

Diana Casas

¿Cómo se desarrolla la identidad cultural en los niños?

(resumen - abstract)

Este trabajo de investigación se fundamenta en la importancia del desarrollo cultural para las personas, especialmente de los niños, en este caso, a través de los museos. En el artículo se detalla el proyecto de diseño realizado como solución ante la falta de costumbre de visitar los museos como problema social, explicando en qué consiste y el diseño metodológico que desencadenó esta solución. La identidad cultural es un tema muy importante para la formación de un niño, sin embargo, muchas veces ésta no es desarrollada, por lo que al crecer la persona no es capaz de reconocerse a él mismo ni el contexto que lo envuelve.

(palabras claves.)

- *Identidad cultural*
- *Cultura*
- *Proyecto de diseño*
- *Desarrollo del niño.*

PASEO AL MUSEO

PAMU

VOLUNTARIADO AL MUSEO

(introducción.)

El presente artículo surge a partir de mi proyecto de tesis, en el cual se profundiza en el impacto de la identidad cultural en el desarrollo de los niños entre 7 y 8 años por la falta de costumbre de visitar museos de la cultura peruana en Lima.

Como principal objetivo de la investigación se busca exponer la importancia de desarrollar una identidad cultural a una temprana edad, y cómo esto afecta en distintos ámbitos al desarrollo de la persona a futuro. Otro objetivo es mostrar cómo aporta el proyecto de diseño al problema encontrado, y describir cómo fue el proceso creativo y la metodología para llegar a la solución planteada. Para ello, se inicia con la explicación de los distintos conceptos involucrados como son la identidad, la cultura, y las razones para impulsar el desarrollo de la identidad.

La justificación de esta investigación parte por evidenciar la inasistencia a los museos como una problemática social normalizada, y el impacto que esta tiene en la sociedad y en su futuro. Si la persona no se siente identificada culturalmente, ello no solo ocasiona una enajenación de la persona con la cultura que lo rodea,

sino que produce personas incapaces de sensibilizarse mediante temas culturales cotidianos como el Día de la Bandera o el día de la Independencia del Perú.

Cultura e identidad: Términos cambiantes

Diferentes autores se han interesado por los conceptos de cultura e identidad cultural. Garcia (2007) propone que cada comunidad desarrolle una cultura en la cual se presenten distintos patrones sociales que se aprenden en interacción con las personas que conforman dicha comunidad. Asimismo, puede entenderse como un término vinculado a la función social, pues sus características, costumbres, comportamientos y valores varían y se adaptan de acuerdo a cada comunidad.

Es importante resaltar que la cultura y la identidad cultural están presentes en el comportamiento de los miembros de una comunidad, también se evidencian en los pensamientos y creencias. Ello porque desde pequeños vamos formando un imaginario, perteneciente al contexto en el cual crecemos, y aunque parezca que es muy diferente al de los demás, como país tenemos costumbres y conceptos comunes.

Por su parte, “la identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural, ella no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro.” (Molano, 2008)

El desarrollo de la identidad cultural es un proceso que busca crear interés por la cultura que rodea a la persona, y esto a su vez logra la identificación con las costumbres, desarrollando características propias.

Es de vital importancia desarrollar una identidad cultural a una edad temprana, ya que al estar en una etapa de formación, los niños logran interiorizar de una forma más profunda los diversos aspectos que ayudan a las personas a identificarse con una cultura, características y costumbres.

“El desarrollo de la identidad cultural es como cualquier otro proceso de aprendizaje de un niño. Los niños aprenden de lo que observan. Desde los 3-5 años ellos ya saben distinguirse con alguna etiqueta” (Entrevista a psicóloga, comunicación personal, 25 de abril de 2019).

¿Por qué la identidad cultural es importante para los niños?

