

editorial

El carácter de discurso del diseño requiere de una realización que se inserte en el imaginario colectivo para poder constituirse y funcionar como acto comunicativo. Jorge Frascara advertía: “El diseñador, a diferencia del artista, no es normalmente la fuente de los mensajes que comunica, sino su intérprete”. Un intérprete que debe hacer llegar el mensaje a su destinatario. Con este fin, el diseño debe generarse como construcción estratégica, contextualizada y dialógica, con una semiótica donde los signos actualizan referentes en función de un marco específico de comunicación y desarrollan opciones fundamentadas de selección/combinación de elementos y estructuras, a la vez que apelan a estéticas y valores, en función del efecto que se pretende obtener en el destinatario. Este procedimiento creativo se basa, en los numerosos campos de acción del diseño, en un enfoque y un desarrollo proyectual.

“Diseñar es una actividad abstracta que implica programar, proyectar, traducir lo invisible en visible, comunicar”, afirma Jorge Frascara. El proyecto de diseño es la organización de esta actividad en etapas en las cuales la creatividad emerge de la investigación y la planificación del acto comunicativo que enfoca el proyecto. Cultura, inteligencia, creatividad, eficiencia: es una ecuación que pone de manifiesto la necesidad de contextualizar la creatividad para lograr los resultados esperados. Hay una ingeniería de los proyectos que se preocupa 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.

Este número de la revista **Memoria Gráfica** optó por tratar el tema del proyecto de diseño por su rol profesional y su presencia cada vez más evidente en la enseñanza-aprendizaje del diseño. 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 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.

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. Se traduce en acciones, conceptos, formas y efectos, una dinámica que, a través de cada una de sus manifestaciones, puede y debe desarrollar valores comunicativos.

Los artículos de la sección **Reflexiones Críticas** proponen enfocar la generación de estrategias de diseño proyectual, configurando un mapa que ofrece diferentes ángulos de abordaje y campos de aplicación.

En la segunda sección, **Estudios de Diseño**, se presenta algunos de los proyectos de diseño realizados en 2013 en los cursos de la Especialidad de Diseño Gráfico de la Facultad de Arte de la PUCP, realizados en el marco del proceso formativo de diseño editorial, publicitario, de marca, audiovisual; y en el Programa de Licenciatura, con énfasis en la investigación para la creación. Son proyectos que fomentan el vínculo del aprendizaje con el contexto, desarrollan las redes entre la investigación y la creación para la comunicación, forman competencias de planeamiento, planificación y gestión de procesos creativos y comunicativos, plantean y practican el enfoque estratégico del diseño.

La tercera sección de la revista, **Proyectos de Creación para la Comunicación**, presenta proyectos que se realizaron para la intervención del entorno con aportes de cambio en los rubros enfocados, a través de publicaciones, eventos, acciones, etc. Son proyectos que complementan el perfil formativo de la especialidad con una actividad de gestión de conocimientos y responsabilidad social y cultural, en la cual participaron estudiantes y docentes, en colaboración con las instancias relacionadas al funcionamiento del proyecto. Estas tres secciones articulan sus aportes en torno a la problemática del proyecto de diseño, con aspectos teórico-prácticos y registros ilustrativos, mientras que la última sección, **Retrospectiva 2013**, es el relato de la dinámica de las actividades de la especialidad y de la participación de sus integrantes en el contexto institucional, nacional e internacional. —

Mihaela Radulescu
Directora de la Revista MG