

## **El Diseño Textil Tradicional en la actual Enseñanza –Aprendizaje**

**Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza**

**Resumen:** Nos interesa enfocar la problemática de la enseñanza aprendizaje del diseño textil en la perspectiva de la valoración de la tradición textil para la expresión de la identidad en tanto que construcción sociocultural y mediación simbólica, como fundamentos para valorar y promover la interculturalidad. Con este fin, comparemos la tradición textil tradicional andina con los textiles peruanos actuales, regionales andinos y amazónicos, así como con los textiles de diseñadores que re-plantearon y re-contextualizaron la semiótica tradicional del diseño textil. Se aplicará el método semiótico para identificar e interpretar sus rasgos gráficos simbólicos, en el marco del conjunto de interacciones comunicativas con las cuales se dirigen al contexto actual.

Esta investigación enfocó el análisis del diseño textil tradicional peruano, a través de muestras seleccionadas por su carácter histórico representativo en cuanto a la problemática de la expresión de la identidad. La interpretación y la organización de los resultados sentaron las bases de la construcción de proyectos de diseño, explicitando las funciones y los significados del diseño de la identidad en los textiles peruanos y relacionando el uso contextualizado de los signos y sus referentes con estructuras semióticas (narrativas, discursivas y expresivas) de construcción gráfica textil. Se proporcionaría en consecuencia, a través de canales creados, información y estrategias creativas comunicativas a los estudiantes de diseño y a los diseñadores peruanos, del ámbito rural o urbano, tradicionales o innovadores.

En el marco de la investigación se realizaron mapas semióticos de construcción de los valores de la identidad, a través de sentidos y recursos expresivos: un mapa para el diseño textil precolombino; un mapa para el diseño textil colonial; un mapa para el diseño textil contemporáneo con manifestaciones en el arte popular y un mapa para las propuestas de diseñadores actuales. Los mapas se crearon con apoyo de las fichas analítico-interpretativas de los signos de la identidad, integrados en glosarios. El análisis interpretativo se basó en la evaluación de las interacciones concepto – forma – valor de los signos de la identidad, en función de parámetros contextuales. El repertorio obtenido, desde la tradición textil hasta las propuestas actuales de los diseñadores interesados en construir discursos a través de la indumentaria y su soporte textil, contempla recursos expresivos comunicativos, signos, referentes y estructuras compositivas, para los cuales se considera condiciones y situaciones de producción, recepción y lectura; se determina recurrencias, isotopías y redes de signos; se crea estrategias creativas comunicativas. Este producto conceptual e instrumental de la investigación, centrado en la dinámica y las estructuras del discurso de la identidad en los textiles peruanos, traducido en los mapas de recursos, sentidos y valores, se ha proyectado hacia su actualización en proyectos formativos y profesionales de diseño textil y en proyectos de creación profesional.

En el Perú el estudio del diseño textil tradicional se centra por lo general en la textilería andina desarrollada por los paracas de la costa sur (ca. 500 a 200 a.C.), los wari (huari) en el altiplano central (ca. 600 a 800 d.C.), y los chimú en la costa norte (ca. 1000 a 1470 d.C.). Se estudia las fibras, la asociación con las mitologías locales y la cosmología sagrada de las poblaciones, los signos icónicos en toda su diversidad, desde las figuras supernaturales, con características zoomorfas tales como felinos, pájaros, peces y serpientes hasta las representaciones de plantas y seres humanos. El color es otro tema de interés, así como el efecto decorativo obtenido a partir de la repetición y alternancia de las formas o las composiciones geométricas.

Los repertorios de signos y composiciones de los textiles de cada una de las culturas precolombinas son enfocados como códigos comunicativos que aportan información sobre la pertenencia a un grupo, género, nivel social, estado, circunstancia, rol o edad. Por ende, el textil visto como un macrosigno funciona como un sistema icónico-simbólico que traduce, en el nivel sensible, la visión o conceptualización del mundo. Uniendo los dos ejes, se define el rol de expresión de la identidad cultural del textil, como representación de un individuo y como representación del grupo al cual pertenece. Como todo concepto de identidad, su interpretación depende del contexto para el cual era destinada su manifestación. Es en este contexto en el cual el diseño se vuelve modo de ser y de hacer en el mundo, desde un pensamiento propio de la realidad.

