

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

PROTOTIPO DE MUSEO INTERACTIVO BASADO EN LA
CONCEPTUALIZACIÓN DE LA IDENTIDAD DE LOS HABITANTES DE LA
COMUNA VALDIVIA

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciado en Turismo

Presentado por:

Dayana del Rosario Tobar Poveda

Doménica Katherine Villón Castro

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2022

DEDICATORIA

La ejecución del siguiente proyecto se lo dedico a mis padres, Zoraida Poveda y Juan Tobar por haberme otorgado su paciencia, compañía y apoyo económico. Doy gracias a Dios y a la vida por permitir que sean testigos del cumplimiento de esta meta; ya que, en definitiva, ellos han sido el pilar fundamental de los logros que he recolectado hasta ahora y realmente estoy feliz de poderles otorgar el resultado final de los años invertidos en mi educación.

-Dayana Tobar Poveda

Le dedico este logro primero a Dios por ser mi guía de vida. A mis padres, Irene Castro y Jeancarlo Villon, por la paciencia y el apoyo durante estos años que me ayudó a terminar a gusto mi licenciatura. A mis angelitos del cielo, mi bisabuelo Silas Ante, por haberme siempre motivado a estudiar y aprender; a mis dos abuelos, Enrique Villón y Victoria Vera, por enseñarme que con amor y pasión podemos lograr nuestro objetivo propuesto. Y a mi amiga Judith Briones, por todo el aprendizaje que me dejó. Acabo esta meta a sus nombres dado que no llegaron al final del camino conmigo, pero me acompañaron durante todo el proceso.

-Doménica Villón Castro

AGRADECIMIENTOS

Primero le agradecemos a Dios por habernos permitido llegar a este punto de la carrera y por habernos otorgado sabiduría para alcanzar este objetivo. Le agradecemos a cada uno de nuestros profesores de la ESPOL, especialmente a la miss Lady Soto por ser la clave en el desarrollo de nuestra tesis. Además, damos gracias a nuestros amigos de Turismo por todas las risas y buenas experiencias vividas en nuestra etapa universitaria.

Asimismo, nos agradecemos la una a la otra por acoplarnos a nuestra disponibilidad, por la predisposición, cariño, soporte y motivación que nos hemos brindado durante este último semestre.

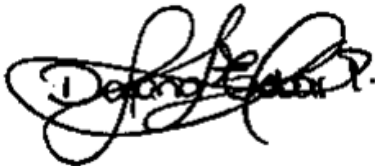
De manera individual, como Dayana Tobar, doy gracias a mis padres y hermana por apoyarme en todo momento y ser el motor que me impulsa a continuar con mis objetivos. Agradezco a Argumentum, Club de Debate y Oratoria, por ayudarme a desarrollar habilidades discursivas, planificación de proyectos y liderazgo.

Por otro lado, como Doménica Villón, agradezco a mis padres, hermanos y familiares por haberme apoyado en este camino tan largo con el aliento de siempre seguir adelante. Agradezco a mis perritos por quedarse a mi lado hasta altas horas de la madrugada acompañándome en cada tarea que he realizado durante estos años.

-Dayana Tobar y Doménica Villón.

DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Dayana del Rosario Tobar Poveda y Doménica Katherine Villón Castro damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"



Dayana Tobar Poveda



Doménica Villón Castro

EVALUADORES

M.Sc Lady Soto Navarrete PhD (c)
PROFESOR DE LA MATERIA

M.Sc Lady Soto Navarrete PhD (c)
TUTOR DE LA MATERIA

RESUMEN

La presente investigación que tuvo como objeto de estudio el Museo Valdivia se enfoca en la problemática del poco fortalecimiento de su identidad cultural, así como en la dinámica e interacción en la exposición de sus reliquias arqueológicas; por lo que carece de actividades que implican trabajo en equipo con los ciudadanos de su comunidad, generando así una escasa afluencia de turistas en el destino. Es por esto que se han implementado diferentes métodos de levantamiento de información como entrevistas para conocer acerca de la identidad cultural, *focus group* para aprender sobre sus habilidades artesanales y observación participante/no participante con el fin de saber cómo es el manejo de sus actividades diarias dentro de la comuna; obteniendo como resultado que la población posee un significativo e importante nivel de identidad sobre sus raíces; además, laboran en diferentes aspectos artesanales según sus aptitudes y están dispuestos a ejecutar actividades conjuntas que generen un museo comunitario más interactivo entre ellos y sus visitantes, manteniendo su cultura y perpetuando su historia a las nuevas generaciones. Dado lo anterior, se identificó que es importante el uso de espacios dentro del museo para que los ciudadanos compartan las manifestaciones que represente su orgullo identitario, utilizando sus habilidades artesanales para ayudarse económicamente. Además, la comuna está dispuesta a trabajar en conjunto con un líder que los ayude a organizar y promocionar el evento para incrementar sus visitas.

Palabras Clave: Identidad, Museo, Comunidad, Cultura, Interactivo.

ABSTRACT

The present research that had as object of study the Valdivia Museum focuses on the problem of the little strengthening of its cultural identity, as well as in the dynamics and interaction in the exhibition of his archaeological relics; so, it lacks activities that involve teamwork with the citizens of its community, thus generating a low influx of tourists in the destination. That is why different methods of gathering information have been implemented such as interviews to learn about cultural identity, focus group to learn about their craft skills and participant/non-participant observation in order to know how the management of their daily activities within the commune is, obtaining as a result that the population has a significant and important level of identity on its roots; In addition, they work in different craft aspects according to their skills and are willing to carry out joint activities that generate a more interactive community museum between them and their visitors, maintaining their culture and perpetuating their history to the new generations. Given the above, it was identified that it is important to use spaces within the museum for citizens share the manifestations that represent their identity pride, using their craft skills to help themselves financially. In addition, the commune is willing to work together with a leader to help them organize and promote the event to increase their visits.

Keywords: *Identity, Museum, Community, Culture, Interactive.*

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	I
ABSTRACT.....	II
CAPÍTULO 1.....	1
1. Introducción.....	1
1.1 Descripción y Justificación del problema	2
1.2 Objetivos.....	3
1.2.1 Objetivo General.....	3
1.2.2 Objetivos Específicos.....	3
1.3 Marco Teórico.....	3
1.3.1 Conceptualización de Museos.....	3
1.3.2 Identidad	4
1.4.3 Marco Conceptual.....	5
CAPÍTULO 2.....	6
2. Metodología.....	6
2.1 Introducción y Descripción de Herramientas de Data Colección.....	6
2.1.1 Primer Objetivo Específico:	7
2.1.2 Segundo Objetivo Específico:	7
2.1.3 Tercer Objetivo Específico:.....	8
2.2 Descripción de Data Análisis.....	8
CAPÍTULO 3.....	14
3. Resultados.....	14
3.1 Resultados del primero objetivo específico.....	14
3.1.1 Identidad	14
3.1.2. Discusión de Resultados - Objetivo 1	15
3.2 Resultados del segundo objetivo específico	16
3.2.1 Plan de actividades	16
3.2.2 Discusión de Resultados - Objetivo 2	16
3.3 Resultados del tercer objetivo específico	17
3.3.1 Autonomía y preservación cultural	17
3.3.2 Discusión de Resultados - Objetivo 3	18
CAPÍTULO 4.....	19

4. Conclusiones Y RECOMENDACIONES	19
4.1 Conclusiones	19
4.2 Recomendaciones	20
BIBLIOGRAFÍA	22
Referencias Bibliográficas	22
ANEXO A	24
IDENTIDAD CULTURAL	24
ANEXO B	25
PEQUEÑOS EMPRENDEDORES	25
1. Arte Orrala - Familia Orrala	26
2. Jordan Suárez - Artista de mural y pinturas	27
3. Panaderos y Artesanos	29
ANEXO C	32
FERIA DE EMPRENDIMIENTO	32
ANEXO D	35

