

Sociedad, Identidad y Diseño: Proyecto NATIVA



Rafael Vivanco
Universidad San Ignacio de Loyola
Perú

Abstract

El Perú es un país de inigualables recursos naturales, turísticos e históricos. Es reconocido por su gran diversidad multicultural desde su descubrimiento y conquista por parte de los españoles hasta las últimas migraciones externas; que le permiten ser reconocido por sus diversas expresiones culturales como la gastronomía que es considerada fuente de inspiración y el diseño que se encuentra en un proceso de profesionalización y orgullo nacional. Somos una manifestación evidente de la gran biodiversidad de un país que tiene en su población su mejor materia prima que está compuesta por una variopinta combinación de diversas razas; desde la nativa andina a la española pasando por los negros, japoneses, chinos, árabes y muchos otros más que nos han permitido vivir un fenómeno muy particular llamado FUSIÓN, que se diferencia mucho de vivir en guetos o comunidades aisladas. Los peruanos somos el resultado de muchas mezclas y eso nos une antes que separarnos. Somos herederos de grandes diseñadores, los primeros habitantes de estas tierras lo demuestran, las culturas originarias de América son fiel testimonio de que el diseño era parte fundamental de su vida demostrando que no existe vida sin diseño ni diseño sin vida. Hoy miramos el futuro con optimismo. Sin embargo, pese al actual auge económico subsisten inequidades que causan problemas sociales y obstruyen el potencial desarrollo de la población. Levantando barreras y perdiéndonos la oportunidad de conocernos, de ser tolerantes y de buscar un bien común. 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 nuestro país en la superación de sus problemas sociales? Este compromiso social es asumido por el diseñador desde las aulas pues, como peruanos, se tiene una obligación moral con el Perú, un país generoso en oportunidades que ha crecido gracias al trabajo y esfuerzo de todos sus habitantes. Por ese motivo en la carrera de Arte y Diseño Empresarial USIL se conceptualizó la creación de NATIVA un proyecto multicultural como método educativo en la enseñanza del diseño que tiene como finalidad lograr que los peruanos nos conozcamos más como sociedad, que entendamos que no todos tenemos las mismas oportunidades y que la diversidad y tolerancia van de la mano. Este proyecto permite descubrir nuestros problemas y conocernos de una manera humana, sensible, profunda y real evitando vivir de espaldas a nuestros problemas sociales y a partir de allí poder proponer mecanismo que nos permitan crear una sociedad más justa y responsable. Este proyecto se concreta en la realización de una revista visual que tiene como filosofía que el Diseño es un Agente de Cambio. Cada edición aborda un tema social que es investigado a través de la fotografía buscando un cambio de actitud, pensamiento o acción en los estudiantes y población en general.

Keywords: Identidad, Sociedad, Multiculturalidad, Diseño, Fotografía.

1. Introducción

Hablar de diversidad es descubrir que somos diferentes y que existe la necesidad de aceptar dicha variedad si queremos vivir y contribuir a que en nuestro país se sienta más la justicia social. Esto contribuye a entender a los demás y aprender de lo diferente y sobre todo a ser tolerantes con la diversidad. Hoy en día no hay ciudad en el mundo en la cual no exista diversidad de culturas, siendo lo más difícil el poder lograr vivir en armonía y no en conflicto. Esto se puede comprobar con solo mirar las noticias del día, conflictos, guerras, peleas, son el tema del día a día. Casi todas ellas por causa de diferencias étnicas, raciales o religiosas. El Perú es un país en donde se vivió hace ya unos años este tipo de conflictos originados por la escasa o nula tolerancia frente a lo diferente. Miles de muertos son testimonio de lo que sucedió durante la época del terrorismo, comunidades enteras masacradas y desaparecidas a causa de una supuesta pacificación. Los perjudicados como siempre la misma población civil. Esta etapa de la historia es una muy dura que le tocó vivir y de la que se debe de aprender y tener presente para no volver a caer en el mismo error: la indiferencia e intolerancia.

