



Nombre de alumno: Celeste Díaz Bermúdez

Nombre del profesor: Maria del Carmen Cordero Gordillo

Nombre del trabajo: Tesis, La mujer en el diseño

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Taller de Elaboración de Tesis

Grado: 9°

Grupo: u

Dedicatoria

Índice

Introducción

Capítulo I

Protocolo de Investigación

1.1- Planteamiento

Si damos una mirada a nuestro pasado como humanidad, podemos ver que la comunicación visual ha significado una importante herramienta a través del tiempo, evolucionando constantemente hasta llegar a ser lo que es el día de hoy. Encontramos que su presencia perdurable se ha forjado una permanencia e importancia a gran escala; teniendo presencia en cada ícono y signo que utilizamos diariamente de una forma tan natural que simplemente no pensamos en ellos como el trabajo de distintas personas a través de los años, gente que desempeñó por mucho tiempo estudios en la propia humanidad y sus reacciones aparentes o no a los productos que creaban.

Hablamos de tipografías, envases, carteles, señalamientos, la forma de una silla o un librero, el modo en que un documento o un libro están presentados. Mucha gente está detrás de cada decisión, teoría y técnica que hoy día siguen siendo implementados y reinventados para el alcance de distintas metas publicitarias o artísticas que nos rodean a donde quiera que vamos.

La evolución del diseño y el arte, así como los personajes que impulsaron estos cambios son bien reconocidos y aclamados dentro de su materia... pero es innegable que el gran trabajo y progreso de muchas mujeres en el diseño ha sido pobremente expuesto en los medios, pasando por alto cambios que han impactado enormemente en las distintas iconografías, estilos y técnicas que son ampliamente utilizados a día de hoy.

No es un secreto que los esfuerzos y creaciones que la mujer ha aportado en el diseño y muchas otras disciplinas son pasados por alto, erróneamente adjudicados a sus compañeros o escondidos tras alias masculinos o los

nombres de sus padres y esposos para la protección de su creadora, su libertad y su seguridad.

El primer ejemplo en el que puedo pensar, en el mismísimo rubro del arte visual, es Artemisia Gentileschi. Una pintora italiana del siglo XVII de gran importancia y desgraciadamente poco reconocida, a pesar de la gran progresividad de su técnica y dibujo. Muy entregada al estilo barroco en el auge pleno del Renacimiento, adepta a la representación de escenas históricas y religiosas; Artemisia tomó parte del arte desde joven y, con la guía de su padre Orazio, pronto sobresalió grandemente entre sus compañeros pintores.

Sin embargo, la joven artista sufriría muy a pesar del apoyo de su familia, pasando por una violación a los 19 años, sometida más tarde a un juicio injusto y exámenes ginecológicos humillantes que darían como resultado un solo año de prisión a su agresor.

El trabajo artístico de Gentileschi cambiaría completamente tras este suceso, sus pinturas volviéndose más oscuras y violentas, casi un grito por venganza. Tras siglos de olvido y engaño, hoy día es por fin reconocida como una influyente pintora del movimiento Barroco, la primera en su rubro, y un ícono feminista importante.

Actualmente, esta es una problemática que se ha reducido, permitiendo que la mujer sea libre de crear en forma digna y con el debido crédito; se nota la falta de cobertura y reconocimiento otorgados a ellas, y aún hay una falta enorme del renombre debido a aquellas que pasaron a la historia sin ser celebradas como los famosos diseñadores que son rememorados como quienes hicieron el cambio y construyeron el camino.

Deseo entonces realizar un trabajo que pueda representar y apreciar varios de los cambios y tendencias que mujeres alrededor del mundo y a través de los

años han aportado al diseño, quiero conocer más de ellas, aprender y sorprenderme al saber que cosas en las que nunca me había detenido a ver desde un enfoque como diseñadora y que cumplieron su propósito al servir de forma amigable e intuitiva, fueron ideados por mujeres que siguieron una pasión y un trabajo increíblemente desagradecido con su esfuerzo e invaluable efecto en la modernidad del diseño.

Traer a la superficie estas joyas escondidas en un ambiente tan abrumado por la visión masculina es esencial para el quiebre de barreras que, al ignorar las grandes aportaciones femeninas, también hace rehuir a futuras diseñadoras de este trabajo.