ÍNDICE DE FIGURAS

Imagen 2-1. Piezas originales [Elaboración propia]	9
Imagen 2-2. Ventana al pasado [Elaboración propia]	10
Imagen 2-3. Mural 1 [2021. Suarez, J]	11
Imagen 2-4. Formato de consentimiento [Elaboración propia]	12
Figura A-1. Identidad Cultural [Elaboración Propia]	24
Imagen B-1 [2020. Pacaia Box]	26
Imagen B-2. Venus de Valdivia. [2021. Suarez, J.]	28
Imagen B-3. Mural 2 [2020. Suarez, J.]	29
Imagen B-4. Pan de pascua. [2021. Laínez, R]	30
Imagen B-5. Pan de sal y dulce. [2021. Reyes, Y]	30
Imagen B-6. Stalin Borbor y Rosalba Lainez. [2021. Elaboración Propia]	31

CAPÍTULO 1

1. Introducción

La Cultura Valdivia es una cultura precolombina que se desarrolló entre el año 3500 y el año 1800 a.C. en la costa occidental de Ecuador. En el año 1997 la Cultura Valdivia fue declarada Patrimonio Cultural Nacional por ser la cultura agro-alfarera más antigua del Ecuador.

El museo de Valdivia está ubicado en la ruta Spondylus, km 42 en la provincia de Santa Elena. Cuenta con más de 200 piezas arqueológicas de la cultura Valdivia, Chorrera, Machalilla, Guangala y Manteño-Huancavilca, todos en representación de los primeros pueblos que habitaron en el continente. Según Alexander Viveros, actual administrador del museo, este fue construido en el año de 1978 por la Dirección Nacional del Turismo, después de su inauguración se mantuvo cerrado y abandonado por un promedio de 10 años debido a desacuerdos políticos.

En el año de 1995 se dio la apertura al público nuevamente. Este museo cuenta con casas etnográficas construidas con los materiales y técnicas de la época. Su definición fue realizada originalmente en la década de 1960 por Estrada, Meggers y Evans a partir de excavaciones realizadas en la costa ecuatoriana, específicamente en la Comuna Valdivia y el sitio epónimo.

Alexander Viveros quien fue secretario del cabildo en el año 2019 comenta que la mayoría de las personas que visitan el museo son de la sierra y muy pocos extranjeros en los meses de junio a agosto. Además, de que la comuna es la encargada de colocar quien administra el museo por lo que todo trabajo realizado con el museo y para el museo es comunitario.

1.1 Descripción y Justificación del problema

El museo de Valdivia cuenta con varios problemas externos e internos, se realizó un análisis donde se identificó una escasa planificación para un sitio que requiere ser atractivo turísticamente y valorado por los residentes del lugar. El museo de Valdivia actualmente se encuentra en estados no muy agradables, cuenta con pocas piezas originales, sus paredes o techos están cuarteados, las habitaciones abandonadas con restos arqueológicos rotos y una biblioteca que necesita limpieza profunda. El museo se mantiene en este estado debido a que no existe un compromiso neto por parte de la comunidad o apoyo fuerte por parte de las autoridades.

Es necesario que la comunidad se sienta identificada y representada cuando escoja a la persona que administrará el museo, si la comunidad no posee sentido de pertinencia con la cultura al momento de tomar esta decisión entonces no habrá la suficiente relevancia con el cuidado y crecimiento del museo.

Se busca que el museo se vuelva más dinámico con la ayuda de las personas pertenecientes a la comuna, los cuales, mostraron estar realmente interesados en aportar al museo de Valdivia y su crecimiento. Es de conocimiento general de la comuna que cada trabajo realizado en el museo es comunitario, es decir que, no existe remuneración alguna, por lo que también existen posibilidades de obtener ingresos a través de sus pequeños emprendimientos expuestos en el museo.

La importancia del proyecto radica en que el museo busca representar a la comunidad de Valdivia, por lo que debe enfocarse en lo que la propia comunidad quiere o siente con respecto a su cultura. Esto es para incentivar a la comunidad a formar parte del cuidado y progreso de su patrimonio cultural. Existen varias formas de incentivarlos, sobre todo con sus propias habilidades de artesanía donde cada uno tiene el espíritu emprendedor de salir adelante. Para la comunidad de Valdivia es muy importante que el museo prevalezca y crezca, debido a que se encuentra su nacionalidad representada en él y el nombre sus familiares quienes fueron los excavadores de la sección ventana al pasado.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Diseñar un prototipo de museo interactivo a través del levantamiento de información proveniente de la comunidad para el desarrollo de una identidad más alineada entre la comuna y el museo Valdivia.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Analizar la identidad que los caracteriza y a su vez sea reconocida por los habitantes de la comunidad de Valdivia, a través del levantamiento de información que permita la conceptualización de la misma.
- Generar un plan de actividades orientadas a una visita más interactiva y dinámica dirigida a turistas locales, nacionales y extranjeros.
- Fomentar la autonomía del museo Valdivia y la preservación de su patrimonio cultural e histórico a través de las actividades en conjunto de la comunidad.

1.3 Marco Teórico

El turismo se destaca como una de las mayores industrias e influencias económicas para las ciudades y comunidades de cualquier región, a través del flujo de visitantes. De ahí que presenta una serie de oportunidades para innovar los destinos; siendo la cultura, el patrimonio y la historia de los mismos, la fuente de aprovechamiento para la creación de espacios y desarrollo de actividades orientadas a la atracción de turistas. (Aguera; 2013).

1.3.1 Conceptualización de Museos

Por otro lado, el tipo de turismo que más está evolucionando, es el cultural; donde el visitante está más interesado por el patrimonio histórico de los pueblos y lugares como el museo, donde pueda visualizar el origen y exhibición de contenidos que hagan alusión a la cultura y costumbres del destino visitado. (Mansard; 2008, p. 34 - 25). Debido a esto, es importante ahondar un poco más en el área de la museología para definir nuevos

conceptos que vayan acorde con las nuevas experiencias que buscan los visitantes; ya que actualmente no sólo les interesa la exposición de objetos y teorías, sino más bien, la creación de un museo mucho más social e interactivo cuyo objetivo sea considerar a las personas como aquellas protagonistas de las actividades e información que se vaya a compartir acerca de la idiosincrasia del destino. (Orellana, Girault; 2020). Este tipo de participación ciudadana se vuelve el núcleo del museo y la finalidad del mismo; renovando su naturaleza e implementando temáticas que aporten diversas perspectivas a través de las prácticas colaborativas de la comunidad, que se verán reflejadas en la interacción de los turistas que lo visiten. (Orellana, Girault; 2020)

1.3.2 Identidad

El turismo es una forma de proteger el patrimonio cultural. La OMT acordó el código ético de turismo, en el artículo 4 menciona al turismo como el enriquecimiento del patrimonio cultural humano, según la OMT (2001), los recursos turísticos pertenecen al patrimonio común de la humanidad. El patrimonio cultural es la esencia de cada nación establecida por todos, mientras que, la industria del turismo intercambia experiencias culturales, lo que resulta en interculturalidad en un mundo multicultural.

La identidad local es el resultado del proceso ejecutado, a medida que cada comunidad se desarrolla, produce costumbres, leyes, productos y tradiciones que forma su cultura. A su vez, la cultura hace posible la evolución, es decir, “la acción cultural es el elemento básico del desarrollo de la comunidad porque supone una conciencia crítica de la realidad y una mayor posibilidad de interrelación entre individuos y grupos” (Barrena, 1980, p.91).

