

1.5. EL PROYECTO DE DISEÑO

El diseño se genera como construcción estratégica, contextualizada y dialógica, con referentes que funcionan en un marco específico de comunicación y producción, desarrollando opciones fundamentadas de selección/ combinación de elementos, estructuras, materiales, soportes, técnicas y medios, 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 un enfoque y un desarrollo proyectual. 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 y productivo del proyecto. 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.

El número 6 de Memoria Gráfica ha enfocado el tema del proyecto de diseño desde el punto de vista del discurso que debe insertarse en el imaginario colectivo para funcionar como acto comunicativo. En aquella oportunidad, se apeló a las afirmaciones de Jorge Frascara: “El diseñador, a diferencia del artista, no es normalmente la fuente de los mensajes que comunica, sino su intérprete”; “Diseñar es una actividad abstracta que implica programar, proyectar, traducir lo invisible en visible, comunicar”. Cultura, inteligencia, creatividad, eficiencia fueron consideradas propiedades de la matriz del proyecto de diseño, cuyas estrategias fueron analizadas en los artículos de este número, desde diferentes ángulos de abordaje y campos de aplicación. Sobre la matriz generativa del proyecto, el artículo de Mihaela Radulescu, “El Proyecto de Diseño” indicó: “Crear para comunicar: las decisiones deben tener en cuenta tanto las posibilidades expresivas como las comunicativas que los signos pueden actualizar. Del concepto a la selección y al procesamiento de los referentes, para seguir con

la composición y la evaluación de los efectos de representación, significación e implicación para el observador: este recorrido es la base para tomar y aplicar decisiones creativas y comunicativas para la realización de un proyecto que implica por tanto el estudio de la situación de comunicación, de la situación de producción, la investigación conceptual y de recursos y el diseño de una estrategia comunicativa a partir de la cual se da inicio a la estrategia creativa y al proceso creativo”. El artículo “El diseño de narrativas transmedia en el marco de un proyecto comunicativo integral” de Milagro Farfán analizó la realización del proyecto “El diseño transmedia en el proyecto LIMA DE ADENTRO, LIMA DE AFUERA”, resaltando las particularidades del enfoque transmediático en las redes de comunicación y sus consecuencias en el desarrollo y el funcionamiento de un proyecto de diseño: “las nuevas tecnologías de la información y los nuevos fenómenos de recepción de públicos trazan un panorama participativo donde la interacción con los productos culturales ha cambiado

de un estado pasivo y controlado a otro activo y expansivo, generando consumidores que procesan la información y generan nuevos contenidos gracias a las posibilidades de la digitalización y la aplicación del reciclaje informativo. Es un panorama que plantea un nuevo tipo de usuario de la información denominado 'prosumidor', es decir productor y al mismo tiempo consumidor de información. En el artículo "El proyecto editorial: el libro y sus nuevos horizontes" Rosa Gonzales enfocó los cambios que el libro ha experimentado en este nuevo milenio: "El libro contemporáneo busca la complejidad del impacto y de la lectura en el observador a partir del objeto mismo, planteando una realización expresiva del libro en una cultura visual que se significa y muestra como una cultura de la integración de

recursos, de la fusión en lo perceptivo de la información y de las emociones propias de un punto de vista subjetivo". "El diseño de moda. Un proyecto social", artículo escrito en colaboración por Edward Venero y Mihaela Radulescu enfocó el fenómeno de las manifestaciones híbridas en el diseño de moda en América Latina por lo general y en el Perú en particular en el contexto de la voluntad de de-colonización del imaginario de las formas culturales: "En América Latina, la moda es un fenómeno emergente, pero con un gran ritmo de desarrollo, que implica las funciones de representación y significación étnica-nacional. El tradicional sincretismo cultural y los actuales rasgos de cultura híbrida, en el sentido que el crítico Néstor García Canclini le asigna al fenómeno de la actual hibridación cultural en América



Autores Tilsa Crousse y Maricielo Lopez. Curso de Diseño Editorial, 2017.



Autor Angie Luz Cortéz. Curso de Proyectos Integrales 1, 2017.

Latina, trazan un marco favorable para el rescate, la valoración y el desarrollo de los actuales modos de pensar/ser/expresar/producir de las diferentes culturas nacionales. Es el marco necesario para oponerse a la colonización del imaginario desde la expresión y la producción de los objetos del vestir, creados con saberes y lenguajes que representen la visión del mundo de la gente de cada una de sus culturas". En "Proceso textil. Identidad detrás de la prenda" Claudia Valenzuela analizó y ejemplificó la importancia de incluir en los proyectos de diseño los colores que se obtienen de plantas como el índigo, la raíz de ratania, el molle, el nogal, para las fibras de alpaca o algodón: "La indumentaria ha constituido a través de la historia una innegable marca de identidad y de pertenencia a un grupo social o étnico; es un elemento básico para la supervivencia. En la

