

Proyecto de investigación para el desarrollo de identificadores gráficos para la comunidad de San José de Moro, La Libertad

Actualmente vivimos en un mundo globalizado, hiperconectado por medios de comunicación y podemos percibir una rutina competitiva, en donde se mueven marcas y personas. Tenemos que mirar más al otro, al público, abandonar esa rutina competitiva de quien es mejor y crear comunicaciones que sean diferentes pero con sentido. El concepto de creación de imagen es para proyectar una marca y debe replantearse con propuestas de valor, actuando correctamente con la sociedad y con el público objetivo.

El diseñador gráfico tiene un papel importante en el desarrollo de la sociedad, tiene una responsabilidad cuando genera una imagen para proyectar un mensaje. Es el encargado de realizar proyectos comunicativos como la creación de identificadores gráficos para la imagen de marca y generar una interacción entre el que quiere dar un mensaje y el que lo recibe, para contribuir efectivamente con las personas y la sociedad.

Por esta razón la academia tiene que formar profesionales y personas que tengan responsabilidad social pero con sentido, no sólo para generar dinero e imagen, sino para mejorar la calidad de vida de las personas. Con este objetivo se entabló una alianza entre la Dirección Académica de Responsabilidad Social (DARS) de la PUCP, el Programa Arqueológico San José de Moro (PASJM), la organización Sustainable Preservation Initiative (SPI), Turismo Cuida y el Grupo de Investigación Identidad y Diseño-PUCP.

El proyecto que se generó a partir de esta alianza, está enmarcado en esta misión para lo cual se hizo un acercamiento con la

comunidad de San José de Moro para responder a sus necesidades. Es una población donde las oportunidades de trabajo son cada vez más reducidas y donde el futuro se presenta sombrío por la incapacidad de generar estrategias de desarrollo.

EL PROYECTO

El proyecto consistió en una primera etapa, en la creación de una imagen de identidad tanto para las Asociaciones de Artesanos como para la población circundante, con la realización de piezas gráficas que contengan la marca como un elemento comunicativo y la realización de un manual de uso de la marca.

En una segunda etapa, el objetivo fue integrar a los estudiantes del curso **Comunicación Corporativa 1** para diseñar objetos que puedan ser adquiridos por los visitantes, haciendo hincapié en los elementos locales.

Entre los resultados citamos:

- ▶ Se creó una identidad visual de los productos realizados tanto con las técnicas artesanales tradicionales como con las modernas.
- ▶ Se ofreció soluciones capaces de optimizar la comunicación entre los artesanos y los potenciales clientes, además de la relación de los turistas con el sitio arqueológico.
- ▶ Se creó un catálogo de símbolos de iconografía para que los alumnos, artesanos y miembros de los proyectos arqueológicos puedan utilizarlos en la estrategia de comunicación de marca.

A partir de esta experiencia, cuyos resultados ingresaron en la formación de diseñadores, observamos la importancia de integrar el diseño con otras disciplinas, en este caso, con la arqueología. Este puede ser un factor importante en el desarrollo sostenible de comunidades artesanales.

Los arqueólogos se plantearon esta interrogante también: enfrentarse al reto de no sólo generar desarrollo a través de una puesta en valor, conservación y difusión del patrimonio cultural, sino también apuntar a una revalorización de la identidad local que impulse nuevos mecanismos de trabajo sostenible que permita, al mismo tiempo, una mejora económica y la conservación de este patrimonio.

Para el diseño y los diseñadores participantes en el proyecto quedó claro su rol en la producción de bienes que pueden ser adquiridos por los visitantes.

El proyecto cumplió con sus objetivos, a través de las actividades destinadas a aumentar la conciencia local sobre el potencial del sitio. Asimismo se contribuyó a la creación de la “marca”, tanto para la localidad como para los grupos de artesanos, además de crear una imagen gráfica propia que pueda ser usada en los espacios públicos de la localidad.



01 PATRICIA GUTARRA / NATHANIEL RUEDA



02 MONSERRAT BOFI / MARIO ROSALES



03 ANDREA VENERO / MARIA ALEJANDRA VELARDE



04 AMI ISHISAKA / DIEGO LANZARA



05 AMAYA CASTRO / ROSA ALFARO



06 ESTEFANÍA GUEVARA / STEFHANNIA VICTORIO



07 ISABEL HIDALGO / CARMEN GARCÍA / HUGO KUROKI