La identidad cultural es el agrupado de cualidades y componentes que pueden distinguirse y destacarse de una comunidad. No obstante, también hace referencia a los factores de vida en que se basa la comunidad, por lo que puede ser juzgada, valorada, apreciada, definida o rechazada por ajenos. Particularmente, la identidad cultural puede definirse como "a través de costumbres, hábitos y forma de pensar" (Tomasetta, 1972, p. 155). o también como una identificación de la misma, hasta personas del exterior pueden admitir que pertenecen a tal cultura o comunidad (Rezsohazy, 1988, pág. Cincuenta). La identidad de un grupo cultural es un elemento de carácter inmaterial o

anónimo, que ha sido obra de una construcción colectiva; lo que quiere decir que se encuentra relacionado a la historia y al recuerdo de las localidades.

La comunidad debe poseer un sentido de pertenencia de la cultura que representa para permitir el desarrollo de la misma, es importante que las personas encuentren en su área de confort como una base de seguridad y confianza, una razón de orgullo a nivel personal y social” (Hardt, 1991, p. 47).

1.4.3 Marco Conceptual

La identidad cultural es un agrupado de características propias de una cultura o comunidad que permiten a las personas identificarse como elementos de este grupo, pero también diferenciarse de otros conjuntos culturales. La identidad cultural comprende áreas tan diversas como el lenguaje, el sistema de valores y creencias, las tradiciones, los ritos, las costumbres o las conductas de una comunidad.

Un museo interactivo de ciencias es un espacio dirigido al encuentro científico de forma entretenida y lúdica; a través de técnicas y herramientas diseñadas para experimentar y aprender sobre aspectos académicos que sobresalen de la historia o ciencia.

CAPÍTULO 2

2. Metodología

El presente proyecto tiene como foco de estudio el museo arqueológico Valdivia que está ubicado en la comuna del mismo nombre, en la parroquia Manglaralto de la provincia de Santa Elena. La población objetivo que ha sido seleccionada para el proceso de análisis fueron los colaboradores de la administración del museo y los habitantes que han tenido relación directa o indirecta con el mismo; a quienes mediante técnicas de investigación y bajo la metodología *design thinking*, se las abordó para comprender y encontrar datos pertinentes para la ejecución del trabajo. De esta forma se llega a establecer un nivel más alto de empatía; ya que las herramientas de investigación nos permiten descubrir qué piensan, qué sienten, qué ven, qué escuchan de todos los factores que influyen en su vida diaria y lo rodean.

2.1 Introducción y Descripción de Herramientas de Data Colección.

Con el propósito de descubrir a profundidad la situación actual del lugar de estudio, se debe recurrir al desarrollo de una investigación con metodología *cualitativa*; ya que ésta se enfoca en la recolección de datos en el campo o sitio donde se experimenta el problema de estudio, interpretando cada fenómeno suscitado durante el día a día de los ciudadanos de la comunidad.

Para la ejecución de este proyecto se tuvo un acercamiento directo con el administrador del museo Valdivia, Alexander Viveros, quien nos explicó algunas de las falencias a nivel administrativo, físico y social por el cual estaba pasando el sitio. Sin embargo, para corroborar y comprender con mayor detalle el testimonio del encargado, se realizó un estudio más profundo y un levantamiento de información dentro de los actores que componen el museo y las personas de la comunidad que rodean al mismo o participan de ciertas actividades que se han realizado.

2.1.1 Primer Objetivo Específico: *Analizar la identidad que los caracteriza y a su vez sea reconocida por los habitantes de la comunidad de Valdivia, a través de levantamiento de información que permita la conceptualización de la misma.*

El análisis de la identidad e idiosincrasia de la comunidad de Valdivia se llevó a cabo con una primera recolección de opiniones que arrojaron las entrevistas realizadas. Primero se entabló un acercamiento primordial con los ex excavadores y se pudo recoger información que relata los inicios del museo y cómo comenzó el descubrimiento de los primeros vestigios que ahora forman parte de la exhibición. En las entrevistas también comentaron cómo fue el proceso desde que Emilio Estrada los contrató para desde lo que ahora es “la ventana al pasado” comiencen a explorar qué tipos de restos arqueológicos podían encontrar allí según las culturas que se asentaron. Además, otra de las técnicas de investigación que se llevó a cabo fue *focus group* donde se reunió a ex excavadores, autoridades, comuneros y familiares que han tenido relación directa o indirecta con el museo; donde tuvieron la oportunidad de compartir y exponer mutuamente sus reseñas de los momentos vividos en aquellos tiempos.

De ahí que se logró captar que tanto la comunidad como todas aquellas personas que formaron parte de la excavación, se sienten sumamente ligadas con todas las actividades que se ejecutan dentro del museo; ya que es la esencia de quiénes son ellos realmente y la esencia de aquello que los representa, descubriendo que ese es el motivo por el cual los habitantes se sienten tan preocupados por la administración, mantenimiento y seguridad del museo.

2.1.2 Segundo Objetivo Específico: *Generar un plan de actividades orientadas a una visita más interactiva y dinámica dirigida a turistas locales, nacionales y extranjeros.*

Para el desarrollo de este objetivo se realizó un levantamiento de información que se logró a través de la observación participante y entrevistas focalizadas; donde se pudo notar que, dentro de la comunidad de Valdivia, existen personas con diferentes habilidades y labores artesanales o artísticas que podrían aportar a al mejoramiento de la dinámica y ofertas del museo. Según la presidenta del comité de turismo de la parroquia de Manglaralto, Cinthia Domínguez, hay personas que se dedican a la creación de calzados y textiles, fabricación de piezas arqueológicas como réplicas, preparación

de pan o dulces en forma de Venus de Valdivia y elaboración de cuadros o murales pintados con temática de la cultura de la cual se origina la comunidad.

Dado lo anterior, se busca crear un espacio donde aquellas personas que se dediquen al desarrollo de habilidades artesanales puedan exponer y vender sus trabajos icónicos para darse a conocer no sólo entre las personas de su barrio; sino también con visitantes externos. De esta forma, los comuneros tendrían la oportunidad de alcanzar nuevos prospectos de compradores o personas que admiren sus trabajos y el museo podría obtener mayor afluencia de turistas que además de ir por la riqueza arqueológica con la que cuenta, también encontrarán variedad de actividades que disfrutar durante su visita y paso por la comuna de Valdivia.

2.1.3 Tercer Objetivo Específico: *Fomentar la autonomía del museo Valdivia y la preservación de su patrimonio cultural e histórico a través de las actividades en conjunto de la comunidad.*

Partiendo de la información obtenida por medio de entrevistas e investigación participativa en el sitio, acerca de cómo se identifica la comunidad y cuáles son los intereses de la misma, se trabajará de forma genuina al desarrollo de actividades nuevas que puedan ser ofertadas en el museo arqueológico. Ya sean productos, servicios o dinámicas académicas desarrolladas por habitantes de la comuna, que pueden generarse en los diferentes tipos de ambientes que se ha planeado implantar y ser dirigidas a todo tipo de mercado.

De ahí que habría una fuente de ingreso propia para el sustento del museo y las personas que trabajen con el mismo; además, de generar un nivel de participación mucho más estrecho entre la comunidad y la propia administración; que fue una de las problemáticas que se encontró durante la recolección de datos.

2.2 Descripción de Data Análisis

Después de haber realizado la recolección de los datos se procedió a analizarlos. Se transcribió las grabaciones de voz de los entrevistados en el museo de Valdivia, es

decir, de los ex excavadores, el administrador, Alexander Viveros, la presidenta del comité de turismo, Cinthia Domínguez, entre otros entrevistados; con el fin de encontrar el factor común entre todas las respuestas obtenidas por cada uno de ellos. Comenzamos con el primer entrevistado, Alexander, quien explicó un poco del trabajo dentro del museo y los eventos que se realizan en el mismo, por lo que las palabras claves obtenidas a través de la codificación fue “trabajo comunitario” y “evento” dado que no existe remuneración alguna para aquellos que participan durante los eventos que realiza el administrador del museo o que se realizan en el museo como tal. También mencionó acerca de la fachada del museo el cual necesita una reestructuración y la importancia de las piezas que se encuentran en él, solo el 20% de ellas son originales.