Durante el proceso de construcción de la identidad, se enseña la historia detrás de cada país y los aspectos culturales de forma teórica, y si bien son temas importantes, no es la única forma de desarrollarlos. El niño debe autoconocerse para identificar él mismo cuál es su papel en su entorno, partiendo del día a día, es decir, debe observar las distintas repre-

sentaciones y acciones de las prácticas socioculturales que modelan su pensamiento y su identidad, creando un imaginario basado en el contexto y las experiencias vividas.

Para generar una mayor interiorización de la cultura en la identidad, es importante reforzar la autoestima. Tanto el desarrollo de la identidad cultural como la autoestima son procesos que se deben realizar paralelamente y repercuten en cómo actuamos en una comunidad y cómo nos vemos en ella. Poder desarrollarlas genera un cambio positivo no solo a la persona como individuo, también como parte de un grupo mayor.

Una vez que el niño haya comprendido y enlazado sus propios conocimientos con los del medio social que lo rodea, logrará generar una conciencia e interés hacia su cultura ¿Por qué? Porque generará lazos importantes con su entorno, estará interesado no solo en las tradiciones o estilos de vida, sino que también participará activamente para cuidar su entorno, formándose así como un ciudadano interesado y consciente a largo plazo.

A continuación, la siguiente cita explica lo que significa el desarrollo de la identidad cultural para una profesora de nivel primaria.

“Va a depender de las vivencias. Si esta persona no ha pasado solo lo teórico, sino también lo práctico, ha viajado con su familia a partes de Perú, o escucha en casa música criolla al menos un sábado o domingo, creo que va a estar ambientado con la cultura peruana” (Entrevista a profesora de segundo grado de primaria, comunicación personal, 11 de junio de 2019)

El niño crea una imagen del mundo según sus propias experiencias, logrando identificar y relacionar los aspectos de su entorno a través de las actividades. Para que el niño pueda apropiarse de su cultura, es importante tomar en cuenta las necesidades del propio niño, de modo que sea visto como sujeto. Cecilia Rincón (2018) afirma que al reconocer al niño como un ser con capacidades, que logra crear un mundo libre de imitaciones, se reelaboran las experiencias que se combinan y surgen afín a los intereses y necesidades del niño, por lo que el niño aporta e interviene en su propio mundo, que es el de la infancia.

En el aspecto metodológico, se realizó una encuesta a 30 niñas de 8 años de un colegio privado, para conocer cómo definen ellas la cultura peruana. Ellas usaron adjetivos como interesante y lindo para describirla, pero no lograron mencionar que era lo que les gustaba, o si para ellas era importante. Solo 13 niñas habían asistido con su colegio a un museo, y a 2 no les gustaría volver a uno. ¿Qué nos dicen estas cifras? Que a pesar de estar en una edad importante, de reconocimiento y de afianzamiento de lazos emocionales con su identidad, aún no sienten ese lazo. Asimismo, estos datos podrían evidenciar que la formación de esta identidad no está teniendo resultados satisfactorios.