Somos un país rico en diversidad cultural; debido a que desde tiempos pre colombinos existió una gran variedad de razas y culturas en donde debido a las guerras y conquistas éstas se fusionaban tomando una de otras lo mejor dando origen a una nueva. Así, desde la aparición del hombre en esta parte del continente sudamericano, existieron muchísimas culturas que pasaron por este proceso, debido a extinciones, sequías, conquistas y guerras. El Perú desde siempre y hasta ahora, mantiene un comportamiento de integración. Desde la cultura Caral y otras como Chavín, Paracas, Nazca, Tiahuanaco, Mochica, Chimú, hasta el Imperio Inca, interactuaron entre ellas, influenciando una a la otra. Inclusive cuando ocurre el descubrimiento y conquista por parte de los españoles, éstos no llegan a destruir la cultura existente sino más bien se produce

un sincretismo que permitió fusionar las creencias indígenas con las hispánicas. Este fenómeno no paró solo ahí sino que después las migraciones hacia esta parte del continente no pararon, todo lo contrario se sucedieron una serie de hechos que permitieron enriquecer aún mas nuestra diversidad cultural, como la llegada de los chinos, africanos, japoneses, alemanes, italianos, judíos y otros, que desde distintos puntos de vista han contribuido a enriquecer al Perú convirtiéndolo en un país multicultural desde todo punto de vista.

Somos un país en donde diversidad se respira desde que empieza la mañana o desde que uno llega a cualquier ciudad. La realidad es que somos una mezcla que nos permite hoy en día decir que en nuestro país no hay peruano que no posea por lo menos dos tipos de sangre. En este contexto debemos de mencionar al mismo tiempo la migración interna que se da desde las ciudades rurales a las grandes capitales, naciendo otro tipo de fusión y dando origen a una nueva cultura.

Por ello el concepto de sociedad multicultural no es ajeno pues somos un crisol de razas y culturas, de tal manera que en el Perú es imposible hablar solo de una raza indígena oriunda y una europea conquistadora, puesto que también posee influencia de muchas otras siendo una característica de la sociedad peruana la de no vivir en guetos o comunidades aisladas.

A lo largo de los años, la diversidad de culturas han hecho importantes y significativos aportes en nuestra gastronomía, arte, folklore, historia; integrándose a la sociedad, formando parte de la realidad cotidiana; validando una forma especial de multiculturalidad denominada fusión, que es la forma en que las sociedades heterogéneas conviven con personas de diferentes culturas, razas y religiones, volviéndose homogéneas, combinándose y desarrollando una sociedad multiétnica.

Lograr a que el estudiante de diseño esté conectado con la realidad a la cual

pertenece, implica estudiar y comprender la historia del país, descubrir su propia cultura, identificándose e involucrándose con ella, de tal manera que se pueda elaborar una gama de posibilidades, combinaciones y recursos propios que le permitan diseñar un estilo propio, único, original y en principio local; para desde ahí afrontar las exigencias de la comunicación global.

Si se entiende este postulado que genera inclusión logramos al mismo tiempo generar identidad haciendo uso de nuestra multiculturalidad. Definimos a un país como multicultural cuando en éste convive más de una cultura, que es lo que viene sucediendo en casi todos los países en la actualidad debido a las migraciones y cuyo sistema político promueve la libertad, apostando por la interrelación entre estos y no la creación de grupos aislados y también podemos afirmar que existe una disposición para recibir información, opiniones, creencias, etc. de distintos grupos sin rechazarlos.

