

La resignificación visual del Museo de Artes y Tradiciones Populares Luis Repetto Málaga desde la investigación en diseño. Reflexiones a partir de un proyecto académico

Claudia Catherine Valenzuela-Suárez^(*)

Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) (Perú)

Resumen: Esta investigación analiza las estrategias y procesos académicos implementados para vincular al estudiantado de Diseño Gráfico de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) con el Museo Universitario de Artes y Tradiciones Populares Luis Repetto Málaga (MATP). Asimismo, reflexiona sobre la relevancia de la disciplina del Diseño Gráfico como mediador cultural-visual estratégico entre el patrimonio material y su audiencia, a través de una metodología de investigación desde el diseño.

El MATP, fundado en 1979, busca ser un espacio de encuentro y memoria colectiva para una sociedad multi identitaria que alberga un patrimonio artístico de varias regiones del Perú y dar voz a diversos actores del siglo XX. A pesar de ello, se identifica que una de las problemáticas que presenta el museo es la poca afluencia del público a la sala permanente del mismo, ubicada en el segundo piso de la Casa O'Higgins en el centro histórico de Lima. Las posibles causas serían su ubicación o una falta de difusión visual.

Es por ello que la articulación entre el espacio académico y el MATP va más allá de un estudio formal y estético del espacio museal. En ese sentido, a través de la investigación del diseño y el desarrollo de las piezas gráficas, el Diseño como disciplina se posiciona como una herramienta metodológica y estratégica indispensable para resignificar y proyectar la identidad institucional del MATP, acercando a las audiencias a través de una propuesta comunicacional gráfica.

Palabras clave: Diseño Gráfico - Resignificación visual - Museo, Arte Popular - Cultura visual - Cultura popular - Patrimonio cultural - Patrimonio material - Investigación-creación - Investigación desde el diseño

[Resúmenes en inglés y en portugués en las páginas 100-101]

^(*) Ver CVs. de Claudia Catherine Valenzuela-Suárez en página 101

Estado del arte y problemática

Descripción del museo y arte popular

En el Perú existen diversos espacios museales que contienen un acervo cultural, material artístico y arqueológico identitario. Estas son las manifestaciones que marcan cómo se ha ido constituyendo nuestra identidad, por lo que resulta importante conocerla, revalorarla y protegerla. Estas manifestaciones, también conocidas actualmente como arte popular, se mantienen en el tiempo como, por ejemplo, los retablos, las tablas de Sarhua, la cerámica vidriada, la cestería, los mates burilados, entre otras más.

En ese marco, Stasny (1981: 12) considera que el arte popular “obedece a realidades mucho más complejas (...), es decir, el arte popular no es el arte que uno va a encontrar ni en las iglesias ni en los circuitos hegemónicos del mercado del arte ni de los centros urbanos”. Por el contrario, es una manifestación artística “outsider”. Esto refiere a una visualidad que se amarra con la identidad, que indica quién es y de dónde viene alguien, artefactos que brindan memoria y recuerdos de una identidad que todavía sigue en construcción.

A finales de la década de los años sesenta, durante el gobierno de Velazco Alvarado, se puso nuevamente en debate el tema del arte popular. La entrega del “Premio Nacional de Arte” al retablista Joaquín López Antay en diciembre de 1975 generó una confrontación directa entre los gremios culturales por la definición, valoración y supremacía del “arte culto” frente al “arte popular”. Se erigió y defendió una postura intelectual que calificó a las artes populares peruanas como verdaderas manifestaciones del desarrollo y sincretismo en la plástica nacional, cuyas narrativas fueron avaladas por estudiosos como Francisco Stasny, Mirko Lauer y Alfonso Castrillón.

Este hecho se convirtió en el principal precedente para que el Instituto Riva Agüero (IRA-PUCP) construyera una política de adquisición de colecciones de arte popular, motivo por el cual creó y administra el Museo de Artes y Tradiciones Populares “Luis Repetto Málaga” (MATP) de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), fundado el 25 de octubre de 1979 en Lima. Claudio Mendoza y Beatriz López (2025: 96) definen al MATP como un museo universitario de tipo etnográfico, ya que alberga una amplia colección de arte popular del siglo XX, considerado patrimonio del Perú, “dedicado a la investigación y difusión de las humanidades y de la cultura peruana”.

Según Cano (1994: 530 en Mendoza 2022:18), un museo de arte popular “es aquel que se dedica al estudio de testimonios costumbristas y artesanales de civilizaciones concretas”. En esa línea, López y Mendoza (2025) y Del Águila (2017, 2020) definen que el MATP se enfocó en entender la funcionalidad del arte popular entre una dimensión etnográfica y estética, construyendo discursos tanto de la colección de la que deriva cómo la del origen del artista.

Es así, que desde sus inicios el MATP ha tenido la misión de visibilizar dichas piezas y darle voz a los actores quiénes estuvieron excluidos de los circuitos culturales y artísticos de la capital limeña del siglo XX, y ello gracias a la activa acción horizontal y democrática de tres actores importantes: el gestor-curador, el/la coleccionista y el/la artista.

Problemática del museo

Claudio Mendoza y Beatriz López (2025) y Natalia del Águila (2017, 2022) han realizado investigaciones sobre la Museografía y Museología del MATP, identificando los desafíos en el contexto contemporáneo. A partir de ello, lo definen como un espacio vivo y que exige acciones multidisciplinarias para dinamizarse y hacerlo asequible a la comunidad. Del Águila (2017, 2020) analiza algunas problemáticas comunes en museos, como la gran variedad de colecciones, los ejes temáticos que la componen, la poca capacidad administrativa de recursos y una baja tasa presupuestal. Mendoza y López (2025: 96) al respecto, identifican que “el MATP ofrece una experiencia poco atractiva para el visitante contemporáneo (...) el limitado presupuesto (...) impide desarrollar actividades y funciones que un museo demanda, como las de ocio”.

Asimismo, Del Águila (2022) añade problemáticas y desaciertos en prácticas expositivas y de comunicación visual en el MATP. Por ejemplo la falta de datos en las descripciones de las piezas a exhibirse y la forma de comunicar la propuesta. La autora pone en manifiesto una necesidad de abordar el diseño visual y gráfico como herramienta para mejorar las narrativas con las que el museo propone acercarse a sus audiencias y las narrativas con las que se desean presentar los artefactos artísticos-culturales.