1.2- Preguntas de Investigación

- ¿Quiénes son algunas de las mujeres que más han destacado en el diseño y arte?
- ¿Qué objetos y elementos del diseño provienen del trabajo femenino?
- ¿Qué aportaciones femeninas al diseño prevalecen a día de hoy?
- ¿Por qué es tan poco reconocido el trabajo de la mujer en estos medios?
- ¿Cómo este reconocimiento ha cambiado desde el inicio del diseño y el arte hasta el día de hoy?
- ¿Quiénes son las mujeres que son más reconocidas, de qué forma lo son y por qué?

1.3- Objetivos

1.3.1- Objetivo general

- Identificar y exponer a las mujeres que más han destacado en el diseño y arte a través de la historia.

1.3.2- Objetivos específicos

- Mostrar los objetos y elementos del diseño que provienen del trabajo femenino.
- Identificar las aportaciones femeninas al diseño y arte que prevalecen a día de hoy.
- Deducir las razones por las que el trabajo de la mujer es tan poco reconocido en estos medios.
- Comparar el cambio que ha habido en el reconocimiento de la mujer desde el inicio del diseño y el arte hasta el día de hoy.
- Identificar a las mujeres que han sido más reconocidas dentro del diseño y el arte, definir el tipo de reconocimiento que poseen y examinar el por qué son reconocidas de este modo.

1.4- Justificación

La siguiente investigación está dedicada al trabajo de diseño y arte de la mujer, el cual es frecuentemente eclipsado por proyectos y personalidades masculinas, que siempre han podido aprovechar más los medios para su reconocimiento.

Es innegable que a través de los años, el ingenio y los talentos femeninos dentro del diseño han tenido una influencia importante en él, esto lo conocemos más hoy día gracias a las investigaciones y la divulgación global que el mundo moderno ofrece. Sin embargo, aunque la brecha que ocultaba enormemente las aportaciones de la mujer se ha reducido, es aparente de forma plena que esta sigue bastante falta de reconocimiento, especialmente de uno popular.

He pasado poco más de 10 años bastante inmersa en el mundo del arte y el diseño, motivada a aprender y conocer sobre las personas que han dejado una huella grande en este mundo con habilidades y visiones brillantes de su propio entorno; personas que desarrollaron técnicas, símbolos y herramientas para la expresión visual, así como piezas interesantes y bien articuladas.

Pero a pesar del tiempo que estas disciplinas y escuelas han formado una parte importante de mi vida diaria, al grado en que he perseguido una carrera en su rubro; me es complicado pensar en diseñadoras y artistas con la misma facilidad con la que recuerdo el trabajo de sus compañeros. Cosa que ha reverberado en mi propia persona y en lo que me mueve a crear.

No es un secreto que este como tantos otros medios han tenido su atención en la visión y representación masculina, de su forma y sus deseos.

A nivel profesional, por mucho tiempo fue evidentemente más accesible y fácil para un hombre el darse renombre y reconocimiento en muchas áreas científicas, filosóficas y por supuesto artísticas. Cosa que si bien, no detuvo a muchas mujeres importantes de mostrarse capaces de las mismas

aspiraciones; las ha robado de tener un público y formarse como figuras clásicas e icónicas.

No obstante, es cierto también que algunas mujeres han logrado pasar por estos obstáculos y volverse bastante conocidas para la persona promedio. Con esto en cuenta, ahora; algo que llega a destacar más para mí sobre este hecho, es la forma en que he podido observar que estas mujeres son reconocidas, que sí bien han podido hacerse un hueco en el ojo popular de la fama artística, muchas veces este crédito viene acompañado de incredulidad y críticas fuertes que van más allá de su estilo y trabajo.

No es extraño ver sus piezas y dirección artística demeritadas por sus amoríos, sus visiones y técnicas extravagantes y liberales que se ven bien recibidas cuando sus contrapartes masculinas son quienes las usan; y tampoco es raro que mujeres que figuran con cierta fama tengan una relación con hombres que también han encontrado la fama diseñando y pintando.

Por las razones anteriormente estipuladas, me he encontrado con un deseo grande de investigar y conocer a estas mujeres; no sólo mostrando su trabajo sino valorándolo de una forma digna.