Lo que busca la multiculturalidad es que la gente se entienda e interactúe aceptando su diversidad, al mismo tiempo respetando las preferencias de los individuos, sea cual sea su cultura; y por otro lado lo que busca el diseño es solucionar problemas utilizando para ello los recursos que el mismo entorno brinda para poder entender la sociedad a la cual se pertenece y a la que se dirigirán los sistemas de comunicación. No solo la diversidad contribuye a sentirse orgulloso del país sino también la variada geografía y biodiversidad, esto significa que desde todo punto de vista es un país donde se vive la diversidad. Perú no es un país perfecto o ideal, falta mucho por crecer y aprender pero está haciendo su mejor esfuerzo, por cerrar heridas y mirar al futuro teniendo presente que todos los peruanos deben de marchar juntos y de que nadie debe quedar fuera en este proceso de crecimiento y de consolidación de su identidad.

Entonces con estas características podemos preguntarnos ¿cómo podemos construir

identidad en un país multicultural? La respuesta no es identificarnos bajo una bandera o un símbolo sino realizar un proceso de auto conocimiento para definir la persona que uno es y de donde viene. Con esto podemos definir una identidad individual para luego seguir con la siguiente que sería la identidad de familia que significa reconocer y aceptar nuestras raíces y herencia. Cuando se han realizado estos proceso podemos seguir avanzando y descubrir otras más como la identidad de grupo, ciudad, estado y finalmente de país. Todo este proceso permite conocer nuestra realidad y no quedar sólo ahí sino también despertar el sentido de pertenencia a esa realidad y buscar construir una nación justa con inclusión sin que nadie quede afuera. El Perú se ha desarrollado de forma extraordinaria en los últimos 15 años pero aún la injusticia social, la indiferencia y la discriminación por clase social están ahí; es por ello, que se debe de trabajar más desde el hogar, las escuelas y sobre todo desde las universidades.

2. Identidad

Para la psicología, la identidad es una necesidad básica del ser humano en tanto poder responder a la pregunta de ¿quién soy yo?, es tan necesario como recibir afecto o el alimentarse. La identidad es como el sello de la personalidad. Es la síntesis del proceso de identificaciones que durante los primeros años de vida y hasta finales de la adolescencia la persona va realizando. Existe una identidad personal y varias identidades colectivas que debemos aunar a nuestro análisis. No hay un solo “nosotros”, así hablamos de: “nosotros los seres humanos”, de “nosotros los latinoamericanos” o “nosotros los peruanos”. La identidad que distingue nuestro colectivo cultural, al de otros territorios, así como la identidad individual distingue a nuestra individualidad de otras, la llamamos identidad nacional.

Como educadores tenemos la responsabilidad de fomentar la búsqueda y descubrimiento de su propia identidad en los alumnos de

diseño, con ello contribuimos a construir una verdadera nación, por tanto no es difícil realizar este proceso. La universidad como centro de formación profesional, de investigación y desarrollo está comprometida con la sociedad para proponer proyectos que permitan mejorar la sociedad. Todas las profesiones tienen que desarrollarse conectadas con la realidad en la que se vive, eso es lo correcto y el Diseño no es ajeno a esta premisa. Hoy en día como comunicadores visuales socialmente responsables conectamos al hombre, la sociedad y el ambiente utilizando el diseño como “agente de cambio” proponiendo soluciones que permitan mejoras sin necesidad de esperar a que los gobiernos o autoridades sean los únicos que los propongan. Hoy en día la universidad es un agente activo que se debe a su entorno y que no puede vivir dándole la espalda a la sociedad a la que pertenece y tampoco puede ignorar a todos sus miembros. Por tanto el diseño revalorando su esencia natural que es la de solucionar problemas y entendiendo que nación de la sociedad, debe de volcarse a ella participando de manera activa en la búsqueda de soluciones que permitan contribuir a crear un mundo más justo, tolerante y solidario.

