2017

CORPORACIÓN
EDUCATIVA
1968 - 2018

USJL

50 AÑOS

10 GRÁFICO

Dra. Norma Reátegui
Decana Facultad de Humanidades

Mg. Rafael Vivanco
Director de Carrera Arte y Diseño Empresarial

Editor
Mg. Rafael Vivanco

Comité Editorial
Mg. Sandra Tineo
Mg. Gillermina Ávalos
Mg. Lilian Carranza

Agradecimiento
Rupo Pérez Albela, Ricardo Tsuchiya, Sandra Tineo, Ana Lozada, Vicky Ávalos, César Carrión, Hernán Ruiz, Lilian Carranza, Cristina Saavedra, Christine Rottenbacher, Erick Liñán, Daniel Bengoa, Claudia Torres, Carlos Yarlequé, Nancy Colina, Liliana Barreto, Nicanor Wong, Cristina Belaúnde, Sofía Pinto, Diana Rodríguez, Patricia Pérez Albela, Christopher Carrasco, Alesia Lund, Antonio Martinench, Alfonso Cervilla, Christian Yaya, Carlos Montemayor, Karim Ruiz, Fernando Castillo, Edward Perales, Silvia Fonseca, Marinés Quiñones, Kiyomi Kunigami, Eliana Zegarra, Carlos Montemayor, Vanessa Colareta, Andrea Vargas, Juan Pablo Aponte, Zidi Baccarani, Fiama Valderrama, Andrea Arias Mego.

Fotografía
Fiama Valderrama, Zidi Baccarani y Andrea Arias

Concepto y Diseño
Mg. Rafael Vivanco
Lic. Ricardo Valera

Diagramación
Lic. Ricardo Valera

Textos página 32, 100, 118, 160, 202, 244, 280, 306, 354 y 380
Mg. Rafael Vivanco

¡Bla! Gráfico / editor : Mg. Rafael Vivanco ; Universidad San Ignacio de Loyola, Carrera de Arte y Diseño Empresarial --
Año 10, no. 10 (2018) - . --Lima : USIL , 2018-

Anual.
ISSN : 2074-0476

1. Diseño gráfico – Perú. 2. Diseño gráfico – Estudio y enseñanza – Perú. 3. Diseño gráfico – Anuarios. I. Vivanco, Rafael

707
B

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2009-05736

Prohibida la reproducción total o parcial de imágenes y textos con fines comerciales sin el consentimiento escrito del Coordinador de Producción o los autores. Los contenidos de esta publicación se distribuyen bajo Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0).

En **USIL** se forma un comunicador visual **creativo** generador de **inclusión** e **identidad**. Un ser **integral** capaz de abrirse **campo** en un mundo mucho más **competitivo** que demanda no solo a un profesional del diseño tradicional sino que pueda y tenga las suficientes aptitudes para **resolver problemas** simples o complejos de manera **innovadora, creativa, ecoeficiente y participativa.**

Rafael **Vivanco**

ARTE Y DISEÑO **EMPRESARIAL**

ENSAYOS 2017

El desafío de la universidad a través de una Carrera de Diseño

Mtro. Rafael Vivanco
Director de la Carrera de Arte y Diseño Empresarial
Universidad San Ignacio de Loyola

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 variadas expresiones culturales como la gastronomía que es considerada fuente de inspiración y el diseño que se encuentra en un proceso de profesionalización y generador de identidad.

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 y amazónica hasta la española conquistadora pasando por los negros, japoneses, chinos, árabes y muchos otros más que nos han permitido vivir un fenómeno muy particular llamado fusión, que se dista mucho de vivir en guetos o comunidades aisladas como ocurre en otras urbes consideradas multiculturales. Los peruanos somos el resultado de muchas mezclas y eso debiera unirnos antes que separarnos. Al mismo tiempo herederos de grandes diseñadores, los primeros habitantes de estas tierras lo demuestran, desde los vestigios hallados de pintura rupestre en Toquepala hasta las culturas pre-colombinas que 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 ser interculturales, conocernos, ser tolerantes y de buscar el bien común. Como en toda Latinoamérica, los comunicadores visuales peruanos asumen un compromiso honesto frente a la sociedad y buscan aportar respuestas a una pregunta mayor: ¿Cómo contribuir con el 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 un proyecto intercultural 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. Por ello se desarrolló un proyecto fotográfico llamado NATIVA que permite a la universidad contribuir con la sociedad en redescubrir 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. Esta contribución se concreta en la realización de una revista visual que tiene como filosofía al Diseño como Agente de Cambio; en donde a través de la fotografía se contribuye a conocernos más como peruanos. La revista tiene una periodicidad semestral y en cada edición aborda un tema social que es resumido en un editorial e investigado a través de la fotografía. Con esto se busca un cambio de actitud, pensamiento o acción en los estudiantes de la universidad, sus familias y público en general. La convocatoria se hace a través de los cursos de fotografía y se extiende a todos los alumnos de la Carrera de Arte y Diseño Empresarial quienes cumpliendo tareas propias de los cursos y de manera voluntaria contribuyen a la realización de la revista.

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 poder 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, guerras, peleas, disturbios, huelgas, 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 escaza 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 en nombre de una pacificación. Los perjudicados como siempre suceded es la misma población civil. Esta etapa de la historia es una muy dura que le tocó vivir el Perú y de la que se debe de aprender teniéndola siempre presente para no volver a caer en el mismo error de la indiferencia e intolerancia.

Somos un país rico en diversidad cultural; debido a que desde tiempos pre colombinos existió una gran variedad razas (moches, aymaras, quechuas, asháninca) y de 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. Culturas 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 que más bien se produce un sincretismo que permitió fusionar las creencias indígenas con las hispánicas. Pero este fenómeno continuó debido a que las migraciones hacia esta parte del continente no pararon, ya que sucedieron una serie de hechos que permitieron enriquecer aún mas nuestra diversidad cultural, como la llegada de los africanos como esclavos para trabajar en la agricultura, los chinos como mano de obra barata para reemplazar a los negros africanos que habían conseguido su libertad, alemanes e italianos en busca de oportunidades laborales debido a la crisis europea, del mismo modo japoneses, judíos, palestinos, afganos y otros, que desde distintos puntos de vista han contribuido a enriquecer al Perú convirtiéndolo en un país multicultural desde todo punto de vista.

En el Perú somos una mezcla que nos permite decir que no hay peruano que no posea por lo menos dos tipos de sangre. Y es en este contexto que 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, folclore, historia, política; integrándose a la sociedad, formando parte de la realidad cotidiana; validando una evolución de multiculturalidad a la interculturalidad, que es la forma en que las sociedades heterogéneas conviven con personas de diferentes culturas, razas y religiones, tratando de ser homogéneas, combinándose y desarrollando una sociedad multiétnica.

Lograr 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 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 interculturalidad 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 contribuir a 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? ¿Cómo podemos contribuir a ser interculturales, en un sociedad tan variada? La respuesta no es solo identificarnos bajo una bandera o un símbolo, cantar un himno y aprender en el colegio que todos somos peruanos; sino realizar un proceso de autoconocimiento, para definir la persona que uno es y de donde uno viene. Con este ejercicio básico 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, región 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 económica y por clase social están ahí; es por ese motivo, que se debe de trabajar más desde el hogar, las escuelas y sobre todo desde las universidades en combatir estos problemas.

En el Perú, Matos (2012) analiza la crisis de las relaciones entre los ciudadanos y su búsqueda por encontrar un espacio al cual pertenecer en la ciudad de Lima. Se aborda la influencia de ese "otro Perú" escondido e invisible, que contribuye a la formación de un nueva identidad negada por unos y rechazada por otros; pero que, sin embargo, contribuyó a reestructurar los cimientos de la sociedad peruana. Esta investigación termina en la publicación: Estado desbordado y sociedad nacional emergente, y que tiene como antecesor Desborde de Estado y crisis popular.

La investigación señala cómo ese otro Perú se ganó un espacio propio y reclama ser incluido en las políticas nacionales. Explora cómo las migraciones internas fueron de vital importancia para poder hacerse presentes y decirle al Estado que ellos existían. Así, hace setenta años, las primeras migraciones de la sierra a la ciudad de Lima se producen como una consecuencia de que el Estado tenía desatendido el interior del país. Pero, como los migrantes que vinieron eran emprendedores, surgieron en esta Lima indiferente; de esta manera, fundaron las entonces llamadas "barriadas", donde vivieron por mucho tiempo hasta convertirlos en distritos prósperos, dejando muy claro que, finalmente, el otro Perú informal, pero emprendedor conquistó al Perú tradicional y formal.
El autor, señala que, el destino del Perú y Latinoamérica depende de los países ricos y poderosos, quienes afirmaron que el atraso, la pobreza, la miseria y discriminación podrían ser combatidos viviendo en ciudades. Es así que en los años setenta, ocho millones de peruanos decidieron vivir en ciudades, cambiaron su estilo de vida, dejaron los movimientos contestatarios, pues no lograban nada. Estos peruanos migraron e impusieron el poder de su cultura, una cultura milenaria, que había domesticado este país. Llegaron y dominaron Lima.

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" contribuyendo a buscar soluciones a los problemas sin necesidad de esperar a que los gobiernos o autoridades sean los únicos que los propongan. 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 nació de la sociedad, debe de volcarse a ella participando de manera activa en la búsqueda de soluciones que permitan contribuir a crear un mundo mas 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 culturares, 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 construir 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.

Sifuentes (2006) desarrolló una investigación referida a la multiculturalidad y la enorme diversidad de culturas existentes en nuestro medio debido a la existencia de diferentes grupos étnicos, así como las diferentes lenguas y realidades de extrema complejidad, que son el resultado del mestizaje propio de nuestro proceso histórico del Perú. Según algunos historiadores, el Perú no ha logrado consolidar su identidad y menos formarse incluso como una nación. La razón se encuentra en las profundas diferencias y desigualdades sociales producidas a través de la historia. El imperio del Tahuan-

tinsuyo presentaba ya una serie de contradicciones sociales debido a las relaciones de dominación entre los incas y los pueblos sojuzgados. La dominación española acrecentó estas diferencias sociales, las cuales propiciaron la aparición de una nación de blancos y otra de indios. Dentro del grupo dominado, existen nuevas divisiones sociales, tales como los mestizos, los indios, los negros y las etnias amazónicas. Esta realidad se erige como un reto: conservar las culturas ancestrales que han sobrevivido a la dominación española o dejar que la globalización las anule por completo. En muchos casos, lo que se globaliza son los elementos de la cultura dominante, no de la dominada, más aun, aquello tiende a desaparecer. Por esta razón, es importante generar la identidad nacional, reconociendo y valorando la multiculturalidad existente. Esto deberá servir para proyectarnos al mundo, globalizando nuestra cultura y no condenándola a la extinción.

Delgado (2008) sostiene que, los marcos de desigualdad más importantes que afectan a comunidades diferenciadas no se justifican en razones genéticas, sino sobre todo en la presunción que ciertos rasgos culturales, valorados como negativos, permiten colocar al grupo que los detenta en los estratos más bajos de una determinada jerarquía moral y justifica su frecuente instalación estructural en lugares de alta vulnerabilidad social, con frecuencia sin derechos o con menos derechos que el resto de la población. Hablamos de lo que se presenta en la actualidad como racismo diferencialista, racismo identitario, fundamentalismo cultural, etnicismo o racismo cultural, términos intercambiables que remiten a las nuevas estrategias discursivas de y para la exclusión social

Zúñiga y Ansión (1997) señalan que, la relación entre las diversas culturas que coexisten en cualquier país es una relación entre personas, derivando de ello su complejidad. Cuanto más estratificado socialmente sea el país, esa relación tenderá a ser no solo más compleja, sino también conflictiva. Es necesario reconocer y asumir el conflicto cuando se presenta, pues este implica un contacto con el otro, condición básica para la construcción de una identidad, sea personal, cultural o social. Por esta razón, si se piensa en la gestación de una identidad nacional, se debe admitir que el conflicto entre los ciudadanos de un país puede ser el germen de un entendimiento. El diálogo, por difícil que sea, es mejor que la incomunicación. El volver la espalda al otro, por ser diferente y desigual, conlleva desarticulación, imposibilidad de entendimiento, de lograr acuerdos, consensos de compartir historia.

Estrategia empleada

La Carrera de Arte y Diseño Empresarial de la Universidad San Ignacio de Loyola posee en su estructura curricular diversos cursos 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.

Cuando un diseñador aplica el concepto de imaginario, puede desarrollar cualquier proyecto de comunicación, dándole una contribución invalorable de identidad. Igualmente, los diseñadores gráficos han descubierto la importancia de la identidad, porque el público objetivo ha evolucionado y ahora reclama ser incluido en los procesos de comunicación. Esto significa inclusión en todos los aspectos; por ejemplo, uno de ellos puede ser el uso de personajes (modelos) en una campaña de publicidad, los colores utilizados en la identidad corporativa de un restaurante, el lenguaje empleado de acuerdo con el público objetivo al cual se dirige, etcétera. Los imaginarios sociales se basan en la articulación entre estructuras sociales y representaciones; es decir, se trata de cómo los sistemas sociales generan sistemas de pensamiento y, recíprocamente, cómo universos simbólicos e imaginarios colectivos impregnan, estructuran u orientan las prácticas sociales.

Considerando las distintas posiciones sobre lo que es educar en diseño, las discusiones son diversas. Actualmente, se considera que el Diseño Gráfico exige mucho más que talento creativo, sensibilidad social y manejo de información; el diseño contemporáneo debe generarse a partir de la investigación profesional, seria y responsable, que solucione un problema o necesidad específica, con la capacidad de ser multidisciplinario y teniendo en cuenta las características culturales, sociales, económicas, religiosas y, en algunos casos, políticas tanto del emisor como del receptor, así como del medio ambiente. En esta perspectiva, el estudiante de Diseño Gráfico, lejos de volverse un individuo mecánico y tecnológico (dada la evolución de la tecnología), más bien siente una necesidad de conectarse con su ser interior y se vincula armoniosamente con otras disciplinas para lograr sus objetivos comunicacionales. De esta manera, éste construye su conocimiento en conexión con su realidad, construyendo su propia identidad y permitiendo, al mismo tiempo, la construcción de una más grande como es la nacional.

La estrategia del nuevo concepto de diseño socialmente responsable, 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 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 de la comunicación visual,

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 creando una comunicación intercultural. 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.

Identidad a través de NATIVA

Diseñar una malla curricular teniendo presente nuestra realidad multicultural es un reto muy alentador. 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, reinterpretándolos 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 eco eficiencia 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.

Esta metodología permite formar un ser humano sensible y tolerante con visión para entender su identidad nacional. Que cada alumno llegue con sus propios saberes naturales permite conocer otras realidades que en muchos casos son ajenas entre los mismos alumnos, la cultura, tradiciones e identidad de cada uno son diversas y diferentes lo que facilita tener visiones y opiniones diversas sobre un mismo tema.

Entonces ante la necesidad de que el estudiante de diseño y el publico en general reconozcan, acepten y respeten la realidad a la cual pertenecen surge el proyecto NATIVA que consiste en la conceptualización y desarrollo de una revista fotográfica que se convierte en herramienta generadora de identidad logrando la conexión entre el mundo académico y la sociedad a la que pertenece. NATIVA es un proyecto en donde estudiantes y profesores satisfacen esa necesidad de 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. A través de esta publicación inducimos al futuro diseñador peruano en la observación, investigación y reconocimiento de las diversas manifestaciones sociales, artísticas, literarias, religiosas, culinarias y culturales de cada una de los grupos que componen nuestro país, así como la decodificación de sus propios sistemas de comunicación, promoviendo la interculturalidad.

NATIVA es un eje motivador, tanto para el público objetivo al cual está dirigida la revista que son los mismos estudiantes de USIL así como sus familias, público en general y el alumno participante que les permite 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 una publicación semestral tiene una medida de 28cm de ancho por 40cm de largo y con un total de 60 páginas, la técnica de las fotografías son variadas pudiendo ser a color o en blanco y negro. Siendo indispensable que todas las propuestas cumplan el requisito de no haber sido publicadas anteriormente y ser propias de cada participante. En cada número el editor y el comité editorial definen el tema específico sobre el cual girarán las investigaciones y propuestas fotográficas de cada edición; es bajo este modelo, que se han publicado los números relacionados a gente como uno, creencias, fusión, dinero, terrorismo, alegría, transporte público, familia, chicha. Las páginas de NATIVA registran y atestiguan como somos los peruanos.

El proceso fotográfico por parte de los alumnos participantes empieza con una investigación seria y profesional del tema propuesto seguido de un análisis y discusión que permitan encontrar y definir los diversos ángulos desde donde se puede observar el tema y poder así llevar a cabo un trabajo de campo en donde se realizarán fotografías localizadas en el lugar donde suceden los hechos; o proponer de otra manera, fotografías producidas en estudio bajo un enfoque de propuesta artística o conceptual.

En cualquiera de los casos el hecho mismo de tener que realizar unas tomas fotográficas de determinado tema permite al alumno poder acercarse más a es realidad que está a su costado y que en muchos casos no ve o que simplemente ignora. No solo difundir al público en general lo que sucede en nuestro país a través de la fotografía sino al mismo participante la experiencia vivida y ganada es un capital de enorme importancia en su formación como diseñador.

A continuación presentamos la opinión de profesores y alumnos en relación a la revista NATIVA luego de 3 años de publicación:
Mg. César Carrión: Existe un cambio evidente en la manera de pensar y ejecutar sus tareas. La práctica y el estudio de campo engrandecen su capacidad cognitiva y de experiencia de vida además de un mejor desarrollo de sus habilidades y sensibilidad como diseñador al aplicarlas en sus proyectos gráficos y de estudio.

Mg. Rita Vidal: Esta revista fotográfica permite conocer como somos los peruanos, y como este conocimiento contribuye a la formación de alumno, es notorio cómo a raíz de esta publicación los alumnos han mejorado su percepción del peruano viéndose evidenciado en los trabajos y propuestas de diseño realizados por parte de ellos.

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 y dar un paso firme en el desarrollo intercultural.

b. Partiendo de una educación de emprendimiento y de inclusión social y utilizando la fotografía como discurso, los futuros comunicadores visuales deben estar capacitados para conceptualizar un diseño que promueva valores, 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.