Me parece necesario entonces reclamar el medio, buscar y exponer a las mujeres que crean e impactan hoy por hoy el diseño, así como aquellas que en su momento lo hicieron y en la actualidad son conocidas por tan pocos.

Es primordial deconstruir la idea de que el ver una predominancia importante del trabajo masculino es normal. Mostrar el trabajo femenino de forma íntegra, reconocer el impacto que han tenido y el modo en que formaron el hoy es un paso importante en muchos sentidos.

Es mi ilusión que con esta investigación sea capaz de honrar el trabajo y lucha de expresión de la mujer y acreditar su esfuerzo de una forma merecedora y debida. Esperando incitar al respeto y la equidad, para inspirar a otras niñas y mujeres que, como yo, quizás han tenido dudas y miedos sobre si podrían encontrar el éxito y realizar una labor importante en el diseño y el arte; animándolas a buscarse un lugar en este medio.

1.5- Hipótesis

Frida Kahlo y Remedios Varo son de las figuras femeninas que, especialmente en la escena artística surrealista mexicana, han tenido mayor reconocimiento popular.

El trabajo y estilo de diseño de Corita Kent es también celebrado a día de hoy.

1.5.1- Variable independiente: figuras femeninas, escena artística y de diseño, reconocimiento, celebración.

1.5.2- Variable dependiente: Frida Kahlo, Remedios Varo, Corita Kent, escena surrealista mexicana.

1.6- Metodología

Este trabajo está desarrollado bajo el método de investigación. En palabras de Roberto Hernández Sampieri, comprendemos a la investigación como un “conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema”.

Dentro del contexto de investigación, encontramos que la metodología a utilizar en la ampliación del trabajo puede suceder en una extensa variedad de métodos de investigación. Para la particular constitución de las fuentes y problemas a los que se decanta este trabajo, haré uso del método Analítico y Deductivo. El método analítico según Lerner Matiz se describe como la “Manera de proceder mediante la descomposición buscar acceder al conocimiento de un objeto o asunto cualquiera; se entiende entonces como una forma particular del método científico, y lo aplican sobre todo aquellas disciplinas que se ocupan de objetos fundamentalmente simbólicos, entre otras, como las matemáticas, la lingüística y la psicología.”

El trabajo y la creación del mismo presentan una tarea analítica pues, a partir de distintas fuentes establecidas y temáticas que se interceptan entre sí dentro de la naturaleza del problema, es necesario encontrar, estudiar y comprender cada parte de ellos para llegar a una conclusión adecuada.

Mientras tanto, también se entiende como un carácter deductivo, pues como señala Hernández Sampieri, es un método “que comienza con la teoría, y de ésta se derivan expresiones lógicas denominadas “hipótesis” que el investigador somete a prueba. (...) las hipótesis se contrastan con la realidad para aceptarse o rechazarse en un contexto determinado”.

En el caso del presente trabajo, durante los distintos análisis de ideas y razones de variados autores, encontramos a qué punto la hipótesis ya establecida en un

inicio ha sido capaz de probarse como real y tangible en la problemática estipulada.

Por estas razones, también recalcamos que este proyecto lleva una investigación de tipo documental, en la cual, de forma particular para este trabajo en especial, toda la información recabada es consultada a través de libros electrónicos, blogs en internet y distintos artículos y ensayos escaneados y publicados en bibliotecas electrónicas.

Dentro del enfoque metodológico encontramos que el siguiente trabajo se basa en un enfoque cualitativo. Hernández Sampieri indica que el enfoque cualitativo “puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo “visible”, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos.

Es naturalista (porque estudia los fenómenos y seres vivos en sus contextos o ambientes naturales y en su cotidianidad) e interpretativo (pues intenta encontrar sentido a los fenómenos en función de los significados que las personas les otorgan)”.

Por tanto, al tomar en cuenta los anteriores puntos y el seguimiento que esta investigación poseerá, podemos concluir mismamente que, la técnica a utilizar a lo largo de la misma es Secundaria, que contienen información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que refiere a documentos primarios originales. Pues toda la información recabada es obtenida por medios ya publicados y estudiados por autores e investigadores pasados, haciendo uso de distintas bibliotecas y fuentes ya existentes, sin un acercamiento presencial y directo a un público.