Por otro lado, a partir de un análisis profundo y recopilando las percepciones de las actuales autoridades, se considera como primera problemática la ubicación del MATP: Sala Permanente en el segundo piso de la Casa O'Higgins, centro de Lima¹. El público solo ingresa al primer piso y no saben de la existencia del segundo. Por lo tanto, se necesita visibilizar la exposición y que, a partir de alguna estrategia de diseño, invite a la audiencia a subir.

Sobre estrategias de diseño, algunas experiencias internacionales encuentran que “un buen planteamiento del diseño gráfico del museo permite un mayor impulso de la creatividad entre sus visitantes, puesto que activa elementos de aprendizaje estético y cultural” (Huerta, 2024: 125). Ricardo Huerta (2024), en su estudio preliminar sobre *diseño gráfico y Museos* en España exhorta a las instituciones culturales que inviertan en mejorar todo lo relacionado al diseño y arquitectura de los espacios interiores y exteriores. De esta manera afirma que estas estrategias tendrán un impacto positivo en el desarrollo de experiencias creativas y críticas de sus audiencias.

En esa línea, a partir de una experiencia académica con un museo arqueológico en España, Bagaza (2015: 104) afirma que la disciplina del diseño juega un rol fundamental para la interpretación y resignificación del patrimonio cultural, pues facilita la experiencia de aprendizaje de realidades históricas que se vuelven memorables para los visitantes de los museos.

Finalmente, en ese marco de articulación entre la disciplina del diseño y el museo -entendiendo al diseño como actor estratégico y proyectual a partir de un método de investigación- es necesario articular un trabajo en conjunto que permita la consolidación de una identidad visual, simbólica y significativa para el museo. De esa forma superar las problemáticas actuales que enfrenta, acercando el patrimonio a las diversas audiencias.

Marco teórico

Constructos (resignificación, memoria e identidad y método proyectual)

Néstor García Canclini (1999: 16), aborda la necesidad urgente de “reconceptualizar y redefinir el patrimonio cultural debido a que las nociones habituales son insuficientes”. Sobre ello, Canclini (1999), haciendo alusión a los debates de finales del siglo XX, redefine nuevas articulaciones del patrimonio cultural con otras redes conceptuales como la industria de la comunicación [visual]. Además, declara que “la masificación y las nuevas tecnologías (televisión, video, [redes sociales]) transforman la experiencia del patrimonio, haciéndolo ubicuo y accesible”. Estos medios plantean desafíos sobre cómo usar la tecnología para desarrollar la conciencia social, una relación de conexión, pertenencia y de ese modo, desde su valor simbólico, se puedan insertar en el imaginario colectivo y ser memorables para una determinada sociedad contemporánea.

Alineando las definiciones de Canclini sobre el capital patrimonial para el siglo XXI se define que la comunicación visual y gráfica son herramientas vitales para la difusión del patrimonio cultural. Estas ofrecen la posibilidad de resemantizar los artefactos y por tanto las culturas tradicionales. Para Bagaza (2015) la relación del significante y el significado de los elementos patrimoniales son el resultado de una construcción de valores simbólicos muy utilizados en la comunicación gráfica en general y en la publicidad en particular.

Es así que el proceso de resemantización es clave en cuanto le otorga nuevas relecturas al patrimonio cultural y los vuelve aprehensibles a las nuevas generaciones entendidas como audiencia o comunidades. Estas resignifican el valor simbólico de dicho patrimonio en tanto puedan ser accesibles a ellos. La materialidad sigue siendo la misma, el valor histórico es el mismo, el valor simbólico se resignifica y perdura y se vuelve memorable y se inserta en la comunidad. *¿Cómo lograr dicho proceso? ¿Qué nuevas estrategias dimensionales de comunicación visual se deben realizar para democratizar dichos procesos?*

Sobre el arte popular, Francisco Stastny (1981) fue el principal referente teórico para la definición del arte tradicional andino determinándolo como un arte creativo y único (Del Águila 2017). Figuras como Alfonso Castrillón señalaron que el término “arte popular” era cuestionado por su carga social implícita, la cual denotaba las estructuras jerárquicas y la rígida división de clases sociales en el Perú. Mirko Lauer también criticó cómo la premiación de López Antay enfrentó a las estructuras rígidas de la sociedad peruana.

La definición de Stastny sirvió como base para legitimar académicamente las manifestaciones del arte tradicional andino y de otras regiones del Perú. Las categorizaba como una forma de expresión plástica, funcional y simbólica, intrínsecamente ligada a la identidad pluricultural y mestiza del Perú, que se opone a las categorías estéticas impuestas por las élites capitalinas.

El arte popular es una construcción tangible de la memoria identitaria local. Para Arturo Arias y Alicia del Campo (2009), la memoria es una construcción porque es una forma de comprender el pasado expresada a través de narrativas y discursos. Es decir, que esta moldea la construcción de la identidad personal y colectiva. Ello es relevante en tiempos neoliberales y de sobreinformación, donde lo local se pierde y se necesita recuperar el

pasado, la percepción que se tiene de él, y el sentido de pertenencia a una comunidad. El espacio museal permite pensar en esos puntos de contacto que necesitan resignificarse y hacerse visibles a través de la comunicación visual que la disciplina del diseño gráfico otorga como actor social y cultural.

La memoria es siempre una construcción, una forma de comprender el pasado que se expresa a través de narrativas y discursos, estando inmersa y constituida por el lenguaje oral, visual y material. Arias y Del Campo (2009) enfatizan que la memoria colectiva es un proceso dinámico que ocurre cuando el pasado es resignificado mediante un ritual, un testimonio, una narración visual, una pintura o un diseño. En el marco del discurso de Arias y Campo (2009) se puede definir que el MATP alberga testimonios a través de los diversos artefactos culturales denominados arte popular, y su importancia radica en que son una forma de resistencia de la memoria e identidad.

Finalmente, la construcción de *identidades* a través de la *memoria* ha ido cambiando en diversos contextos sociales, culturales y políticos. Esta renegociación de la identidad se convierte en un campo de disputa entre las narrativas hegemónicas y las subalternas (Arias y Del Campo, 2009). En este contexto, el arte popular se convierte en un discurso y dispositivo subalterno que resiste su permanencia en el imaginario contemporáneo gracias a acciones colaborativas con otras disciplinas como el diseño gráfico.