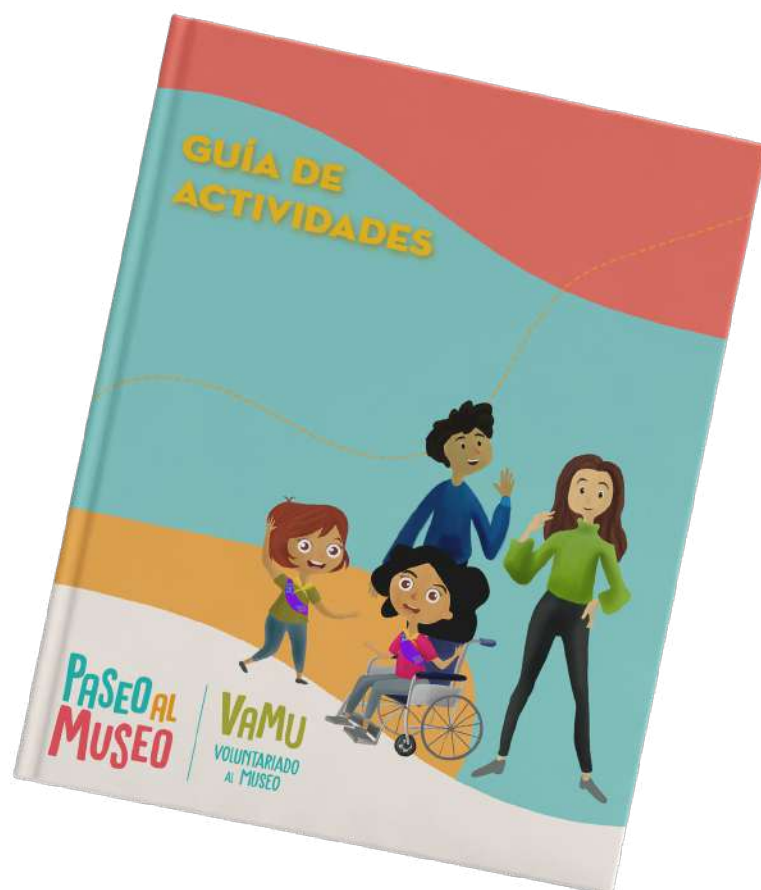
El reconocimiento del patrimonio ya sea material o inmaterial, forma parte de nuestra identidad ya que es el legado que nuestros antepasados nos han dejado a través de la historia, que acompaña a la cultura con la que se identifica, y que a su vez atribuye ciertas características. La mayor parte del patrimonio cultural es exhibido en los museos, y la falta de

asistencia hace que no sean conocidos ni apreciados. Por lo tanto, se debe enseñar a los niños sobre esto para que entiendan el significado y el valor cultural que poseen.

Metodología

Participantes:

Los participantes de este proyecto son principalmente los padres y niños de 7 a 8 años. Ambos forman parte de mi público objetivo ya que busco crear un programa educativo especializado en niños, cuya principal función sea lograr una mayor asistencia a los museos y que esto se convierta en un hábito. Es importante conocer la percepción de los niños ante la cultura, así como de los padres.



Técnicas de recolección de información: Para el recojo de información se emplearon distintas técnicas de recolección de información. Con los coordinadores del museo, se realizó una entrevista estructurada que abordó los siguientes puntos: Los programas que ya realizaban, la cantidad de asistentes anualmente y por qué medios se comunican con el público.

Con los padres se realizó una entrevista no estructurada, es decir se condujo como un diálogo sobre porque asisten o no constantemente a los museos, y si consideran al Perú como un país que busca el desarrollo de la identidad cultural. Con la profesora, se realizó una entrevista estructurada que profundizó en cómo es el proceso y desarrollo de la identidad cultural con niños. Por último, a las niñas se les aplicó una encuesta con preguntas abiertas en relación a su percepción de la cultura y si les entusiasmaba asistir, así como participar en los programas de los museos que desarrollan temas de la cultura peruana.

Procedimiento:

Esta investigación se desarrolla mediante una metodología humano holística, que consta de 6 fases, las cuales se describirán a continuación.

En la primera fase, se identifica una problemática social; el problema encontrado es el impacto de la identidad cultural en el desarrollo de los niños entre 7 y 8 años por la falta de costumbre de visitar museos de la cultura peruana en Lima. Este rango de edad es importante, pues los niños de esta edad comienzan a reconocer su entorno, así como las características sociales y culturales de la realidad nacional.

La segunda fase conlleva la investigación teórica, que implica revisar diferentes fuentes académicas que avalen la existencia del problema. Además, se realizó un primer acercamiento al trabajo de campo, realizando previamente un mapa de los actores involucrados, para indagar cómo es visto el problema desde sus di-



ferentes perspectivas. El principal referente para la indagación teórica fueron los informes de la ONG Lima Cómo Vamos, que es una organización cuyo objetivo es exponer y evaluar los cambios producidos en la calidad de vida de los ciudadanos de Lima metropolitana y Callao. Aquí se observa que en el año 2014, solo un 23% de personas asistía a museos, de las cuáles, la mayoría pertenecía a la clase social A y B; en el año 2018 se revela un descenso, en donde solo el 14.8% de personas asistía a museos.