Capítulo II

Origen y Evolución

2.1- El diseño gráfico a través del tiempo

Es complicado marcar un inicio certero en la historia del diseño gráfico. Su constante pero lenta evolución y precedentes diversos hacen que no haya exactitud al apuntar en dónde se separó de su hermano el arte y si sus antepasados caóticos pueden ser considerados trabajos de diseño.

Las primeras instancias de cualquier comunicación visual se remontan a los murales rústicos de las cavernas, avanzando hasta la escritura sumeria, con carácter cuneiformes tallados en piedra. La imprenta de origen chino, que utilizaba bloques de madera tallados y pergamino para la reproducción de escritos y más adelante imágenes, es también un personaje recurrente en estos antecedentes. Es igualmente observable durante la época medieval el uso de caligrafías e intrincados arabescos; la creación de escudos heráldicos, cárteles para negocios, entre otros.

La aparición de la imprenta de tipos móviles de Gutenberg marcó una importante diferencia en muchos sentidos, logrando masificar información y obras escritas en poco tiempo. A partir de este invento, la publicidad impresa comenzó a tomar importancia, encontrándonos con las primeras señales de creación de logos y carteles a lo largo del siglo XV al XVII.

La creación de la cromolitografía alrededor del año 1837 traería consigo más instancias de redescubrimiento y reinvención; aunque en su mayoría era más utilizado para arte y decoración, no cabe duda que promovió un cambio en la publicidad. Todo esto impulsado incluso más con la llegada de la Revolución Industrial y la creciente masificación de productos que, al comenzar a verse afectados por nuevos competidores, se veían en la necesidad de volverse reconocibles entre los demás productos.

Así las etiquetas y anuncios comenzaron a tomar un papel esencial durante este crecimiento capitalista.

Sin embargo, estos trabajos eran faltos de estilo y atención; no vieron una estructuración y cuidado al orden que tanto caracteriza al diseño gráfico de hoy día. Por lo que son consideradas obras más artísticas y artesanales.

En un sentido amplio, entonces; el nacimiento del diseño gráfico es marcado por muchos en un punto avanzado de la era victoriana, durante la segunda mitad del siglo XIX. En el libro Principios del Diseño Decorativo (1873) escrito por Christopher Dresser (1834-1904), considerado el padre del diseño industrial moderno, describe el proceso de diseño que cambiaría y evolucionaría más adelante, encontrándonos así con las primeras instancias de relación entre estética y funcionalidad que serían la base del diseño gráfico naciente.

De los primeros estilos que fueron ampliamente usados en cartelería, arquitectura y otros trabajos inspirados, el Art Nouveau vio su nacimiento y desarrollo entre 1890 y 1910; acompañando un gran cambio en la creación de productos visuales con sus enfoques naturales y curvilíneos.

Fue en esta época que la primera agencia de diseño fue fundada en 1903, trayendo consigo una gran influencia y estándares que prepararon el camino para futuras agrupaciones, así como los esbozos de estilos artísticos como el cubismo: “La Wiener Werkstätte (Taller de Viena) fue la primera organización de artistas visuales, pintores, arquitectos e iniciados en diseño gráfico”. (Ellis, 2018)

Sería en 1919 que la Bauhaus aparecería en Weimar, Alemania. Esta agencia fue un gran impulso para la popularización del estilo modernista; con su ideal principal en el formar trabajos perfectos con un uso óptimo de las formas, es una figura bastante destacada en la historia del diseño.

La Bauhaus se mostraba progresiva al admitir mujeres en sus clases, pero estas siempre eran motivadas a quedarse en los talleres de tejido y desistir de los medios donde la presencia masculina dominaba, como la pintura, arquitectura y tipografía.

La única figura femenina reconocida como Diseñadora Gráfica, que asistió a esta escuela, fue Söre Popitz (1896-1993).

El término “Diseño Gráfico” aparecería por primera vez en el artículo escrito por William Addison Dwiggins en Agosto de 1922 “*New Kind of Printing Calls for New Design*”. Describiendo así el trabajo que realizaba al estructurar y manejar los elementos visuales en libros; al igual que la labor de otros diseñadores.