Imagen 2-1. Piezas originales [Elaboración propia]

Luego se codificó la entrevista de Ángel Yagual, ex excavador del museo, quien habló acerca del origen de todo el museo y como al pasar de los años, no había tenido ningún reconocimiento por haber encontrado la sección de la Ventana al pasado en el museo. Además, se conversó con 5 ex excavadores más, que indicaron la importancia de representación de la cultura Valdivia para ellos y lo relevante que es tener al museo Valdivia en constante movimiento y cuidado.



Imagen 2-2. Ventana al pasado [Elaboración propia]

Continuando con las entrevistas y su respectiva codificación, Cinthia Domínguez, presidenta del comité de turismo, busca dar una capacitación sobre guianza para aquellos conductores que manejen las tricimotos como un método de emprendimiento en la comuna, con el fin de que se realice más actividades turísticas dentro de la misma, de esta forma se lograría obtener una mayor afluencia en el museo de Valdivia.

Por último, Jordán Suarez, es un joven artista que ha pintado 3 paredes del museo y constantemente asiste a los eventos que se ejecutan en la comuna, forma parte del pequeño grupo de jóvenes interesados en el cuidado del museo, junto con Cinthia, ambos mencionan que los fines de semana la mayoría de los artesanos se movilizan a otras playas más concurridas para poder vender sus productos, es decir que, buscan salir adelante a través de su trabajo realizado en representación a su cultura.



Imagen 2-3. Mural 1 [2021. Suarez, J]

En conclusión, se obtuvo que para la comunidad es importante representar su identidad a través del museo de Valdivia, se busca que el museo se vuelva interactivo de forma que las personas pertenecientes a la comuna de Valdivia formen parte del desarrollo del museo en función de crecimiento activo durante los próximos años. Los habitantes de la comuna, la directiva del museo, directiva del comité de turismo y pocos jóvenes se encuentran comprometidos con el cuidado y actividades que se realicen dentro del museo dado que de esta forma se representa a su identidad y cultura dándole espacio al sentimiento de pertinencia y mostrando a los posibles turistas que arriben al museo lo que significa la historia de cada uno de ellos.

2.3 Aplicación de criterios de rigor y ética

Los criterios de rigor y ética de una investigación cualitativa deben responder a la reflexión que el investigador realiza acerca de los efectos o las relaciones que se establecen con los sujetos involucrados en el estudio y la manera en que se presenta sus resultados (Noreña, Alcaraz Moreno N, Rojas Guillermo J, & Rebolledo-Malpica, Dinora, 2012). Por un lado, según Selltiz C, Wrightsman L, Cook S. (2000), los criterios de rigor permiten valorar la aplicación científica de los métodos de investigación, las técnicas de análisis para la obtención y el procesamiento de los datos. Por otro lado, a los criterios de ética se definen como un método para tratar la realidad humana de una manera holística con una mínima interferencia, dando así a los participantes libertad y tratándolos como sujetos en lugar de objetos de investigación. (Gastaldo D, McKeever P, 2002).

Para llevar a cabo esta investigación se tomó como criterios de rigor y ética, primero a la fiabilidad al momento de realizar las estrategias de recolección de datos de otras investigaciones, luego a la relevancia al permitir evaluar y mostrar el conocimiento que se brinda a través de esta investigación, seguido con la seguridad de información del participante durante la entrevista, se buscó que se lleve de forma amena y concisa sin que los mismos se vuelvan vulnerables por medio de una carta de consentimiento de entrevista para la investigación, la cual contiene la presentación de las entrevistadoras proponiendo que se obtenga la información personal del entrevistado asegurando que esta será usada para fines académicos y con responsabilidad a nombre de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de la universidad ESPOL. La carta está redactada de la siguiente forma:



Fecha: _____

CONSENTIMIENTO DE ENTREVISTA
PARA INVESTIGACIÓN

Estimado ciudadano (a):

Con fines académicos e investigativos, nosotras Dayana Tobar Poveda y Doménica Villón Castro, estudiantes de la carrera de Licenciatura en Turismo con números de matrícula 201708112 y 201709730 respectivamente; solicitamos a usted compartarnos información personal y familiar acerca de sus vivencias, costumbres, estilo de vida y cualquier otro particular con respecto a la comuna de Valdivia. Garantizamos que los resultados o productos de la entrevista serán manejados de forma responsable y propicia según los códigos de ética inculcados por nuestra institución de educación superior y bajo supervisión de un tutor a cargo.

Agradecemos su cordial aporte para el desarrollo de nuestra investigación.

Dayana Tobar P.
Entrevistador nº 1

Doménica Villón C.
Entrevistador nº 2

Entrevistado (a)

Imagen 2-4. Formato de consentimiento [Elaboración propia]

La carta de consentimiento fue utilizada para todas las entrevistas realizadas en el museo Valdivia dado que de esta manera se obtuvo el permiso para grabar, tomar fotos y usar la información recolectada para el desarrollo de la investigación. Aquí se aplica responsabilidad al manejar la información y credibilidad al momento de compartirla sabiendo que proviene de los entrevistados, es decir que, los resultados obtenidos son aproximados a la información realizada dentro del campo y el consentimiento informado tiene como finalidad la aprobación de los participantes por ser informantes y actores dentro de la investigación cuando esta concuerda en base a sus valores y principios, como su interés en aportar su experiencia al fenómeno en estudio, dicha participación no les ocasionará ningún daño moral (Noreña, A. L., Alcaraz-Moreno, N., Rojas, J. G., & Rebolledo-Malpica, D. , 2012). Es por esto que se considera importante su participación dado que la investigación está enfocada en la conceptualización de la identidad de los habitantes de la comuna, cumpliendo con la integridad y ética sin exponer ningún dato personal de los entrevistados.

CAPÍTULO 3

3. Resultados

3.1 Resultados del primero objetivo específico

Analizar la identidad que los caracteriza y a su vez es reconocida por los habitantes de la comunidad de Valdivia, a través de levantamiento de información que permita la conceptualización de la misma.

3.1.1 Identidad

Primero se entabló un acercamiento primordial con los ex excavadores durante un evento festivo en el museo de Valdivia y se pudo recoger información que relata los inicios del museo y sus excavaciones.

El trabajo de campo de las investigaciones del museo fue realizado por Julio Viteri Gamboa, Félix Martínez y comuneros de Valdivia. De ahí, en el año 1957 se incorporaron a la investigación los arqueólogos Beti Meyers y Clifford Evans. En 1959 se publicó el resultado del trabajo de campo del libro denominado “Cultura Valdivia”, la adaptación entrega una antigüedad aproximada de 4450 años, es decir, 2493 años a.C. con esta fecha se posiciona a la cultura Valdivia como una de las más antiguas culturas ceramistas del Ecuador. En el año 1961 el equipo de Julio Viteri y Emilio Estrada Icaza realizan nuevas excavaciones en el sector más profundo del sitio Valdivia. En 1962 se suspende el trabajo de campo debido al fallecimiento del señor Emilio Estrada Icaza. En 1971 aparece Viteri y Gamboa, quienes vuelven a excavar el sitio con el objetivo de reevaluar las evidencias recuperadas anteriormente.

El 30 de abril de 1980 se levanta el informe preparado por la UNESCO para el gobierno del Ecuador sobre los planes Valdivia, del proyecto arqueológico Valdivia y la construcción del primer museo de sitio, que fue construido por la Dirección de Turismo (DICTURIS) en el año 1978. Diez años más tarde se realiza un hallazgo por parte de Fernando Ángel Aquino correspondiente a un cementerio de la cultura Guangala, sitio conservado *in-situ*. En el año 1997 el estado ecuatoriano promulga la declaración del patrimonio cultural nacional del sitio arqueológico Valdivia, reconociendo su obligación

de preservar, conservar, revalorizar y apoyar el desarrollo de la comuna Valdivia. En el año 2011 se realiza un inventario de bienes arqueológicos del museo de Valdivia como parte del “Plan protección y recuperación del patrimonio cultural del estado SOS patrimonio”.

