

Reporte de las donaciones de la campaña “Dibujos por la Amazonía”

Resumen:

- En tan solo 13 días se recaudaron cerca de 220 mil soles con un total de 447 donaciones.
- Bajo un principio ético de autonomía y autodeterminación, las comunidades indígenas propusieron y decidieron cómo usar los recursos para responder a las urgencias locales.
- El dinero fue canalizado mediante el Vicariato de Iquitos, Radio Ucamara y Coshikox
- Adicionalmente, se hicieron apoyos directos a algunos proyectos y situaciones de extrema urgencia.
- Se obtuvieron 12,850 visitantes a la página web y cerca de 110,000 páginas vistas.
- El 63% de los usuarios ingresaron desde el Perú y el 36% provino del extranjero, lo que demuestra el gran interés que concitó la campaña a nivel internacional.

Tiempo y recaudación

La campaña Dibujos por la Amazonía duró oficialmente 13 días: del martes 19 al domingo 31 de mayo. Luego fue extendida 3 días para procesar los ingresos, porque las pasarelas de pago demoran de 24 a 72 horas en confirmar las transacciones. En ese lapso de tiempo recibimos 447 donaciones.

Las donaciones se recibieron vía Mercado Pago, PayPal, y transferencias interbancarias a una cuenta en el BCP. Adicionalmente recibimos algunas donaciones voluntarias de montos libres, sin recompensa de dibujos.

Se logró recaudar cerca de **220 mil soles**, sin descontar los cobros por comisiones realizados por PAYPAL y comisiones bancarias. Este monto sí incluye el descuento de las comisiones de la plataforma usada para pagos con tarjeta MercadoPago.

Donaciones

El dinero fue repartido de la siguiente forma:

- El **Vicariato de Iquitos** recibió dos transferencias interbancarias en soles por valores de 17,500 soles (27 de mayo) y 42,500 soles (9 de junio). Total: **60,000 soles**.
- **Radio Ucamara** en Nauta recibió dos transferencias por valores de 21,104.55 soles (28 de mayo) y luego 50,195.45 soles (9 de junio). Total: **71,300 soles**.
- **Coshikox** en Pucallpa recibió siete transferencias por valores de 3,000 dólares (2 de junio), 3,000 dólares (3 de junio), 2,800 dólares (19 de junio), 2,800 dólares (20 de junio) y 2,800 dólares (21 de junio), 2,800 dólares (22 de junio) y 1,843.75 dólares (23 de junio). Total: **19,043.75 dólares**

Adicionalmente se respondió a las siguientes emergencias:

- Se donaron 5,000 soles a la artista Shipibo Lastenia Canayo, residente en Pucallpa, quien necesitaba con extrema urgencia comprar dos balones de oxígeno para hacer frente a cuadros graves de COVID-19 que sufrían ella y su familia. La donación se hizo en dos partes: 4000 soles (21 de mayo) y 1000 soles (1 de julio)
- Se donó 3500 soles a la “Campaña Solidaria por una Planta de Oxígeno en Condorcanqui” (6 de julio) que respondió a la llegada de la pandemia a los pueblos Wampis-Awajún en la región Amazonas. Esta campaña fue organizada por Hnas. De la Parroquia de Sta. María de Nieve.

- Se donó 3500 soles para la campaña organizada por Alex Yampis Daekat e Iñigo Maneiro Labayen que apoya a las comunidades Awajún y Wampis (6 de julio) ([Entrevista a Alex Yampis por Jacqueline Fowks para El País](#))

El dinero restante se usó, y se ha seguido usado, para: el pago de la programación de la página web, dominio y host, cubrir transporte local al recibir sobres y paquetes, para el desaduanaje de envíos por correo postal internacional, para la compra de cartón, papel y cinta para embalar obras, así como para el pago de las repartidoras de los paquetes en Lima.

Uso de recursos

La campaña apuntaba a distribuir recursos bajo un principio ético de autonomía y autodeterminación, en donde los receptores y las propias comunidades indígenas deciden cómo usar los recursos a fin de responder a las urgencias locales, yendo más allá de la mirada paternalista e insuficiente del gobierno central.

