

Diseño, educación y preservación del patrimonio cultural (a026)

Experiencias a partir de la integración del diseño como eje de desarrollo en políticas públicas

Ángela Ayala* y Ximena González Eliçabe**

Los pueblos de todo el planeta y de todos los tiempos, desde que los hombres se organizan en sociedad, por pequeña que esta sea, se expresan de diversas maneras, conformando paulatinamente distintas “culturas”.

Cultura es aquello que una comunidad ha creado y lo que ha llegado a ser gracias a esa creación, es el modo particular como en un pueblo los hombres cultivan su relación en la naturaleza, entre sí mismos y con lo trascendente.

A lo largo de miles de años allí donde la gente se encontró, se entendió y unió para hacer frente a necesidades concretas y a ciertos sentimientos de trascendencia, crearon formas de expresión: Idiomas, cosmovisión, religión, política, industria, arte, todo lo cual, en una permanente interrelación, les inspiraba y a la vez concebía en ellos, diferentes maneras de explicar el universo que les rodeaba.

La vida en sus manifestaciones más insignificantes y asombrosas, el crecimiento, la muerte y el deseo. Formas diversas de expresarse y sobrevivir de grupos de hombres reunidos para devenir cazadores, recolectores, horticultores o agricultores, cada uno a su manera, produjeron siempre inventos, obras múltiples.

Hoy en la distancia y desde nuestras categorías culturales, identificamos a esta actividad humana como artesanía de utensilios, diseño, y a veces arte. Términos estos relativos que señalan, en todos los casos, expresiones de sus manos inspiradas en su interior y en el contexto, en necesidades concretas personales o del grupo, en su propia cosmovisión.

La artesanía y el arte de los pueblos nativos de nuestro país y el mundo, no constituyen solamente la vidriera de un comercio sino que el arte es entre ellos la respuesta a una necesidad comunitaria que cristaliza en herramientas, ofrendas, instrumentos musicales, vestimentas, adornos, en una respuesta al llamado de trascendencia, de trueque y de unión solidaria, expresado todo ello en fiestas, ceremonias, ritos y organización social.

Utensilios en los que siempre el hombre ha estampado, no como mera decoración sino como significación mágica o dramática, aspectos simbólicos y míticos de la cosmovisión que caracteriza a una u otra comunidad. La creación llevará la impronta de la estética y simbólica emergente de la cosmovisión del pueblo al que pertenece y no a las suyas propias.

Según dice el artista argentino Emilio Renart la creatividad es un acto de modificación, que sirve para producir hechos originales que luego pueden derivar o no, en factores de consumo, y habla del fenómeno de la “creatividad por se un factor específicamente dinámico”. Partiendo de los procesos que integran la creatividad al desarrollo del individuo y de las sociedades, la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación, a través

de su Dirección de Educación y Formación, que Ángela Ayala dirige, puso en marcha programas de apoyo a la producción artesanal en localidades más o menos remotas, criollas e indígenas, más o menos insertas en los circuitos turísticos de las distintas provincias argentinas. La concreción de estas políticas públicas se plasmó en talleres de capacitación, conducidos por Ximena González Eliçabe, cuyo eje conductor es la aplicación del diseño a la producción regional de objetos y la puesta en valor de su patrimonio cultural. Los objetivos de los talleres de “Diseño y Puesta en valor de las artesanías” son integrar a la producción artística a los circuitos turísticos del País como atractivo para los visitantes y fuente genuina de sustentabilidad para las comunidades. Reafirmar la identidad cultural a partir de la valoración de su patrimonio. Que sus actores desarrollen productos artesanales bajo estándares de calidad, de diseño y producción internacional, capaces de comunicar el atractivo del destino turístico que les dio origen. Que incorporen tecnologías que contemplen la utilización de elementos regionales. Estimular la producción autogestionada de las comunidades para lograr una mejor calidad de vida.

Durante los talleres se les enseña a realizar sus propios diseños, utilizando la fuente inagotable de recursos iconográficos, sonoros, de mitos y leyendas de tradición oral, de la danza, de las ceremonias y celebraciones, de la relación con su entorno natural, presentes en forma indeleble en su identidad cultural.

El arte es pensamiento visual, sonoro, es expresión de la palabra, del movimiento. La sensibilidad artística de un pueblo se pone de manifiesto en los objetos que produce y utiliza. En la danza, en la música, en el vestido, y en las manifestaciones visuales encontramos indicios de pertenencia a una sociedad entrelazada. Signos de identidad.

La enseñanza del diseño aporta los elementos proyectuales y de funcionalidad necesarios para una mejor eficiencia en la producción de estos bienes culturales. La aplicación del método proyectual conduce a bucear y a revalorizar la propia identidad, imprescindible para agregar al producto valor de mercado, social y cultural. Estos valores de pertenencia, garantizan la autenticidad de su producción, y la sustentabilidad de las regiones a las que pertenecen. Les ayuda a perpetuar y comunicar la frescura en su creatividad, a que no se vean obligados a copiar diseños ajenos ni a saturar el mercado con los mismos motivos y tipologías de piezas. Se instruye a los artesanos en el rescate de antiguas técnicas tradicionales, prácticamente perdidas en la actualidad, como por ejemplo el arte plumario. Tratando de que la sumatoria de estos componentes técnico-estéticos los lleven a innovar y a convertir su arte ancestral en un arte vivo, dinámico como la cultura.

La capacitación brinda a las comunidades nativas y criollas una mayor comprensión del fenómeno turístico, que incluye la comprensión de la experiencia turística en sí, el acercamiento a diferentes estilos de vida, el respeto a la integridad y autenticidad culturales, la conservación de los recursos y la integración entre naturaleza y cultura.

