

.editorial

Escoger el tema del diseño de autor para este número de la revista Memoria Gráfica tiene su punto de partida en el tema del número anterior, el proyecto de diseño. Diseñar estrategias en función de parámetros y experimentar las posibilidades de mejora de las relaciones con el contexto, para una intervención eficaz y eficiente del diseño en la sociedad y la cultura, desarrolla una actitud pragmática centrada en los cambios que la comunicación provocará en el contexto previsto, con los efectos previstos. ¿Significa esto que la identidad del diseñador, su personalidad y estilo, su gusto y su voluntad comunicativa se subordinan completamente a las necesidades del proyecto con miras a su intervención en el entorno, llámese éste mercado, cultura, sociedad, educación, etc.? La respuesta es negativa y no sólo porque el contexto actual está interesado en la diferencia, la novedad o la personalidad afectiva de los mensajes que lo recorren sino también porque la expresión de sí mismo, como persona, creador y diseñador puede ser parte del proyecto o incluso la sustancia y el eje constitutivo del proyecto. En esta perspectiva, hacer diseño de autor es representarse a sí mismo, haciendo acto de opinión y expresión creativa, en los campos de interés que nos son comunes a todos nosotros, facilitando el diálogo y estimulando la participación del observador en el mundo del otro. Es una dinámica de la comunicación que valora el conocimiento y el interés por los puntos de vista, por las percepciones individuales y por la comprensión de la diversidad.

En el espacio de la comunicación gráfica, el diseño de autor resulta innovador y desarrolla un componente afectivo al que asume como línea de acción, además de explorar de manera personal la problemática de las estéticas y de los estilos. Sus primeros campos de acción manifiesta fueron el diseño editorial y el diseño de moda, pero hay otros campos donde se define como la fuente misma del proyecto como en el diseño escenográfico o el diseño conceptual cinematográfico.

Sus huellas están en toda innovación y replanteamiento de lo establecido, en todo enfoque que se opone a la rutina o a la receta. El diseño de autor reivindica la personalidad del diseñador para entablar una relación de intersubjetividades con sus receptores.

Hacer diseño de autor es centrar el proyecto de diseño en la autenticidad del diálogo que emerge en el contacto del receptor con la materialidad del diseño. Esta es la premisa que asumimos para incluir en la formación del diseñador gráfico de la Especialidad de Diseño Gráfico PUCP proyectos de diseño de autor, como núcleos de comunicación transmedia, articulando para su contacto con los destinatarios los espacios físicos y los espacios virtuales. Este número de la revista mostrará algunos de los resultados de las actividades formativas que se generaron en torno al diseño de autor, además de diferentes enfoques reflexivos en torno a su problemática y campos de acción.

En **Reflexiones Críticas** los artículos enfocan los campos del diseño editorial y de sitios web, del diseño de indumentaria y textiles, del diseño de moda, del diseño de objetos, del diseño audiovisual. Son evaluaciones situacionales con alcances teóricos, que se relacionan con el contexto de las prácticas de diseño por un lado y con la formación por el otro. En **Estudios de Diseño** se presentan algunos de los proyectos realizados en cursos, que llevan adelante la voluntad comunicativa del diseño de autor. En **Proyectos de Diseño** se refieren los proyectos que se han realizado para su funcionamiento real en el contexto social y cultural del Perú, así como en el contexto profesional y / o académico regional y global. En **Retrospectiva** se presentan las actividades resumidas de la Especialidad de Diseño Gráfico realizadas durante 2014. ///

Mihaela Radulescu
Directora de la Revista MG