Diseño gráfico

El Diseño Gráfico se concibe como una disciplina de comunicación visual, dinámica, humanista y social en cuanto tiene la capacidad de dialogar con otras áreas lo cuál permite generar experiencias significativas entre un producto o servicio con el usuario (Valenzuela e Hidalgo, 2024). Sobre ello se debe resaltar su trascendencia por ser generador de experiencias significativas en la sociedad y ser mediador entre el patrimonio cultural y las comunidades contemporáneas.

El diseño gráfico, para Frascara (2008) y Ledesma (2016), supera los conceptos formales o estéticos, y lo definen como una disciplina estratégica, ética y culturalmente relevante. Para Frascara (2008) el diseño de comunicación visual se ocupa de la construcción de mensajes visuales que pueden impactar el pensamiento, las actitudes y el comportamiento de las personas.

María Ledesma (2016), en consonancia, define el diseño como una disciplina siempre innovadora porque su cualidad es la de la transformación. Esta cualidad es un tipo de pensamiento proyectual caracterizado por buscar y solucionar problemas, valorar los contextos y, sobre todo, por la capacidad de crear mundos. Es decir, resignificar los discursos, narrativas y memorias. “El pensamiento de diseño no tiene estructuras intrínsecas propias de la ciencia, la moral y el arte sino que en él conviven elementos cognitivos, prácticos y estéticos junto a un lugar claro en la producción de bienes materiales.” (Ledesma, 2016: 16). En esta línea, McDonald (2005) coincide con Frascara (2008) y Ledesma (2016) en que la disciplina del diseño es estratégica y humanista. Recalca que el Diseño aplica un proceso innovador y experimental para transformar realidades, mejorar la calidad de vida y crear resultados útiles, usables y portadores de valores sociales, culturales, económicos y estéticos.

cos. El potencial del diseño es volver significativas las expectativas de las sociedades desde su capacidad proyectual.

Los tres autores coinciden en que el diseño es proyectual, tiene agencia y capacidad estratégica para intervenir en la sociedad. La innovación y eficacia comunicacional inherentes a esta disciplina contribuyen al bienestar humano y a una construcción activa de la cultura y la transparencia social. Es por ello que el diseño ocupa un rol como instrumento visual y social, potencia las experiencias y sentidos en este vínculo de símbolos y significados entre los objetos culturales patrimoniales identitarios y las diversas comunidades locales. En definitiva, las y los diseñadores tienen un papel importante al elaborar discursos y artefactos visuales y culturales que se conviertan en efectivos mensajes globales que adquieren su carácter local identitario, construyendo de esta manera resignificaciones en las imágenes y artefactos culturales para usarlos en nuestro día a día (Melenje, 2014). El Diseño Gráfico, aplicado a la investigación-creación, es un actor clave en la conexión de las nuevas audiencias con las manifestaciones de arte popular que se encuentran en el museo MATP.

Justificación

El Museo Universitario y el Diseño Gráfico

El museo universitario tiene por objetivo principal ser un laboratorio de conocimiento y espacio de trabajo para su comunidad universitaria (Del Águila, 2017). Para Del Águila, las colecciones de estos museos deben poder sustentar investigaciones en diferentes áreas académicas, promoviendo nuevos conocimientos. De ese modo, el MATP responde a cuatro pilares que lo constituyen y cumplen dicha descripción: investigación, conservación, difusión y enseñanza/aprendizaje.

En ese sentido, el MATP significa una posibilidad de campo de acción para los estudiantes. Desde el proceso de investigación del Diseño Gráfico se puedan conocer las piezas, sus memorias; insertar el producto visual en un contexto contemporáneo a través de la creación de nuevas narrativas significativas para los usuarios contemporáneos. Según Canclini (1990: 26) “necesitamos nuevos instrumentos conceptuales y metodológicos para analizar las interacciones actuales”. Por ende, conlleva asumir roles y responsabilidades a todos los actores involucrados en ese sistema comunicacional.

El MATP ha realizado un *Plan Estratégico*² que permite definir sus planes de acción y el rumbo del museo. Desde El *Plan Estratégico Institucional PUCP* (PEI), y el *Plan Estratégico de la Unidad de Arte y diseño PUCP* (PDU-FAD), es importante la vinculación del estudiantado con su entorno social, cultural y empresarial. Asimismo, precisa la importancia del vínculo ético y ambiental con los objetivos de desarrollo sostenible y la responsabilidad social universitaria. Es por ello que, desde hace varios años, las y los docentes coordinadores de cursos de la especialidad de Diseño Gráfico-PUCP buscan construir puentes entre el estudiantado y el entorno real en diversas dimensiones.

A partir de ello, es importante entender al espacio museal como un punto de encuentro de la memoria colectiva, para sociedades de diversas identidades culturales quiénes necesitan un marco visual significativo y simbólico. Para lograrlo, es necesario involucrar diversos

actores como la participación del estudiantado y docentes de la especialidad de Diseño Gráfico de la FAD-PUCP.

De esta manera, a inicios del 2025 se decidió, mediante el curso de Introducción al Diseño Gráfico, trabajar con el MATP. Los vínculos con este museo se fueron tejiendo desde la pandemia, hasta que se dio la oportunidad de afianzar el vínculo y el trabajo colaborativo entre la academia y la industria cultural.

Objetivos

Objetivo Principal

- El objetivo principal es analizar la pertinencia del Diseño Gráfico como agente mediador cultural-visual estratégico en la resignificación del arte popular para las audiencias contemporáneas.

Objetivos específicos

- Articular un proyecto colaborativo entre la disciplina del diseño gráfico y el museo universitario MATP.
- Describir el rol del Diseño Gráfico en la resignificación simbólica de las colecciones de arte popular del MATP-PUCP a través de la investigación-creación.
- Explorar las propuestas de diseño del estudiantado como estrategias que abordan propuestas de solución visual para el MATP-PUCP

Descripción de la experiencia en el curso

Descripción del curso

El curso Introducción al Diseño Gráfico tiene por objetivo, desde una perspectiva amplia, dotar al estudiantado de los conocimientos generales de la disciplina del diseño gráfico a través de pautas del lenguaje visual desde su aspecto creativo, técnico y conceptual para el desarrollo de su función comunicativa en un entorno académico. Tiene por propósito vincular al estudiantado con clientes reales a través de un proyecto de diseño aplicando el método proyectual de Bruno Munari.