En el caso del **Vicariato**, los recursos fueron principalmente dirigidos a la compra de medicinas e insumos médicos, concentrados de oxígeno, elementos de limpieza en diversos puestos de salud, y para la instalación de una planta de oxígeno en la ciudad de Nauta. Entre fines de mayo e inicios de junio, estas acciones llegaron a localidades como Pijuayal (Río Chambira), Concordia, San Regis, San Joaquín de Omaguas, Santa Isabel de Yumbaturo, Rocafuerte, Santa Rosa de Lagarto, Miraflores (Río Marañón), Leoncio Prado (Río Samiria), Alianza y Reforma (Río Urituyacu), Piura y Libertad (Río Tigre), Centro Fuerte y Cabayococha (Río Momón), Santa María del Nanay y San Antonio de Pintuyacu (Río Nanaya), y Barrio Florido (Río Amazonas), entre varias otras, así como al Penal de varones y Penal de mujeres en Iquitos. La coordinación fue principalmente a través del Padre Miguel Fuertes. A través de su página de Facebook, el Vicariato fue informando periódicamente y de forma transparente sobre sus compras semanales: [Enlace al facebook del Vicariato Apostólico de Iquitos](#)



Fotos: Padre Ronald Suárez

En el caso de **Coshikox**, ellos invirtieron la primera parte del dinero en compra de mascarillas y equipos de bioseguridad que distribuyeron en diversas comunidades Shipibo en Pucallpa. Adicionalmente, se repartieron cerca de 1000 bolsas de víveres y kits con artículos de primera necesidad, que incluyeron arroz, azúcar, fideos, leche, aceite, atunes, salsa de tomate, sal, fósforos, entre otros. Su objetivo fue llegar a las 166 comunidades del territorio Shipibo en Ucayali, Loreto y

Huánuco. A inicios de junio, el presidente de Coshikox fue afectado también por el COVID-19 y estuvo internado por varios días. Entre las principales dificultades para la distribución de las ayudas estuvo el transporte fluvial y el mínimo apoyo del Estado en los primeros meses de la pandemia. El trabajo fue coordinado por Ronald Suarez y Janes Percy Cruz, directivos de Coshikox.



Fotos: Cortesía Ronald Suárez



En el caso de **Radio Ucamara**, Leonardo Tello Imaina nos informó que implementaron un programa de prevención, consistente en la entrega de 2000 mascarillas a pescadores y agricultores que vienen diariamente a Nauta y también para comunidades en riesgo como Nueva Alianza en la cuenca del Río Urituyacu, donde habitan 17 comunidades kukama, urarina y mourano. También se elaboraron canastas de víveres para la población de ancianos en riesgo sin beneficios, se compraron 15 balones de oxígeno, y el concurso “Así es mi sueño” con canastas de alimentos básicos para familias en situación de riesgo. Asimismo, desarrollaron campañas audiovisuales como “Cuarentena, un superhéroe contra el 19” para que los niños de 6 a 13 años puedan crear sus propias historietas de superhéroes con poderes contra la pandemia [\[ver video aquí\]](#), y una campaña con artistas de la comunidad kukama sobre la prevención y el uso de la medicina natural [\[ver video aquí\]](#). Con estos apoyos llegaron también a comunidades indígenas en las fronteras con Colombia, Ecuador y Brasil.



