



FACULTAD DE
ARTES Y
HUMANIDADES



maestría en
diseño
+ creación interactiva



CARACTERIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO DEL DISEÑO DE COMUNICACIÓN (GRÁFICO / VISUAL) Y SU RELACIÓN CON LAS DIFERENTES DIMENSIONES DE APLICACIÓN: EMPÍRICA, PROFESIONAL Y ACADÉMICA

Autor: Mario Fernando Uribe Orozco

Resumen:

En el planteamiento, se pueden apreciar tres elementos principales: “(...) la generación organizada de mensajes gráfico/visuales (...)”, “(...)el clarificar el oficio de diseñar y la responsabilidad involucrada en el proceso de generar mensajes (...)”; estos componentes deben ser resueltos para otorgar las claridades necesarias para la resolución de otras problemáticas, como “El proceso y la metodología de diseño”, “la forma como vehículo de comunicación” y así poder describir o no, la existencia de un objeto de estudio común en el Diseño de Comunicación. Los esfuerzos por la consolidación del campo, desde la dimensión práctica, académica y por qué no, desde la dimensión empírica, han brindado aportes para el reconocimiento del Diseño de Comunicación; éstos deben afianzarse como los antecedentes para cimentar la presente Propuesta que plantea la discusión sobre el “Objeto de Estudio” del Diseño de Comunicación. Se pretende develar las razones por las cuales es necesario entender y reconocer si existe o no un objeto común o por el contrario una multiplicidad de objetos que particularizan el campo de estudio; también es necesario entender que la academia tiene la obligación de reconocer el estado del arte en cuestión, y a partir de esto posibilitar nuevos estudios que nutran y faciliten el desarrollo del Diseño, además, que provean de cuerpos teóricos claros y apuestas epistémicas consistentes para su real consolidación.

Palabras Clave: Comunicación, responsabilidad y resolución.