El curso es anual, se imparte en el segundo año y cuenta con una población de veinticinco estudiantes por horario, siendo un total de tres horarios por semestre. La experiencia que se desarrolla a continuación da cuenta del trabajo en un horario específico con un total de veinticinco estudiantes, divididos en ocho grupos de trabajo.

Procedimientos

Vínculo espacio Académico-Cultura

En enero del 2025 se iniciaron las coordinaciones y reuniones preliminares entre las docentes coordinadoras del curso Carmen García (coordinadora del curso), Claudia Valenzuela (coordinadora de las actividades con el MATP) y los actores del museo MATP Claudio Mendoza (director) y Gabriela Mellado (curadora). En dichas reuniones se declararon las problemáticas actuales del museo, así como las posibles soluciones que se ofrecen desde estrategias desarrolladas a partir de la investigación del diseño en el espacio académico. Además, se delinearon futuras actividades de mediación entre diseño y museo proyectadas para el 2026, las cuales incluyen una exposición de afiches y demás piezas académicas (desarrolladas en el curso Introducción al Diseño Gráfico), así como mesas redondas sobre la experiencia. El propósito de las actividades es promover el MATP como un espacio de conocimiento e investigación multidisciplinar.

Durante el desarrollo de la experiencia, se tomaron acuerdos sobre los futuros resultados obtenidos, la selección y premiación de los ganadores y los acuerdos de uso de derechos de autor. Todas estas actividades permitieron delimitar el trabajo académico del estudiantado, acercándolo a la experiencia de diseño más cercana al mundo laboral.

Como actividad preliminar docente, los coordinadores y docentes asignados al curso Claudia Valenzuela (coordinadora de la actividad con el MATP), Claudia Cárdenas, Martín Razurí y Jessica Morón, realizaron la visita al museo MATP. En esa visita guiada, el equipo docente pudo observar y analizar el acervo patrimonial material de la cultura popular, así como la propuesta museográfica y curatorial de la sala y los espacios de comunicación visual dentro del recinto. En ese espacio de interacción e intercambio de saberes, se habló sobre la importancia de vincular al estudiantado con el patrimonio material.

Posteriormente se realizaron las coordinaciones académicas para que el estudiantado asista a una visita guiada dentro del MATP. Durante la visita, la mediación estuvo a cargo del director Claudio Mendoza y de la curadora Gabriela Mellado. La narrativa curatorial estuvo dividida en 8 ejes temáticos que dan cuenta de las tipologías más resaltantes de toda la colección. Cada eje temático fue explicado de manera general, y cada pieza fue contextualizada de manera específica. El estudiantado tuvo la oportunidad de aplicar la Metodología Proyectual de Bruno Munari (1983) a partir de la experiencia museal.

Aplicación de metodología proyectual

El Método Proyectual de Bruno Munari (1907-1998) introduce la creatividad en el proceso. “El método proyectual consiste (...) en una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia” (Bruno Munari 2016: 12). Esta creatividad reemplaza la subjetividad pues procede según un método basado en “valores objetivos”, los cuales parten de una rigurosa investigación y articulación de la problemática social, cultural, ambiental, empresarial, etc. Munari dejó un legado académico y metodológico que legitimó la disciplina del diseño a partir del pensamiento creativo y proyectual.

La metodología proyectual del diseño de Bruno Munari adaptada

La metodología de investigación de Bruno Munari, elegida como eje del curso Introducción al Diseño Gráfico de la PUCP, brinda una experiencia 360 de la disciplina. Esta propuesta proyectual propone doce momentos. Entendiendo que el curso es de un nivel académico introductorio, el proceso fue adaptado y simplificado en cinco pasos clave para englobar la experiencia de la investigación-creación en el estudiantado del curso:

1. Visita e Identificación de la Problemática (Experiencia Museal y lectura de Brief).
2. Investigación y Diagnóstico (Revisión bibliográfica, relectura del Brief y análisis).
3. Análisis, Síntesis y Conceptualización (Estudio de artefactos, moodboards y definición de lema).
4. Desarrollo de Propuesta y Prototipado (Bocetos y diseño de piezas).
5. Presentación y Entrega de Artes Finales (Interacción con el cliente y entrega final).

La sala permanente del MATP ofrece dos ambientes expositivos. La primera sala es un recuento histórico y reflexivo sobre el proceso del coleccionismo de arte popular del siglo XX que se fue desarrollando en Lima. El segundo ambiente exhibe una diversidad de artefactos patrimoniales de arte popular y artesanía, pensando en los objetos y su vínculo regional, local y con diversas familias de artistas populares que delimitan ocho áreas temáticas curatoriales:

- Máscaras e indumentaria
- Imaginería
- Cestería y tejido en fibra vegetal
- Talla en madera y piedra
- Mates burilados y pirograbados
- Juguetería
- Cerámica
- Pintura popular

1. Visita e identificación de problemática

Se desarrolló la visita al museo con una gran audiencia de estudiantes que por primera vez conocían dicho acervo material (*Ver Figura 1*). La experiencia museal tuvo por objetivo mostrar un espacio para que el estudiantado tenga la oportunidad de reconocerse, percibiendo al museo como un espacio de memoria, comunidad y de pertenencia a ella. Otro objetivo que se buscó destacar en la visita fue la construcción de una identidad con sentido. A partir de la observación, análisis e información de los artefactos se estableció el primer paso del desarrollo del Método de Diseño propuesto.

Adicionalmente, el estudiantado obtuvo por parte del MATP el documento Brief con explicaciones pormenorizadas de la visión, misión, problemáticas y desafíos. Finalmente, el cliente proporcionó un álbum de fotos de todas las piezas de la colección y de la sala para su futura investigación.

2. Investigación y diagnóstico

Una vez definido el proyecto y su problemática, el segundo paso del Método fue la investigación, la cuál empezó el mismo día de la visita al museo, en el que el estudiantado tomó apuntes y realizó registros fotográficos.

Luego realizaron la revisión de bibliografía y del documento Brief, lo que les permitió presentar un informe escrito de investigación sobre el museo. En dicho informe, cada equipo presentaba una justificación sobre la relevancia de trabajar con el MATP.