Otra de las técnicas de investigación que se llevó a cabo fue un focus group donde se reunió a ex excavadores, autoridades, comuneros y familiares que han tenido relación directa o indirecta con el museo; donde tuvieron la oportunidad de compartir y exponer mutuamente sus reseñas de los momentos vividos en aquellos tiempos. De ahí que se logró captar a través de la codificación de las grabaciones, que tanto la comunidad como todas aquellas personas que formaron parte de la excavación, se sienten sumamente ligadas con todas las actividades que se ejecutan dentro del museo; ya que es la esencia de quiénes son ellos realmente y la esencia de aquello que los representa.

Por su parte, el 90% de los habitantes de la comuna Valdivia buscan cuidar su patrimonio cultural en el Museo debido a que representa la identidad de ellos. Nos menciona el señor Julio Yagual que, tanto el cómo toda su familia, se sienten representados e identificados con la cultura Valdivia. “Es lo que soy, donde nací y lo que muestra mis raíces.” (Yagual, J. 2021).

3.1.2. Discusión de Resultados - Objetivo 1

En las entrevistas realizadas a diferentes habitantes de la comunidad se pudo identificar que las personas sí se sienten orgullosas de tener antecesores de la comuna Valdivia y expresan compromiso con la difusión de la historia hacia las nuevas generaciones. No obstante, no se ha realizado un estudio profundo acerca de cuánto ha cambiado la forma de vida con el pasar del tiempo; ya que hay que recalcar que la digitalización y constante normas globales han modificado la manera en que la gente se acopla a una nueva cotidianidad. En el anexo 4.1 Identidad Cultural se detalla la información brindada.

3.2 Resultados del segundo objetivo específico

Generar un plan de actividades orientadas a una visita más interactiva y dinámica dirigida a turistas locales, nacionales y extranjeros.

3.2.1 Plan de actividades

Se realizó un levantamiento de información que se logró a través de la observación participante y entrevistas focalizadas; donde se pudo notar que, dentro de la comunidad de Valdivia, existen personas con diferentes habilidades y labores artesanales o artísticas que podrían aportar al mejoramiento de la dinámica y ofertas del museo.

Estas personas trabajan de manera independiente y buscan hacer vender sus productos en otros lugares fuera de la comunidad porque dentro de Valdivia no obtienen los resultados que desean, debido a que casi no hay turistas ni demanda de quién entregar los productos, ellos planifican la semana para poder trasladarse desde temprano y regresar sus comunas a altas horas de la noche.

Por lo que se consideró la posibilidad de crear espacios dentro y fuera del Museo Valdivia para que estos trabajadores puedan ofrecer sus productos a los visitantes que pasen por la comuna o por el museo, para que recuerden su visita a este lugar. Adicional, tener cada cierto tiempo actividades dentro del museo, como la creación de estatuillas hechas de barro, según Juan Orrala, el taller para aprender a realizar las artesanías de forma profesional en barro dura 3 días y tiene un costo de \$25 por persona.

3.2.2 Discusión de Resultados - Objetivo 2

Durante la recolección de información acerca del trabajo artesanal que realizaban los diferentes habitantes de la comuna Valdivia; se pudo notar que muy poco se ha valorado y expuesto el trabajo de los diferentes emprendedores. Ellos no encuentran un sitio específico para comercializar y promocionar sus productos donde se sientan cómodos y acorde con su naturaleza o esencia laboral; por lo que deciden dirigirse a otros lugares aledaños.

Es por esto que una de las propuestas es brindarles a los artesanos la oportunidad de contar con un punto de encuentro fijo donde puedan exponer su trabajo; y que mejor lugar que el sitio donde se levantó la investigación de sus aborígenes y los identifica, volviéndose el museo comunal una pieza clave para llevar a cabo la idea.

3.3 Resultados del tercer objetivo específico

Fomentar la autonomía del museo Valdivia y la preservación de su patrimonio cultural e histórico a través de las actividades en conjunto de la comunidad.

3.3.1 Autonomía y preservación cultural

Partiendo de la información obtenida acerca de cómo se identifica la comunidad y cuáles son los intereses de la misma, se trabajará de forma genuina al desarrollo de actividades nuevas que puedan ser ofertadas en el museo arqueológico. Ya sean productos, servicios o dinámicas académicas desarrolladas por habitantes de la comuna, que pueden generarse en los diferentes tipos de ambientes que se ha planeado implantar y ser dirigidas a todo tipo de mercado.

El fin es generar un nivel de participación mucho más estrecho entre la comunidad y la propia administración; que fue una de las problemáticas que se encontró durante la recolección de datos.

A través de las actividades presentadas se obtendrá no solo reconocimiento de la comuna y su cultura sino también un soporte y apoyo para el museo y para los habitantes de Valdivia, esto será a través de la planificación de la feria de emprendimiento que participaran los artesanos, panaderos, o artistas seleccionados por las investigadoras y ciertos habitantes más que deseen unirse a la iniciativa. Esta feria se dará de forma periódica y se mostrará todos los productos a ofertar de cada uno de los pequeños emprendedores, algunos enfocados en la cultura valdivia con su respectivo significado mientras que otros serán netamente sus propios productos.

3.3.2 Discusión de Resultados - Objetivo 3

La forma en que el desarrollo y mejora económica de la comunidad puede evidenciarse, es a través de la preservación de la cultura como motivación de compromiso y el trabajo comunitario realizado en conjunto apoyándose unos entre otros.

Es por eso que para este objetivo se determinó que es necesario un evento periódico para reunir a todos los comerciantes y artesanos, de manera que se organicen entre todos y lleven a cabo una feria de emprendimiento donde puedan vender sus productos. Esta feria tendrá como fecha fines de semana al mes donde sea feriado turístico o acuda un grupo de visitantes planeado previamente.

CAPÍTULO 4

4. Conclusiones Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Con la finalidad de aportar al Museo de Valdivia en redimir lo que era años antes, esta investigación se basó en recolectar toda la información necesaria y en buscar soluciones a lo que hoy en día vive el museo junto con su comunidad; para esto se realizaron tres propuestas de prototipo que unidas generan que el museo Valdivia se vuelva interactivo. Luego de los procesos metodológicos, resultados y análisis de observaciones, se concluye que:

Las personas que forman parte de la comuna Valdivia se sienten representadas por sus aborígenes culturales, les gusta preservar su patrimonio y mostrar su identidad cultural en ellos. Los ex excavadores del museo Valdivia, junto con sus familiares, se encuentran orgullosos del trabajo realizado, pero buscan que exista un reconocimiento por el esfuerzo de encontrar las piezas originales y los sitios considerados *in-situ*, por lo que se posibilitó el uso de espacios dentro del museo, en donde los ciudadanos compartan manifestaciones que representen su ascendencia e incrementen su orgullo identitario.

También y gracias a las entrevistas realizadas o grupos focales se pudo encontrar que, los valdivianos cuentan con habilidades innatas de realizar cualquier tipo de alfarería, artesanías, calzados, pinturas, tortas, panes o dulces. Tienen un espíritu emprendedor por lo que realizan sus productos con el fin de ayudarse en sus ingresos económicos. Pero lo que se resalta aquí es que la mayoría de estos productos están fusionados con la cultura propia de la comuna, es decir que en ellos muestran su identidad plasmando a la cultura Valdivia en lo ofertado. He aquí donde nos confirman el orgullo de pertenecer a la comuna.