vestimenta, a través de los colores y las formas, se impregna nuestra manera de pensar y de sentir nuestra historia. Son las diferentes culturas las que van a dar manifiesto de ello". En "Arte vs. Diseño. Cuando lo que importa es el resultado" Martín Rázuri reflexionó sobre los vínculos entre el arte y el diseño en el marco de un proyecto: "El diseño debe estar alineado a la evolución de los tiempos, adaptado a las nuevas tecnologías, a los nuevos materiales y las nuevas necesidades. Nuestra premisa es el raciocinio. El arte es nuestra herramienta." El número 6 presentó también varios proyectos de aula, evidenciando las líneas de acción formativa de la especialidad para los proyectos de diseño: **Proyectos de diseño para la inclusión y el desarrollo sostenible** ("El portal en Internet de la Agencia de Ideas Mírame- 'El diseño de un mundo inclusivo'" de Sandra Bigio del Programa de Titulación; "Desarrollo de identificadores gráficos para la comunidad de San José de Moro-La Libertad" del curso "Comunicación Corporativa 1"; Proyecto Chotuna-Chornancap" del curso "Comunicación Corporativa 2"; "Stand 'Campus Sostenible PUCP'" del curso "Perfeccionamiento Bajo Tutoría 1"); **Proyectos de expresión y difusión de la identidad peruana** ("Video retratos de diseñadores peruanos de moda" del curso "Proyectos Estratégicos"; "Identificadores semánticos en el diseño textil" del curso "Perfeccionamiento Bajo Tutoría en Diseño Gráfico 2"; "IntegraTextil: arte y diseño de textiles peruanos" del curso "Teoría y Práctica de la Imagen de Marca"; "Investiga, Crea, Reinventa" de Montserrat Bofi, Ivanna Flores, Mario Rosales, Melissa Siles y Mariana Zumarán; "Historias al Cubo" de Regina Dávila en el Programa de Titulación); **Proyectos de difusión de los derechos humanos** ("Afiches del Encuentro de Derechos Humanos 'Para Recordar: Educación y Memoria'" del curso "Tipografía y Diagramación"; "Afiches de 'Camino de la Libertad para Jóvenes'" del curso "Diseño Editorial"); **Proyectos de Marca** ("La creación del estudio-taller de diseño gráfico 'Universo 17'" de Judit Zanelli, en el Programa de Titulación; "El proyecto de difusión de la EcoFeria" del curso "Teoría y Práctica de la Imagen de Marca"); **Proyectos de innovación editorial** ("El libro-objeto" del curso "Proyectos Estratégicos"; "El álbum ilustrado" del curso "Perfeccionamiento Bajo Tutoría en Diseño Gráfico 1"; "Libros de mesa o table books" del curso



Autor Naomi Tamamoto. Curso de Proyectos Integrales 1, 2017.

“Comunicación Editorial”); **Proyectos de integración diseño-arte-tecnología** (“Video diseño en stop-motion” del curso “Semiótica 1”); **Proyectos de diseño de espacios** (“Proyectos de diseño de señalética para la Universidad Nacional Mayor de San Marcos” del curso “Perfeccionamiento Bajo Tutoría 1”). Se presentaron también los proyectos realizados de eventos de difusión del diseño: El Coloquio de Estudiantes de Diseño Gráfico PUCP, La Jornada de Video Diseño PUCP, El Concurso Video Móvil, Por una cultura del diseño de moda: Cusco Always in Fashion, edición 2013. Son proyectos destinados a fomentar 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. Junto con los proyectos didácticos y proyectos de interacción con la comunidad fueron presentados los proyectos de investigación que participaron en INVESTIGA PUCP 2013: “Creación e Implementación del Centro Virtual del Laboratorio de Investigaciones y Aplicaciones de Semiótica Visual PUCP”, “El arte como acción social”, “Diseño de la identidad en los textiles peruanos. Un enfoque semiótico aplicado a la generación de valores culturales en la producción textil en el Perú”, “Moda e identidad”, “La narrativa transmedia en el diseño de estrategias comunicativas”, “Video Diseño”, que desarrollaron los componentes de investigación del proyecto de diseño.