3. Análisis y conceptualización

Posterior a ello, para analizar los referentes se realizaron dos actividades: la primera fue el estudio de síntesis de los artefactos museales (*Ver Figura 3*), con la finalidad de que en el proceso, dichas imágenes no pierdan su significado, así como el análisis de color. La segunda actividad fue el estudio de sistemas modulares (*Ver Figura 4*). El estudiantado recibió conceptos teóricos sobre síntesis, modulación y estudio del color. Con esa información se propuso diversos sistemas modulares a partir de las piezas del museo para su aplicación en piezas de merchandising.

Para la conceptualización, cada equipo de estudiantes construyó un moodboard, analizó las piezas del museo y definió un concepto, teniendo como apoyo el informe que cada equipo había desarrollado. En ese sentido, los moodboards se enfocaron en resaltar cómo las diversas audiencias percibieron el espacio, permitiéndoles conectar con sus raíces, memorias, etc. El tablero Moodboard permitió a cada equipo enmarcar el concepto a través de una frase o un lema.

4. Desarrollo de propuestas y prototipado

Con los estudios preliminares de los artefactos del museo, la investigación previa y el concepto definido, el estudiantado empezó a realizar propuestas de afiche. Para ello construyeron una frase la cuál tuviera por misión invitar a la audiencia a subir a la Sala Permanente. Primero, se realizaron los bocetos para la ilustración del afiche (*Ver Figura 5*). Cada miembro del equipo realizó una propuesta a lápiz que luego se digitalizó en Adobe Illustrator. Posteriormente se trabajó el concepto de personalidad tipográfica para que el estudiantado pueda elegir una tipografía acorde al concepto desarrollado. Se realizó la diagramación del afiche, integrando ilustración, texto y logotipo corporativo (*Ver Figura 2*).

Segundo, a partir del análisis y síntesis de los artefactos del museo se realizaron los sistemas modulares, una paleta de color sintetizada acorde al concepto y se definieron los productos de merchandising a desarrollar: tasa, pañuelo y totebag.

Como tercera pieza se realizó un brochure expositivo, donde el estudiantado, a partir de la gráfica y el discurso desarrollados, construyó un layout creativo para la exploración de la relación entre texto e imagen.

La última pieza a desarrollar, a partir del concepto, fue una *historia o reel* para redes sociales (se eligió la plataforma Instagram), donde el objetivo principal es invitar a la audiencia a visitar el museo.

5. Presentación y Retroalimentación

Para la presentación de las propuestas, se realizó un calendario de tres fechas para que el cliente pueda dar una crítica constructiva, para los bocetos preliminares de cada producto, el diseño del afiche final, el brochure y redes sociales y la entrega final. En cada proceso la relación con el cliente fue horizontal, es decir, se motivó al estudiantado a realizar una presentación y justificación oral y los clientes realizaron críticas constructivas. Los clientes apreciaron la claridad de la conceptualización de las ideas de las y los estudiantes.

Las piezas a diseñar se enfocaron en la producción de material visual y de merchandising para el espacio arquitectónico y las redes sociales:

- Afiche A2 (y adaptaciones de gran formato para la zona de la escalera).
- Díptico o Tríptico (Brochure).
- Historias para Instagram.
- Merchandising (basado en síntesis en sistema modular).

La preparación y entrega de artes finales se realizaron el día del examen final, donde los equipos presentaron sus piezas y sustentaron oralmente todo el trabajo del semestre.

Luego, las acciones a realizar son las siguientes:

- Selección de las piezas ganadoras
- Entrega de certificados por participación en la articulación estudiante-museo universitario
- Premiación de las piezas ganadoras
- Exposición de todas las propuestas realizadas en el curso

Evaluación dentro del curso

Las ocho propuestas desarrolladas por los equipos alcanzaron un alto nivel formal y conceptual, satisfaciendo las expectativas de los clientes del MATP-PUCP. El hallazgo principal fue el alto nivel de conceptualización y resignificación visual alcanzado. El espacio museal funcionó como dispositivo para activar diversas aristas de la memoria, la identidad, las raíces y la familia, lo que se tradujo, desde la teoría de Canclini, en una resignificación de los artefactos mediante un lenguaje de ilustración, texto y colores contemporáneos.

Temas de resignificación

El análisis demostró que las propuestas abordaron la conexión con la audiencia a través de la herencia material, local y andina a través de los diversos artefactos elegidos. Estos artefactos cobraron vida y tomaron un rol activo en el discurso comunicativo y visual de los afiches. A ello se añade que todos los afiches tuvieron la capacidad de integrar todos los ejes temáticos y curatoriales que presentaba el museo, de manera fluida y orgánica.

Por ejemplo, la *Figura 2* articuló el espacio museal a través de la entrada de un retablo (perteneciente al eje de imagería), custodiado por personajes de los diversos ejes de la

colección a la espera de dos personajes en primer plano (una niña y una anciana), es un *juego* de significados que reivindica la memoria familiar y la herencia local.

En ese marco, en la *Figura 7* y la *Figura 10* se observan los artefactos del museo, como personajes animados que invitan a subir al expectante, los mismos sucede con la *Figura 11* quiénes un grupo de piezas de la colección del museo, pertenecientes a diversas áreas temáticas, invitan a subir a dos infantes a la sala permanente. La *Figura 8* y la *Figura 9* presentan una vista interna del museo donde los artefactos museales cobran vida y recorren el espacio de la sala como guías e interlocutores del público diverso que visita el recinto.

Narrativas generacionales

La memoria familiar y la herencia local fueron un tópico importante en varias de las propuestas. Por ejemplo, la *Figura 2* presenta en primer plano una conversación transgeneracional de una niña y una anciana que se conectan y entretienen a través del descubrimiento de un objeto cuando abren un baúl. Esa primera escena ejemplifica visualmente el valor simbólico identitario y familiar. Dicho objeto simbólico es un artefacto del eje de juguetaría de la colección.

Esa primera figura es un constructo sustancial sobre cómo se va construyendo y resignificando la memoria, no solo a través de las palabras sino también de los objetos, como un juguete. El descubrir dicho juguete permite la entrada a un espacio más profundo, en términos conceptuales desde los presupuestos de Arias y Campos (2009), es llegar a la raíz de nuestra identidad y memoria.