En el mismo informe, se preguntó si las personas están de acuerdo con la cantidad y calidad de actividades culturales; el resultado mostró que el 39.4% estaba insatisfecho. Esto demuestra la disminución de interés y asistencia por parte de los limeños por los museos, pero a su vez la justifican, pues las actividades culturales que se realizan son escasas y no son planeadas observando las deficiencias o características de la población.

Por otro lado, acerca de la inversión que se realiza en el rubro de cultura por parte del Estado peruano, se encontró que para 2020, se ha presupuestado un total de 605.2 millones, en donde se suman los 33.5 millones que han sido asignados para Bicentenario 2020. Si restamos los 33.5 millones, el Ministerio de Cultura tiene para este año 571.7 millones de soles. En comparación al año 2019, hay una disminución de 5.7 millones. (Torrejón, 2020)

En la tercera fase, se realizó el trabajo de campo, observando en primer lugar el museo y su organización, así como los programas educativos dentro de éstos. Principalmente los programas enfocados a un público infantil. Además, basándo-

nos en el mapa de actores, se seleccionó al público objetivo, donde nos centramos en dos ámbitos: los padres y los niños de 7 a 8 años, con el objetivo de investigar la comprensión y apropiación de la cultura en los niños, así como en la perspectiva de los padres sobre el problema.

La cuarta y quinta fase consistieron en el desarrollo del proyecto, es decir en la búsqueda del concepto, el mensaje y el diseño. Para la cuarta fase de definición del concepto, se trabajó con una lluvia de ideas sobre lo que caracterizaba y buscaba transmitir el proyecto. En este caso el concepto es experimentar cultura. Para la quinta fase, se comenzó el diseño del proyecto, creando una marca enfocada en generar un cambio social orientado a la experiencia del contacto con la cultura y la comunidad. El proyecto debe responder ante el problema, es decir ser una solución con el objetivo de lograr que más niños asistan a museos y que lo vivencien como espacios de exploración, diversión y aprendizaje. De esta forma ayuda a los niños a crecer, desarrollando una identidad cultural arraigada. Asimismo, a partir de lo anterior, el naming escogido para este proyecto es Paseo al museo.

Discusión

Como resultado de la investigación nace el proyecto Paseo al Museo, en donde no solo se busca que más niños asistan a los museos, también se propone un modelo educativo centrado en el desarrollo de la identidad y el interés en temas culturales en Lima. Así, Paseo al Museo es un programa educativo para museos enfocado en aumentar la asistencia de que más niños asistan a los museos. Debido a la falta de inversión en los museos, se crea la submar-

ca Vamu, voluntariado al museo, cuya función es justamente gestionar un voluntariado para estudiantes universitarios, ellos participan como guías y recibirán capacitaciones junto con los museos. También se realizarán talleres y capacitaciones en temas de animación pedagógica. La marca incluye la realización de una guía para el voluntariado que incluye actividades para realizar con los niños, así como vestuario para los voluntarios participantes y recompensas para los niños que asistan a este programa.

Entre los hallazgos principales de la investigación se observa que las gestiones de los museos mantienen reducidas inversiones en su ámbito educativo, de modo que carecen de recursos físicos y humanos para realizar actividades orientadas al aprendizaje de sus visitantes y a la atracción de un mayor número de niños. Por ello, este proyecto ofrece de manera externa y económica los servicios de expertos a través de financiamiento propio. El voluntariado es justamente la solución para el tema, ya que no requiere casi inversión en los programas culturales.