Adicional, muchos comuneros indican que no tienen problema en trabajar en conjunto con sus vecinos para ayudar a la autonomía del Museo Valdivia, dado que ellos buscan también que el mismo se reactive de una forma eficaz para obtener mayor flujo de turistas en la comuna. Algunos ya han recibido talleres de cómo vender sus productos

en ferias, por lo que están dispuestos a formar parte de una, siempre y cuando exista un guía de por medio que los ayude a organizar todo el evento.

Para terminar, se cuenta con el apoyo de las personas pertenecientes a la comuna en ejecutar los prototipos de la presente investigación. Por parte del administrador del Museo, Alexander Viveros, indicó que está de acuerdo en lo expuesto y que en algún momento le gustaría que el último prototipo fuese llevado a nivel provincial, pero para que se logre la meta mayor primero hay que cumplir con la meta menor, es decir, lograr poner en marcha el proyecto de forma frecuente durante un año para que se cree el hábito de hacerlo seguido y luego ir por el siguiente nivel. Albert Einstein menciona “si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo”. Como investigadoras buscamos éxito en nuestro proyecto, y el éxito está en el accionar, hacer las cosas de otra forma para obtener resultados diferentes.

4.2 Recomendaciones

Actualmente, el Museo Valdivia y los habitantes de la comunidad, han detenido sus actividades turísticas y comerciales, dado los niveles de contagio que se están evidenciando por la pandemia del COVID 19. No obstante, se le comentó a la administración del museo que en definitiva se debe aprender a vivir con el virus y que la solución más próxima que se tiene para no detener las actividades totalmente, es implementar protocolos de bioseguridad y cumplir con todas las medidas emitidas por el COE Nacional o Provincial.

Dado lo anterior, también se recomienda que deben aprovechar el interés hacia la cultura y el compromiso social que poseen los ciudadanos, para poder determinar una buena planificación y ejecución de las propuestas presentadas. Se identificó que existen emprendimientos artesanales que pueden llegar a ser pieza clave en el atractivo del destino y que están dispuestos a colaborar en la ejecución de actividades conjuntas con el fin de incrementar el arribo de turistas.

Por otro lado, es importante mencionar que las ideas expuestas al beneficiario, en este caso Alexander Viveros, administrador del museo, es un factor relevante para mantener la unidad comunitaria y cooperación dentro de la localidad. Primero, a nivel de sociedad y estipulaciones ministeriales, es necesaria la funcionalidad de un punto

histórico clave para el patrimonio cultural; no sólo por las implicaciones académicas que conllevaría un buen espacio de estudio arqueológico; sino también por el beneficio turístico que generaría un claro reconocimiento del destino.

Y segundo, este trabajo en conjunto que se busca fortalecer a través de la ejecución periódica con un liderazgo y buena logística de fondo incrementará la cohesión de intereses sociales y económicos, así como el planteamiento de objetivos similares; los mismo que son importantes para mantener la preservación de la cultura y la historia de la cual ellos se sienten orgullosos y permitirá demostrar a las nuevas generaciones cuán relevante es el trabajo en equipo y difundir sus raíces.

BIBLIOGRAFÍA

Referencias Bibliográficas

Allegrini, G. O. (2003). *Desarrollo local, educación e identidad cultural*. Estudios sobre educación, 67-83.

Anónimo (22 junio, 2021). *Valdivia, una comuna llena de historia y cultura*. Ministerio de Turismo. Santa Elena, Ecuador. Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/valdivia-una-comuna-llena-de-historia-y-cultura/>

Barrena Sánchez, J. (1980). *Cultura y comunidad rural*. Colección cultura y comunicación. Madrid: Ministerio de Agricultura. Secretaria Técnica

Batthyány et Cabrera. (2011). *Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales: Apuntes para un curso inicial*. Universidad de la República de Uruguay. Uruguay

Gastaldo, D., & McKEEVER, P. (2002). *Investigación cualitativa, ¿Intrínsecamente ética*. Mercado J, Gastaldo D, Calderón C, compiladores. *Investigación cualitativa en salud en Iberoamérica. Métodos, análisis y ética*. México: Universidad de Guadalajara, 475-479.

Gonzales, G. (2021). *Marcando Huellas*. Página Web Oficial. Recuperado de <https://www.ginogonzalez.com/>

Hardt, A. (1990). *La formación y la promoción en el medio rural*. I Congreso de desarrollo rural de Galicia: nuevas estrategias para un desarrollo rural europeo. Actas. Santiago de Compostela: Fundación Galicia-Europa/IDC.

Identidad cultural. (2021). *Significados.com*. Recuperado de: <https://www.significados.com/identidad-cultural/>

Museo Valdivia Oficial. (2021). *Museo Valdivia*. Facebook Web Site. Recuperado de <https://www.facebook.com/museovaldiviaoficial>

Museo Interactivo de Ciencia (s.f) *Ilam Patrimonio*. Recuperado de: <https://ilamdir.org/recurso/6736/museo-interactivo-de-ciencia>

Noreña, Ana Lucía, Alcaraz-Moreno, Noemí, Rojas, Juan Guillermo, & Rebolledo-Malpica, Dinora. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3), 263-274. Retrieved November 26, 2021, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-59972012000300006&lng=en&tlng=es.

OMT. (2001). *Resolución adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas*. Asamblea General de Las Naciones Unidas. Recuperado de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodees.pdf>

Orellana I, Girault Y. (noviembre, 2020). *Actas: Coloquio Internacional de Museología Social, Participativa y Crítica*. Museo de la Educación Gabriela Mistral. Santiago de Chile, Chile.

Picaia Box (2020). *Juan Orrala*. Instagram. Recuperado de: https://www.instagram.com/picaiabox/p/CXhMLKkLNeS/?utm_medium=copy_link

Rezsohazy, R. (1988). *El desarrollo comunitario: participar, programar, innovar*. Madrid: Narcea.

Selltiz C, Wrightsman L, Cook S. (2000). Research methods in social relations. Research methods in social relations. New York: Holt Rinehart and Winston. En: Denman, C, Haro, JA, compiladores. *Por los rincones: antología de métodos cualitativos en la investigación social*. México: El Colegio de Sonora.

Tomasetta, L. (1972). *Participación y autogestión*. Buenos Aires: Amorrortu editores

ANEXOS

ANEXO A

IDENTIDAD CULTURAL

La finalidad de este entregable es comprender a profundidad cómo realmente se siente identificada la población o habitantes de Valdivia para reconocer si hay la factibilidad de trabajar en conjunto diferentes proyectos que engloban los intereses de la comunidad en general. Es un trabajo que nunca antes se había realizado y no se podía reconocer si existía ese entusiasmo o motivación por aportar al desarrollo de un elemento histórico que puede potenciarse a nivel turístico, siempre y cuando exista el compromiso e interés en participar.

De ahí que el abordaje del aspecto cultural y costumbres de la comunidad de Valdivia en Manglaralto, tuvo como propósito evaluar y sintetizar el estado de reconocimiento del consumo y aceptación histórica de sus antecesores, para establecer el nivel de compromiso y responsabilidad de los habitantes con todo elemento procedente de sus raíces; obteniendo la siguiente información:



Familiares y vecinos de los ex-excavadores, están orgullosos de todo el trabajo realizado junto a Emilio Estrada para la obtención de vestigios que tienen un alto valor histórico. Actualmente, sólo solicitan que se les reconozca ese esfuerzo que realizaron en su momento por todas las horas de excavación invertidas; ya que hasta la fecha no se les ha otorgado algún beneficio por su aporte cultural.



La ciudadanía se siente representada por sus aborígenes culturales, les gusta observar y cuidar sus reliquias. No obstante, la administración del museo está preocupada porque el 80% de las piezas exhibidas son réplicas de lo que en algún momento fueron vestigios originales. De ahí que la preocupación de ellos, es ofrecer algo real y que haya sido utilizado por sus antecesores.



