha, oído, palabra et esperma, linfa vital, Susac Nusta, Pachacamac creador, Viracocha fecundador.
 Tierra cuadrada del Tahuantinsuyu, el 5 y el 4	 Tierra cuadrada limitada por los cuatro puntos cardinales.
 Pecho de oro y pecho de plata	 Chago para pechos de Coya: oro a la derecha, plata a la izquierda
 Laminas de oro	
 Paríacaca	 Paríacaca
 Cuzco y sus límites	
 Cruce originario	
 Vientre de Pachamama	
 2 fuerzas opuestas	2 fuerzas opuestas, ver 
 Las 4 antepasadas	
 8 antepasados	8 antepasados
 3 cavernas en el cerro	3 cavernas-uevos del cerro, alegorías diluvio
 4 antepasados	Jeroglífico masculino que horada el huevo

Anexo 9. Portada “Verano Chancay”.



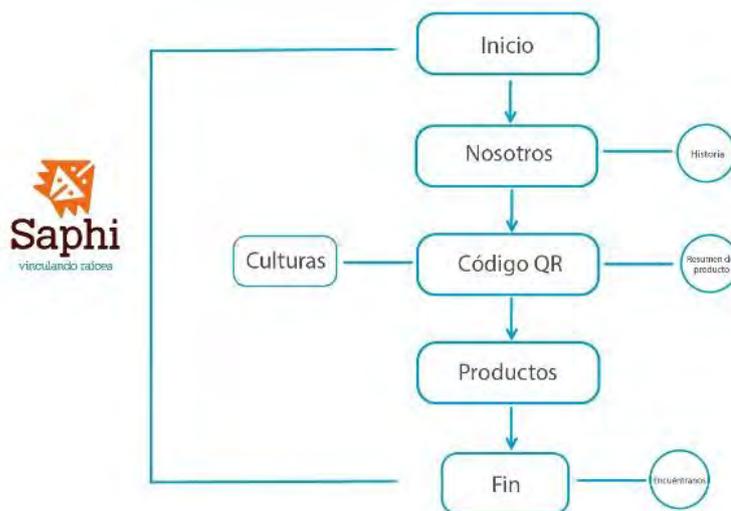
Anexo 10. Aplicación de estética Saphi en otros soportes.



Anexo 10. Otras formas de composición Saphi.



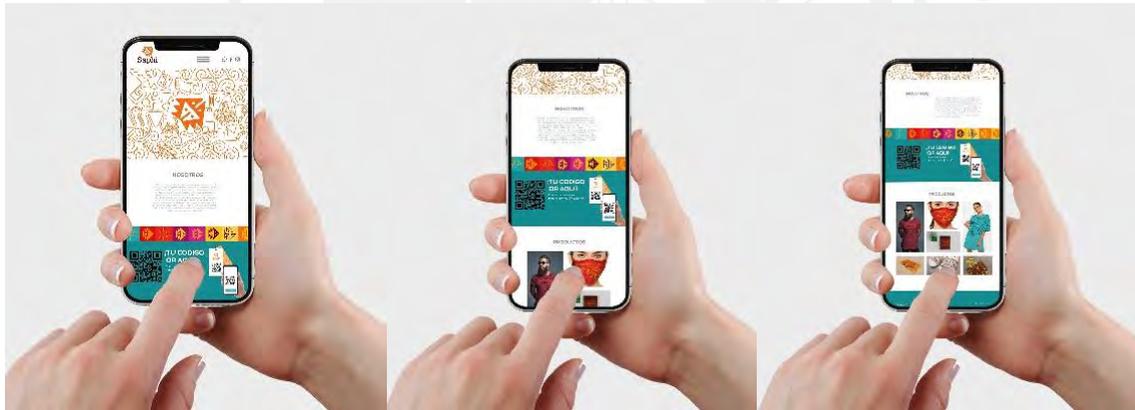
Anexo 11. Diagrama de flujo página web



Anexo 12. Pantallas web saphi.