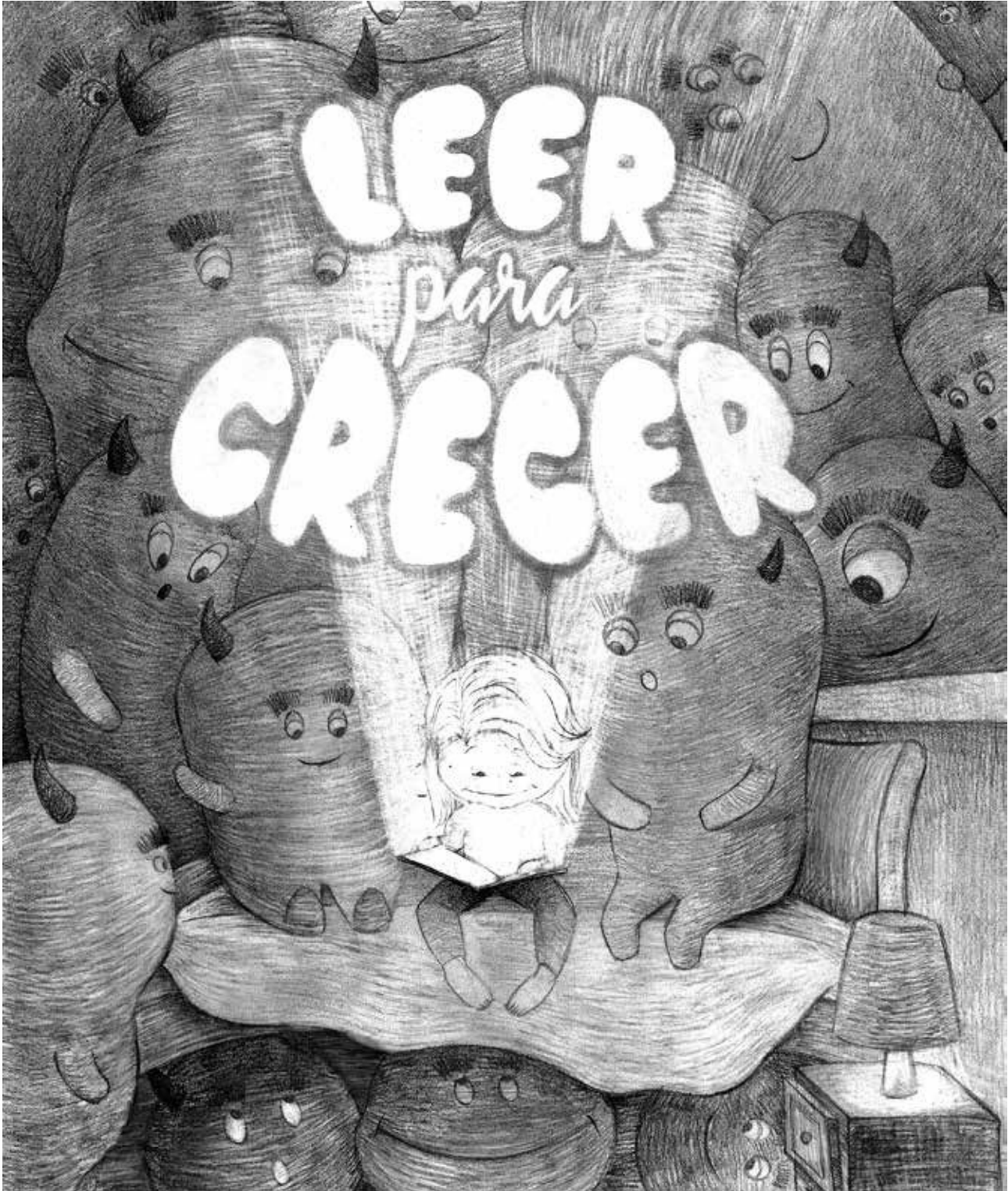
El proyecto de diseño es el eje en torno al cual se organizan las competencias del diseñador en la Especialidad de Diseño Gráfico. En consecuencia su presencia es constante en los 10 años de la revista, desde el número 1, con el artículo “Diseño en el contexto: lineamientos estratégicos” de Mihaela Radulescu que enfocaba la principal interacción del proyecto que debe ser prevista desde el inicio; además se informaba del proyecto realizado del Primer Coloquio de Estudiantes de Diseño Gráfico PUCP. Los siguientes números expusieron año tras año los proyectos de aula, los proyectos de interacción con la comunidad y los proyectos de investigación participes en los proyectos de diseño, ejemplificando parámetros, etapas, estrategias, recursos, en un enfoque didáctico-profesional. Varios artículos desarrolla-

ron el tema: entre ellos, “Diseño andino, un proyecto cultural”(MG3) y “Diseño de espacios educacionales: El Proyecto Tinky” (MG4) de Felipe Cortázar; “La re-semantización de vestuario en la moda urbana de Lima. Proyectos de diseño de autor” (MG7) de Edward Venero.

2017 llevó adelante el enfoque didáctico- profesional del proyecto de diseño como matriz para la generación de competencias: los proyectos siguieron las líneas de acción que venían desarrollándose, diversificando sus campos y alcances. Los proyectos de difusión de valores para la joven generación ocuparon un lugar especial. Ejemplos ilustrativos son los afiches del proyecto “Leer para crecer” realizados en el curso de “Proyectos Integrales 1” y los afiches de responsabilidad social en el curso de “Diseño Editorial”.



Autor María Laura Caballero. Curso de Proyectos Integrales 1, 2017.



Autor Miguel Angel de la Cruz. Curso de Proyectos Integrales 1, 2017.



Autores Masiel Madueño y Erick Lopez. Curso de Diseño Editorial, 2017.