La *Figura 6* representa tres generaciones familiares desarrollando actividades aparentemente cotidianas, simbolizando la transmisión del oficio, el conocimiento y la sabiduría técnica y emocional que ejemplifica de una manera visual y sensible la definición del Arte Popular, conceptos desarrollados por Stasny y Castrillón

Además, esta propuesta articula la mayoría de las líneas curatoriales que presenta el museo: cestería, cerámica, pintura popular, a través de la ilustración y resignificación de las piezas que conforman la colección, dispuestas en una mesa como herramientas, conocimiento, memoria y corazón. En esa línea, se dialoga con los presupuestos de Arias y Del Campo sobre el discurso de memoria e identidad.

Los ocho pósters se consolidaron como elementos efectivos de resignificación del patrimonio cultural, estableciendo una conexión creativa con la audiencia, apelando a sus sensibilidades a través de un lenguaje contemporáneo que conserva el arraigo a la memoria y la identidad.

Adicionalmente, las piezas de merchandising fueron igual de relevantes, ya que lograron plasmar visualmente las piezas patrimoniales en artefactos contemporáneos y funcionales (taza, pañuelo, bolso) a través de un lenguaje sintético. Este proceso de abstracción y síntesis visual no solo generó productos de valor identitario, sino que representó claramente el ADN visual del MATP-PUCP, acercando el patrimonio a la cotidianeidad de las nuevas audiencias.



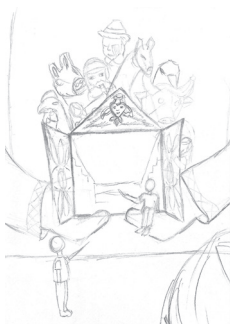
1



4



2



3



5



6



7



8



9



10



11

Figura 1. Visita al Museo de Artes y Tradiciones Populares (Fotografía propia, 2025). **Figura 2.** Afiche realizado en el curso, estudiantes Yumy Figueroa, Alexandra Acero, Rafaela Ortega (Fotografía propia, Lima, 2025). **Figura 3.** Conceptualización y bocetos realizados en el curso, estudiante Yumy Figueroa. (Fotografía propia, Lima, 2025). **Figura 4.** Propuesta de síntesis y sistema modular, estudiante Nelly Cano (Fotografía propia, Lima, 2025). **Figura 5.** Conceptualización y bocetos realizados en el curso, estudiante Rafaela Ortega. (Fotografía propia, Lima, 2025). **Figura 6.** Afiche realizado en el curso, estudiantes Dariana Alfaro, Ariana Meléndez, Vania Ibañez (Fotografía propia, Lima, 2025). **Figura 7.** Afiche realizado en el curso, estudiantes Valeria Chávez, Denisse Gamonal, Luciana Prieto (Fotografía propia, Lima, 2025). **Figura 8.** Afiche realizado en el curso, estudiantes Adhara Alponze, Henry González, Daniel Jiménez (Fotografía propia, Lima, 2025). **Figura 9.** Afiche realizado en el curso, estudiantes Andrea Bautista, Pamela Balbin, Nathaly Machaca (Fotografía propia, Lima, 2025). **Figura 10.** Afiche realizado en el curso, estudiantes Luciana Elías, Sebastián Ipanaque, Astrid Rivas (Fotografía propia, Lima, 2025). **Figura 11.** Afiche realizado en el curso, estudiantes Nelly Cano, Jeffrey Cornejo, Pierina Montalvo (Fotografía propia, Lima, 2025).

Reflexión de la experiencia

Mendoza y López (2025) en su análisis final, proponen un estudio de públicos, así como difusión constante a través de Redes Sociales, un desarrollo de Mediación educativa y una sala de experiencias de actividades lúdicas. Además, proponen “un programa de voluntarios, pasantías y prácticas preprofesionales en convenio, priorizando a la comunidad PUCP” (2025: 103). Si bien los autores no mencionan la importancia del Diseño gráfico, a partir de esta experiencia, se evidencia la necesidad de esta disciplina para vincular el patrimonio cultural a las nuevas audiencias.

Desde el área académica del Diseño Gráfico se observa que el espacio museal, la museografía y museología del MATP reclaman un trabajo multidisciplinario. Es por ello que el equipo docente se orientó a expandir ese campo de investigación de articulación entre el diseño y el patrimonio para reimaginarlo y resignificarlo.

Es en esa articulación, donde el Diseño Gráfico se define como un campo de acción, humanista y cultural, sobre el que todavía existe mucho trabajo por desarrollar. A pesar de ello, la experiencia desarrollada en esta investigación deja una huella trascendental, de manera específica en las y los estudiantes y que reafirman su vocación de futuros profesionales del diseño y de actores culturales y en el campo disciplinar en general.

La disciplina del Diseño Gráfico reconoce el potencial de los museos, según indica Hermosilla (2020 en López y Mendoza, 2025: 104) y que “cobren relevancia en la formación académica universitaria para recuperar su razón de ser”. Es así que los museos buscan mantenerse a la vanguardia como dotadores de conocimiento confiable. Es ahí donde el diseño gráfico se vuelve en una herramienta clave para garantizar que esa información se difunda de manera fidedigna, accesible y dentro del contexto curatorial adecuado (Bertachini y Federico Morando, 2013).

En resumen, la articulación de la experiencia de investigación desde el diseño gráfico que vivieron los estudiantes de Diseño Gráfico de la PUCP en el MATP va más allá de un estudio formal y estético del espacio museal. A través del desarrollo de las piezas de diseño, desde los afiches hasta las piezas digitales para redes sociales, se posiciona como una herramienta metodológica y estratégica indispensable. Es así que esta experiencia académica permite definir y proyectar la identidad institucional del museo MATP, acercando a las audiencias a través de una propuesta comunicacional gráfica, con propuestas visuales. Se reafirma que las disciplinas del diseño permiten la comprensibilidad y la accesibilidad del arte popular a públicos diversos y, alineado al plan estratégico museológico del MATP, el desarrollo del pensamiento crítico. Por un lado, el estudiantado se involucra en experiencias académicas con clientes reales y, por otro lado, el de las diversas audiencias. Finalmente permite dinamizar la difusión y la comunicación en el entorno digital y social contemporáneo, resignificando su valor simbólico para las nuevas generaciones.

Conclusiones

Esta investigación tuvo como fin analizar la pertinencia del Diseño Gráfico como agente mediador cultural-visual estratégico en la resignificación del arte popular para las audiencias contemporáneas en el Museo de Artes y Tradiciones Populares “Luis Repetto Málaga”. Los hallazgos del análisis reafirman que esta disciplina trasciende la función formal/estética, consolidándose como herramienta metodológica de investigación y creación indispensable para la gestión activa del patrimonio cultural y de los museos universitarios.