El modo de producción artesanal, organizado generalmente en talleres familiares, genera sociedades autosuficientes. Pero para que el ciclo se complete es necesario encontrar quien aprecie y adquiera esta producción artesanal, y esa es la oportunidad que se abre con el turismo. Las comunidades artesanales son puntos claves para atraer al turismo, su modo de vida y producción son cada vez menos frecuentes en los países industrializados. La producción artística y artesanal son parte de la particularidad del lugar a donde se produce, como el paisaje, la arquitectura o la comida. El turismo ofrece una experiencia vivencial, un ejemplo de tolerancia y diversidad entre las distintas partes. Los viajeros pueden entrar en contacto directo con la vida cotidiana de una comunidad artesanal, apreciar su manera de vivir y entender cómo se crean sus productos sin afectar la producción de estos objetos, y al mismo tiempo comprar directamente al artesano, liberándolo de la explotación de los intermediarios. El hecho de haber sido testigo de su manufactura lo enriquece, lo llena de atracción y significado.

El patrimonio es un instrumento vivo que debe darnos una visión de nosotros mismos. Nos permite conducir nuestras vidas conforme a la sabiduría de nuestros antepasados.

Las artes populares aportan considerablemente a la dignidad creativa y a la economía de las comunidades, contribuyen a mantener el equilibrio de una sociedad sana.

Lo que pretendemos desde la Secretaría de Turismo de la Nación es darle legitimidad cultural a la producción de estos pueblos, tan importante para el regreso a la identidad que necesitamos todos, y demostrar que lo folklórico no se determina por una supervivencia a ultranza de lo arqueológico, bajo los cánones establecidos por el mercado de consumo, sino por una nueva creación de "objetos culturales" creados en base a auténticas necesidades del nativo regional, sin manejo codicioso de sectores dominantes o boutiques de lo tradicional que inundan la vitrina de nuestras ciudades.

* Licenciada en Ciencias de la Educación. Directora de Educación y formación de la Secretaría de Turismo de la Nación.

** Diseñadora Textil. Profesora de la Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo.

Diseño gráfico en la Pontificia Universidad Católica del Perú (a027)

Un proyecto de formación gráfica de arte y tecnología

Rosa Gonzáles Mendiburu*, Carmen García Rotger** y Enrique Chiroque Landayeta*³

En la actualidad, la formación de diseñadores gráficos en América Latina es abordada por las universidades desde una visión / misión que se define por lo general en el territorio del funcionalismo, tomando como referentes las exigencias presentes y futuras del mercado, así como el desarrollo tecnológico de los medios de

comunicación y producción. Es un enfoque preocupado por las características socio profesionales de la profesión, que apunta hacia el posicionamiento del diseño y del diseñador en la sociedad contemporánea. En otro nivel, hay planes estratégicos que se interesan por la identidad cultural del diseño, con miras a la planeación de las acciones formativas en función de la cultura local o regional. Es un enfoque que asigna un lugar importante a la construcción de valores y al rol que desempeña en la comunicación, más allá de los fines de promoción que asume comercialmente. Los dos lineamientos son mediadores de la calidad de vida de la comunidad latino americana, a través de los vínculos productivos (en el primer caso) y reflexivos (en el segundo caso) que establecen con la sociedad de consumo.

En la Pontificia Universidad Católica del Perú, consideramos que estos dos lineamientos han de funcionar de manera conjunta. Además, consideramos que hace falta desarrollar un tercer lineamiento, la valoración del arte como visión de mundo, creatividad y capacidad expresiva, para formar diseñadores reflexivos, creativos, con valores humanos y culturales, capaces de comunicar innovando y educando a la comunidad. El arte y el diseño nunca han estado separados; a partir de esta tradición mayor de la historia de la cultura, proponemos una formación en la cual se realizan incesantes y múltiples interacciones entre los recursos conceptuales y expresivos de las artes visuales por lo general y el diseño gráfico. Es un planteamiento que se construye desde el proyecto formativo de la Pontificia Universidad Católica del Perú, en el cual artes y humanidades forman un conjunto de pensamiento, expresión y comunicación. En este contexto, presentaremos el modelo formativo del Diseño Gráfico de la PUCP, una carrera profesional organizada sobre los fundamentos de las interacciones entre artes y humanidades, en cuya construcción colaboran métodos comunicativos de investigación, creación y producción gráfica, así como de proyección y articulación con el mercado.

En una escueta definición, podríamos decir que el diseñador gráfico formado en la PUCP busca el desarrollo de soluciones visuales a los problemas del desarrollo comunitario, a través de una acción comunicativa realizada con medios artísticos y tecnológicos y virtuales. Diseña comunicaciones impresas y audiovisuales (publicaciones, imagen corporativa, publicidad, diseño para el espacio virtual, etc.), así como espacios comunicativos, entre los cuales prevalecen los espacios de señalización y escenografía. El diseñador cuenta con las competencias de un Director de Arte, unidas a aquellas de la creación de marcas e imágenes de corporaciones.

Para ello, el estudiante desarrolla su espíritu analítico, una gran curiosidad por el mundo que lo rodea y la actitud que lo lleve a diseñar creativamente. La vocación y los conocimientos teóricos y prácticos son importantes, pero también la manera y la finalidad de buscar y procesar la información, la disciplina, la constancia, el ingenio, la sensibilidad y expresividad artísticas, la capacidad de innovación. Los cursos de formación general artística aumentan la capacidad expresiva de los estudiantes, motivando una conciencia crítica y la