

DISEÑO, AGENTE DE CAMBIO (HOMBRE-SOCIEDAD-AMBIENTE)

Lic. Raffo Vivanco

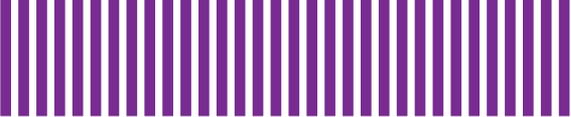
Lic. Maye León

El Perú es un país de inigualables atributos naturales, turísticos e históricos, así como de diversas expresiones culturales como la gastronomía, considerada fuente de inspiración y orgullo nacional, una manifestación evidente de la gran biodiversidad de un país que tiene en su población, compuesta por una variopinta combinación de diversas razas, su principal riqueza.

Los peruanos miramos el futuro con optimismo. Sin embargo, pese al auge económico actual subsisten inequidades que causan problemas sociales y obstruyen el potencial desarrollo de la población y del país. Como en toda Latinoamérica, los comunicadores visuales peruanos asumimos un compromiso honesto frente a la sociedad y buscamos aportar respuestas a una pregunta mayor: ¿Cómo ayudar a nuestros países en la superación de sus problemas sociales?

En USIL, este compromiso social es asumido por el estudiante de diseño desde las aulas pues, como peruanos, ellos sienten una obligación moral con el Perú, un país generoso en oportunidades que ha crecido gracias al trabajo y esfuerzo de todos sus habitantes. El comunicador visual de hoy es más que un diseñador, es un agente de cambio que, apoyado en sus conocimientos y en otras disciplinas, contribuye a la formación de una sociedad más justa y responsable.

Para realizar una correcta estrategia de comunicación, el comunicador visual hurga en los principios de la responsabilidad social, inclusión, desarrollo sostenible y medio ambiente; conceptos propios del vocabulario de las sociedades modernas y cuya consideración es imperativa en cualquier proyecto social que se emprenda.



El Perú es actualmente un país que precisa de profesionales activos de diseño formados en la observación y el análisis, que reconozcan y acepten su realidad desarrollando espacios de reflexión y ejecución de proyectos de corte social, que sirvan para lograr cambios de actitud, que complementen las estrategias del gobierno y las autoridades. Se debe tener en cuenta el mensaje que se quiere comunicar y el público objetivo al que se van a dirigir estos mensajes antes de la creación gráfica. Más que una filosofía, **DISEÑO, AGENTE DE CAMBIO** es un estilo de vida que se basa en el reconocimiento y aceptación de la diversidad y el entorno para generar identidad social en un país multicultural.

Investigación

Cualquier proyecto que se realice debe partir de una investigación profunda y profesional que brinde información auténtica y válida para concebir una estrategia e implementar la propuesta gráfica. Diseñar implica más que crear identidades corporativas, etiquetas, afiches, publicaciones editoriales y multimedia. Al ser un profesional de la comunicación visual, el diseñador inicia su trabajo desarrollando una investigación interdisciplinaria que sustenta y valida su proyecto, considerando temas como inclusión social, igualdad, desarrollo sustentable, eco eficiencia e identidad. Esto lo obliga a trabajar de la mano con las ciencias sociales, con la educación, psicología, sociología, antropología, entre otras.

Todo proyecto debe definir una identidad gráfica local, lo que implica el estudio de la propia realidad y diversidad multicultural nacional, de esta manera se genera identificación sin dejar de ser parte de un mundo globalizado. Al entender la propia realidad, se es capaz de comunicar con responsabilidad e inclusión, aplicando distintos códigos espaciales, temporales y culturales.

Hoy en día, las empresas se han dado cuenta de la importancia de rescatar las expresiones de identidad, la multiculturalidad y las cualidades propias de los peruanos. A partir de la investigación profesional, el estudio y análisis de estos factores, el diseñador será capaz de reinterpretar conceptos, modernizar estéticas y contextualizar de manera positiva los aspectos mencionados a fin de aplicarlos en su estrategia. De esa manera se propone mejorar la calidad de comunicación de cara a una nueva era del diseño, que mira el pasado para poder construir un futuro creativo y responsable.

Proyecto de Titulación

Desde hace seis años y bajo la filosofía propuesta por la carrera de Arte y Diseño Empresarial, los proyectos desarrollados por los bachilleres están orientados a la búsqueda de soluciones a ciertos problemas presentes en la sociedad, utilizando el diseño como medio para generar cambios sustantivos y, a través de éstos, reforzar la identidad y promover la inclusión.



La estructura del curso de titulación esta diseñada para que el bachiller de diseño desarrolle sus capacidades de investigación y crítica frente a la información obtenida. La primera etapa consiste en identificar un problema en la sociedad cuya solución deba ser viable y práctica. Debe elaborar un resumen explicando cuál es el problema encontrado, la importancia de su solución y cómo se abordará ésta.

La segunda etapa consiste en el desarrollo de un ensayo, apoyado en una bibliografía amplia sobre el tema tratado, que valide y dé sustento a la investigación. Esta búsqueda de información permite un conocimiento profundo del tema y los subtemas que también forman parte del proyecto en cuestión. De esta manera, el bachiller logra un amplio saber que le permitirá definir de forma clara y precisa el problema principal y los problemas secundarios y, de esa forma, plantear concretamente los objetivos a cumplir. La investigación forma parte del quehacer diario de un comunicador visual de este siglo. Antes de realizar bocetos se debe de tener un sustento conceptual que permita la creación de un diseño sólido y funcional.

La tercera etapa comprende el desarrollo de la investigación, vale decir, del marco teórico conceptual en base a saberes previos, documentación, entrevistas y referencias existentes sobre el tema tanto a nivel nacional como internacional. A partir de esta investigación se puede definir el concepto del proyecto, el sistema de comunicación a implementar, la identificación del público a quien se dirige y los canales más a adecuados por utilizar.

La última etapa es la implementación, que permite al bachiller tener una conexión real con su público objetivo y realizar mediciones para confirmar si el proyecto planteado consigue los resultados esperados. Implementar este tipo de proyectos demanda del participante el desarrollo de un espíritu emprendedor y de gestión, pues se convierte en un articulador interdisciplinario que coordina con otros profesionales de diversas



áreas para hacer viable su propuesta. La gráfica desarrollada es el resultado de la investigación que la sustenta y respalda.

Conclusiones

El diseñador egresado de la carrera de Arte y Diseño Empresarial de USIL es un investigador constante, que no se conforma con lo que existe y está alerta a los cambios que se producen en la dinámica social para estudiarlos y conocerlos.

Este profesional aprende a reconocer y diferenciar los distintos códigos de comunicación, tanto locales y globales; asimila, adapta y produce estrategias de comunicación que responden a las necesidades y requerimientos del entorno, creando un sentido crítico, diferenciador y adaptativo al medio, evitando de esta manera caer en moldes y estereotipos.

El concepto de identidad se constituye como punto de partida para poder establecer comunicación. El alumno pasa a ser un gestor de identidad educando al receptor en su propia multiculturalidad y construye su identidad en base al conocimiento, la experimentación y la relación con su entorno. Por tanto, la identidad individual y colectiva son los motores de la comunicación entre el receptor y el emisor y, a medida que esto funcione, la identificación será plena.

El diseñador debe mantenerse en un proceso de investigación, reconocimiento y adaptación de las nuevas tendencias y estilos de comunicación.

De esta manera, la Universidad, como centro de formación, se extiende a la sociedad siendo partícipe de ella, cambiando su rol de observadora y transmisora de conocimiento al de actora y generadora de conciencia social.