Las investigaciones muestran en este sentido los vínculos entre el pensamiento andino y el diseño textil, sobre todo desde el punto de vista del ordenamiento compositivo y jerárquico de los signos. Hay estructuras que se repiten en la composición: el envolvimiento por ejemplo; la construcción dual, ordenada en pares de opuestos o complementarios; la cuatripartición del plano mediante perpendiculares o diagonales; el principio y los recursos del movimiento o de la integración; la importancia del centro, del cuadrado, de la espiral, de la escalera y de la cruz cuadrada. Se trata de documentos gráficos de un sistema de valores y de una visión del mundo.

Nos interesó enfocar la problemática del de la enseñanza aprendizaje del diseño textil en la perspectiva de la valoración de la tradición textil para la expresión de la identidad en tanto que construcción sociocultural y mediación simbólica, como fundamentos para valorar y promover la interculturalidad. Con este fin, analizamos tanto textiles tradicionales, precolombinos y coloniales, como textiles peruanos actuales, regionales andinos y amazónicos, y textiles de diseñadores que re-plantearon y re-contextualizaron la semiótica tradicional del diseño textil. En el análisis se aplicó el método semiótico para identificar e interpretar sus rasgos gráficos simbólicos, en el marco del conjunto de interacciones comunicativas con las cuales se dirigen al contexto actual del diseño. Este modelo fue ingresado en un planteamiento formativo de diseño proyectual para la formación de diseñadores en la Facultad de Arte de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

El diseño proyectual implica la consideración de la situación de comunicación y de la situación de producción como bases para la toma de decisiones creativas. La situación de comunicación propone considerar el diálogo como eje de la construcción creativa, para lo cual se toma en cuenta la memoria colectiva y sus valores; el poder comunicativo de los recursos icónicos y plásticos; la índole discursiva de la composición. La situación de

producción define las condiciones de realización del proyecto, en función de recursos, medios, diseño y funcionamiento estratégico con el destinatario. La construcción del diseño se define de este modo como un recorrido que va del planteamiento del proyecto a las decisiones comunicativas; de las decisiones comunicativas a la investigación; de la investigación a la construcción de imágenes, siguiendo un procedimiento que pasa por la delimitación de referentes, la elección de identificadores, el planteamiento compositivo, la realización visual.

Para el diseño textil, el recorrido creativo que articula la investigación con la composición se inicia con una exploración de fuentes y la elección de referentes e identificadores. Este proceso nos puede llevar a la elección de un ícono central, que contacte la fuente referencial con el uso del ícono en el textil. El ícono puede ser precolombino, virreinal, del arte popular, de la cultura urbana. Lo importante es su significado y su valor para la cultura peruana. Es importante también observar cómo el diseño textil tradicional ha incorporado los elementos vegetales, animales, herramientas, seres antropomórficos, seres fantásticos (donde hay que observar el rol de la integración de los elementos diversos). El ícono seleccionado del campo referencial ingresa en un procesamiento de análisis - síntesis, para transformarse en el identificador nuclear del textil. El identificador nuclear entra en un proceso de modulación, afín con el concepto de ordenamiento geométrico del mundo andino, para lo cual se usan planteamientos duales, tripartitos, cuatripartitos, simetrías; asimismo composiciones densas, cuya diversidad es abarcada en la visión ordenadora. Para la modulación se toman referentes, tanto en cuanto a la composición como en cuanto a los elementos que se van a integrar. El diseño compositivo debe contar no sólo con la modulación lineal, sino también con el color y la textura que el textil va a tener. Es el paso del dibujo modular a la ilustración del textil, como objeto en sí y como aplicaciones. En cuanto a las aplicaciones, nuevos referentes pueden entrar en juego, sugiriendo patrones culturales; la integración de los elementos es fundamental para conseguir una personalidad cultural para el textil diseñado.

Estas son las conclusiones a partir de las cuales se desarrollaron contenidos y metodologías de diseño proyectual en el curso de “Diseño gráfico Perfeccionamiento bajo Tutoría “ de la especialidad de Diseño Gráfico PUCP, V año, cuyo resultado fue el proyecto integral que se inició con el diseño textil para llegar al diseño de afiches para la promoción del diseño textil peruano. Asimismo, se llevaron adelante en aplicaciones audiovisuales en el curso de “Proyectos Estratégicos “ del tercer año de la Especialidad de Diseño Gráfico PUCP. Finalmente se integraron en el módulo de Diseño de Moda, que incluye el Diseño Textil, del curso de “Comunicación Gráfica” de la especialidad de Diseño Gráfico PUCP. En los tres cursos, partimos de la premisa de que el diseño funciona como mediación social: es una mediación comunicacional, que proporciona información y comunicación y genera conocimiento y, al mismo tiempo, es una mediación simbólica entre el ser humano, como individuo y comunidad, y su contexto cultural, a través de la representación y significación de los signos de la memoria, lo que repercute en su identidad, visión del mundo y contextualización.