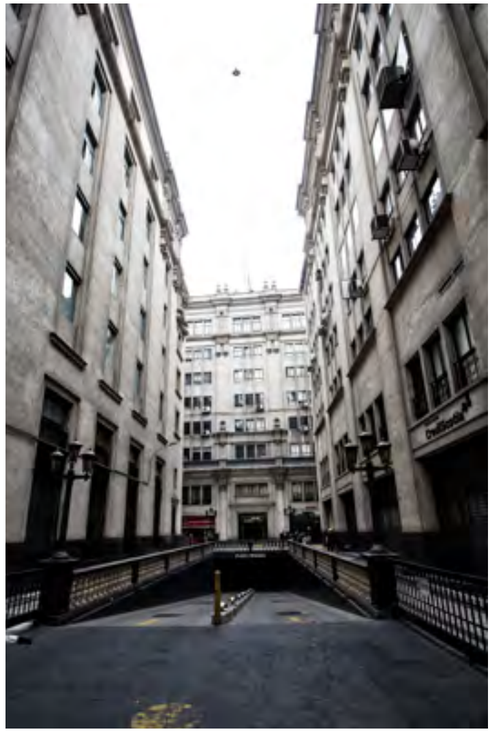
d. Identificar, reconocer y aceptar nuestra realidad multicultural a través de la fotografía, permite construir una identidad pudiendo ser propia, de familia o de nación. Generando un vínculo de reconocimiento con todos los miembros de la sociedad.

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.

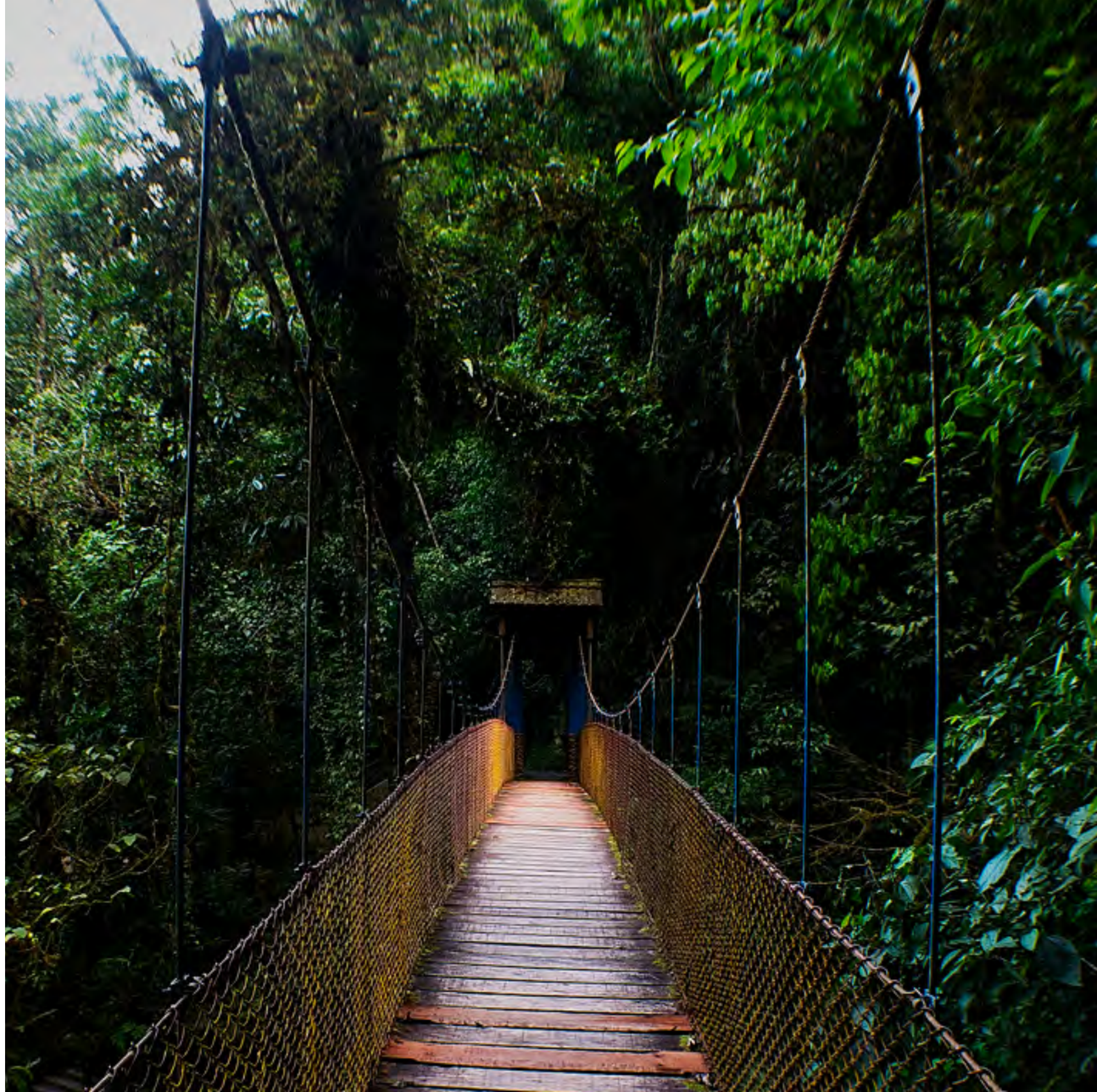
ALUMNOS

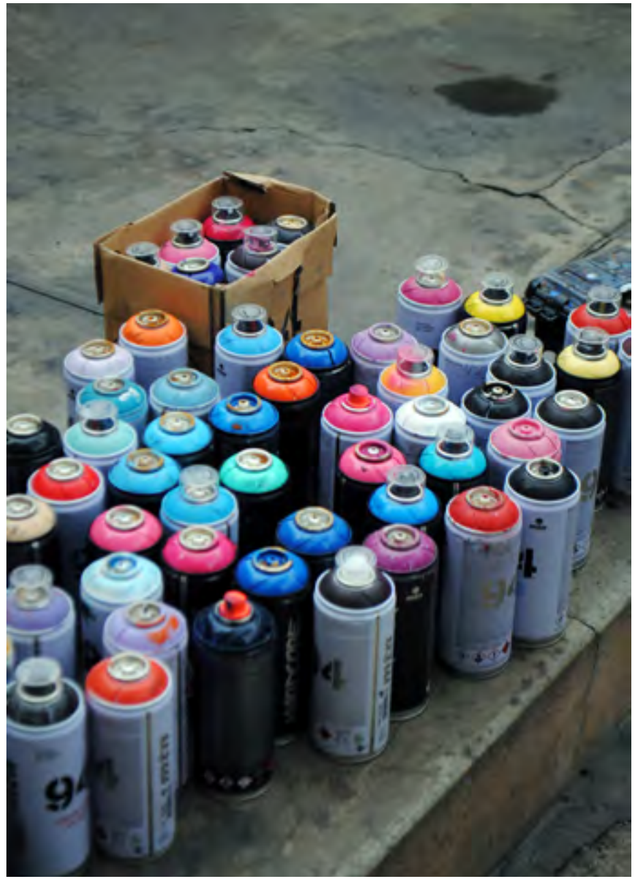
FOTOGRAFÍA

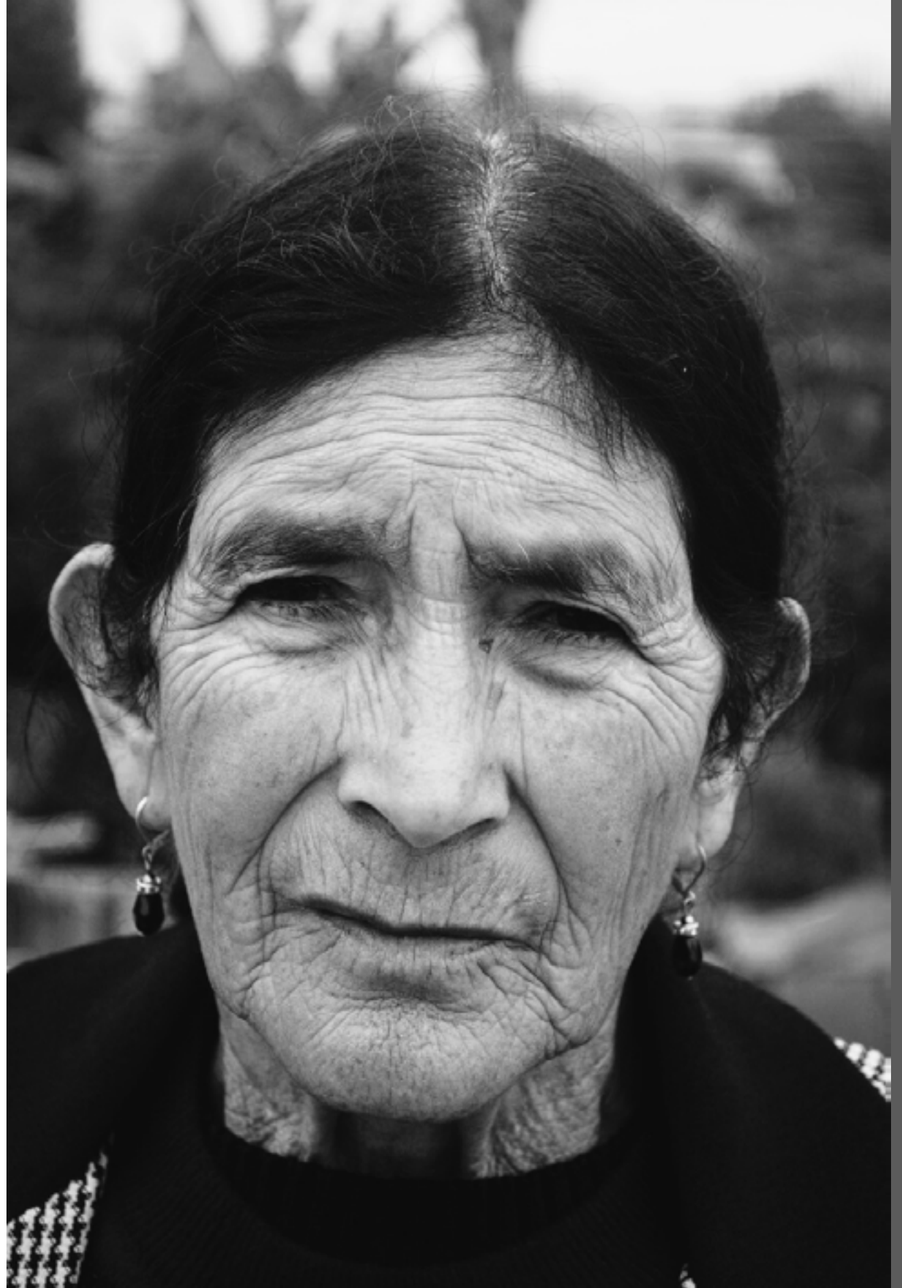
La fotografía de hoy se enfoca en reconocer los momentos precisos en donde se logra captar la expresión de la foto que contiene diversos sentimientos que transmite al espectador, sobre la pasión, realidad y cultura. Hoy el diseñador es un profesional capaz de captar una imagen que logra comunicar un mensaje no escrito de caracter social, comercial, politico o religioso.

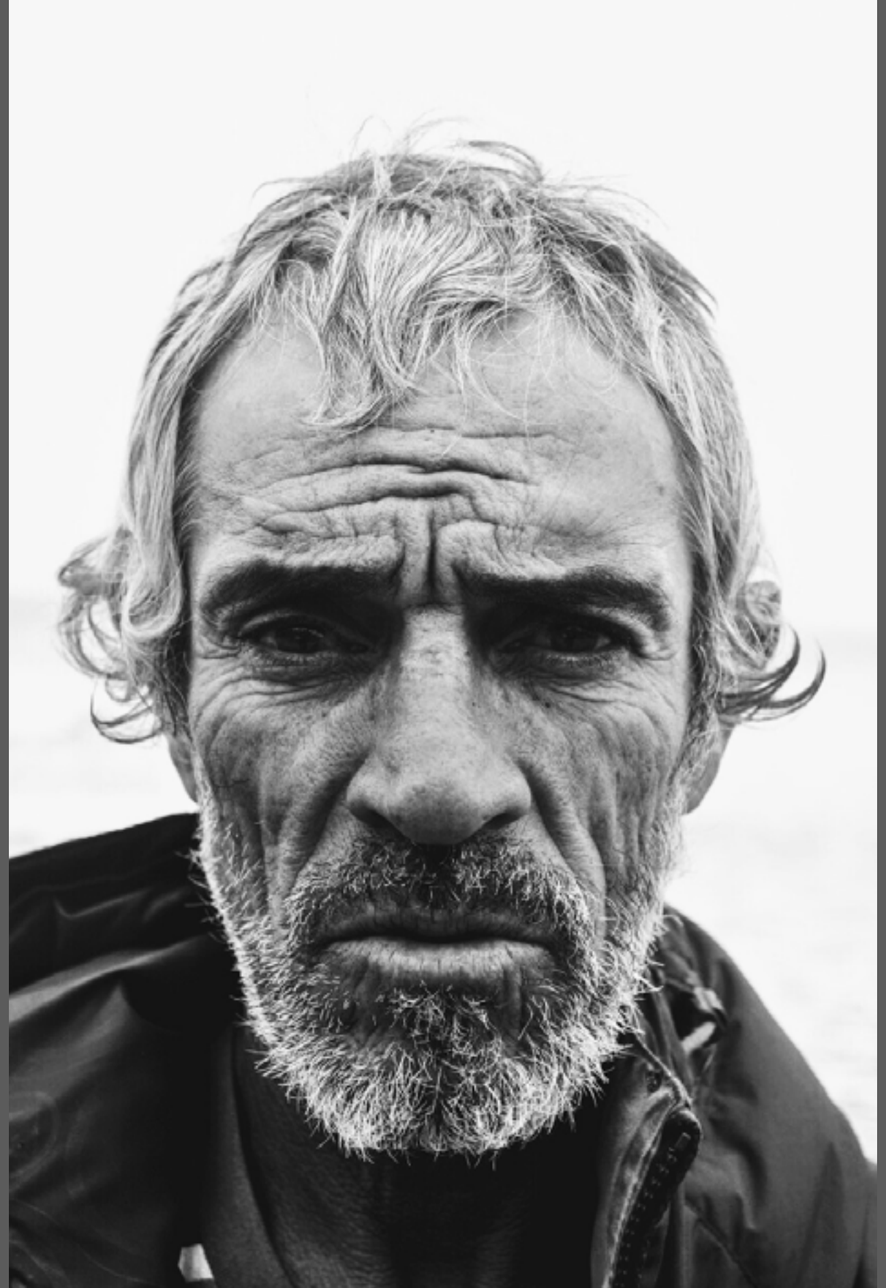


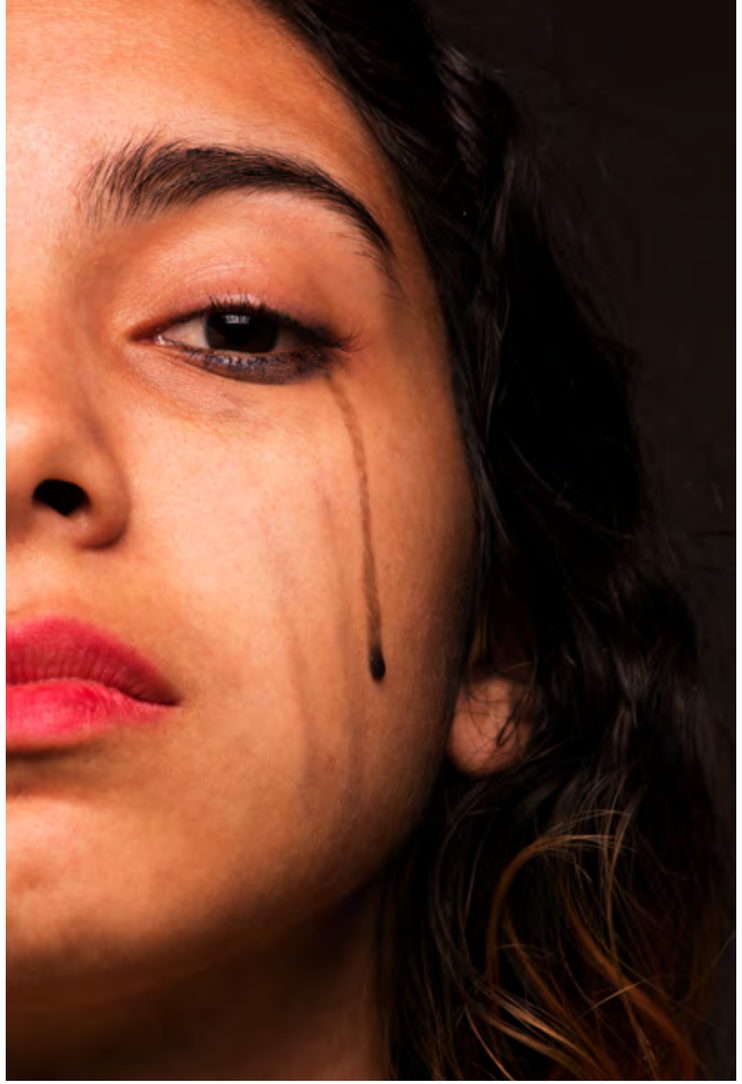
El Comercio











PERU

GORDA
FEA
INUTIL
BRUJA
SUFRIDA

El diseño interior es un arte capáz de encantar a través de un espacio físico armonioso y estéticamente placentero para quien lo utilice e incluso para el medio ambiente. El interiorismo va de la mano con el diseño logrando una complicidad leal para lograr un espacio único.