Se pudo evidenciar que los habitantes poseen entusiasmo y compromiso por la realización de actividades conjuntas para el beneficio del museo comunitario. Sólo necesitan ideas y apoyo de líderes que los organicen para que sus actividades no sean en vano; sino que se realicen con un propósito técnico específico, cuya razón sea el auge de visitantes y turistas.

Figura A-1. Identidad Cultural [Elaboración Propia]

Luego de la información obtenida, se afianzó conocimientos técnicos sobre cuánta influencia puede tener la identidad cultural sobre el comportamiento individual y comunitario; es decir, que en ningún momento se ha tratado de ejercer presión por parte de algún agente interno o externo, sino que es una adaptación propia e inherente que se ejecuta sin darse cuenta o notarlo. Es por esto que para continuar preservando las costumbres y forma de vida que se originó desde el periodo Formativo Temprano, se deben crear espacios donde los habitantes compartan manifestaciones que representen su ascendencia e incrementen su orgullo identitario.

ANEXO B

PEQUEÑOS EMPRENDEDORES

El siguiente anexo tiene como propósito resaltar el trabajo artesanal y todo el esfuerzo que realizan ciertos habitantes de la comuna Valdivia; a través del reconocimiento de sus habilidades y trabajo cotidiano. Por lo general estas personas trabajan de forma independiente y buscan comercializar en otros lugares fuera de su comunidad, debido a que no encuentran resultados en la misma; ya que hay poca afluencia de demanda de visitantes o turistas a quién ofrecer sus productos, por lo que deciden migrar todos los días muy temprano por la mañana y volver a su comuna en horas de la tarde noche.

Es por esto que, se pensó en la posibilidad de implementar un espacio dentro y fuera del museo Valdivia para que estos pequeños emprendedores puedan ofrecer sus productos a los turistas que vayan de paso; de manera que se lleven un recuerdo de la visita al lugar y los artesanos logren mayor beneficio exponiendo su trabajo y dejando de trasladarse hacia otros lugares que no le corresponden a su sitio domiciliario.

Esto se planea lograr tomando en cuenta el nivel de demanda que llegaría por meses de temporada, es decir, seleccionar los días de feriado que la comuna considera como más importantes para la llegada de turistas, con más acogida en el destino; el cual estará bajo la consideración de los propios emprendedores, ya que conocen de mejor manera los flujos de visitantes al museo y su comunidad. De ahí, una vez estructuradas

todas las instalaciones del museo para que cuente con las condiciones idóneas de acoger visitantes y turistas que busquen conocer más acerca de la historia de una cultura tan reconocida; ya que por el momento se conoce que las instalaciones necesitan de mantenimiento profundo y reconstrucción de espacios que permitan una buena visualización del contenido arqueológico.

A continuación, se detalla información relevante de las personas que están dispuestas a trabajar con el museo, siempre y cuando haya un compromiso por parte de las autoridades y administración para colaborar en que su capital de inversión no se vea perdido y efectivamente se obtengan ganancias de su trabajo realizado.

1. Arte Orrala - Familia Orrala

Juan Orrala era un ex excavador del museo Valdivia que en su tiempo trabajó con Emilio Estrada, recuperando todos los vestigios arqueológicos que iban encontrando de acuerdo al estilo de vida de sus aborígenes. Sin embargo, luego de todo el trabajo exhaustivo realizado en el sitio de hallazgo, se le ocurrió la idea de perpetuar las piezas encontradas a través de la creación de réplicas, vasijas, cuadros y tazas, fabricadas a base de barro; decisión que tomó hace más de 40 años y actualmente ya cuenta con clientes extranjeros, una marca reconocida y movimiento en la comunidad digital a través de las redes sociales como Facebook e Instagram.



Imagen B-1 [2020. Pacaia Box]

El líder del emprendimiento, Juan Orrala, comenta que estaría dispuesto a participar en trabajos junto con el museo, siempre y cuando su marca familiar esté presente en todo momento; no obstante, también le preocupa que el material que invierta en la elaboración de piezas no tenga resultados y las ganancias que se generen no sean significativas.

Los precios de sus piezas van desde los \$12 para las tazas individuales hasta \$36 el juego completo de vasijas. Estos valores se dan por el gran trabajo a mano con acabados pulidos y bien detallados que presentan sus productos.

Por otro lado, hay que recalcar que se ha escogido este emprendimiento porque se considera que su misión es no olvidar la cultura que los representa y preservar su legado familiar; lo que demuestra que tienen todo el compromiso por continuar trabajando en perpetuar los vestigios e idiosincrasia y sentirse orgullosos de sus raíces.

2. Jordan Suárez - Artista de mural y pinturas

Jordan Suárez es un joven de 20 años de edad proveniente de la comuna Valdivia. Cuenta con un gran talento de artista como pintor; a su corta edad ha realizado varias pinturas representativas de la cultura Valdivia, Guangala, Huancavilca, Manteña, Chorrera, y Machalilla. Algunas de sus pinturas se encuentran en exhibición dentro del museo Valdivia, otras las ha vendido a través de ferias, visitas al lugar de residencia o redes sociales.



Imagen B-2. Venus de Valdivia. [2021.Suarez, J.]

Esta Venus de Valdivia fue pintada por Jordan el 29 de octubre del presente año mientras se realizaba el homenaje a los 65 años del museo Valdivia, solo le tomó media hora para hacerla y fue totalmente improvisada e inspirada en las estatuillas del museo. La pintura representa la fertilidad de la Venus de Valdivia, detrás del dibujo se encuentran matas de maíz que le da el significado a florecer.

Además de su gran habilidad con los pinceles pequeños, Jordan también pinta los murales de ciertas paredes en la comuna de Valdivia y, dentro y fuera del museo de Valdivia donde se encuentran dos obras pertenecientes a este pequeño gran artista. Jordan aporta al museo con su capacidad de realizar una pintura en cuestión de minutos o un mural en dos a tres días. Esto ayuda a que el museo se vuelva más atractivo y llamativo de forma visual para las personas que concurren al lugar.



Imagen B-3. Mural 2 [2020. Suarez, J.]

Jordan es un estudiante de la universidad de Guayaquil que lleva trabajando recién un año de forma comunitaria con el museo. Solo se inspira en las piezas que se encuentran en exhibición y en la historia de fondo para darle el valor agregado a su producto, la idea de pintar nació de la mezcla entre su hobby, habilidad y talento junto con su identidad cultural. Además, Jordan tiene su propia línea de ropa, es un emprendedor dispuesto a trabajar en sus sueños, por lo que contamos con su presencia y apoyo en las ferias para ofertar los productos que realiza o cualquier otro trabajo ligado al museo que beneficie tanto al joven emprendedor como al museo Valdivia.

3. Panaderos y Artesanos

Rosalba, Natividad y Silvio Laínez son una familia de panaderos de Valdivia. Rosalba hace galletas de alfajores en forma de venus de Valdivia y tiene una tienda propia con sus panes y snacks, durante esta época realizó panes de pascua y su hija la ayudó a vender afueras de Valdivia.



Imagen B-4. Pan de pascua. [2021. Laínez, R]

Natividad hace tortas para cumpleaños y Silvio junto a Yolanda Reyes se dedican a hacer panes dos a tres veces por semana y bajo pedido todos. Por lo general para hacer los panes invierten \$15 en los ingredientes y venden 40 panes de dulce y 40 panes de sal, cada uno a 0,50 ctvs., es decir que obtienen \$40 al venderlos, su ganancia es de \$25 por cada repartición que hacen en la semana.