Anexo 13. Pantallas web saphi.



Anexo 14. Carta de evaluador Peter Mussfeldt Steinbach.

Lima, 08 de Marzo 2021

Señores,
Pontificia Universidad Católica del Perú
Facultad de Arte y Diseño
Especialidad Diseño Gráfico

Por medio de la presente me dirijo a ustedes a fin de poder dar una opinión objetiva respecto al proyecto ***Saphi, diseño de productos utilitarios basados en culturas precolombinas para contribuir a conocer la diversidad iconográfica*** diseñado por la Bachiller PAMELA ULLILEN HUAMAN referido al uso de la iconografía como elementos de inspiración para la revalorización de nuestras culturas, el reconocimiento de nuestra herencia y el refuerzo de nuestra identidad.

Por lo tanto, al analizar y revisar el proyecto minuciosamente encuentro que el mismo es importante, pertinente. Nuestro tiempo requiere que se valoricen las culturas precolombinas que han sido olvidadas por las nuevas generaciones y esa es la tarea que enfrentó PAMELA ULLILEN HUAMAN con su tesis. Ella no solo investigó para crear el proyecto Saphi sino que llegó a conclusiones que si aportan al acercamiento de las culturas ancestrales, recreando y actualizando la importancia de nuestro pasado ...

Atentamente



Nombre: Peter Mussfeldt Steinbach
Cargo Docente
Correo peter.mussfeldt@gmail.com

Móvil 593999421850

Anexo 15. Carta de evaluador Osvaldo López Gaona.

Puebla, México 15 de Marzo 2021

Señores,
Pontificia Universidad Católica del Perú
Facultad de Arte y Diseño
Especialidad Diseño Gráfico

Por medio de la presente me dirijo a ustedes a fin de poder dar una opinión objetiva respecto al proyecto **Saphi, diseño de productos utilitarios basados en culturas precolombinas para contribuir a conocer la diversidad iconográfica** diseñado por la Bachiller PAMELA ULLILEN HUAMAN referido al uso de la iconografía como elementos de inspiración para la revalorización de nuestras culturas, el reconocimiento de nuestra herencia y el refuerzo de nuestra identidad.

Por lo tanto, al analizar y revisar el proyecto minuciosamente encuentro que el mismo es importante, dado que desde el Diseño Gráfico se puede revalorar, reconocer y readaptar el mundo de la imagen y más aquellas que fueron creadas cientos o miles de años atrás por nuestras culturas primarias. Reconocer la iconografía que dio cultura, conocimiento y lenguaje a nuestros antepasados es casi obligación en la etapa formativa de los estudiosos de la imagen; alabo que la autora haya decidido tomar en cuenta un tema que desafortunadamente en las generaciones actuales pareciera ya de desinterés, creo firmemente que retrotraerse a la historia y rescatar los mensajes y la simbología que se encuentra en las imágenes, glifos, estelas e íconos es parte vital de nuestra formación y cultura actual y el diseñador debe por necesidad involucrarse a revisar lo que con anterioridad y de manera sintética y cargada de alta semántica se había producido, esto con el fin de educarse no sólo gráficamente sino especialmente en el mundo de la simbología y la metáfora, con el afán de conocer y aparte de mejorar su conocimiento de la imagen; como decía el historiador y académico mexicano Miguel León Portilla: *"la educación, es el único camino a la mejoría"*, a su vez el Mtro. Portilla mencionó: *"el mundo se empobrece cuando se pierde una lengua o una cultura, y se empobrece también cuando todo se uniforma en modo alguno"*, y es por ello que este proyecto para mí es relevante pues a través del mensaje, la construcción de la marca Saphi, la generación de las imágenes y la síntesis que logra en ellas se rescata la gráfica antigua, se reconoce el aporte cultural y se hace presente no solo la parte narrativa o anecdótica de la historia y la iconografía precolombina, sino que se involucra en la parte simbólica y perceptual tocando elementos sensitivos y sensoriales, que hacen evocar partes emotivas en el espectador quien ve los productos alternos diseñados. Respecto de la parte gráfica, el proyecto de solución cumple con lo requerido en términos de diseño, se hacen presentes los criterios de **lo creativo** –existe idea, hay novedad, hay notabilidad y contribuye a la búsqueda de una solución gráfica con la readaptación de la iconografía prehispánica, llevándola a una solución contemporánea y atractiva-, **lo comunicativo** –existe simplicidad y funcionalidad efectiva del mensaje emitido, mismo que sin necesitar interlocución, genera un acercamiento emotivo a la historia y a la gráfica, genera interés y relaciona cultura antigua con cultura contemporánea -, y **lo perceptivo** –existe una buena organicidad de los elementos que construyen todo el proyecto gráfico, textos e imágenes, como en la composición y estructura de los elementos ilustrados, así como un buen manejo del color, la tipografía y por tanto de la imagen. Por todo esto no tengo inconveniente en recomendar y evaluar amplia y satisfactoriamente este proyecto de investigación y diseño.