Un elemento importante de destacar es el fenómeno de la globalización que ha puesto en alerta el riesgo de extinción de algunas culturas cuya identidad aún no haya logrado definirse o consolidarse. Pues, consecuente a esta globalización, a estos le quedarían dos caminos: el primero es, ser absorbidos por la cultura globalizada, y el segundo, fusionar sus manifestaciones culturales, con lo que la modernidad y lo que la globalización ofrece, a fin de no perder su identidad nacional. Ante esta situación la comunicación visual tiene la posibilidad de convertirse en una herramienta útil para el desarrollo de la identidad nacional; aportando a la construcción de un imaginario social cuya aceptación dependa en buena parte, de la determinación sociocultural de pertenencia que esta genere; es así que, la tarea de reconstruir nuestra identidad, nos lleva necesariamente a contar con herramientas

teóricas que permitan investigar científicamente nuestro pasado, a fin de recoger los referentes culturales más representativos, restaurarlos y que estos sean aceptados por la propia comunidad.

La Carrera de la Arte y Diseño Empresarial de la Universidad San Ignacio de Loyola posee en su estructura curricular diversos cursos ya sean transversales, de carrera o de formación básica desde donde se puede realizar este proceso de búsqueda y afirmación de identidad. Permitiéndole al alumno realizar ejercicios de búsqueda y reconocimiento de la misma desde lo personal hasta lo colectivo. En los demás cursos, dentro de los temas y ejercicios a desarrollar se aplica el concepto de identidad. Haciendo investigación y análisis de los temas pertinentes que logran cumplir con los objetivos planteados y al mismo tiempo generar identidad peruana.

3. Estrategia empleada

La estrategia didáctica utilizada se ubica dentro del nuevo concepto de slow design, o ‘pensamiento de diseño’, que se caracteriza por tomar en cuenta la cultura local y regional como fuente de inspiración y como consideración importante para el resultado final del diseño inclusivo. Este es un proceso que demanda una exhaustiva investigación por parte del alumno de diseño que, además, requiere de un tiempo para su estudio, contemplación e interiorización. Logrando una conciencia crítica de los distintos aspectos y niveles tanto estéticos como sociológicos y antropológicos, así como reflexionar acerca de la responsabilidad social que debe tener el comunicador visual al transmitir un mensaje inclusivo y accesible para todos los actores de nuestra sociedad; más aun cuando ésta está compuesta por diversas razas, etnias, costumbres, credos e ideologías. De esa forma lograremos encontrar un equilibrio entre la diversidad social y cultural, generando un sentimiento de inclusión. Es importante mencionar que, desde nuestro punto de vista, entendemos que inclusión no es lo mismo

que integración. Cuando nos referimos a inclusión queremos decir que el emisor lanza un mensaje hacia el receptor incluyéndolo en el mismo preocupándose del lenguaje, estética y cultura del público objetivo. De otro lado, cuando hablamos de integración nos referimos cuando el emisor lanza un mensaje en el cual no incluye a todos los sectores del público objetivo al cual se dirige, haciendo más bien que el receptor sea quien se adapte o incluya de manera voluntaria a dicho mensaje. Teniendo como resultado que el público objetivo no se siente identificado con el mensaje que se le entrega.