Tal y como hemos observado en la investigación, el sector cultura no está entre las primeras problemáticas a resolver, sin embargo una buena forma de expandir la economía es mediante el turismo, la diversidad cultural y las riquezas del país. La inversión en cultura que realiza el Estado ha ido decreciendo, incluso la cultura comparte presupuesto con el deporte, que sabemos que tiene mucha más presencia para los peruanos. Además, el sector cultura no solo abarca la inversión en los museos, por lo que las cifras solo dan un estimado, pero nos logra mostrar la poca importancia que este sector tiene en el Perú. También es importante agregar que este

proyecto brinda un nuevo enfoque para los museos, ya que busca resaltar su importancia, considerando que deben ser espacios preparados y equipados adecuadamente para las visitas, para que generen una experiencia de aprendizaje; hoy en día forman parte de la malla curricular, que debe ser integrada y aceptada por los centros escolares.

Por otro lado, debido a la pandemia, se han realizado recorridos virtuales de los museos, en donde se pueden ver las piezas. Es interesante el audio que se puede escuchar al entrar a los museos, son como un resumen de las diversas salas y el origen, y aunque sea breve ayuda a orientar al visitante. En los colegios estatales ya se especificaba dentro del programa curricular de educación primaria las visitas virtuales a museos. Aun así queda mucho por recorrer para poder brindar una mejor difusión de la información, ya que si bien se pueden recorrer las salas, las piezas solo son imágenes, no se puede obtener los datos, y en algunos casos no aparece el nombre de la pieza. Sin embargo, esto se puede considerar un avance en el sector cultura, ya que hasta el año pasado no había recorridos virtuales en 3d ni muchos museos registrados en la página Visita Virtual.

Existen variados informes que detallan la poca asistencia de las personas a los museos, no obstante, este número no ha variado a través de los años. El programa Innóvate Perú (2019), presentado por el Museo de Arte de Lima en su primera agenda de innovación para la auto sostenibilidad de museos del país, demuestra que, de 87 instituciones culturales, donde 50 son museos y 37 centros expositivos en Lima, solo el 15% contiene entre sus actividades programas educativos.

Además, se menciona que solo el 5% presenta actividades donde pueden participar personas con discapacidad. Estas cifras exponen otros factores que pueden ser causantes de la poca asistencia.

En general, los museos en el Perú cuentan con un número reducido de profesionales y técnicos para cumplir sus funciones, por lo cual la multifunción es una práctica frecuente. Por ello, la mayoría de instituciones museísticas carecen de personal capacitado en la función educativa. En el Perú no se cuenta con una formación académica en educación en museos o pedagogía museística. (Lebrún, 2015)

Como se ha dicho, el museo actúa como constructor de identidad, pues ayuda de manera divertida a interiorizar aspectos de la cultura, en este caso peruana, y logra que le atribuyamos sensaciones debido a las vivencias. Asimismo, los museos deben tener en cuenta la distribución de sus colecciones y las distintas formas de aprendizaje. Es así, entonces, que un museo que pretenda representar a la cultura peruana, no puede quedarse anclado en narrativas folcloristas sobre la misma. Las tendencias actuales buscan más bien hacer de los museos instituciones más flexibles a cambiar los cánones de representación que manejan, pues ahora más que nunca somos conscientes de que las culturas no son estáticas, ni mucho menos esencias aisladas. (Belli et.al, 2010, p. 47)

Es evidente que se pide al museo estar al tanto de las nuevas formas de comunicación, y que éstas sean mucho más dinámicas. Esto sostiene que el museo, al estar en constante cambio, según las nuevas tecnologías y el estilo rápido de la sociedad actual, promueve que una



mayor cantidad de personas buscará asistir. Esto a su vez, proporcionará que el museo como gestor y constructor de identidad ofrezca a más ciudadanos un nuevo espacio, ayudando a desarrollar una identidad cultural peruana mucho más fuerte.

