

Editorial

La revista **MG memoria gráfica** es parte de un proyecto que viene realizándose en la especialidad de Diseño Gráfico de la Facultad de Arte de la Pontificia Universidad Católica del Perú desde hace tres años: hacer memoria del desarrollo del pensamiento gráfico en la especialidad, tomando en cuenta las características de la formación, los proyectos y la interacción con el contexto profesional y cultural.

Hacer memoria, he aquí una necesidad frente a la cual se debe encontrar soluciones duraderas y constantes, y esta revista se propone focalizarlas. **MG memoria gráfica** abarca las ideas sobre el diseño que identifican a la especialidad en el ámbito formativo y profesional; recoge, clasifica, evalúa y presenta su realización en proyectos y productos gráficos. Es un espacio de investigación, con una constante actividad de documentación, análisis e interpretación de resultados, que maneja criterios de comunicación, arte y mercado. Es un medio informativo y a la vez espacio de comunicación, donde se intercambian ideas sobre identidad gráfica, recursos, tendencias, gestión formativa.

Este primer número enfoca una primera aproximación al diseño, desde la perspectiva de la especialidad: los temas y actividades de la formación gráfica en la Facultad de Arte que fundamentan

el enfoque del diseño como comunicación estratégica, con valores de consumo, humanos y estéticos.

El diseño gráfico debe mostrarse capaz de responder a situaciones y demandas en permanente cambio; de posicionarse en el mercado, la sociedad y la cultura con propuestas sustentadas, funcionales, originales y enriquecedoras a nivel de conocimientos y valores; de adelantarse a las tendencias generales de desarrollo. La formación universitaria de diseñadores en la Universidad Católica cuenta con una amplia interacción de arte, tecnología y ciencias humanas para generar conocimientos de creación y comunicación gráfica, con valores profesionales y socioculturales.

En este número, la especialidad de Diseño Gráfico se da a conocer como formación interesada en la comunicación estratégica del diseño, la cual es abordada en tres niveles, relevantes para la comprensión del pensamiento formativo de la especialidad: la reflexión crítica, el estudio del diseño como estrategia formativa y los proyectos de comunicación gráfica con interacción sociocultural. Se da inicio también a la retrospectiva de las actividades comunicativas de la especialidad, comenzando con el año 2006, año en el cual se puso en funcionamiento el plan de desarrollo extensivo de la especialidad.