Finalmente, a partir de 1950, el mundo comenzó a avanzar paulatinamente a la era digital que vivimos en la actualidad. La masificación y facilitado acceso a computadoras y medios digitales abrió las puertas a nuevos estilos artísticos y programas que permiten métodos interesantes y nuevos de creación.

Adobe Photoshop tuvo su primer lanzamiento en 1990, iniciando una nueva subcategoría dentro del diseño al mezclar elementos de la edición fotográfica, ilustración y CGI en un solo medio.

Se ha visto igualmente una serie de innovaciones importantes en *Branding*, con marcas como MTV haciendo cambios feroces y llamativos en su logo a modo temático en varias de sus plataformas, atrayendo la atención a estilos más simplistas de colores sólidos y figuras caricaturescas.

Así, el diseño y su modo de comunicar han avanzado junto al humano, sirviéndole en varios aspectos y mostrándose indispensable en muchos rubros de la vida diaria y la historia.

2.2- La mujer en el diseño gráfico

La mujer como sujeto de la historia en general es un tema de interés y estudio relativamente joven, investigado tan sólo hasta la aparición de historiadores feministas en, más o menos, la última mitad de siglo. En la indagación de estos sucesos y personajes olvidados, hay una gran red de tópicos y vivencias que conforman al problema.

El diseño gráfico no siempre ha tenido la mejor reputación en igualdad de género. Es una industria que por tradición está masculinamente dominada, y la mayoría de diseñadores reconocidos y celebrados en libros y artículos son hombres. Sin embargo, la mujer ha jugado un papel igualmente importante al formar el diseño gráfico a lo que es actualmente. (Fussell, 2018).

Hoy por hoy, sabemos que a pesar de los obstáculos puestos en su contra, muchas mujeres han creado significativas obras en lo que era, y hasta cierto punto sigue siendo, un área de diseño dominada por hombres.

En el pasado, muy constantemente el trabajo de las diseñadoras ha sido pasado por alto en la literatura de diseño, además de lamentablemente poco representado en exhibiciones y colecciones en museos. (Fiell, 2019).

En el campo de la historia del arte, el enfoque caucásico occidental masculino, inconscientemente aceptado como el punto de vista del historiador; puede y ha probado ser meramente inadecuado, no sólo en aspectos morales y éticos, o porque es elitista, sino también en rubros puramente intelectuales. (Nochlin, 1971).

Las Fiell, madre e hija; al igual que la autora Linda Nochlin, tuvieron un impacto importante al traer atención a esta problemática, dando voz a sus fundamentos y proclamando las diferencias evidentes entre la visibilidad masculina y la femenina dentro de los campos del arte y el diseño.

Mientras que las tres dedicaron buena parte de su obra a la identificación y compilación de nombres y obras importantes de mujeres olvidadas por la historia. Nochlin hizo énfasis interesantes en la interseccionalidad que rodea al arte que es visto y popularizado dentro del gran contexto social y cultural, sabiendo que, si bien en general la vista siempre se enfoca en el hombre, no se enfoca en todo hombre; así como no discrimina a toda mujer de la misma forma.

La raza y las clases sociales juegan un papel igual de importante dentro de la invisibilización en los medios y el modo en que se cuentan los hechos.

La primera generación de mujeres artistas y críticos reconocieron que la mujer era poco representada en exhibiciones y galerías, y más importante, la experiencia femenina era no sólo invalidada sino nunca discutida en el arte convencional (Gouma-Peterson y Mathews 1987).

La omisión es uno de los mecanismos con los que las bellas artes rectifican los valores y creencias de los poderosos y suprimen la experiencia de los otros. (An anti-catalogue, 1977).

La forma en que la historia del arte ha sido estudiada y evaluada no es ejecutada de forma neutralmente “objetiva”, sino practicada de manera ideológica. La relación de la mujer con las estructuras artísticas y sociales ha sido diferente a la de los hombres artistas. (Pollock y Parker, 1981).

En parte, la omisión de la mujer en la historia del diseño tiene que ver con el énfasis que los historiadores han dado a la imprenta en relación con las raíces del diseño gráfico. Al hacer esto, remueven al diseño de su contexto cultural, por lo que tienden a ignorar o des-enfatizar el impacto de la industria publicitaria y las nuevas teorías del arte y la educación en la comunicación visual. (Thomson, 1994).