Contribuciones y hallazgos centrales

Colaboración académica y museo universitario

- Esta experiencia se plantea como un modelo replicable de vínculo académico e institucional. Se añade su propuesta innovadora en torno a la gestión y visibilización del patrimonio material en general y de los artefactos de la cultura popular peruana que el MATP custodia, convirtiendo al museo en un laboratorio de aprendizaje para el estudiantado de Diseño Gráfico.
- El Diseño Gráfico se posiciona como actor multidisciplinario al responder a las problemáticas de difusión y comunicación comentadas en esta investigación, traduciendo el valor del patrimonio en experiencias visuales significativas para las audiencias del siglo XXI.

El diseño como agente de resignificación y accesibilidad

- La disciplina del Diseño Gráfico como canal de comunicación para la resignificación y accesibilidad al patrimonio cultural. A partir de la tesis de García Canclini sobre la urgencia de la resignificación del patrimonio cultural, se fundamenta el rol de la Disciplina del Diseño. La aplicación del Método Proyectual de Munari adaptado a las condiciones académicas permitió al estudiantado desarrollar piezas de comunicación visual y de dispositivos y activadores de memoria e identidad susceptibles a nuevas narrativas.
- Las piezas gráficas desarrolladas en el curso de Introducción al Diseño Gráfico son canales de comunicación con la potencia de humanizar el patrimonio cultural, haciendo que el arte popular sea más accesible y conocido y emocionalmente relevante para las audiencias contemporáneas a través de las narrativas desarrolladas como la imaginación infantil, el arraigo familiar, la identidad y la memoria.
- Las piezas desarrolladas permiten acercar a la institución Museal a diversas audiencias, a través de diversos canales, físicos como digitales.

Validación del método proyectual en el contexto museal

- El estudio valida la eficacia del proceso de investigación-creación en Diseño Gráfico implementado en el curso de Introducción al Diseño Gráfico. La adaptación del método de Munari en cinco pasos demostró ser un marco que promueve el pensamiento crítico así como la investigación aplicada al desarrollo de productos de diseño y comunicación visual.

- La articulación horizontal del estudiantado con el espacio museal, (estudio de Brief, visita al museo, estudio de piezas y retroalimentación) estableció una experiencia de simulación laboral ligado a la responsabilidad social universitaria de la PUCP.

Futuras recomendaciones

- Evaluación de impacto en audiencia: realizar una investigación cuantitativa para medir el impacto real de las piezas gráficas en el público que asiste a la sala permanente y su percepción sobre la identidad y relevancia del MATP.
- Sostenibilidad: Buscar mecanismos y estrategias que permitan sostener el trabajo colaborativo entre el espacio museal y la academia, además de considerar aplicar el Método Proyectual a otros proyectos de Diseño o con experiencias con otros museos.
- Análisis semiótico: analizar a profundidad, desde una perspectiva semiótica las piezas ganadoras, cotejando su eficacia comunicacional con estudios de la cultura visual en el contexto peruano.

En definitiva, este estudio y reflexión contribuyen a la literatura académica al validar un método práctico que revela al Diseño Gráfico como dinamizador de la democratización cultural y el conocimiento del patrimonio cultural y las nuevas generaciones.

Notas

1. “La casa se ubica en una manzana próxima a la Plaza de Armas de Lima, catalogada como Entorno de Protección del Patrimonio Cultural, y forma parte de la zona delimitada como Patrimonio Mundial declarada por la Unesco en 1991, según se indica en el Reglamento Único de Administración del Centro Histórico de Lima (2019). En esta área con densidad patrimonial alta, se concentra gran cantidad de monumentos de alto valor histórico, cultural y urbano, como el Museo Naval Casa Grau, la Casa O’Higgins de la PUCP, la iglesia San Agustín, etc.” (López y Mendoza 2025: 100).

2. En esa línea Mendoza y López (2025) definen la visión y misión del Museo: Visión del MATP hacia el 2027: Ser el espacio referente de la difusión del arte popular peruano, buscando la participación activa de sus artistas, así como de sus públicos, con una perspectiva intercultural e inclusiva, consciente de la diversidad cultural de nuestro país y fomentando el desarrollo del pensamiento crítico en sus públicos (López y Mendoza, 2022: 213-214 en López y Mendoza 2025: 101).

Misión del MATP hacia el 2027:

- Conservar, investigar y difundir el arte popular peruano.
- Es un espacio articulador e inclusivo, un lugar de encuentro vivo y dinámico, de intercambio de saberes, tradiciones y formas de ver el mundo.
- Contribuir con el desarrollo del pensamiento crítico de sus públicos, a través de sus exposiciones y otras actividades culturales que realiza.
- Vincularse con la sociedad y el entorno, reconociendo la diversidad del país y sus problemáticas (López y Mendoza, 2022: 214 en López y Mendoza 2025).