INTERIORISMO

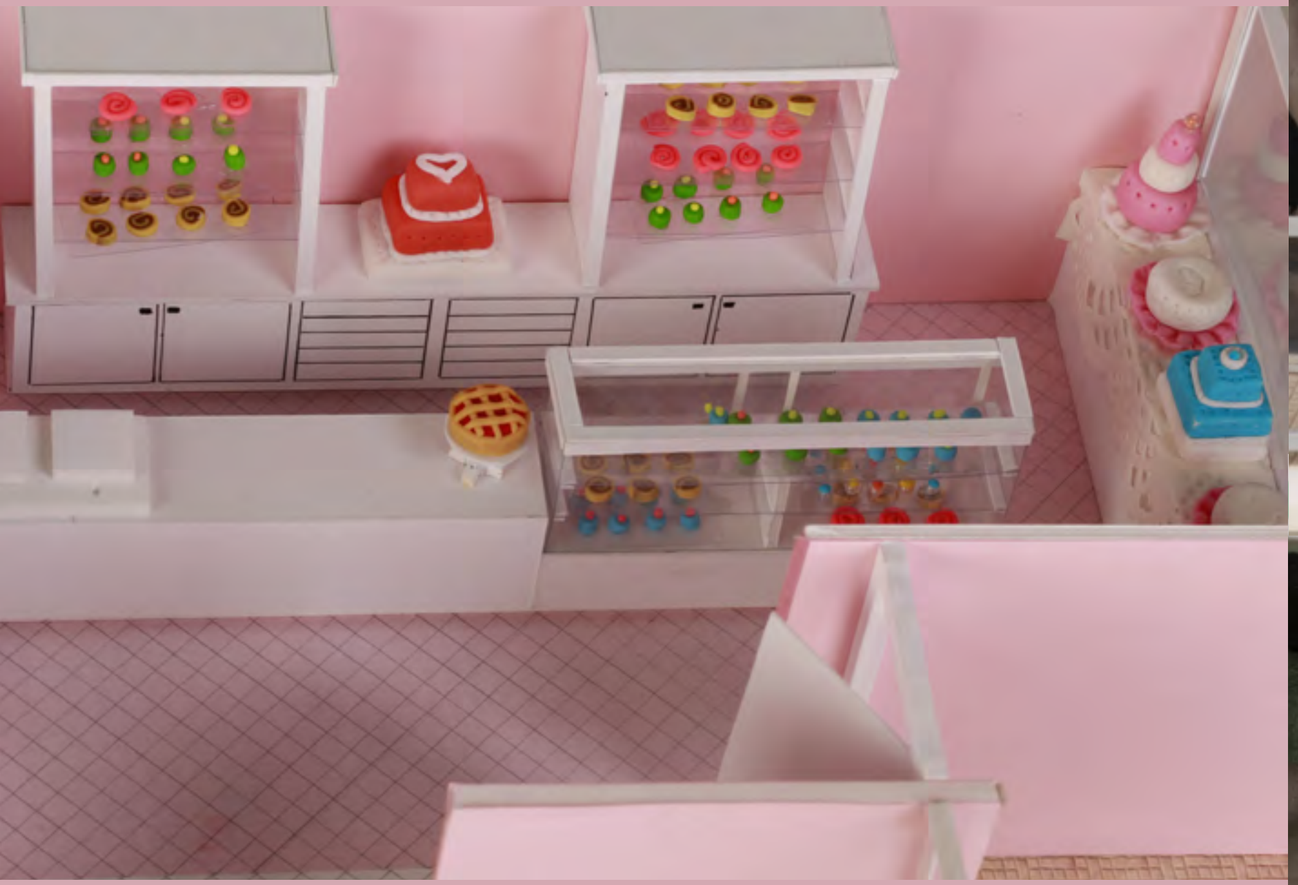
MOTIVOS

Don't worry
BE
Happy

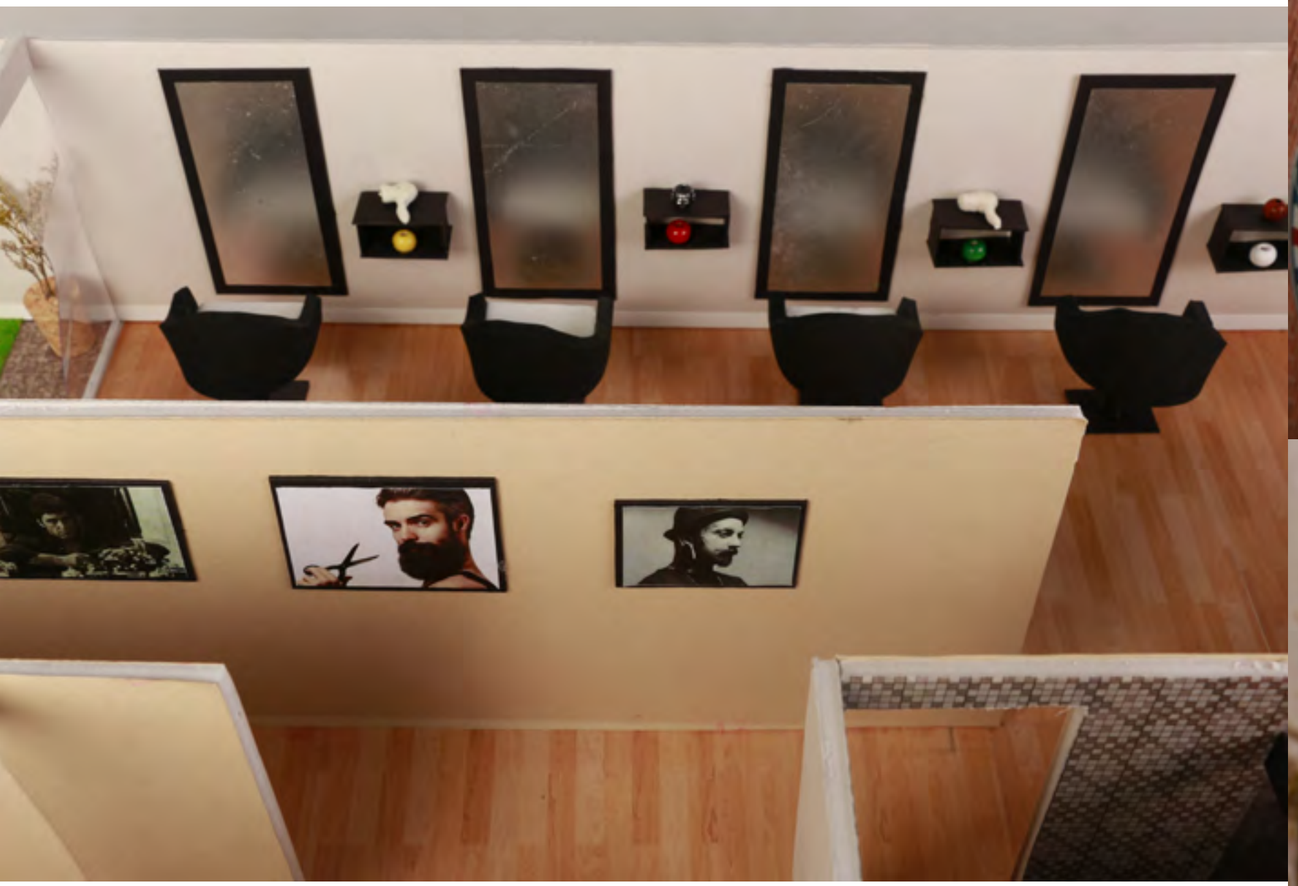
LIMA 4
LIMA 4

TRUMP OVERHAULS CAMPAIGN IN DRAMATIC SHAKEUP
CNN

LIMA



TRATTORIA ITALIA DESDE 1956
menu
PIZZA CASERA
VISA

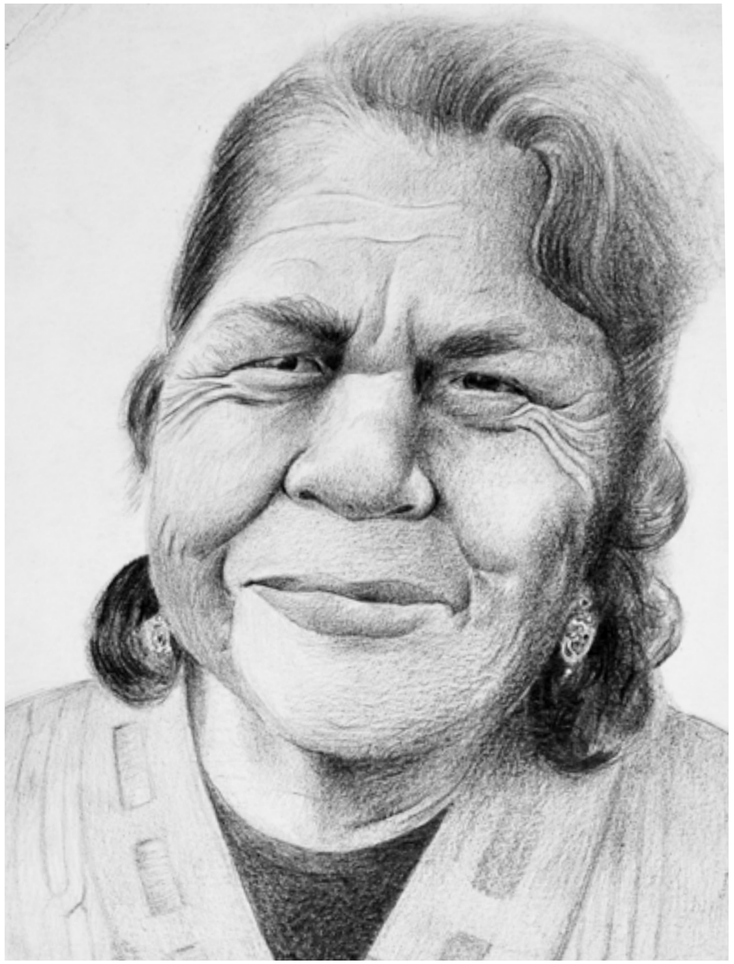


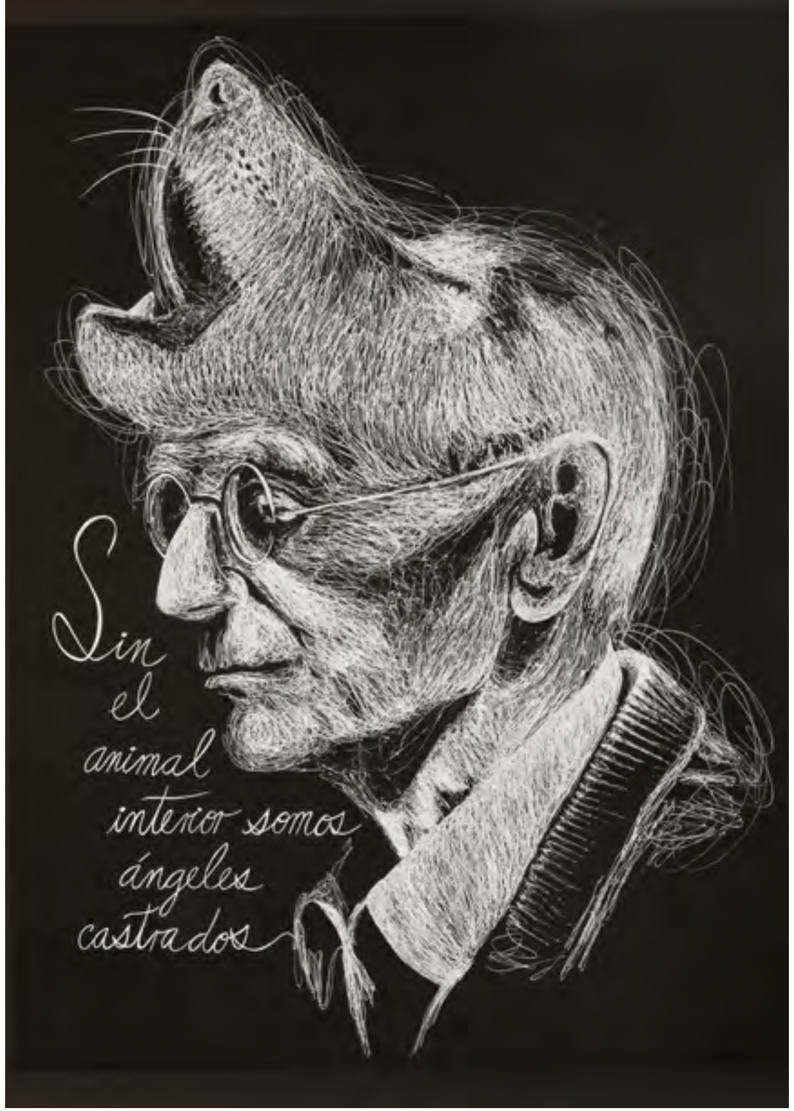
COMPANY

COMPANY

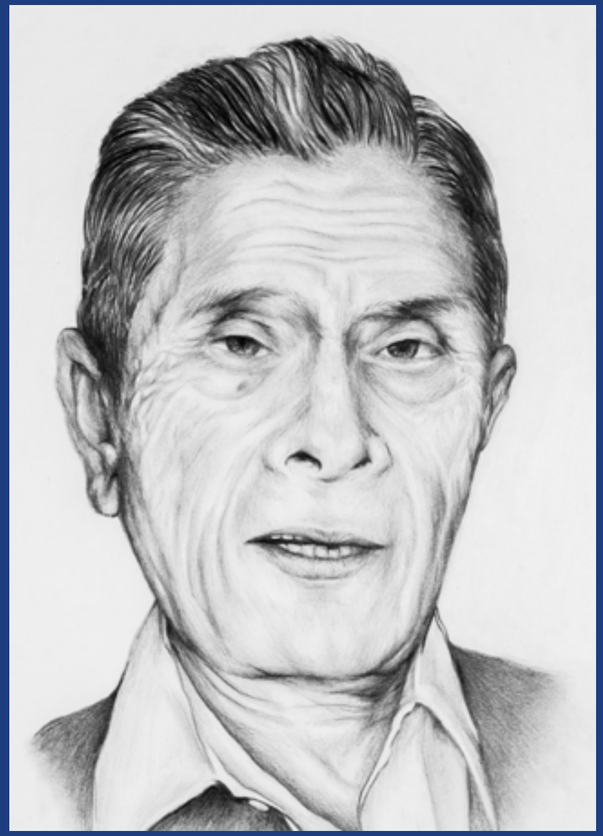
ILUSTRACIÓN

Para un diseñador, la ilustración es una herramienta importante, es el campo artístico del diseñador para poder balancear sus ideas y creaciones a través de las herramientas manuales y digitales que maneje. Pero más importante, es una rama del diseño cultural e intelectual que logra plasmar una idea a través de una ilustración.




Sin
el
animal
interior somos
ángeles
castrados

神奈川沖浪裏



DIARIO LIMA
NUEVO PUENTE
El más caro de todo Lima

AITO

El diseño es utilitario y estético. Hoy en día el diseñador es indispensable en todo campo laboral, el diseño comunica un mensaje a través del proyecto, producto o servicio realizado.

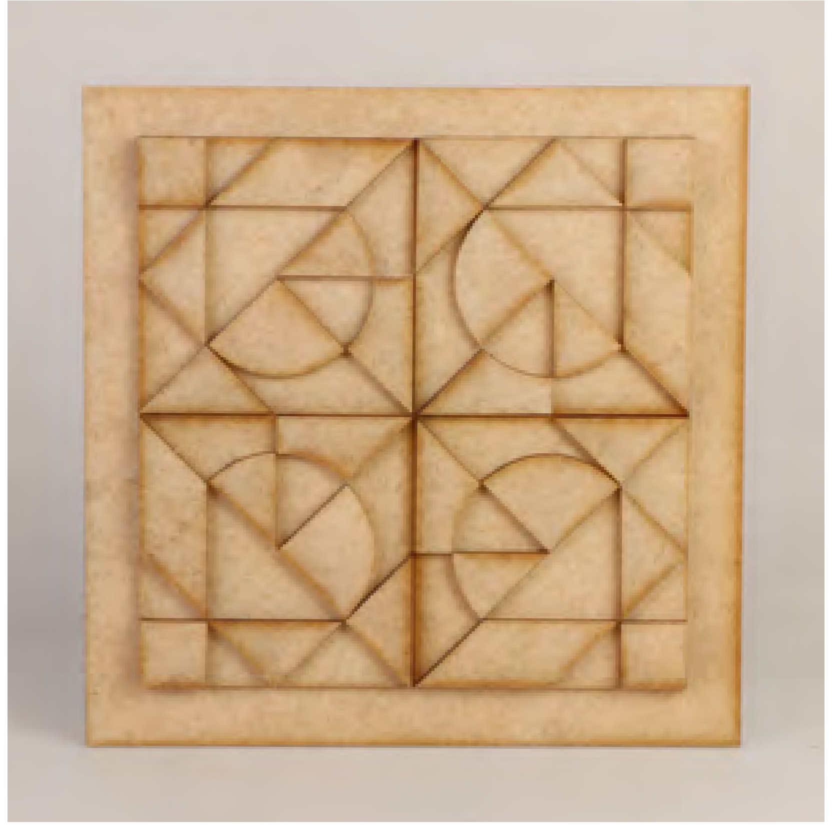
DISEÑO BÁSICO

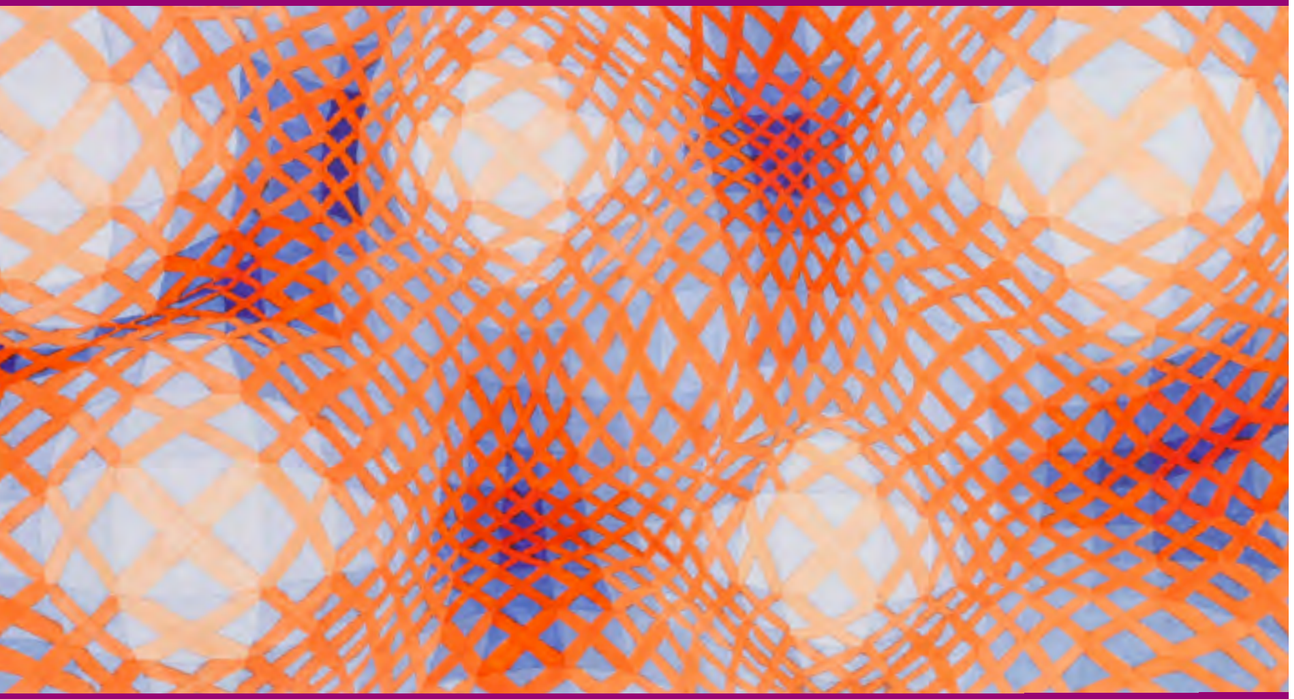
piccoli amici
Las mas dulces y tiernas amigas!
piccoli amici

La vida
es mucho mejor
con amigas
como tu
alrededor
piccoli amici

piccoli amici
estamos aqui

Lullabunny
El canto de estos conejitos, es capaz de hacer dormir a cualquiera, con tan sólo escuchar su canción de cuna, tendrás unos muy dulces sueños...
Con un suave abrazo, se activa la canción de cuna. Melodía relajante que estimula el sentido del oído.
Son 4 modelos, 4 melodías diferentes. Edición Limitada. ¡Colecciónalos todos!