Es preciso insistir en que todo proyecto que asume su identidad de construcción social, funciona en base a la capacidad del diseño de producir identificaciones y tendrá que operar sobre la memoria colectiva, apropiándose de sus rasgos gráficos, imaginarios y simbólicos

para procesarlos y emplearlos en función del enfoque y dinámica comunicacional del proyecto.

El carácter de discurso de las imágenes – productos del proyecto, realizadas a partir de fuentes textiles tradicionales práctica una realización que se inserta en el imaginario colectivo para poder constituirse y funcionar como acto comunicativo, sustentado en una intención y un mensaje. Para ello, la imagen se genera como construcción estratégica, contextualizada y dialógica, actualizando referentes y desarrollando opciones de selección / combinación de elementos y estructuras, a la vez que apela a estéticas y valores.

En la apropiación de signos culturales tradicionales, con su propia trayectoria de significación, para la producción de la imagen, se producen transformaciones de mayor o menor proporción en lo referente a la forma, al contenido y a la significación. La imagen recicla los signos de la memoria cultural. El reciclaje conserva constantes e introduce diferencias. Por otro lado, puede mostrar enfáticamente su intertextualidad, estableciendo una red explícita de referencias con otras imágenes, con intercambio de valores simbólicos. Las intertextualidades enriquecen la construcción de sentido con referentes que traen su propia representación / significación, incluyendo un diálogo con la(s) otra(s) imágenes y a través de ella(s) con otra(s) cultura(s). La intertextualidad funciona como: apropiación; producción de sentido; funcionamiento nuclear de redes de sentido; recurso de interactividad que motiva y fundamenta la interpretación del observador. Es así como la dimensión referencial se combina con la dimensión del lenguaje visual como sistema modelizador para producir el tratamiento textil, contenido y representado, sobre todo en lo que a sus valores simbólicos se refiere; la relación entre los signos textiles y los signos del modelado / ensamblaje de la prenda; la composición de esta última en lo que se refiere a asociación, distribución, proporciones y ritmo.

En la narrativa planteado por el reciclaje de las fuentes textiles tradicionales se crea y se expone una intertextualidad dialógica propia de la interacción, que invita al observador a una permanente observación e interpretación no sólo de las formas y contenidos de los dos factores en interacción, textil y prenda actual referente, textil y prenda referidos, sino también de la relación generativa de sentido que nace de ellos. La identidad como construcción simbólica progresiva se convierte de este modo en un proyecto constante de evaluación de las necesidades del contexto, de sus valores y de los fundamentos estratégicos para intervenir con un diseño atractivo, capaz de implicar y motivar a la gente pero a la vez responsable.

El diseñador debe desarrollar a lo largo de un proyecto integral de esta naturaleza investigaciones con varios niveles: cultural, estético, técnico, empresarial. A partir de sus resultados, puede crear; la creatividad lleva el proyecto hacia sus usuarios, a quienes ofrece la integración de tradición y modernidad con fines varios, funcionales, estéticos, culturales. El diseño de identidades, así como se muestra en este tipo de proyectos, es un acto de memoria, de rescate y de re - instalación en el contexto actual de aquellos valores peruanos que definen la cultura y la historia del Perú, con un discurso nuevo, que despliega las estrategias de la apropiación e intertextualidad, que se sumerge en lo cotidiano aprovechando los recursos lúdicos e interactivos que la cultura actual ha aportado a nuestros tiempos.

El aspecto simbólico de los textiles y de la indumentaria, la representación y la significación que desarrollan, con apoyo del lenguaje icónico y plástico, en determinados contextos sociales, culturales e ideológicos, es un sistema de comunicación de la identidad cultural de individuos, grupos y comunidades que interviene en la conciencia de sí del portador y en el diálogo intercultural.

Los proyectos realizados fueron incorporados al repositorio “Moda e identidad. Observatorio de las expresiones de la identidad en el diseño de los textiles y la indumentaria peruana actual”:

<http://modaeidentidad.wordpress.com/>

Es un laboratorio de investigaciones y un repositorio de libre acceso que proporciona información sobre las expresiones de la identidad en el diseño de los textiles y la indumentaria peruana actual. Es una respuesta, en primer lugar, a las expectativas y necesidades de diseñadores de textiles e indumentaria; pero también a los intereses de los investigadores que exploran las manifestaciones narrativas, discursivas y expresivas de la identidad peruana, en busca de referentes, valores y proyectos de comunicación.