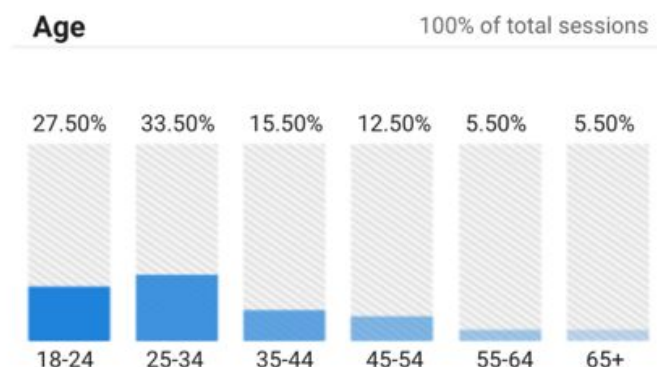
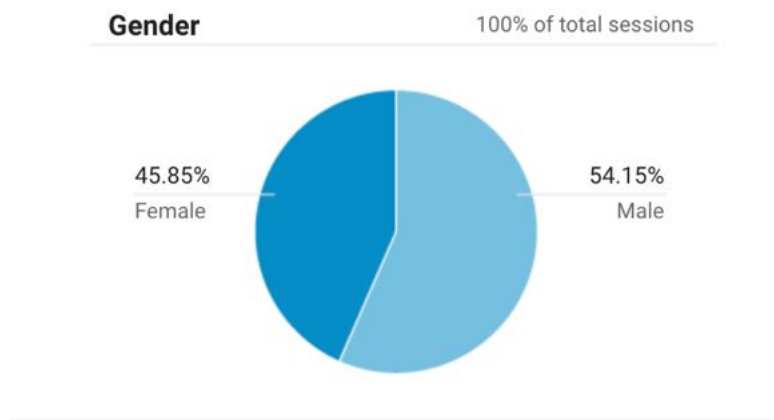
Foto: Cortesía Leonardo Tello Imaina

Todas estas acciones sumadas lograron alcanzar un espectro amplio de la población de la Amazonía, desde necesidades de los niños hasta de las personas ancianas. También buscaron generar conciencia sobre la pandemia, brindando recomendaciones de cuidado y prevención frente a la ausencia del Ministerio de Salud y del gobierno en muchas comunidades y territorios. Del mismo modo, permitieron crear canales propios de comunicación, teniendo impacto en medios de comunicación locales e internacionales, informando con independencia lo que pasaba en sus territorios, alertando sobre la gravedad de la situación a diversas organizaciones, instituciones y autoridades en busca de ayuda inmediata.

Análisis de usuarios y visitas a la web

La web fue el principal medio de información y transacción sobre la campaña. Se obtuvieron 12,854 visitantes a la página web y 109,857 páginas vistas. La sesión promedio por visitante duró 3 min con 17 segundos, lo que comprueba que los visitantes se tomaron el tiempo para leer la información y ver las imágenes presentadas en la web. Fruto de la fuerte campaña de comunicación desarrollada, el 48% de los usuarios llegaron mediante redes sociales y 42% lo hizo de forma directa ingresando el URL (página web). El 63.54% de los usuarios ingresaron desde el Perú, seguidos por los Estados Unidos (10.08%), España (4.19%) y Alemania (2.14%) y el resto de otros países, lo que demuestra que se trató de una campaña que concitó un gran interés de la comunidad internacional.

Algunos datos sobre el género y edad de las audiencias:



Conclusiones

Esta campaña nos muestra lo que la comunidad artística como parte de la sociedad civil organizada puede lograr con diálogo, rapidez y creatividad, generando en pocos días herramientas que pueden tener efectos concretos y significativos. Esta capacidad de respuesta contrasta con la lentitud del Ministerio de Cultura, que no entendió la complejidad y la gravedad del efecto que tendría la pandemia en las comunidades amazónicas, respondiendo con torpeza y lentitud, recién varios meses después de iniciado el Estado de Alerta en el Perú. Estas acciones negligentes colocaron a las comunidades indígenas en riesgo de un etnocidio, como lo han señalado diversos líderes y activistas.

"Dibujos por la Amazonía" es un esfuerzo colectivo y solidario, sin autoría, donde la comunidad artística en su diversidad pone al servicio público su trabajo creativo para ayudar frente a la emergencia. Este gesto es también una forma de reconocer el invaluable aporte del saber, el arte, la filosofía y la perspectiva del buen vivir del mundo indígena amazónico resguardado por generaciones, los cuales hoy nos ofrecen preguntas y respuestas importantes para comprender y responder a la crisis planetaria que atravesamos.

Equipo voluntario organizador - Dibujos por la Amazonía
Lima, 31 de agosto de 2020