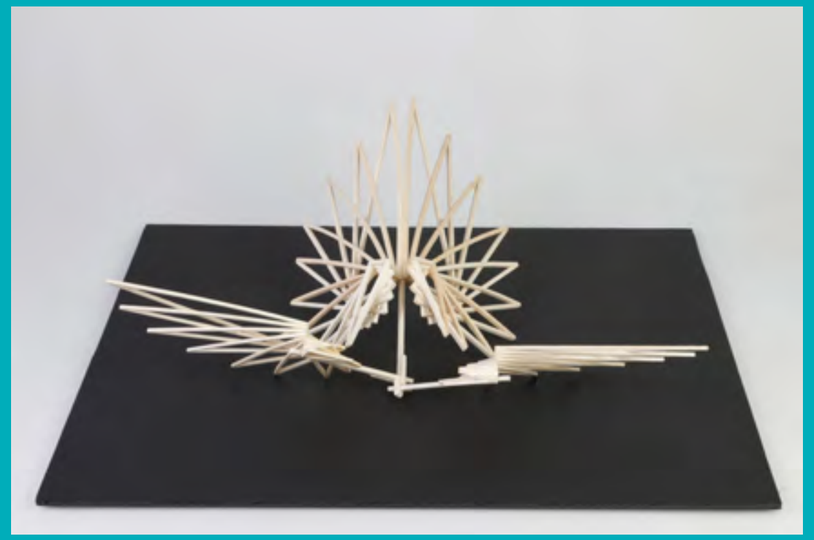


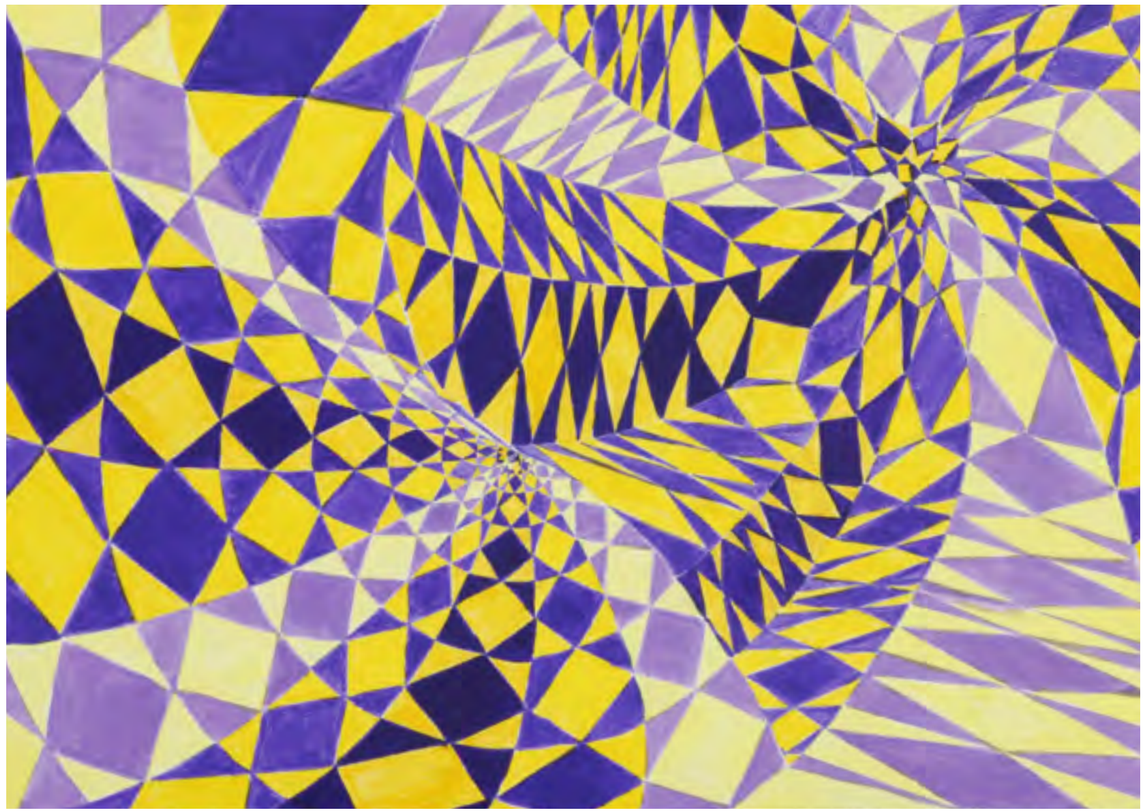


La Cosecha
Papas Nativas
CONT. NETO 137g
La Cosecha
Camote
CONT. NETO 60g
La Cosecha
Mote
La Cosecha

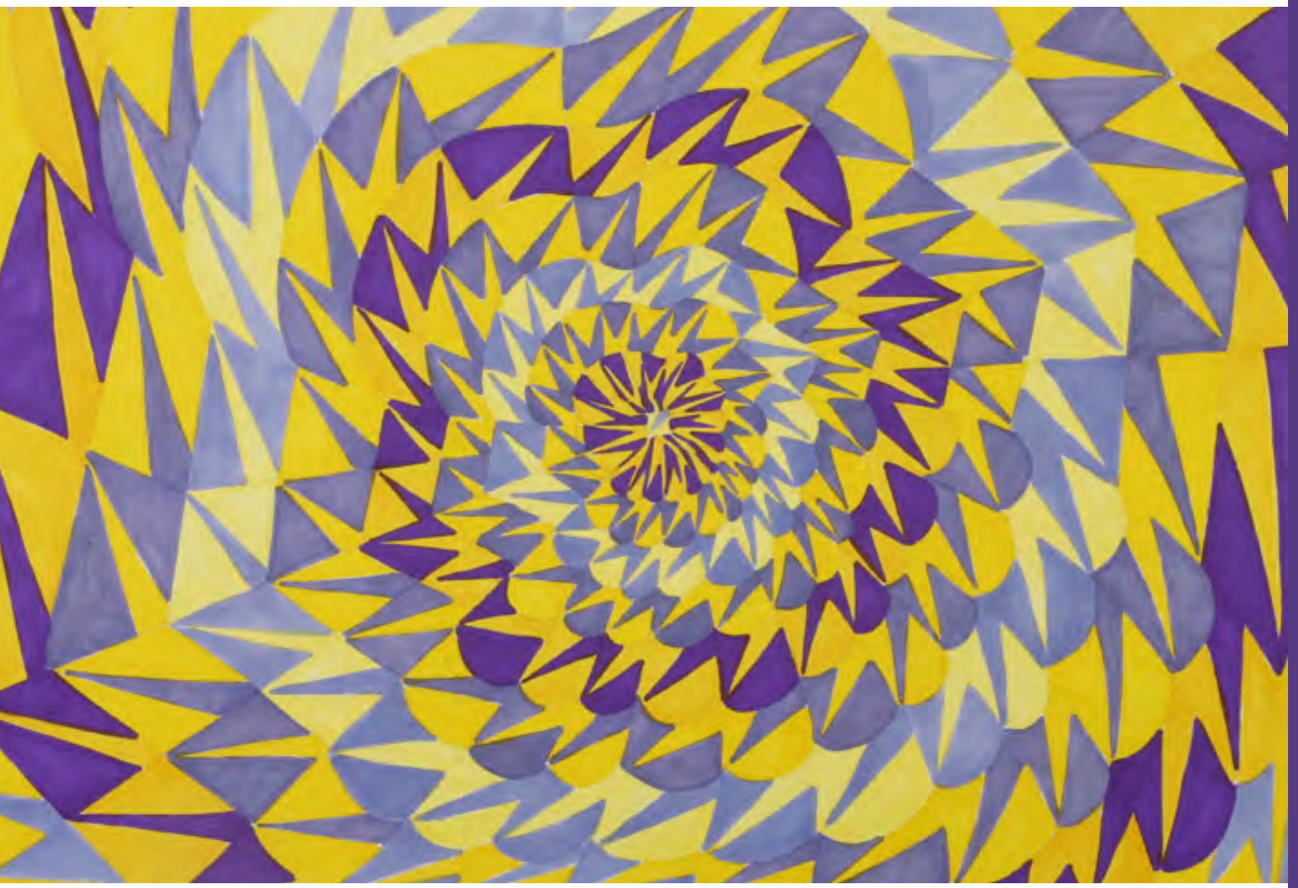
La Cosecha
"De la tierra a tus manos"
MOTE
La Cosecha
"De la tierra a tus manos"
CAMOTE
La Cosecha
CANCHA

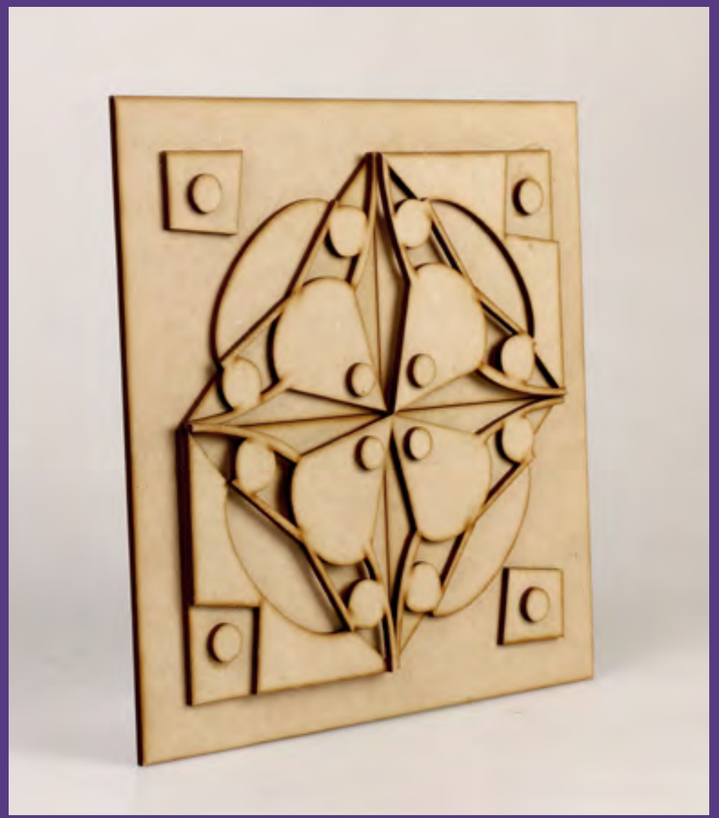
Bob & Rab
Para niños
EDAD
6 a 10
Bob & Rab
Encuentra tu zanahoria perdida





Pet Love
Gatitos 2-12 meses
MIAUKIES
Baby Cat Food
1Kg
Pet Love
Gatitos 2-12 meses
Croquetas Premium
MIAUKIES
Baby Cat Food
300gr
Pet Love
MIAUKIES