4. Proyecto NATIVA generador de identidad

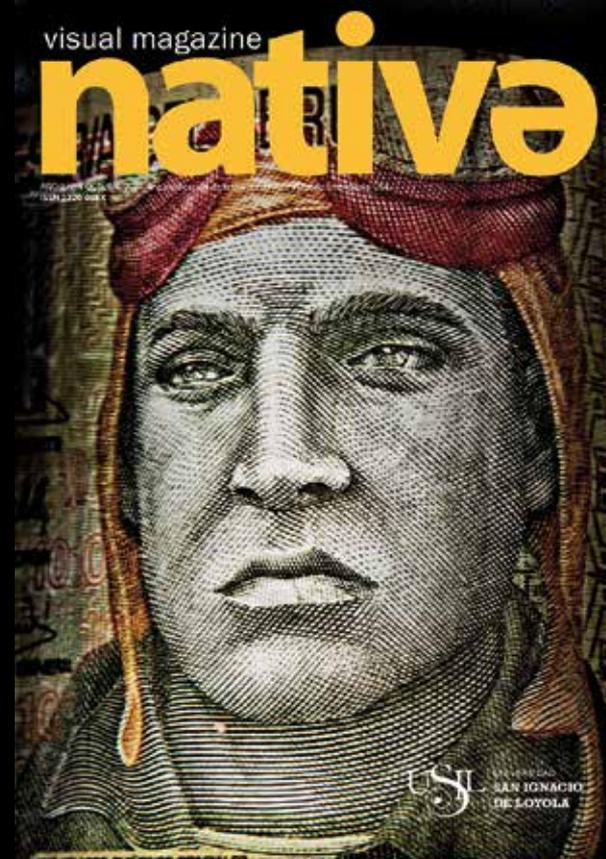
Al momento de desarrollar cualquier proyecto de comunicación partimos del reconocimiento de nuestra multiculturalidad y la riqueza de las culturas que coexisten en nuestro país. Con esto buscamos formar diseñadores que manejen de manera consciente, responsable y eficiente los recursos que son propios de su patria, re interpretándolos a fin de generar diseños con identidad y concepto propio, vale decir, la idea que dará sentido a las nuevas estrategias de comunicación y diseño, vanguardistas e integradoras que, aplicadas con propiedad en un proyecto gráfico, permiten la creación de diseños con identidad propia. La interiorización de esta investigación produce una articulación, reconocimiento e identificación con su herencia cultural generando también un aporte sólido para la comunicación global. Es decir, nuestros alumnos están capacitados para desarrollar temas como inclusión social, igualdad, respeto, tolerancia, desarrollo sustentable y ecoeficiencia que son pilares de la comunicación de hoy en día.

La identidad es evolutiva y está en constante proceso de cambio, por ello los estudiantes de la carrera de Arte y Diseño Empresarial de la Universidad San Ignacio de Loyola están en capacidad para participar de esta evolución y del surgimiento de distintas manifestaciones culturales en su entorno, valiéndose de ellas no sólo para enriquecer su propuesta de

diseño sino también para construir su propio pensamiento y crear nuevas propuestas de alcance y aplicación sin límites.

Entonces ante la necesidad de que el estudiante de diseño y el público en general reconozcan, acepten y respeten la realidad a la cual pertenecen surge el proyecto NATIVA que consiste en la conceptualización, desarrollo y ejecución de una revista visual que se convierte en herramienta generadora de identidad logrando la conexión entre el mundo académico y la sociedad a la que se pertenece.

NATIVA es un proyecto en donde estudiantes, y profesores satisfacen esa necesidad de dar conocer nuestra sociedad de ver como actúa o piensa, de poder establecer conexiones entre sus miembros y lograr que otros puedan beneficiarse de esa búsqueda.