Atentamente



Mg. Osvaldo López Gaona
Diseñador Gráfico
+ 52 2222 381083
ovalgaona@yahoo.com.mx
PUEBLA, MÉXICO

Anexo 16. Carta de evaluador Alicia María Álvarez Álvarez.

Lima, 08 de marzo 2021

Señores,
Pontificia Universidad Católica del Perú
Facultad de Arte y Diseño
Especialidad Diseño Gráfico

Por medio de la presente me dirijo a ustedes a fin de poder dar una opinión objetiva respecto al proyecto ***Saphi, diseño de productos utilitarios basados en culturas precolombinas para contribuir a conocer la diversidad iconográfica*** diseñado por la Bachiller PAMELA ULLILEN HUAMAN referido al uso de la iconografía como elementos de inspiración para la revalorización de nuestras culturas, el reconocimiento de nuestra herencia y el refuerzo de nuestra identidad.

Por lo tanto, al analizar y revisar el proyecto minuciosamente encuentro que el mismo es importante, pertinente ya que cumple con los requerimientos de este: conceptualización, alto nivel creativo conceptual. Consideramos que es un aporte a la cultura nacional al tiempo que se adapta y sirve al contexto actual de la sociedad peruana. Excelente. -

Atentamente



Nombre: Alicia María Álvarez Álvarez
Cargo: Profesora diseño gráfico UNAPEC
Correo: aalvarez@unapec.edu.do
Móvil: 1 809 707 7789

Anexo 17. Carta de evaluador Enrique Vargas.

Lima, 08 de Marzo 2021

Señores,
Pontificia Universidad Católica del Perú
Facultad de Arte y Diseño
Especialidad Diseño Gráfico

Por medio de la presente me dirijo a ustedes a fin de poder dar una opinión objetiva respecto al proyecto ***Saphi, diseño de productos utilitarios basados en culturas precolombinas para contribuir a conocer la diversidad iconográfica*** diseñado por la Bachiller PAMELA ULLILEN HUAMAN referido al uso de la iconografía como elementos de inspiración para la revalorización de nuestras culturas, el reconocimiento de nuestra herencia y el refuerzo de nuestra identidad.

Por lo tanto, al analizar y revisar el proyecto minuciosamente encuentro que el mismo es importante y oportuno ya que este trabajo, mediante la línea investigativa en la que se centra, nos muestra la importancia de promover la gran diversidad cultural precolombina peruana mediante su reinterpretación en diseño iconográfico peruano aplicado en productos utilitarios.

El proyecto propuesto por la autora de este trabajo, nace desde el diseño gráfico, demostrando la importancia que tiene esta disciplina de las ciencias sociales en la búsqueda y contribución de soluciones para dar a conocer al público acerca de la identidad y generar un sentimiento de vínculo cultural originario.

Atentamente



Nombre: Mg. Enrique Vargas
Cargo: Diseñador Gráfico
Correo: enriquevargas1695@gmail.com
Móvil: 976684976