Imagen B-5. Pan de sal y dulce. [2021. Reyes, Y]

Por otro lado, se encuentra el artesano Stalin Borbor, quien lleva 10 años trabajando con artesanías representativas de la cultura Valdivia y 4 años enfocado en crear portallaves hechos a base de madera o realizar pulseras, este último emprendimiento del Sr. Stalin antes era comercializado en Montañita, pero por el alto nivel de competencia se cambió y ahora vende sus artesanías en Ayangue y Puerto López. Stalin trabajo solo, invierte \$25 en madera para realizar 2 docenas de portallaves, cada uno tiene un costo de \$5 y las pulseras de \$1,50 c/u.



Imagen B-6. Stalin Borbor y Rosalba Lainez. [2021. Elaboración Propia]

Se escogió a estos actores porque ya anteriormente han trabajado con el museo Valdivia y les gusta que las personas de otros lugares prueben los dulces o panes que realizan, además de comprar sus artesanías. Sin embargo, tienen miedo de que su inversión no se vea reflejada en ganancias y pierdan el dinero invertido en materiales para la elaboración de sus productos. Es por esto, que se necesita empoderarlos y demostrarles que con una buena gestión que se realice de forma paulatina comenzando con poco e incrementando su inversión, podrán ganar reconocimiento y beneficios económicos igual o mejor que ir a vender en otro lado que no sea su comunidad.

ANEXO C

FERIA DE EMPRENDIMIENTO

Se busca realizar la feria de emprendimiento con el fin de reunir a todos los emprendedores de la comuna de Valdivia para que exhiban sus productos, ya sean artesanías, calzados o dulces típicos del sector, durante un día entero cada cierto tiempo. De esta forma se da a conocer lo que tiene por ofrecer la comuna y se atrae a turistas para que consuman lo propio.

La finalidad es llamar la atención de los turistas para que visiten el museo de Valdivia y aporten en la economía local, adicional que las personas se sientan orgullosas de mostrar y representar su identidad cultural.

Objetivo: Mostrar los productos elaborados a mano por artesanos de la comuna de Valdivia para atraer turistas que consuman lo ofertado a través de la exhibición de los mismos.

Se necesita:

1. Carpas
2. Mesas
3. Mantales
4. Parlante
5. Transporte
6. Limpieza

Para optimizar gastos y utilizar los recursos del museo, se pedirá una colaboración del proyecto “Marcando Huellas” del doctor Gino Gonzales con carpas, mesas y mantales. Proyecto que tiene como propósito hacer política de servicio social, es decir que, sirve a la comunidad respondiendo a sus necesidades. El Dr. Gino está dispuesto a ayudar a toda comunidad que forme parte del cantón Santa Elena. Por otro lado, Alexander Viveros estará encargado de pedir la colaboración de los parlantes y limpieza a las personas involucradas en el evento. Por último, cada uno de los emprendedores está encargado de su transportación y arreglo de stand. Contaremos con aproximadamente 10 *stands* para iniciar la feria.

Programa y horario:

Se estima que la feria de emprendimiento se realice el último fin de semana del mes cada 3-4 meses. Tendrá una duración de 9 horas, iniciando a las 09h00 hasta las 18h00 abierta y disponible para el público general. Se avisará con dos meses de anticipación a todos los emprendedores que firmen su asistencia en la actividad.

Programa

09h00 Inicio y apertura de la feria de emprendimiento.

11h00 Actividad dentro del museo de Valdivia.

13h00 Espacio para almorzar.

16h00 Actividad dentro del museo de Valdivia.

18h00 Clausura de la Feria.

La feria estará ubicada en la parte exterior del museo de Valdivia; dentro de la misma participarán los emprendedores dispuestos a ayudar mutuamente al museo en crecer, el trabajo que se quiere ver reflejado con esta feria es la unión de los emprendedores para sacar adelante sus productos o servicios, es decir, promocionarlos y venderlos, de esta forma se benefician ellos y el museo al permitir que los turistas entren a visitar y conocer sus instalaciones mientras dure la feria. Además, ciertos productos serán ofertados de forma permanente en el museo como *souvenirs*.

Se tiene planificado realizar dos actividades que llamen la atención a los turistas en entrar al museo y que las personas que se encuentren en cada *stand* inviten a pasar dentro del museo. Una actividad será una visita guiada y un invitado especial cantando la canción de Valdivia. La segunda actividad será la creación de las mini esculturas de Valdivia, una persona encargada enseñará paso a paso de cómo crearla y elegirá a alguien del público para que participe en el moldeo de una pieza, luego se los direccionará al stand en el que se encuentren vendiendo sus artesanías para que los turistas después de haber conocido y visitado cada puesto, puedan aportar a la economía local.

Para llevar a cabo la feria necesitaremos de una promoción fuerte de la misma durante un mes para que el evento se haga conocido y se pueda tener más acogida. Esto se hará a través de las cuentas de Facebook e Instagram del Museo, de los artesanos, de los emprendedores y de las personas que forman parte de la comuna de Valdivia que deseen colaborar en el evento.

ANEXO D

Prototipo de museo interactivo basado en la conceptualización de la identidad de los habitantes de la comuna Valdivia.

PROBLEMA

El Museo Valdivia cuenta con poco fortalecimiento de su identidad cultural, así como el dinamismo e interacción en la exhibición de sus reliquias arqueológicas; por lo que carece de actividades que impliquen trabajo en conjunto con los habitantes de su comunidad, generando así una escasa afluencia de turistas en el destino.



OBJETIVO GENERAL

Diseñar un prototipo de museo interactivo a través del levantamiento de información proveniente de la comunidad para el desarrollo de una identidad más alineada entre la comuna y el museo Valdivia.

PROPUESTA



Analizar la identidad que los caracteriza y a su vez sea reconocida por los habitantes de Valdivia, a través del levantamiento de información que permita la conceptualización de la misma.



Generar un plan de actividades orientadas a una visita más interactiva y dinámica dirigida a turistas locales, nacionales y extranjeros, por medio de entrevistas y focus group.



Fomentar la autonomía del museo Valdivia y la preservación de su patrimonio cultural e histórico a través del desarrollo de actividades en conjunto de la comunidad.

RESULTADOS

Se evidenció que la población posee un alto nivel de identidad sobre sus raíces; además, laboran en diferentes áreas artesanales de acuerdo a sus habilidades y están dispuestos a desarrollar actividades conjuntas que generen un museo comunitario más interactivo entre ellos y sus visitantes, preservando su cultura y difundiendo su historia a las nuevas generaciones. Dado lo anterior, se obtuvo los siguientes hallazgos:

- Poseen orgullo y representación cultural.
- Existe entusiasmo y compromiso.
- Interesados por la preservación del patrimonio.



Entre los artesanos dispuestos a colaborar tenemos a:

- Familia Orrala & Stalin Borbor.
- Pintor: Jordan Suarez.
- Panaderos: Rosalba Lainez, Natividad Lainez, Silvio Lainez y Yolanda Reyes.

- Realizar feria de emprendimiento.
- Exhibir productos, artesanías, calzados o dulces típicos.
- Ejecutable de forma periódica.



CONCLUSIONES

- Se posibilitó el uso de espacios dentro del museo con la finalidad de que los ciudadanos compartan las manifestaciones que representen su ascendencia e incrementen su orgullo identitario.
- La mayoría de los habitantes tienen un espíritu emprendedor y cuentan con habilidades artesanales que usan para ayudarse económicamente.
- La comuna está dispuesta a trabajar en conjunto con un líder que los ayude a organizar y promocionar el evento para incrementar sus visitas.

RECOMENDACIONES

- Aprovechar el compromiso cultural de los ciudadanos, para poder determinar una buena planificación y ejecución de las actividades expuestas.
- Cumplir con protocolos de bioseguridad para la oferta de productos y servicios, acoplándose al nuevo régimen y estilo de vida por la pandemia del COVID.
- Implementar las propuestas presentadas para fortalecer la interacción entre los visitantes y la comunidad, dinamizando la forma en la que se transmiten los conocimientos acerca de sus vestigios arqueológicos.