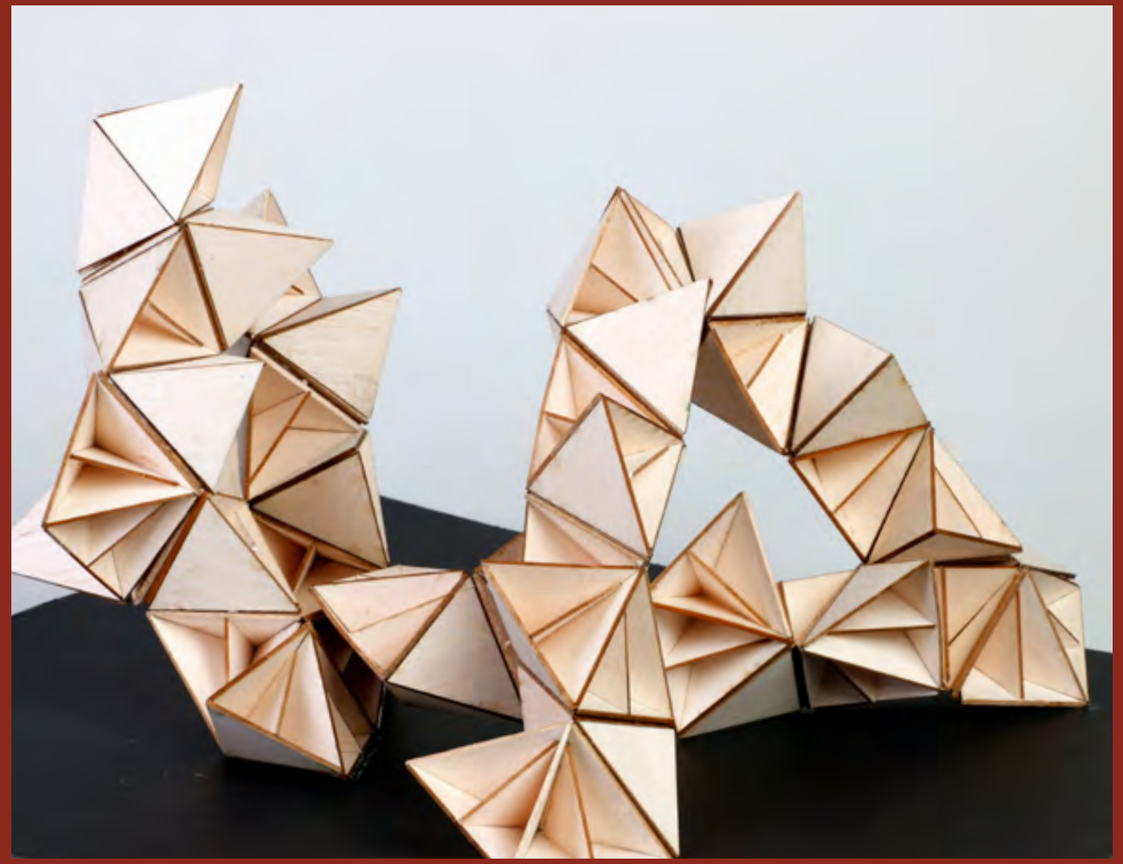




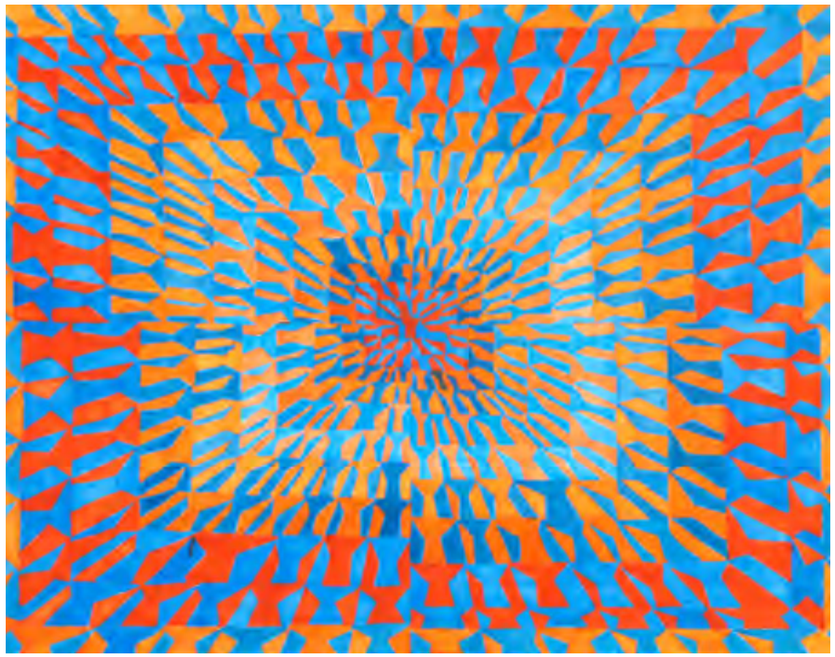
TOKKI
TOKKI
TUKKI
TOKKI
TUKKI

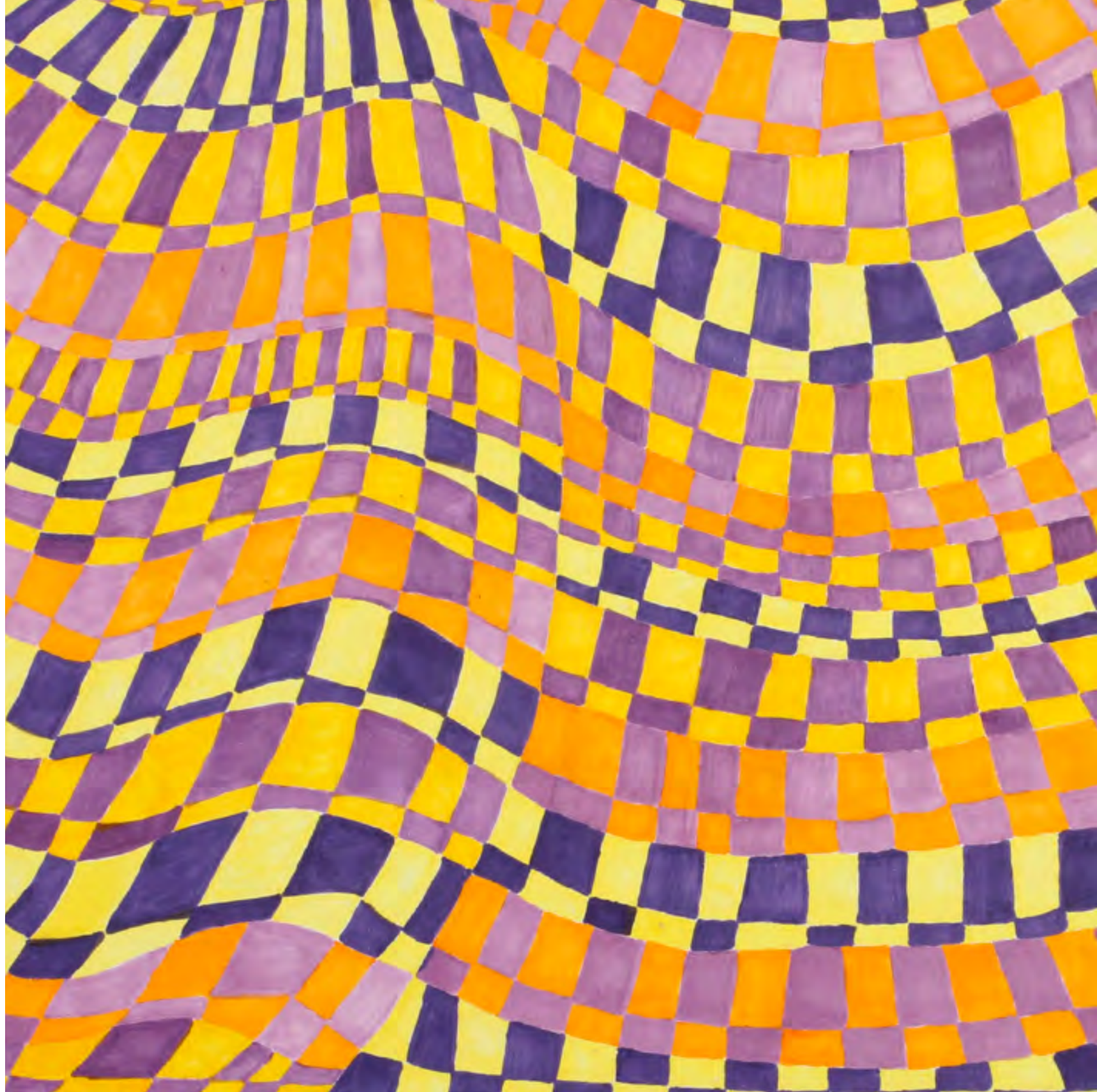
TOKKI
TUKKI

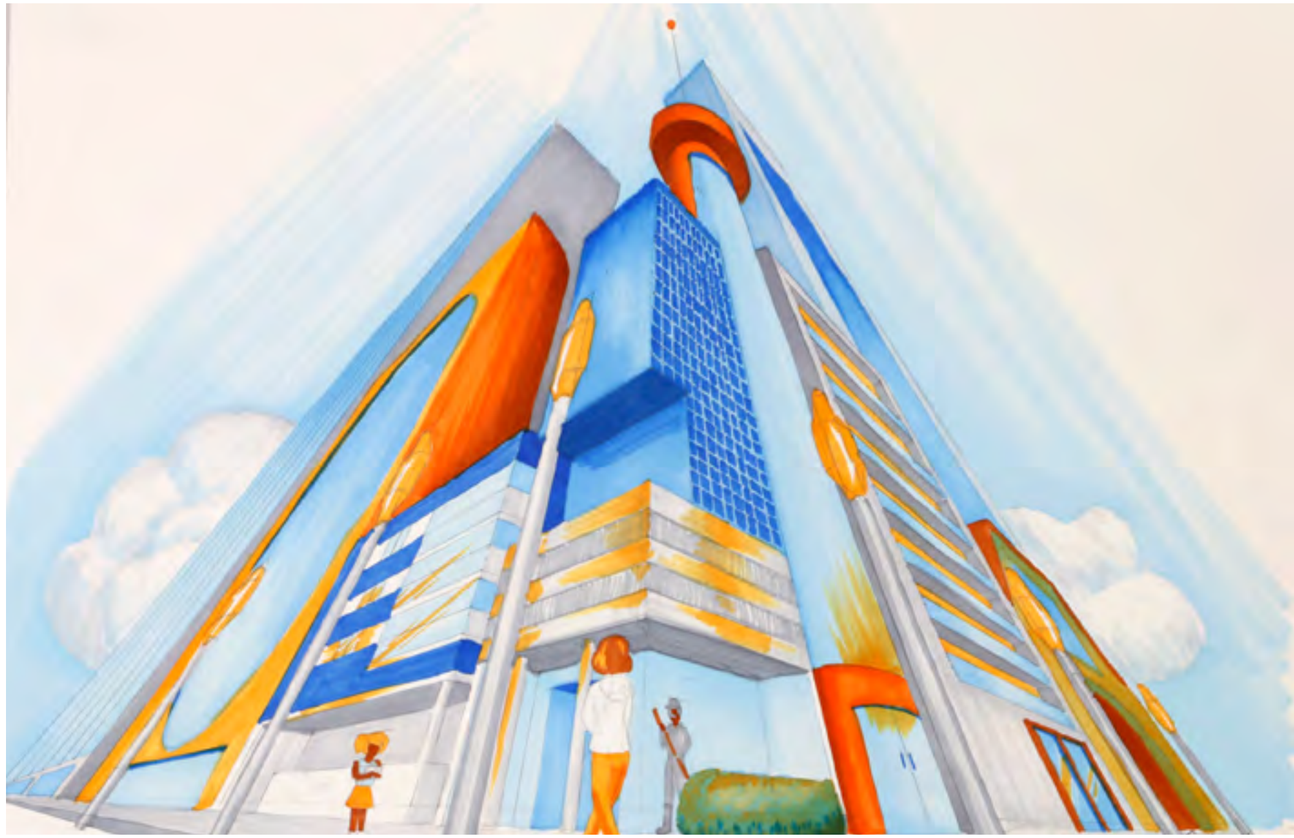
La Cosecha
PAPAS
deliciosas
La Cosecha
MOTE
La Cosecha
CAMOTE



La Cosecha
snacks peruanos
Papas Nativas
137g (4.8 oz)
La Cosecha
Mote
112g (3.9 oz)
La Cosecha
Camote
60g (2.12oz)
La Cosecha
Canchita Chulpi
45g (1.5oz)



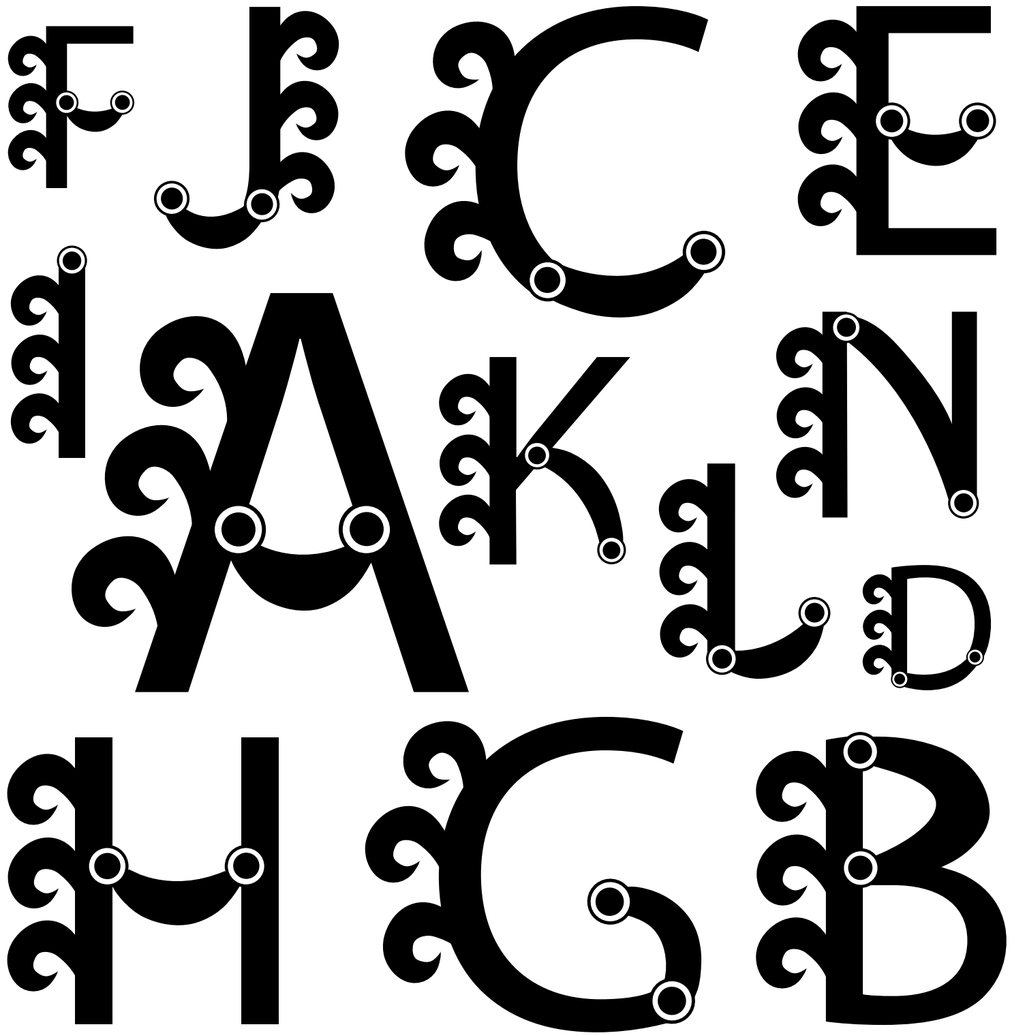


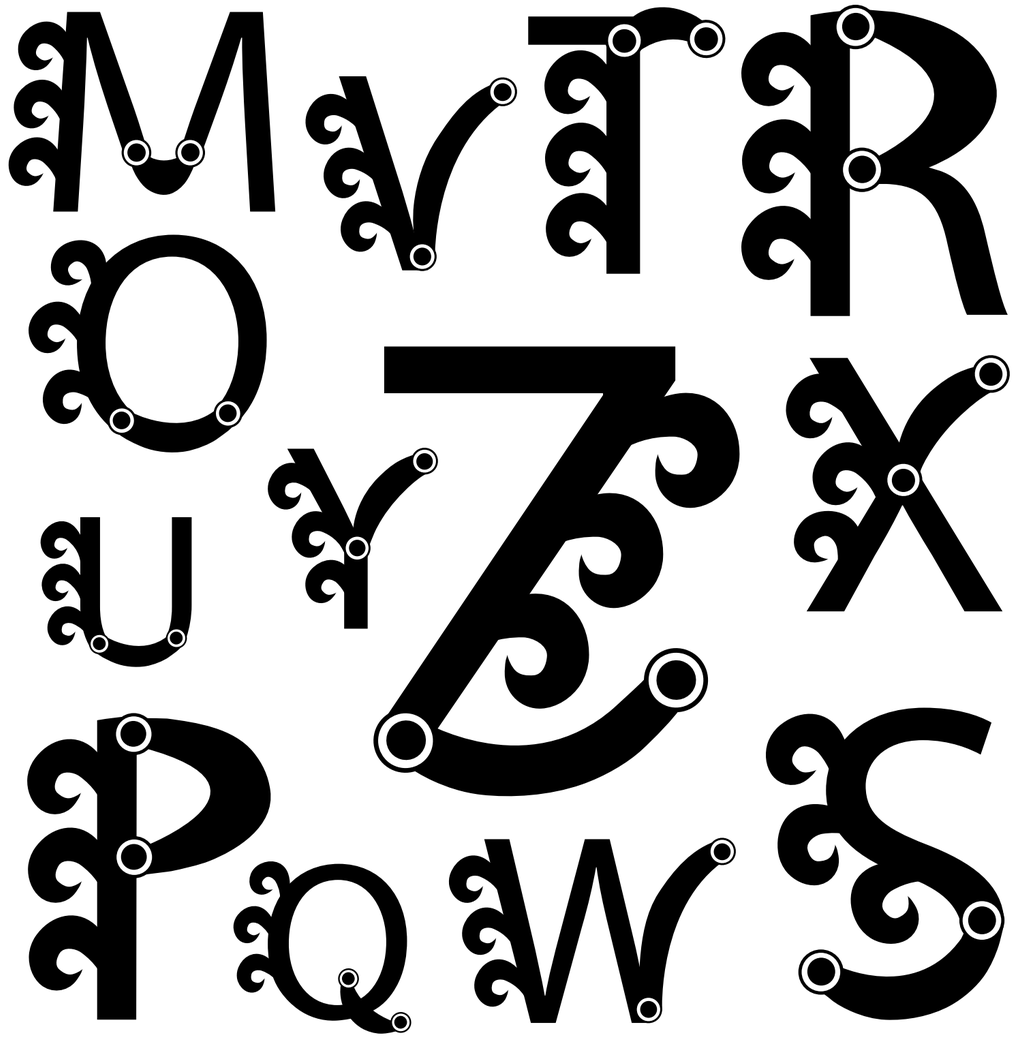


La Cosecha
Papas
Nativas
JOSÉ CARLOS
CAMÓTEGUI

TIPOGRAFÍA

Un diseñador conoce la importancia de de los tipos como elementos gráficos. La tipografía va de la mano con el diseñador para comunicar de forma gráfica y literaria.

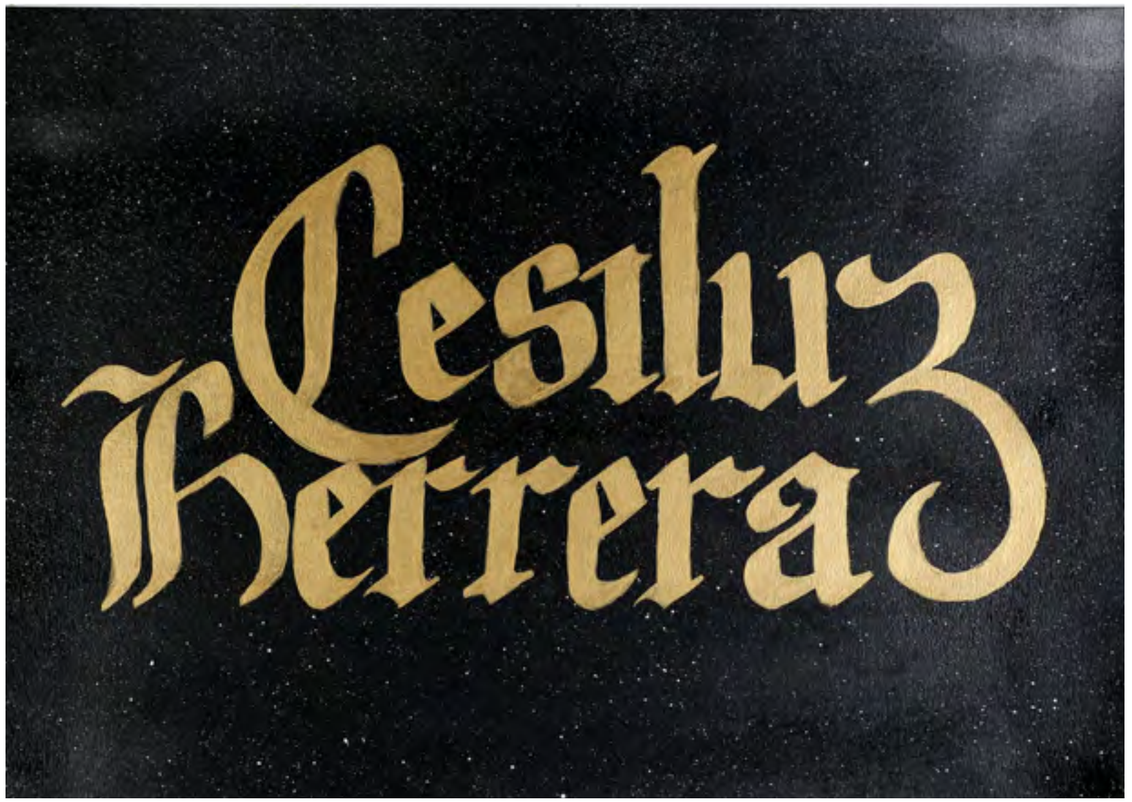


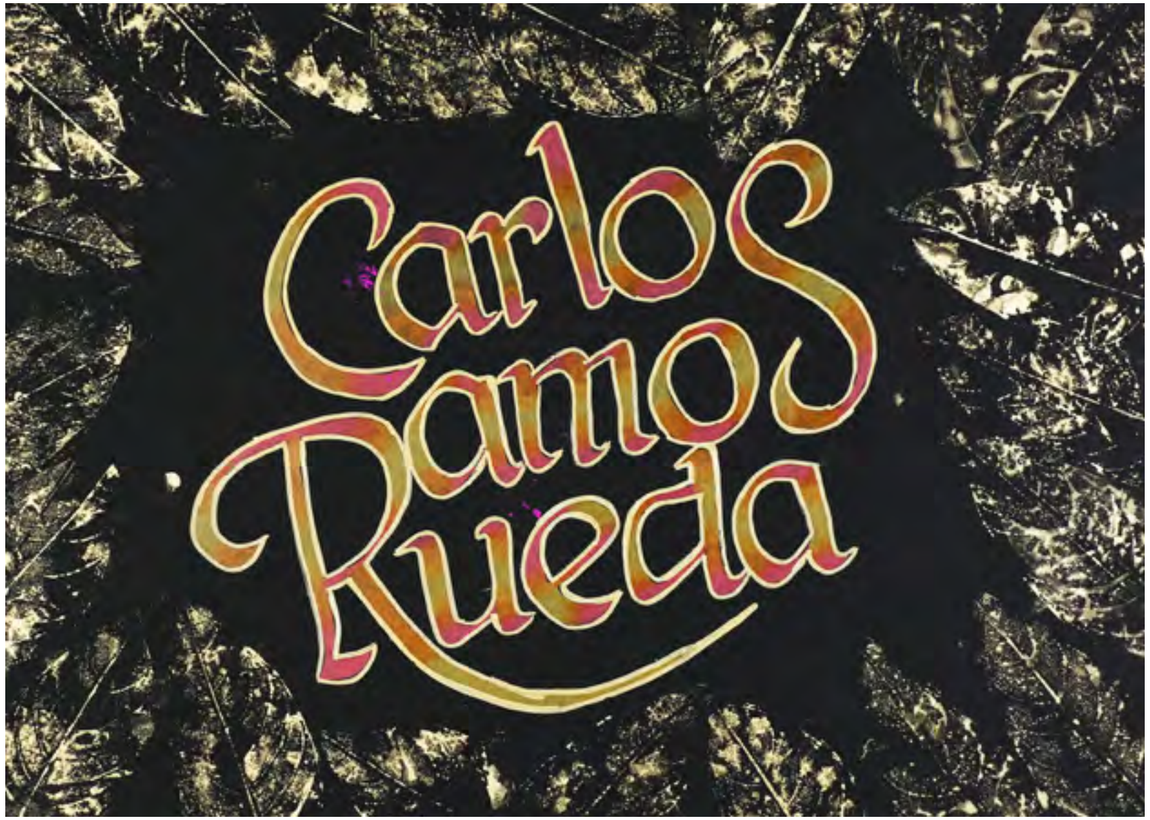


El DISEÑO
inclusivo
es aquel que
observa el
ENTORNO

Diseño
AGENTE
de CAMBIO,
mas que
una
filosofía
una
forma de
vida

Julieta
Fernandez


Cesiluz
Herrera


Carlos
Ramos
Rueda

Antoinette
Cier Sialer

EL DISEÑO
es capaz de
observar su
entorno para
aceptarlo y
respetarlo,
creando
comunicación
incluisiva