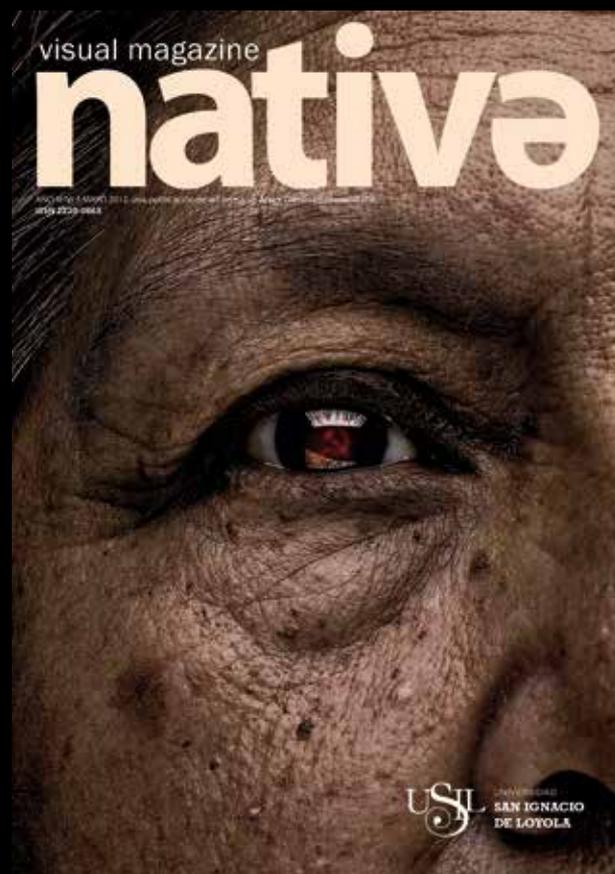


Portada Nativa N° 4 2011 "Dinero"

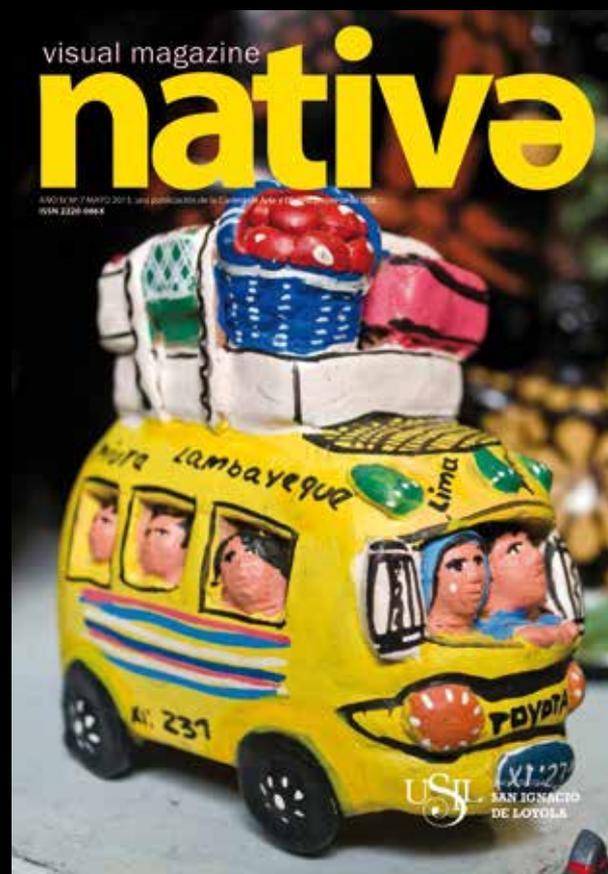
A través de esta publicación inducimos al futuro diseñador peruano en la observación, investigación y reconocimiento de las diversas manifestaciones sociales, artísticas, literarias, religiosas y culinarias de cada una de las culturas que componen nuestro país, así como la decodificación de sus propios sistemas de comunicación, promoviendo la interacción con la multiculturalidad que nos rodea.

NATIVA es un eje motivador que permite al alumno descubrir, analizar y cuestionar los cambios culturales que ocurrieron y suceden en nuestro país así como las distintas situaciones en busca de identidad que los peruanos viven. No solo es un colección de fotografías es un registro de nuestra vida, cultura y realidad. Es un instrumento de acercamiento a uno mismo.

La revista es semestral, teniendo ediciones especiales. En cada número definido por un comité editorial se aborda un tema de actualidad



Portada Nativa N° 5 2012 "Terrorismo"