El Observatorio proporciona referentes sobre las producciones actuales de diseño textil y de indumentaria tanto del sector industrial y artesanal, como de diseño experimental. Lo hace a través de textos, fotografías, videos, links. Informa sobre los eventos académicos, profesionales y comerciales de diseño de textiles e indumentaria. Propone lecturas e interpretaciones sobre diseño y diseñadores a través de artículos. Proporciona los registros fotográficos de sus investigaciones sobre colecciones y marcas; pone a disposición los videos que se han realizado sobre diseño, diseñadores y eventos de diseño textil y de indumentaria. Todos los materiales hacen referencia directa a la expresión de la identidad. El Facebook del Observatorio presenta las novedades y abre canales de conversación. La información está en un continuo proceso de incorporación.

Pero, lo más significativo del Observatorio es que promueve el reconocimiento del carácter de discurso del diseño que requiere de una realización que se inserte en el imaginario colectivo para poder constituirse y funcionar como acto comunicativo. El proyecto de diseño es la organización adecuada para valorar y construir el carácter de discurso del diseño, recuperando el repertorio de signos tradicionales y modernos del diseño.

La creatividad del diseño puede encontrar en el diseño andino tradicional fuentes centrales para la ingeniería de los proyectos que se preocupan sustantivamente por relacionar el proyecto con las expectativas y el perfil del público, a través de asociaciones que lo impliquen y lo hagan participar en el universo construido por el proyecto.

El perfil del público, los valores de la imagen gráfica y sus referentes, son aspectos que siempre han sido tomados en cuenta en la formación de los diseñadores, pero el proyecto de valoración de los textiles andinos tradicionales aporta una visión comunicativa y un planeamiento estratégico que articulan los contenidos y formas de las imágenes creadas con el contexto de acción del mensaje, tomando en cuenta el conjunto de los parámetros situacionales propios del Perú.

Como el proyecto de diseño se centra en la capacidad discursiva del diseño de generar diálogo y posicionar valores a través de la socialización de sus mensajes, la recuperación de los signos andinos tradicionales se traduce en conceptos, formas y efectos, una dinámica que, a través de cada una de sus manifestaciones, puede y debe desarrollar valores comunicativos. Como proyecto de largo alcance, nos proponemos, desde el Observatorio, enfocar la generación de estrategias de diseño proyectual que valore las tradiciones andinas, configurando un mapa que ofrezca diferentes ángulos de abordaje y campos de aplicación. Nos proponemos también seguir con los proyectos de cursos fomentando el vínculo del aprendizaje con la problemática del contexto, particularmente con los temas relacionados con la identidad, desarrollando en este sentido las redes entre la investigación y la creación para la comunicación, formando competencias de planeamiento, planificación y gestión de procesos creativos y comunicativos, planteando y practicando el enfoque estratégico del diseño. Son proyectos que tienen especial importancia para el perfil formativo de la especialidad, juntando la actividad de creación con una actividad de gestión de conocimientos y responsabilidad social y cultural, en la cual participan tanto estudiantes como docentes.

## **Bibliografía**

- Burke, Peter (2001). Lo visto, lo no visto. El uso de la imagen como documento histórico. Barcelona: Editorial Crítica.
- Fábregat, Claudio (1998). El mestizaje en Iberoamérica. Madrid: Editorial Alambra.
- Amesón, Frederic y Žižek, Slavoj (1998). Estudios Culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo. Buenos Aires : Paidós.
- García Canclini, Néstor( 1989). Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Gruzinski, Serge (2000). El pensamiento mestizo. Barcelona: Paidós.
- Habermas, Jürgen ( 1989) . Teoría de la acción comunicativa. Complementos y estudios previos. Madrid: Editorial Cátedra.
- Landowski, Eric (2009). Interacciones arriesgadas. Lima: Universidad de Lima - Fondo Editorial.
- Landovski, Eric (2007). Presencias del otro. Lima: Universidad de Lima – Fondo Editorial.
- Lizárraga, Karen ( 1988 ). Identidad nacional y estética andina. Una teoría peruana del arte. LIMA: Bibliografía Nacional del Perú.
- Mesa, J. y Gisbert, T. (1982). Historia de la Pintura Cuzqueña. (T. I). Lima: Biblioteca Peruana de la Cultura.
- Roel Mendizábal, Pedro ( 2000). “De folklore a culturas híbridas: rescatando raíces, redefiniendo fronteras entre nosotros”. En: Degregori, Carlos Iván. Ed. No hay país más diverso. Compendio de antropología peruana. LIMA: PUCP/UPP/IEP.