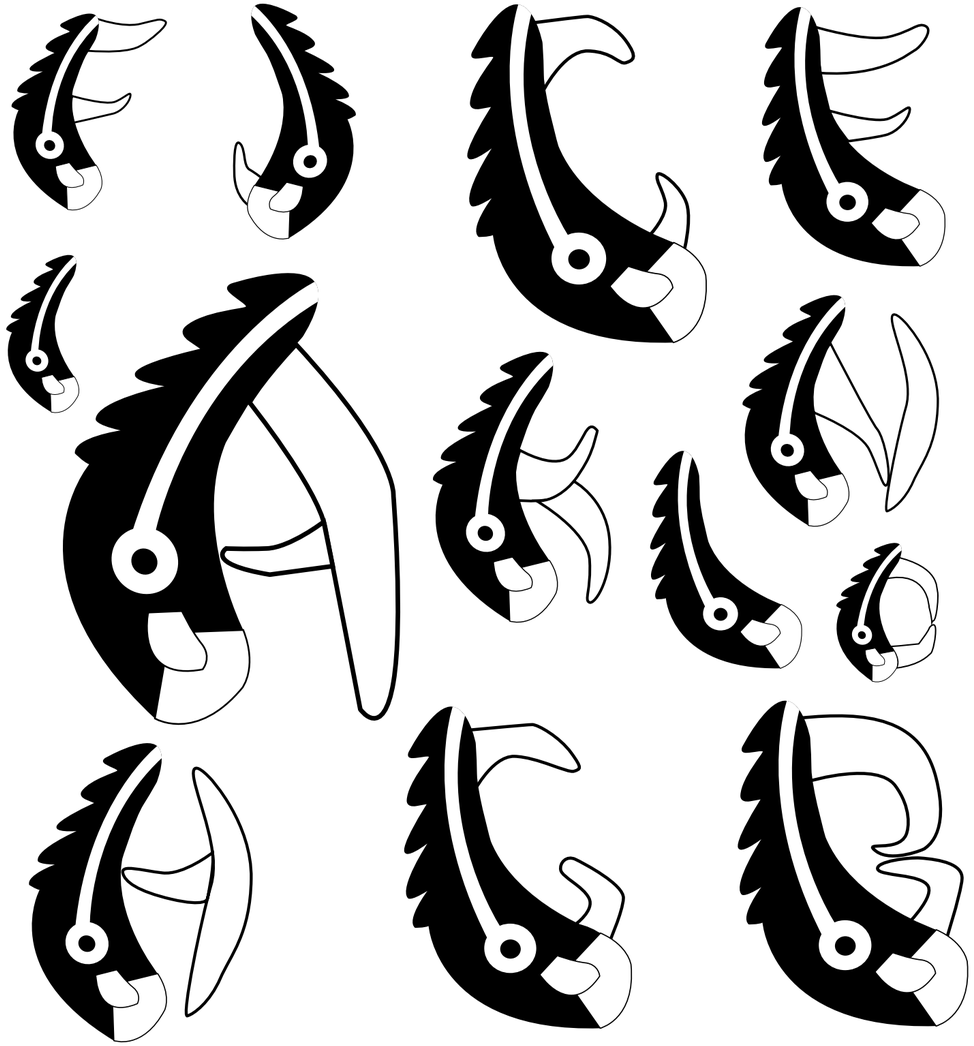
ERES TAN
BONITA
PERO
MENTIROSA

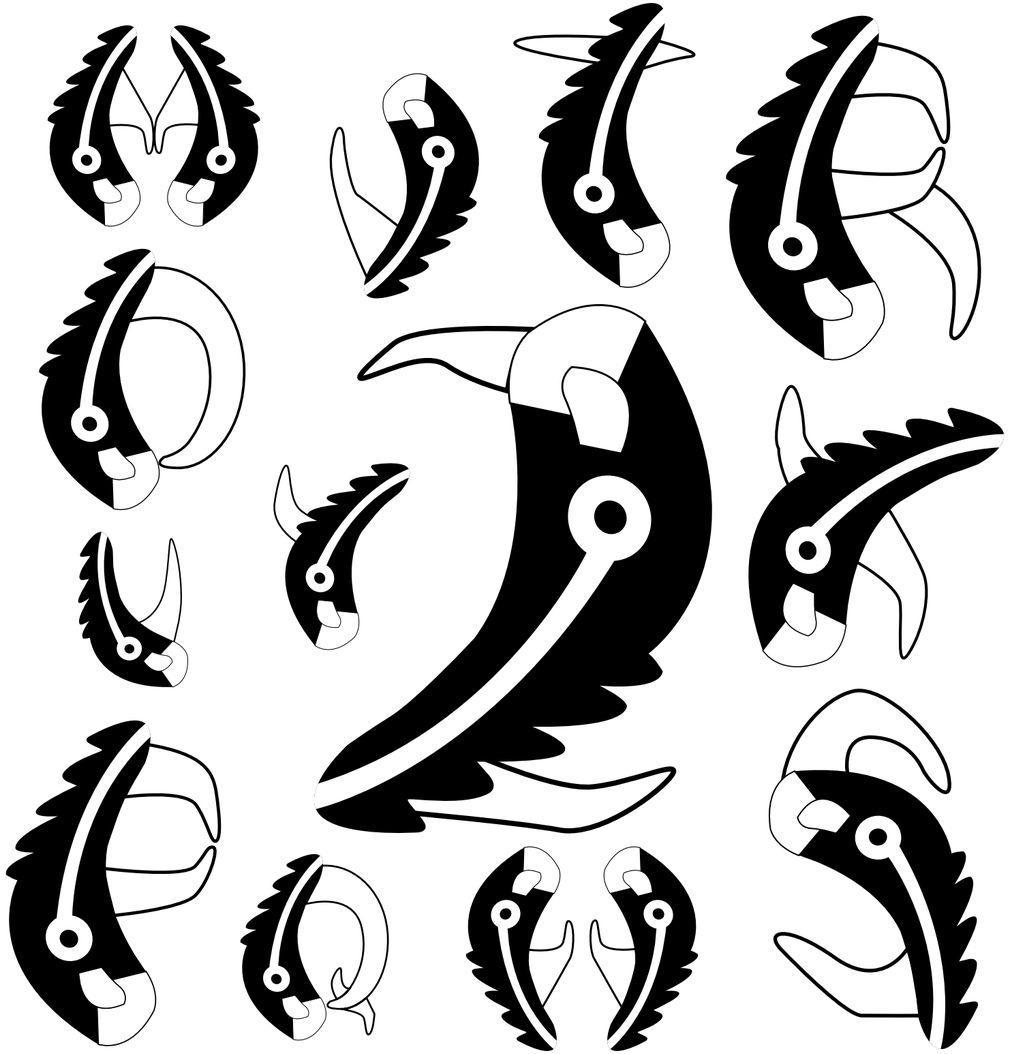
TIJERITAS

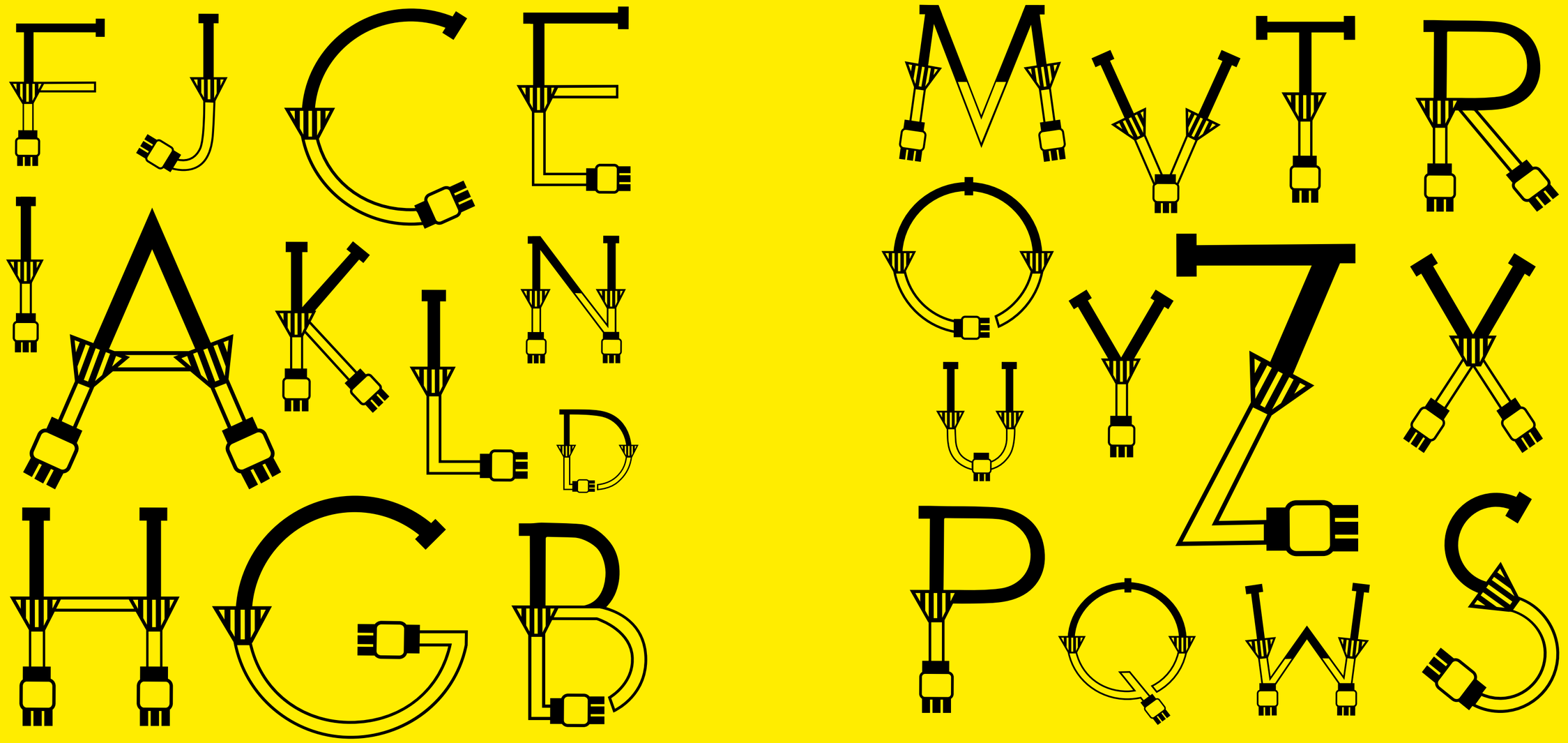
MILCA

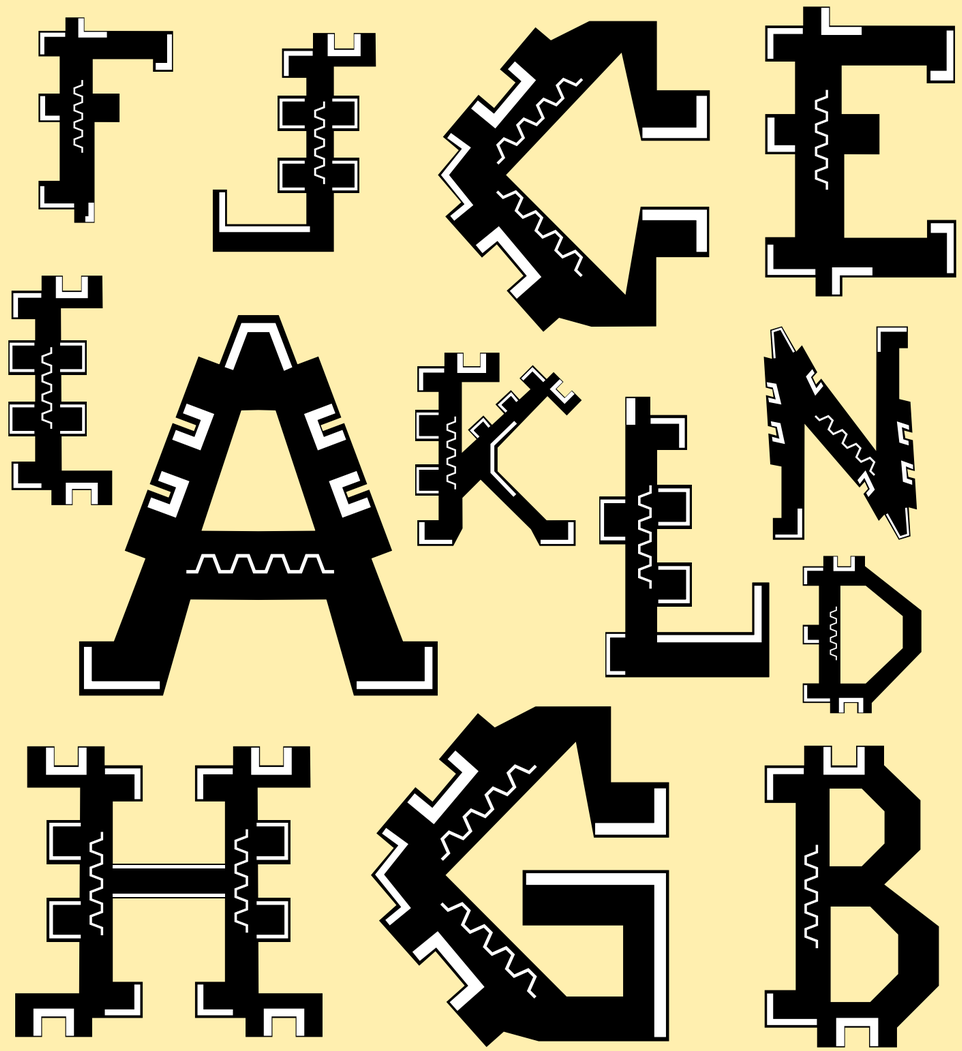
MI MAMA
MI TAYTA
Cuidao
Con Ta
CRIATURA

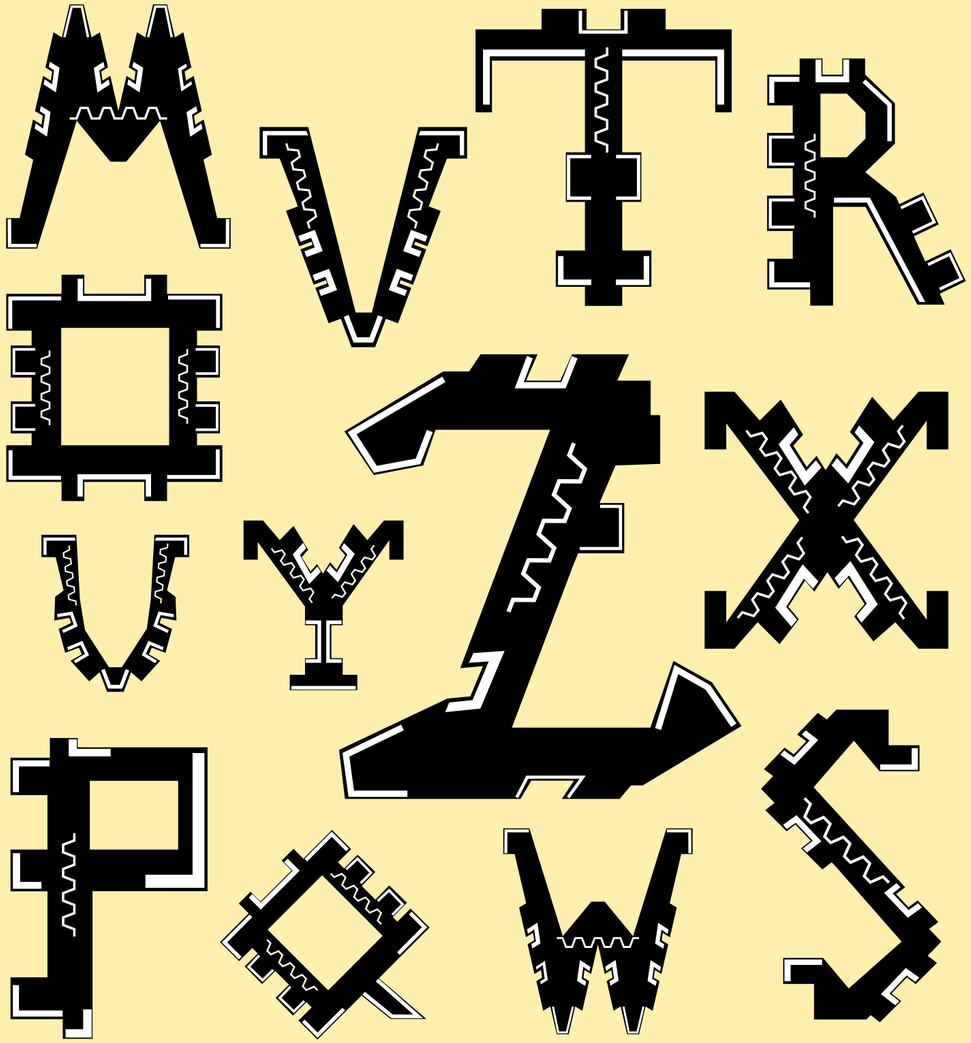
QUE FEO
TU
CORAZÓN





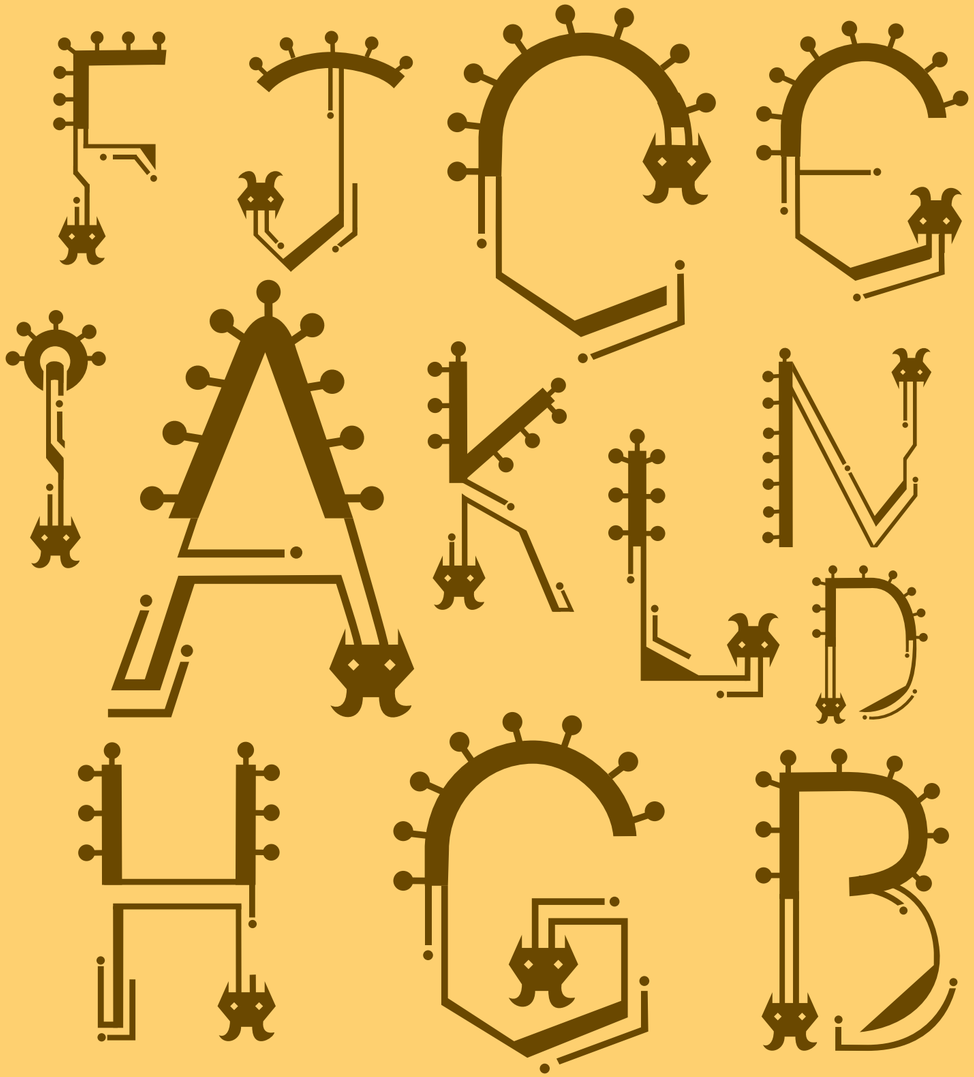


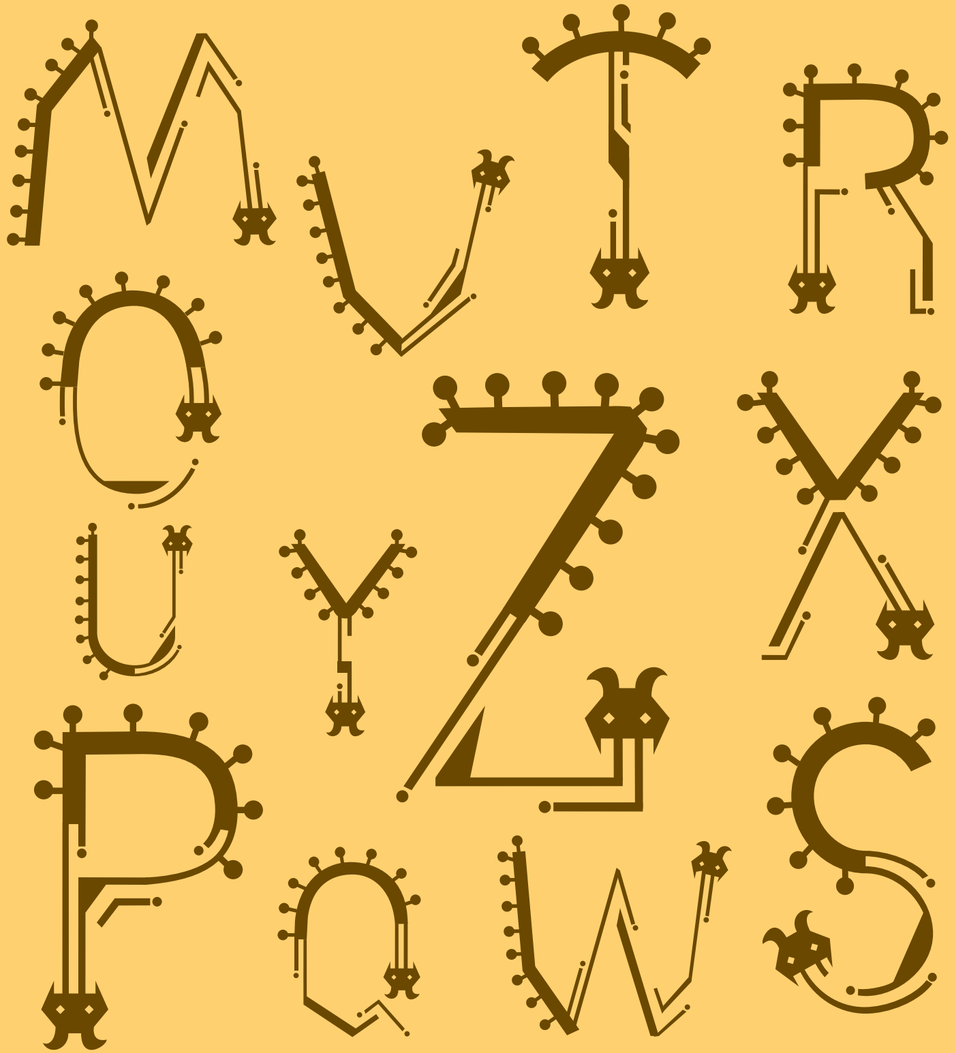


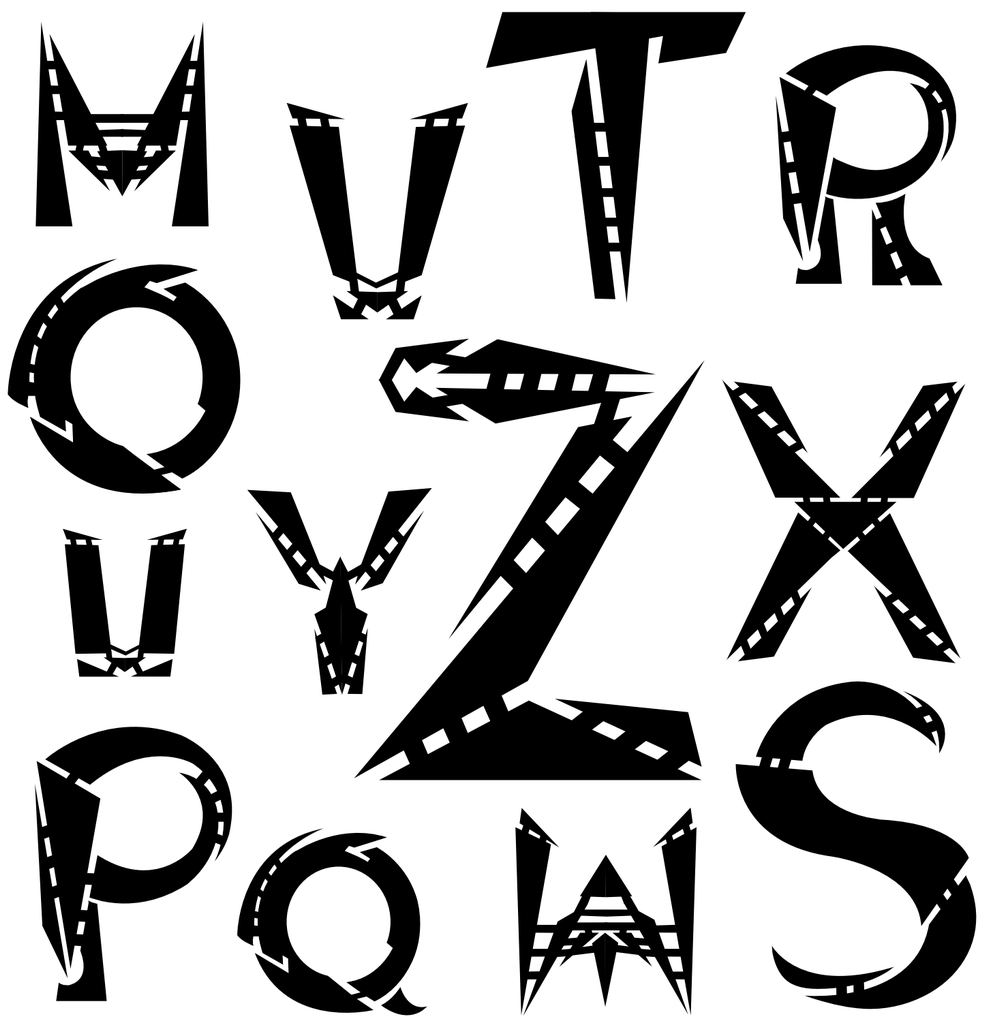


Brenda
Sucno
Lazo

ISABEL
ALVAREZ
LOPEZ







A B C D E
F G H I J K
L M N O P
Q R S T U
V W X Y Z
0 1 2 3 4
5 6 7 8 9

ISABEL
ALVAREZ
LOPEZ

si el
DISEÑO
es un
lenguaje,
JAMÁS te
quedes
MUDO

CRISTAL

OBELISCO

José Brenis

Julieta Fernandez

Cesiluz Herrera

Julieta Fernandez

La marca va más allá de un logo, es una idea, un mensaje, un estilo de vida, un concepto que engloba rasgos y principios de una sola idea envueltos en diversos elementos de cada empresa, organización o identidad.

GESTIÓN DE MARCA

AYACUCHO

AYACUCHO

AYA
CU
CHO

AYACUCHO
DULCES DE
BALAY

APURÍMAC
SUNCU
APURÍMAC
APURÍMAC
APURÍMAC
APURÍMAC

CUSCO
CUSCO
CUSCO
CUSCO
CUSCO
CUSCO
CUSCO

Lima
MANUAL CORPORATIVO
Lima
Lima
Lima
Lima
Lima
Lima
LIMA
CIUDAD
COLONIAL

AREQUIPA
Queso helado
NUEVO
12 porciones
ARTESANÍA
AREQUIPEÑA
Alfajores
AREQUIPEÑOS

AREQUIPA
Manual de identidad visual

AREQUIPA
AREQUIPA

AREQUIPA

Queso helado
NUEVO

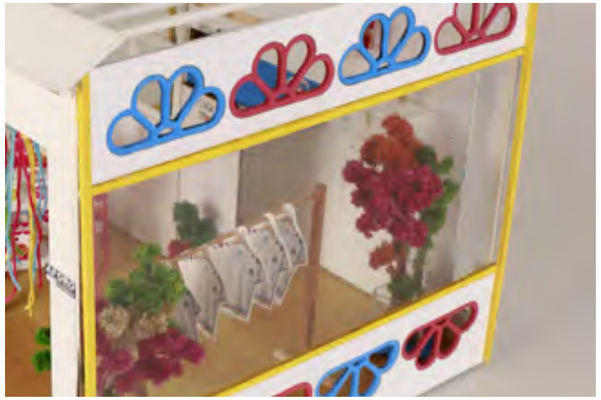
APURIMAC
HUMITAS DULCES
GUARNICION ANDINA

APURIMAC
La region de la mineria

PAMPA CHIRI
COTABAMBA

PUNO

BEBIDA CEREMONIAL
AYACUCHO
MAZAMORRA DE LLIPTA
QUESITO SERRANO
CANCHA TOSTADA
RETABLO AYACUCHANO



AYACUCHO
Ciudad de las Iglesias

BEBIDA CEREMONIAL
AYACUCHO

PUNO
Capital del Folklore
PUNO
LICOR ARTESANAL
PUNO
CREMA VOLTEADA DE QUINUA
PUNO
MOTE SALADO
PUNO
CANCACHO
PUNO

PUNO
Capital del Folklore

PUNO
Capital del Folklore
PUNO

PUNO
Capital del Folklore

PUNO
Capital del Folklore

Ancash
Bebida ceremonial
Chicha de Jora
Trucha frita con papas
Peso neto 400 gr.
Cultura Chavín
Organizador de Chavín
Cancha andina
Ancash

Cultura Chavín
Organizador de Chavín
Ancash

Ancash

Ancash
Bebida ceremonial
Chicha de Jora

Ancash

PUERTO LIMÓN
CEVICHERÍA
PUERTO LIMÓN
PUERTO LIMÓN
PUERTO LIMÓN
EL PEZ AZUL
NUGGETS DE PESCADO
15 PIEZAS
HAMBURGUESA DE PESCADO
EL PEZ AZUL
SALMÓN AHUMADO
EL PEZ AZUL
FILETE DE PESCADO
1 PIEZA
PUERTO LIMÓN

PUERTO LIMÓN
CEVICHERÍA
PUERTO LIMÓN

EL PEZ AZUL
NUGGETS DE PESCADO
15 PIEZAS
HAMBURGUESA DE PESCADO
EL PEZ AZUL
SALMÓN AHUMADO
EL PEZ AZUL
FILETE DE PESCADO
1 PIEZA

PUERTO LIMÓN
CEVICHERÍA
PUERTO LIMÓN

EL PEZ AZUL
FILETE DE PESCADO
1 PIEZA

EL PEZ AZUL
NUGGETS DE PESCADO
15 PIEZAS
EL PEZ AZUL
SALMÓN AHUMADO

Manual
DE IDENTIDAD
Hamburguesa
de pescado
Porción Individual
FILETE DE PESCADO
500G.
La Carta
Pa' comer y pa' llevar
Duos
Trios
Bebidas
Parrilla
Especiales

Bahia
Porción Individual
FILETE DE PESCADO
500G.
100% LIBRE D PRESERVANTES
Bahia
170g
FILETE DE ATUN

PALETOS DE PESCADO FRITOS
Bahia
500G.

La Carta
Pa' comer y pa' llevar
Duos
Trios
Bebidas

AMAZONAS
AMAZONAS

AMAZONAS

El empaque es una pieza esencial para darle una identidad única a un producto. No solo debe proteger el contenido, también debe atraer a quienes este predeterminado hacerlo mediante un estudio previo sobre el público seleccionado.

EMPAQUES

REBELUT VODKA
MAN GO
REBELUT VODKA
MO RA
REBELUT VODKA
MAN ZANA

Cookies

"PAPERTOYS" FIGURAS COLECCIONABLES
Cookies
4 PAQUETES

Cookies
FRESA
