

Año VIII N° 11
 © Universidad San Ignacio de Loyola
 Carrera de Arte y Diseño Empresarial
 Título del documento: Zoo, Año 8, N° 11



Director

Dr. Rafael Vivanco

Comité Editorial

Mgr. José Luis Príncipe
 Mgr. Leila Munive

Traducción

Mgr. Alonso Ruiz Gonzalez Ilas

Fotografías

Mgr. Christopher Carrasco / portada y contraportada

Artículos

Mgr. Soffía Pinto
 Mgr. Juan Pablo Aponte
 Mgr. Susana Arias
 Mgr. Nicanor Wong
 Mgr. Tania Valle
 Mgr. Liliana Barreto
 Amira Apolaya / Nicolý Peralta / Camila Portocarrero / Ximena Ramírez

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional
 del Perú N° 2012-06308
 ISSN 2227-989X

Universidad San Ignacio de Loyola
 Av. La Fontana 550, La Molina. Lima, Perú
 T. 317 1000 Anexo 3251

Investigo, luego diseño

El Diseño ha sido históricamente percibido como una disciplina eminentemente práctica, enfocada en la resolución de problemas visuales y la comunicación efectiva a través de recursos tales como la fotografía, la ilustración, el ícono, el símbolo, la tipografía, etc. Sin embargo, en las últimas décadas, ha emergido un cambio de paradigma que posiciona a la investigación como un componente esencial en el desarrollo de la disciplina. La investigación aplicada no solo enriquece su práctica profesional, sino que también promueve la innovación, eleva sus estándares y permite explorar su impacto cultural, social y económico.

En el ámbito académico, la investigación en Diseño abarca una variedad de enfoques. Desde el análisis teórico de la estética visual hasta los estudios de usabilidad y accesibilidad, los investigadores profundizan en la epistemología que sustenta la creación visual. Esta investigación no solo permite comprender mejor los principios del Diseño, sino que también abre la puerta a nuevas metodologías y técnicas que la transforman en una disciplina más robusta y adaptable a los desafíos contemporáneos.

Como herramienta de comunicación, el Diseño está intrínsecamente ligado a la sociedad, a la cultura, al mercado, etc. Hacer investigación en tales asuntos es crucial para permitir a los diseñadores una oportuna comprensión de los problemas a tratar, a fin de llegar a la construcción de productos visuales que tengan un impacto

significativo en sus públicos objetivos. Esto es particularmente relevante en un mundo en el que la comunicación visual es omnipresente, desde las redes sociales hasta las estrategias de branding corporativo. Los diseñadores no solo crean estética, sino que también juegan un rol crucial en la creación de narrativas y en la construcción de identidades visuales.

Asimismo, la investigación en Diseño es fundamental para la integración de la tecnología en el proceso creativo. Hoy en día, los avances tecnológicos (como la inteligencia artificial, el diseño interactivo, la realidad aumentada, etc.) ofrecen nuevas posibilidades para los diseñadores. Sin embargo, la comprensión de su integración efectiva en la práctica del Diseño requiere un enfoque riguroso de investigación que evalúe tanto las oportunidades como las implicaciones éticas y sociales de su uso.

En el marco de un mundo globalizado, cambiante y condicionado por grandes flujos de información, donde las fronteras entre lo digital y lo físico se difuminan y la comunicación visual juega un papel preponderante, es crucial que los diseñadores se comprometan con la investigación y el ejercicio del espíritu crítico. Solo así podrán estar preparados para liderar los próximos avances en la comunicación visual y continuar con el posicionamiento de la disciplina como un eje central en la sociedad contemporánea.

*José Luis Príncipe
 Comité Editorial*

