

Editorial

El ícono (*eikōn* desde la romanización del griego), refiere a la obra de arte en el pensamiento cristiano oriental, sin embargo son muchos los autores que desde diferentes perspectivas convergen en su significado y en general respecto a la representación de la realidad por medio de la imitación.

Sin tener en cuenta algún vínculo de tipo ideológico al que pueda llevar este concepto, a esta revista le compete es la investigación en el campo de la comunicación, la publicidad y el diseño. Es necesario advertir al lector que hay algo en el que estas tres disciplinas o campos de conocimiento concurren constantemente y es el hecho de trabajar lo iconográfico y lo iconológico como elementos de contexto a la hora de comunicar o transmitir diferentes mensajes, es ahí donde el concepto de *eikōn* toma relevancia a nivel social y cultural.

Es así como la identificación y descripción de las imágenes e historias que afectan la sociedad, ya sean creadas, reproducidas o performadas, corresponden a un análisis iconográfico aprehensión por medio de la investigación del contexto histórico, cultural y social; respecto a diferentes épocas, clases sociales o distintos tipos de creencias e ideologías que se encuentran en las representaciones por medio de cualquier obra observada por un espectador y entendida en lo humano, corresponde al análisis iconológico.

La revista e-ikon conjuga estos y otros conceptos en sus diferentes artículos publicados como una forma de entender, interpretar, pensar o sencillamente comunicar las miradas que hacen sus autores desde los campos disciplinares propuestos e investigados como aporte a la comunidad académica.

Su interés radica en la publicación de productos resultados de investigaciones desde una perspectiva analítica, interpretativa, sistemática o crítica, que integran resultados originales de una investigación en procesos que conforman un sistema productivo de bienes y servicios, que dan solución a problemas de información y comunicación, así mismo, permitiendo formular posibles soluciones a problemas relacionados con la imagen, el diseño, la publicidad y la comunicación, partiendo de las nuevas técnicas y herramientas que proveen las TIC, atendiendo las nuevas tendencias del mercadeo, su construcción, producción multimedia y transmedia; y desde cada una de sus áreas su responsabilidad y ética profesional como elemento fundamental socio-humanístico.

De esta manera se busca promover la inter y transdisciplinariedad, así como la difusión y la transferencia de conocimientos en las áreas mencionadas. Por lo tanto, la revista e-ikon es congruente con los objetivos institucionales de la EAM, en el cual se plantea: “Propiciar espacios para el análisis de los problemas sociales y de los grandes y actuales acontecimientos nacionales y mundiales, para la confrontación de ideas, para la sana crítica

y la respetuosa opinión, todo ello dentro del marco de la libertad del pensamiento y del pluralismo ideológico”.

Arlex Darwin Cuellar Rodríguez
Editorialista Invitado