Cookies
FRESA
Cookies
VAINILLA
Cookies
VAINILLA

Ahelare

Ahelare

Ahelare

Moonwalker
ESPUMANTE
Moonwalker
ESPUMANTE
LOVELY

Moonwalker
ESPUMANTE
LOVELY
Moonwalker
ESPUMANTE

JEEZ
TSK
HA HA HA
JACK WALKER

TSK
HA HA HA
JACK WALKER

JEEZ
TSK
HA HA HA

JEEZ
JACK WALKER

20/24
HIGH
PERFORMANCE
ALIMENTO BALANCEADO
100%FRESCO
RAZAS
CHICAS
IDEAL PARA PERROS DE
AGILITY Y TREKKING
¡SE TRANSFORMA EN UN PLATO!

20/24
HIGH
PERFORMANCE
PREMIUM
ALIMENTO BALANCEADO
100%FRESCO
RAZAS
CHICAS

HIGH
¿CANSADO LUEGO DE ENTRENAR?
HIGH
PERFORMANCE

SASHAY & SHANTAY
SOUX
SASHAY & SHANTAY
BRUT NATURE
SASHAY & SHANTAY
EXTRA SEC

DON
VITORIO
Colección maestra
RAVIOLES
Peso Neto 1 kg

DON
VITORIO
Colección maestra
RAVIOLES
Peso Neto 1 kg

DON
VITORIO
Colección maestra
RAVIOLES

RUSS
KALA
vodka

RUSS
KALA
vodka

RUSS
KALA

Pamper
Pamper

Pamper
Pamper

Pamper

• IRISH RED ALE •
Raymi
• Cerveza Artesanal •
• PALE LANGER •
Raymi
• Cerveza Artesanal •
• IRISH RED ALE •
Raymi
• AMBER ALE •
Raymi
• PALE LANGER •
Raymi
• AMBER ALE •
Raymi
• Cerveza Artesanal •

ORQUÍ
チョコ充填
イチゴ
おいしいイチゴ味

ORQUÍ
チョコ充填
ソトラスフルーツ
おいしいイチゴ味

ORQUÍ
チョコ充填

ORQUÍ

KIMRA
Café Macchiatto
KIMRA
Café Macchiatto

Jägger
Fantasy
ORIGINAL
150 ML
35%VOL
Jägger
Outlandish
CITRUS
Jägger
Deranged
FRUTOS ROJOS
35%VOL

ORQUÍ
3 FLAVORS

Organic
30%

ORQUÍ
Organic

THE INVINCIBLE
ANTHONY STARK
EXTREMIS SUIT WITH MISSILES
WHISKEY
DISTILLED AND BOTTLED BY
ANTHONY EDWARD STARK DISTILLERY
LONG ISLAND, NEW YORK CITY U.S.A.
THE INVINCIBLE
ANTHONY STARK
WHISKEY
75cl 40% Vol.

ORQUÍ
नट और हिंग
NUTS AND HING
72% CACAO
अखरोट
HAZELNUTS
35% CACAO

ORQUÍ
फेनी और गदा
42% CACAO

ORQUÍ

MONSTER Flakes
MONSTER Flakes
MONSTER Flakes
MONSTER Flakes

MONSTER Flakes

BUCARDÍ
BUCARDÍ
BUCARDÍ
BUCARDÍ

BUCARDÍ
BUCARDÍ
BUCARDÍ

MARTELL
CORDON Bleu
FINE COGNAC
MARTELL
CORDON Bleu
FINE COGNAC

SHESIRE
SHESIRE

SHESIRE
SHESIRE
SHESIRE

SHESIRE
SHESIRE

cereales
cosmic

¡Arma las
propias alas!

Ricocat
SALMÓN AHUMADO
Ricocat
PAVO ASADO

PAVO ASADO
Ricocat
SALMÓN AHUMADO
Ricocat
GATITOS

El diseño editorial, una rama importante del diseño gráfico. No solo se encarga de componer texto con gráfica, sino también generar una experencia física y visual distinta entre cada tema que contenga la pieza editorial.

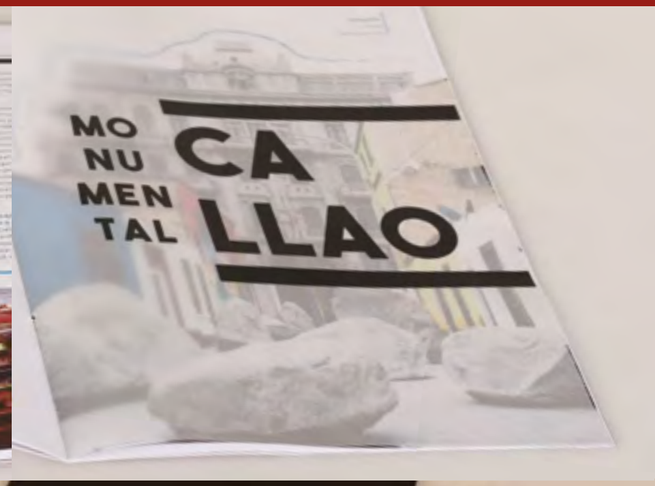
EDITORIAL

ENCUADRE REAL
UN NUEVO ENFOQUE
PÁG. 02
REALIDADES QUE NOS UNE
PÁG. 04
HIJA DE LA LAGUNA
PÁG. 06

NUESTRO MESTIZAJE
ENTREVISTA A PAOLA CASTILLO

ENCUADRE REAL
FESTIVAL DE CINE DOCUMENTAL

SOMOS VISTOS como ARTISTAS


MONUMENTAL CALLAO

MURAL
SPRAY ARTE
LATIR-CALLE
COLORES LATINA
FESTIVAL CAÑO

candelaria
Decandelaria
Encandelaria
RITMO

ANTECE
DENTES

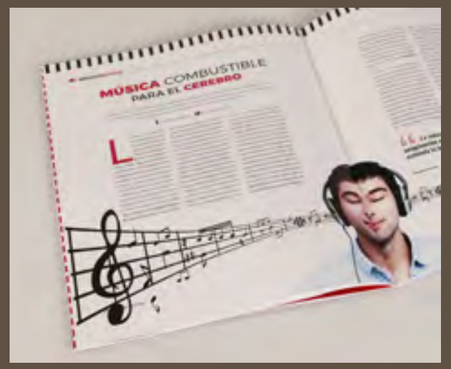
RITMO
A LA
Peruana
Antecedentes
Festejo en la Altu

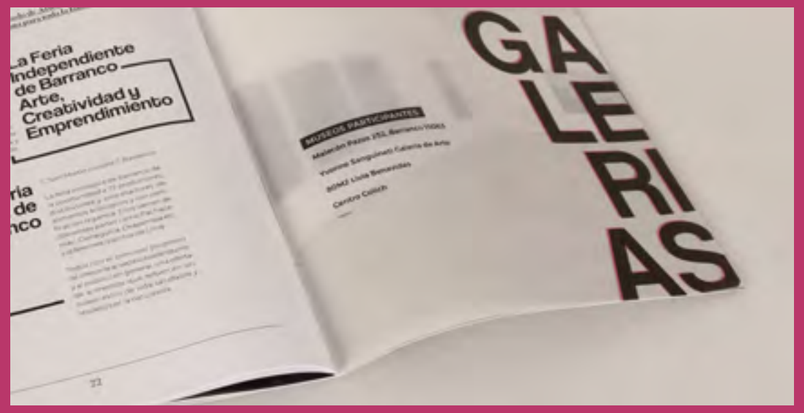
RISAS
EL MAS VELOZ
EL MEJOR
EL SUEÑO CANADIENSE
EL MAS HEROICANTE
RISAS
Rowan Atkinson
EL GUSTO POR LA COMEDIA
ESTOY EN UN PERIODO OSCURO DE MI VIDA
RISAS
FESTIVAL DE CINE DE COMEDIA

DENGUE
DENGUE
DENGUE
El futurismo tropical de
Tour 2017 Europe
AFRO DISO NIDO
Festival Edition
AFRO DISO NIDO
El Futurismo tropical de Dengue

DIA 1
DIA 2
DIA 3

Afroritmo
UNA CASA REBELDE


MÚSICA COMBUSTIBLE
PARA EL CEREBRO


La Feria
Independiente
de Barranco
Arte,
Creatividad y
Emprendimiento
GALERÍAS

AUDI
R8
REVOLUCIONA TU IMAGEN

AL AIRE
LIBRE

"La bicicleta es una solución sencilla,
para algunos de los problemas más
complicados que tiene el mundo."