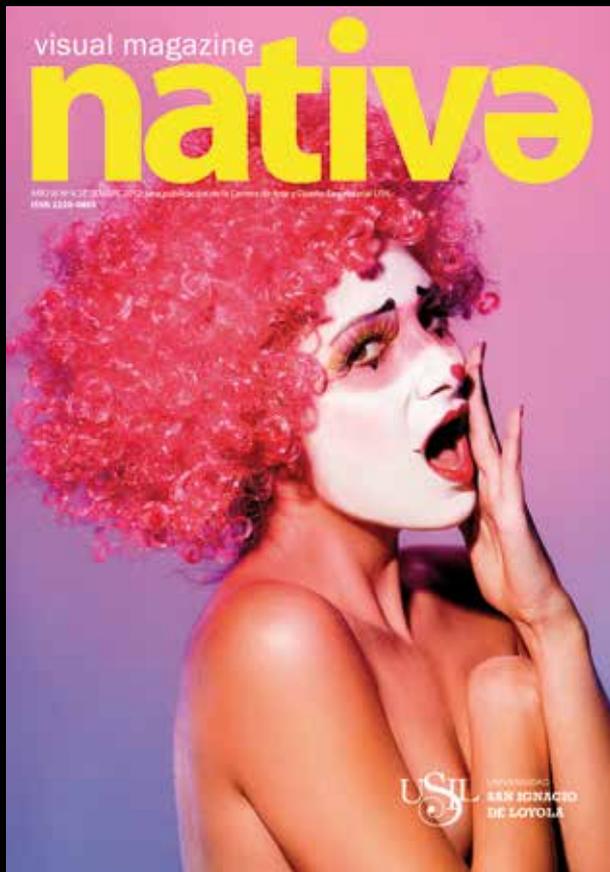


Portada Nativa N° 7 2013 "Transporte público"

y sirve como materia de conocimiento; así se han publicado diversos temas como Fusión, Creencias, Gente, Terrorismo, Transporte Público, Familia, Alegría, etc. Cada número de NATIVA consta de 60 páginas que registran y atestiguan como son los peruanos.

4. Conclusiones

- a. El futuro diseñador debe ser consciente de la responsabilidad que asume al difundir las manifestaciones de nuestra multiculturalidad buscando motivar en el público sentimientos de identificación con su país.
- b. Partiendo de una educación de emprendimiento y de inclusión social y utilizando la fotografía como instrumento, los futuros comunicadores visuales deben estar capacitados para conceptualizar un diseño con discurso social que promueva valores,



Portada Nativa N° 6 2012 "Alegría"

progreso y equidad para contribuir al desarrollo y crecimiento unificado del Perú y su cultura.

c. Hacer diseño es también hacer política en la medida en que nos permite lograr cambios y transformaciones profundas en la sociedad.

d. Identificar, reconocer y aceptar nuestra realidad multicultural a través de la fotografía, permite construir una identidad pudiendo ser propia, de familia o de nación. Generando un vínculo de reconocimiento con todos los miembros de la sociedad.

e. Los estudiantes de diseño al conocer la sociedad a la que pertenecen desarrollan sistemas de comunicación acordes con la realidad del público objetivo hacia el cual se dirigen. Siendo el perfil que debe de tener el egresado de las carreras de diseño en nuestros días.

Bibliografía

Arellano C., Rolando y Burgos A., David. (2007) Ciudad de los Reyes, de los Chávez, de los Quispe. Arellano Investigaciones de Marketing S.A. Lima.

Cánepa, G. (2012) Imaginación Visual y Cultura en el Perú. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Contreras, Carlos y Cueto, Marcos. (2007) Historia del Perú Contemporáneo. Instituto de Estudios Peruanos (IEP). Lima.

Hernández, Max. (2000) ¿Es otro el rostro del Perú? Identidad, diversidad y cambio. Agenda Perú. Lima

Matos Mar J. (2004) Desborde popular y crisis del Estado. Veinte años después. Fondo Editorial Congreso de la República de Perú.

Matos Mar J. (2012) Estado Desbordado y Sociedad Nacional Emergente. Universidad Ricardo Palma.

Klaren, Peter. (2002) Nación y Sociedad en la Historia del Perú. Instituto de Estudios Peruanos (IEP) Lima.



Nativa N° 1 2010 "Gente" fotografía Erick Liñán