En Lima hay pocos espacios para los niños dentro en los museos, y muy pocos logran desarrollar talleres novedosos y diferentes en horarios accesibles. Uno de ellos es el Mali, donde se realizan actividades para niños, especialmente los domingos, llamados DomingueArte; otro museo donde las actividades que realizan son muy comentadas es el Museo del Banco Central de Reserva del Perú o el MUCEN, aquí se intenta motivar al espectador a participar activamente, por ejemplo, anotando las emociones y colocándolas al costado de los cuadros. También buscan la inclusión dentro de sus instalaciones, dado que en los recorridos hay intérpretes de lengua de señas en las actividades del “Museo abre

de noche”, es un gran paso y es uno de los pocos museos que ha logrado cubrir a este público.

Conclusiones

Esta investigación aporta desde la disciplina del diseño conectándose con la museología y la identidad cultural. El aporte principal es la creación de una marca que siga una línea gráfica basada en el público y el problema: la falta de interés por promover la identidad cultural en los niños y, en general, aprender sobre la cultura peruana.

Durante la investigación, la edad escogida de los niños participantes es de 7 a 8 años debido a que la educación durante la infancia juega un papel clave para un buen desarrollo de la identidad cultural en cada niño, ya que no solo genera y se fomenta una conciencia con una estrecha relación a una cultura, también se logrará desarrollar comunidades futuras conscientes, identificadas con sus costumbres, y que tendrán la motivación para afrontar cambios o ideas contrarias a las de su identidad cultural.

La creación de esta marca, cuya función es crear programas educativos para museos, busca un nuevo ambiente de aprendizaje e interacción. Existen muy pocos museos interactivos que refuerzan los conocimientos aprendidos creando programas enfocados en su público. Es importante para estos programas que las actividades que se añadan a las visitas no sean tediosas, sino lúdicas. Del mismo modo, deben lograr una interiorización de las personas para con lo experimentado en el museo, logrando que se reflexione sobre lo visto y se relacione con el lado afectivo.



Este proyecto puede generar un cambio positivo ante un problema poco visualizado, ya que llega a distintos grupos de personas, ya sea a los universitarios voluntarios, los museos, los niños(as) y los padres de familia que asistan. Cada uno

tiene un papel fundamental en el desarrollo de la identidad cultural y por lo tanto es preciso que participen activamente del proyecto.

(referencias.)

Alegre Escorza, Mariana (2018) Encuesta Lima Cómo Vamos: Noveno Informe de Percepción sobre Calidad de Vida.

<http://www.limacomovamos.org/cm/wp-content/uploads/2018/12/EncuestaLimaComoVamos2018.pdf>

Belli, F., Flóres, G., Naganoma, C., & Rodríguez, S. (2010). La cultura en exhibición: las problemáticas de la representación en el Museo Nacional de la Cultura Peruana. *Anthropía*, (8), 38-47. Recuperado a partir de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/anthropia/article/view/11231>

García, O. (2007). La cultura humana y su interpretación desde la perspectiva de la cultura organizacional. *Universidad del Norte. Pensamiento & Gestión*, (22). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64602204>

Lebrún Aspíllaga, A. M. (2015). La Educación Formal, No Formal E Informal: Una Tarea Pendiente en Los Museos Del Perú. *Consensus*.

Molano L., O. L. (2007). Identidad Cultural Un Concepto Que Evolucionara. *OPERA - Observatorio de Políticas, Ejecución y Resultados de La Administración Pública*, (7), 69-84. Recuperado de <http://search.ebscohost.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=31436956&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Recuperado de <http://search.ebscohost.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=128948838&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Rincón Verdugo, C. rinconceci@yahoo. co. (2018). Historiografía sobre las significaciones imaginarias de la infancia en la cultura de Occidente. (Spanish). *Revista Historia de La Educación Latinoamericana*, 20(31), 25-46. <https://doi-org.ezproxybib.pucp.edu.pe/10.19053/O1227238.6245>

Torrejón, E. (6 de Enero del 2020) La cultura en el Perú con menos presupuesto en el 2020. *LimaGris*. Recuperado de <https://limagris.com/la-cultura-en-el-peru-con-menos-presupuesto-en-el-2020/>