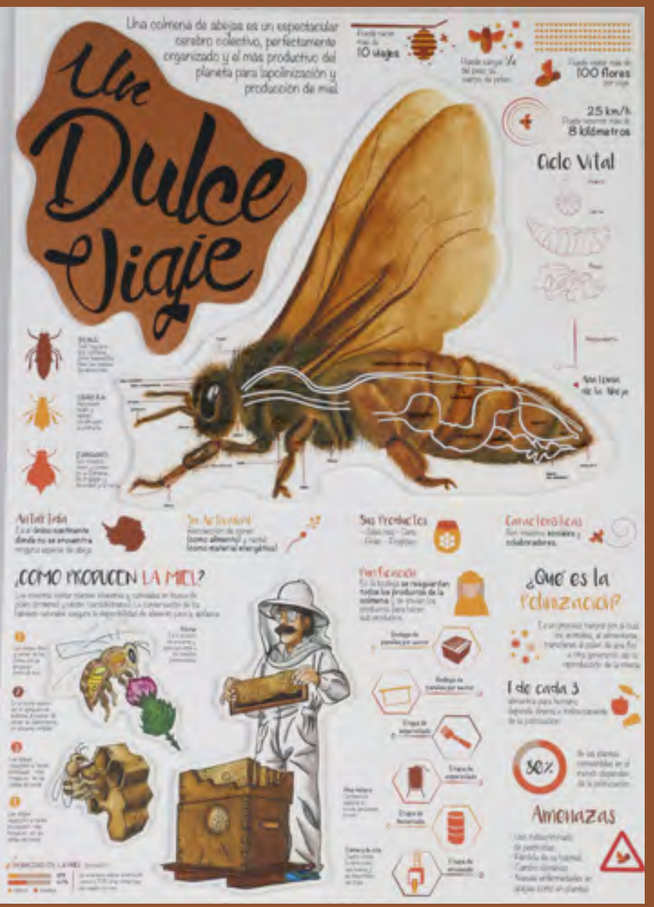
Caballo
de Acero
ORIGEN E HISTORIA

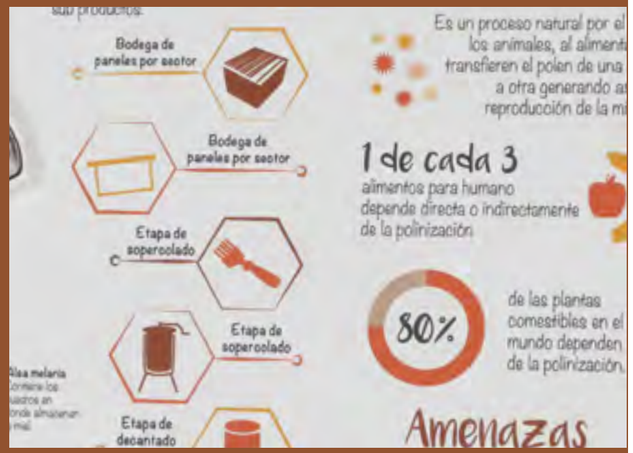
Coca-Cola
CONOCIDA POR:
MAYOR CONSUMIDOR: Mexico
CCE
+20.MM
COSTO MUNDIAL PROMEDIO:
DOLAR
Bebida Gasificada
Sabor Vainilla
Envasado
Proceso de Entrega
AZÚCAR
JARABE DE MAÍZ
SULFITO Y AMONIACO
ÁCIDO FOSFÓRICO
CAFEÍNA
GAS
Primer Logo
Coke
COCA-COLA
Nacimiento
FELICIDAD
Camion que reparte FELICIDAD
Personajes ICÓNICOS
John Pemberton
EL CREADOR
SHOP
PUNTOS DE VENTA
Coke Time
ALWAYS COOL
32 × 24
67,200
VUELTAS AL MUNDO
Reduce 2.5% de azúcar anual desde el año 2000

ROCKET
MARVEL
GUARDIANES DE LA GALAXIA
Vol 1 & 2

STAR LORD

MARVEL


Un Dulce Viaje
Una colmena de abejas es un espectacular cerebro colectivo, perfectamente organizado y el más productivo del planeta para la polinización y producción de miel.
Ciclo Vital
¿COMO PRODUCEN LA MIEL?
Sus Productos
Características
¿Que es la polinización?
1 de cada 3
80%
Amenazas


Bodega de paneles por sector
Bodega de paneles por sector
Etapa de sopercolado
Etapa de sopercolado
Etapa de decantado
1 de cada 3
alimentos para humano depende directa o indirectamente de la polinización
80%
de las plantas comestibles en el mundo dependen de la polinización.
Amenazas

Sus Productos
- Jalea real - Cera

Aloha
2400 KM.
ACTIVIDADES

SIRIUS BLACK
MARVOLO GAUNT
MORFIN GAUNT
PERCIVAL DUMBLEDORE
RUBEUS HAGRID
SEÑORA CROUCH
BELLATRIX Y RODOLPHUS LESTRANGE
ANTONIN DOLOHOV
AUGUSTUS ROOKWOOD
DARK AZKABAN

DA
AZKA

DESARROLLO

SATIN Y SEDA
DIAMANTINO

COOPER

RAMÓN
PRINCIPE GRISEL
REY PEPE
COOPER

SUPER MARIO
40.24 MILLONES
de copias vendidas en el mundo
PERSONAJES
JUEGA CON SUPER MARIO

200 JUEGOS
OBJETOS
LA HISTORIA
TRANSFORMACIÓN

PRINCESA PEACH
MARIO
Es el personaje principal de Nintendo.

TRANSFORMACION
JUEGA
CON
SUPER MARIO

Danza
Denominación

Corona
Vestimenta

Presentación
La festividad y concurso empieza con la presentación de los grupos y/o comparsas que van a participar en el año presente ante la junta directiva encargada de la festividad.

01
02
03
CLOS
DISEÑO EDITORIAL

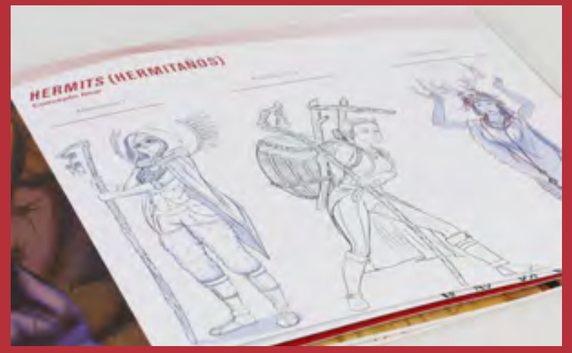
CLOS
DISEÑO EDITORIAL

NO EL AGUA
NECESITES
BROCHURE

información relevan
acerca de mi trabaj
como diseñadora
COSMOS

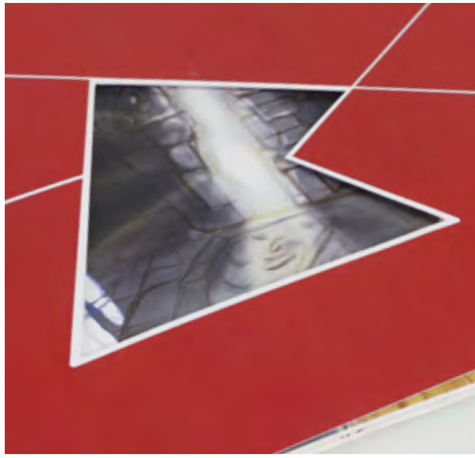
ÁNGEL PAVEL
ÁNGEL PAVEL
ÁNGEL PAVEL

ÁNGEL PAVEL


HERMITS (HERMITAÑOS)

ÁNGEL PAVEL
Pragmatismo
Humildad
Enfoque

ANGEL PA
motion graphic
P O R T A



steph.r

Hola!
steph.r

interiores
interiores
foto

Hola!

steph.r

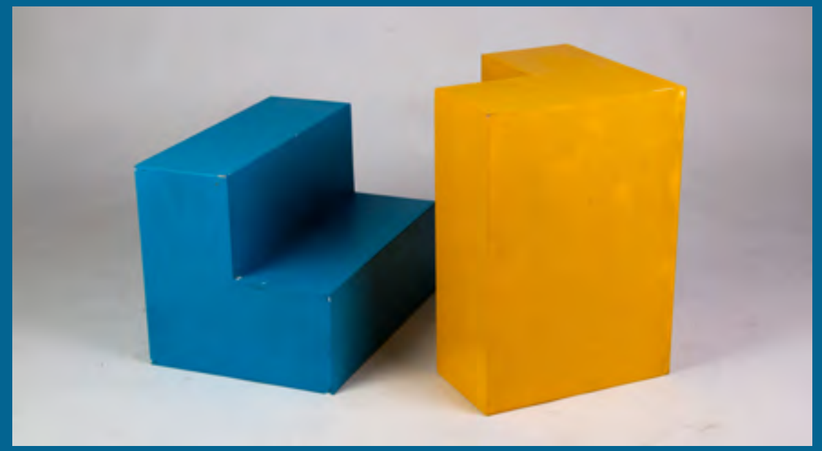
solorale
solorale
¡Hola!

solorale
solorale

solorale
Valeria Santa María - Ilustración

El diseño se define como una disciplina que busca soluciones a los diversos problemas que puedan existir sean estos de corte publicitariol comercial, social, político o religioso. Entonces si el diseño existe para solucionar problemas el diseñador deberia tener la capacidad absoluta de poder asumir ese reto.

TALLER PROYECTUAL



320 \ Georgina Malaver \ Jakeline Ubillus \ Jireh Abad \ Fabiola Leyton

INVESTIGACIÓN EN DISEÑO

EL diseñador debe de tener una conciencia activa reconociendo de donde viene y a donde pertecene. Tiene que ser un investigador profesional capaz de realizar investigaciones profesionales de corte empírico y teórico, utilizando para ello herramientas que le permitan hacer un trabajo de campo pertinente y real.

Diseño de información

para informar sobre el desconocimiento de la herencia cultural que genera carencia de identidad familiar en niños de cuarto grado de primaria pertenecientes a familias de migrantes que residen en el distrito de San Juan de Lurigancho.

Por Nathaly Valenzuela

El sentido de pertenencia se forma desde la infancia y el primer grupo social con el que una persona se relaciona cumple un rol importante. La familia, en este contexto, adquiere un protagonismo en la formación de la identidad de las personas, puesto que son quienes instruyen y forman en valores culturales. A través del compartir de la herencia cultural una persona conoce sus raíces, orígenes y saberes familiares; de esta manera, se inicia la formación de un sentido crítico sobre su entorno, valora la cultura del que proviene y establece un respeto hacia culturas diferentes a la suya. Sin embargo, en muchos casos este compartir no es promovido en todas las familias, lo cual puede ser una fuente de conflicto.

La presente investigación analiza el desconocimiento de la herencia cultural que genera la carencia de identidad familiar en niños pertenecientes a familias de migrantes que residen en el distrito de San Juan de Lurigancho.

Esta situación ha tenido como resultado el desinterés hacia el conocimiento de la diversidad cultural peruana, la falta de respeto hacia las mismas y la creación de distinciones entre los mismos niños al considerar unas costumbres superiores que otras. Por ello, el presente trabajo propone el desarrollo del proyecto “Soy cultura”, el cual tiene como objetivo contribuir con el conocimiento de la herencia cultural y permite que los niños estudiantes de cuarto grado de primaria de la I.E. Miguel Grau Seminario se sientan orgullosos de su cultura. Se consideró como público objetivo a los niños porque son quienes comparten con su entorno

hábitos, costumbres y tradiciones de la manera más auténtica, y es como debe seguir prevaleciendo la herencia cultural a través del tiempo. Asimismo, al trabajar desde edades tempranas se logrará que no se generen distinciones, ni brechas que puedan impedir el fomento del orgullo que siente cada persona sobre sus orígenes, el respeto de la cultura de cada persona y el reconocimiento de la riqueza cultural existente en el Perú.

Diseño de información

para señalar el alto índice de abortos clandestinos en mujeres de 16 a 20 años de edad de escasos recursos económicos por la falta de una adecuada educación sexual.

Por Enrique Vargas

La siguiente investigación se realizó con el fin de conocer los problemas que existen alrededor de los abortos clandestinos en los estratos sociales más bajos en Lima, Perú. El fin de esta tesis no es enfocarse en la legalización del mismo como manera de solución, sino identificar desde donde se genera este problema. La investigación demostró que, en muchos casos, uno de los problemas principales era la falta de una educación sexual integral, por parte de la escuela como también de la familia, pues el tema del sexo sigue siendo considerado como tabú en muchas familias peruanas ya sea por cuestiones de pudor o de desconocimiento. De la misma manera, son muchos los obstáculos que tiene que sufrir una adolescente que está pasando por un embarazo no deseado, desde el temor al rechazo por parte de sus padres, que la pareja no se haga responsable, el miedo a perjudicar su futuro académico y el tener que tomar una decisión para la cual estas jóvenes aún no poseen la madurez emocional. Se supo que, en muchos casos, las jóvenes terminan recurriendo a sus amigos o amigas por consejos y que otras deciden actuar solas. En esta situación, bastantes deciden optar por el aborto, pues consideran que es la opción más rápida y eficaz, sin que muchas de ellas sepan los peligros que estos puede causarles. Lo anterior solo agrava la situación, pero ello también sucede debido a que las adolescentes que se encuentran esta situación no solo carecen de recursos económicos sino también de leyes que las amparen y de centros especializados que les puedan

brindar la ayuda necesaria. Muchos de estos centros abortivos clandestinos se aprovechan de ello para poder lucrar con la desesperación de estas jóvenes, sin embargo, estos lugares casi siempre operan en condiciones insalubres e inseguras, aumentando así el riesgo de muerte. Es por ello que esta tesis trata de enfocarse no solo en el aborto sino también en la prevención del mismo haciendo que se brinde una mejor política de educación sexual.

Diseño de información

Informar la falta de conocimiento en gestión turística en los pobladores del Área Natural Protegida Nor Yauyos Cochas, que genera un peligro en su desarrollo sostenido de la comunidad.

Por Antonella Magagna

Hoy en día, el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas y culturas más importantes, puesto que si es empleado de manera responsable genera grandes beneficios para las comunidades de un país, principalmente para el Perú que se encuentra entre los 17 países megadiversos del mundo. El turismo sostenible en Áreas Naturales Protegidas, es una de las actividades más sobresalientes y con mayor potencial para generar la valoración del patrimonio natural y lograr el desarrollo de las comunidades. La siguiente investigación está basada en la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas (RPYNC) en el distrito de Huancaya, zona que acoge diversos ecosistemas en un conjunto paisajístico de gran atractivo y particularidad, en los últimos años sus pobladores han incursionado en un nuevo rubro, emprendiendo negocios vínculos al creciente turismo de la zona. El turismo sostenido beneficia a comunidades desfavorecidas, que no cuentan con recursos básicos como es la educación; por lo tanto, si una comunidad se encuentra en una zona altamente turística lo primordial es buscar apoyo de autoridades, organizaciones e instituciones que puedan capacitarlos y guiarlos sobre cómo gestionar de manera eficaz el creciente turismo, ya que la única manera de lograr el desarrollo que anhelan es por medio de la educación. A través del desarrollo sostenido, las comunidades locales se verán beneficiadas por medio de ingresos económicos, desarrollo social, conservación de los recursos naturales y preservación del patrimonio

cultural. De esta manera, el desarrollo sostenible relacionado con el turismo busca el logro de la equidad social, ello quiere decir intentar lograr un desarrollo turístico equitativo donde todos se beneficien, tanto las poblaciones como los recursos naturales y culturales. Asimismo, se debe fomentar la conservación del medioambiente, sobre todo si los atractivos turísticos se encuentran en un ANP donde no solo corren peligros los negocios o la baja afluencia de turistas, sino millones de especies de flora y fauna. Por ello, el estudio realizado a continuación consiste en detectar las principales necesidades de los pobladores de Huancaya para ofrecer servicios de mejor calidad, así como brindar herramientas que faciliten y generen desarrollo de los pobladores, de la comunidad en general y del ecosistema del que forman parte. Finalmente, se busca fomentar prácticas educativas para impulsar el desarrollo económico, cultural y social a través del turismo sostenible con el objetivo de preservar el patrimonio cultural de la comunidad local.

DISEÑO AGENTE CAMBIO

Agradecimientos 2016

ICPNA
INSTITUTO CULTURAL PERUANO NORTEAMERICANO

CARAN D'ACHE®
OF SWITZERLAND

UNIVERSIDAD
SAN IGNACIO
DE LOYOLA

ARTE Y
DISEÑO
EMPRESARIAL

www.diseno-usil.com

www.usil.edu.pe

Av. La Fontana 550, La Molina. Lima, Perú
T (511) 317 1000 3250

ISSN: 2074-0476

9 772074 047007