Referencias bibliográficas

- Arias, A., & Campo, A. del. (2009). Introduction: Memory and Popular Culture. *Latin American Perspectives*, 36(5), 3–20. <http://www.jstor.org/stable/20684668>
- Bazaga Sanz, R., (2015). Diseño gráfico y patrimonio arqueológico. Metodología para el análisis de ídolos placa. *Opción*, 31(6), 93-106.
- Bertacchini, E., & Morando, F. (2013). The future of museums in the digital age: New models for access to and use of digital collections. *International journal of arts management*, 15(2), 60-72.
- Castrillón-Vizcarra, A. (1986). Museo peruano: utopía y realidad.
- Consejo Internacional de Museos.(2022). Definición de museo. <https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>
- Del Aguila Taipe, N. J. (2020). *En defensa del Arte Popular. La trayectoria del coleccionismo en el Museo de Artes y Tradiciones Populares, IRA-PUCP, 1979-2014* [Master's thesis, Pontificia Universidad Católica del Perú (Perú)].
- Del Aguila Taipe, N. J.(2017). Los avatares para la comprensión crítica del coleccionismo de Arte Popular. El caso de la colección del Museo de Artes y Tradiciones Populares del IRA. <https://repositorio.pucp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/afc4eca4-c271-4b3a-a2a5-6076972c3aa0/content>
- Frascara, J. (2008). Diseño gráfico para la gente. Ediciones Infinito.
- García Canclini, N. (1999). Los usos sociales del patrimonio cultural. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. <https://bibliotecadigital.academia.cl/xmlui/bitstream/handle/123456789/617/Nestor%20Garcia%20Canclini.pdf?sequence=1>
- Huerta, R. (2024). Diseño gráfico del museo como estímulo creativo en educación patrimonial. [i2] *Investigación e Innovación en Arquitectura y Territorio*; 12(2), 107-128. <https://doi.org/10.14198/i2.25744>
- Ledesma, M. (2016). Pensamiento de diseño e innovación. *DATJournal*, 1(2), 15-22.
- López Infantas, B. y Mendoza Castro, C. (2025). El Museo de de Artes y Tradiciones Populares “Luis Repetto Málaga”: una propuesta de plan museológico en pos de su revalorización. *Illapa Mana Tukukuq*, 22(1), 94 - 107. <https://doi.org/10.31381/illapa.v1i22.7624>
- López Infantas, B. y Mendoza Castro, C. (2022) *Propuesta de plan museológico para el museo de artes y tradiciones populares “Luis Repetto Málaga”* [Tesis de Maestría, Universidad Ricardo Palma (Perú)]
- Macdonald, S. (2007). Interconnecting: museum visiting and exhibition design. *CoDesign*, 3(sup1), 149–162. <https://doi.org/10.1080/15710880701311502>
- Melenje, A.A. (2014). Itinerario: Diseño Gráfico, Cultura Visual e identidades locales. Cuaderno 47. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (2014). pp 163-180 <https://dSPACE.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/1822/1602>
- Repetto, L. (2006). Memoria y patrimonio: algunos alcances. *Pensar Iberoamérica Revista de Cultura*, 8. <http://red.pucp.edu.pe/ridei/wp-content/uploads/biblioteca/090917.pdf>
- Stastny, F. (1981). Las artes populares del Perú. Madrid: Ediciones Edubanco.
- Valenzuela, C., & Hidalgo, I. (2024). Reivindicando la visualidad del patrimonio cultural material del Museo de Arqueología Josefina Ramos de Cox a través de la investigación

y creación desde el Diseño Gráfico. Reflexiones a partir de un proyecto académico. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (229), 295-312.

Yllia Miranda, M. E. (2024). Pensar el museo: Alfonso Castrillón Vizcarra y la crítica museológica en el Perú. *Illapa Mana Tukukuq*, (21), 18 - 27. <https://revistas.urp.edu.pe/index.php/Illapa/article/view/7092>

Pontificia Universidad Católica del Perú (2023). Plan Estratégico Institucional 2023 - 2027 PEI Institucional. <https://www.pucp.edu.pe/documento/plan-estrategico-institucional-2023-2027/>

Abstract: This research analyzes the academic strategies and processes implemented to connect graphic design students at the Pontifical Catholic University of Peru (PUCP) with the Luis Repetto Málaga University Museum of Popular Arts and Traditions (MATP). It also reflects on the relevance of the discipline of Graphic Design as a strategic cultural-visual mediator between material heritage and its audience, through a design-based research methodology.

The MATP, founded in 1979, seeks to be a space for encounter and collective memory for a multi-identity society that houses an artistic heritage from various regions of Peru and gives voice to various actors of the 20th century. Despite this, it has been identified that one of the problems facing the museum is the low number of visitors to its permanent exhibition hall, located on the second floor of the Casa O'Higgins in the historic center of Lima. Possible causes could be its location or a lack of visual publicity.

Therefore, the connection between the academy and the MATP goes beyond a formal and aesthetic study of the museum space. In this sense, through design research and the development of graphic pieces, the discipline of Design is positioned as an indispensable methodological and strategic tool to resignify and project the institutional identity of the MATP, bringing audiences closer through a graphic communication proposal.

Keywords: Graphic Design - Research through Design - Cultural Heritage - Visual Mediation - Museum Studies - Material Culture - Popular Art - Institutional Identity

Resumo: Esta pesquisa analisa as estratégias e os processos acadêmicos implementados para vincular os estudantes de Design Gráfico da Pontificia Universidad Católica del Perú ao Museo Universitario de Artes y Tradiciones Populares Luis Repetto Málaga (MATP). Da mesma forma, reflete sobre a relevância da disciplina do Design Gráfico como mediador cultural-visual estratégico entre o patrimônio material e seu público, por meio de uma metodologia de pesquisa pelo design.

O MATP, fundado em 1979, busca constituir-se como um espaço de encontro e memória coletiva para uma sociedade multi-identitária, abrigando um patrimônio artístico proveniente de diversas regiões do Peru e dando voz a diferentes atores do século XX. Apesar disso, identifica-se que uma das problemáticas apresentadas pelo museu é a baixa afluência de público à sua sala permanente, localizada no segundo andar da Casa O'Higgins,

no centro histórico de Lima. Entre las posibles causas, destacan-se sua localização ou a insuficiente difusão visual.

Nesse contexto, a articulação entre o espaço acadêmico e o MATP ultrapassa um estudo formal e estético do espaço museológico. Assim, por meio da pesquisa em design e do desenvolvimento de peças gráficas, o Design, enquanto disciplina, posiciona-se como uma ferramenta metodológica e estratégica indispensável para ressignificar e projetar a identidade institucional do MATP, aproximando os públicos por meio de uma proposta de comunicação gráfica.

Palavras-chave: Design Gráfico - Ressignificação visual - Museu - Arte Popular - Cultura visual - Cultura popular - Patrimônio cultural - Patrimônio material - Pesquisa-criação - Pesquisa pelo design

^(*) **Claudia Catherine Valenzuela-Suárez** es Docente de la Pontificia Universidad Católica del Perú (Lima, Perú). Magistra en Historia del Arte y Curaduría y licenciada en Diseño Gráfico. Viene desarrollando proyectos de investigación multidisciplinaria, abordando temas mediante el arte y diseño como identidad cultural, educación-creación, resignificación del patrimonio material, identidad y visualidad. Su campo de interés abarca la genealogía del diseño gráfico peruano, la emergencia de la mujer del siglo XX y el patrimonio cultural visual identitario del Perú. Cuenta con publicaciones académicas y ha participado en diversos encuentros como ponente tanto a nivel nacional como internacional. Ha sido galardonada con el Premio a la Innovación Docente en los años 2022 y 2023 en la PUCP. Además, es miembro activo de la Red Internacional de Investigadores de la Universidad de Palermo.