Por su parte, Griselda Pollock y Rozsika Parker buscan más allá de sólo traer a la luz los nombres de aquellas mujeres artistas que vivieron y trabajaron las distintas técnicas de creación visual. Estas autoras trajeron un panorama diferente, sosteniendo que el querer hacer encajar a estas mujeres en el contexto de grandeza artística que fue elaborado para enmarcar a los hombres y sus obras era simplemente erróneo e imposible.

El trabajo femenino no puede ser comparado con el masculino dentro de estos estándares y sistemas, sino que debe ser extraído y re-contextualizado de tal forma que no se le mida con lo que se dice importante y de valor en la plataforma machista que desde un inicio no permitió que la mujer fuese conocida dentro de ella.

Ellen Mazur Thomson analiza la fijación que la historia remarca hacia la imprenta como un punto auge en el desarrollo de la disciplina de Diseño Gráfico, y como este resalte de tono industrial transfigura el lado más humanista en el giro que la publicidad y la comunicación dio en esos años.

A pesar de que el trabajo de la mujer en la imprenta y propaganda fue todo menos escaso, no se puede escapar al hecho de que no muchas llegaban a estar a la cabeza de las agencias y compañías a las que dedicaban sus servicios, al igual que era poco común el firmar carteles y otros medios de divulgación; sus nombres así quedando en esbozos tras una marca o empresa.

Aunque muchas escuelas, especialmente aquellas fuera de la rigidez Europea que comenzaban a florecer por sí mismas, aceptaban mujeres en sus cursos y llegaban a darles un espacio para ellas mismas; la diferencia entre la calidad de sus edificios y herramientas era realmente marcada, al igual que las expectativas que se depositaban en sus alumnas sobre el papel que tomarían en estos rubros artísticos.

La mujer que asistía a una escuela de diseño o arte era poco bienvenida en distintas disciplinas como la arquitectura, pintura o manipulación de metales. No fue nunca poco común que las estudiantes fueran presionadas a tomar lugar en artes “bidimensionales” (Aunque era claro que este era un doble estándar como apunta Anja Baumhoff: “La pintura mural se nutría también del análisis de las superficies planas, pero mientras estuvo dirigido por Carl Schlemmer, no pudo integrar a ninguna mujer por demasiado tiempo”), aplazadas así en talleres de costura, principalmente.

Con un seguimiento en el que, dado el caso en el que una mujer hubiere completado su educación en diseño, esta se habría enfrentado con, posiblemente, el prejuicio más difícil de erradicar: el de la calidad de aficionado.

De forma similar a la continua creencia de que la mujer, aunque es una excelente cocinera, nunca podría realizarse como buena chef; la percepción de inexperiencia fue un constante bloque, incluso para los más profesionales. (Weltge, 1987)

Es de suponer que, en el futuro, el número de mujeres diseñadoras se verá incrementado, pues nuestras escuelas de diseño, y las universidades, ven cómo sus aulas se llenan de mujeres, reducidos ya –en este ámbito y en determinados países- los efectos de la discriminación por cuestión de género.

Muy probablemente, sin embargo, las mujeres se encontrarán todavía con ciertas resistencias. (...) Todavía queda mucho por hacer y todavía ciertas especialidades dentro de la creación parecen estar señaladas por el sexo de quiénes van a ocuparse de ellas. (Torrent Escaplés, 2008).

2.3- El rol de la mujer durante la historia del diseño

2.3.1- La mujer, condicionada por su género

Retomando la realidad que Pollock y Parker nos presentan, es esencial aproximarse a la crítica y análisis del trabajo femenino desde una perspectiva feminista; pues enmarcarlo como siempre se ha hecho en el sistema perpetuado, desde el punto de vista patriarcal, no le da el contexto, valor y oportunidades que debería tener para competir desde la igualdad.

El patriarcado ha circunscrito las oportunidades de la mujer de participar por completo en todas las áreas de la sociedad (...), valiéndose de varios medios – institucionales, sociales, económicos, psicológicos e históricos.

Los resultantes estereotipos delineando ciertos comportamientos como apropiados para la mujer. Ciertas ocupaciones y actividades son designadas femeninas, y se crean ideales físicos e intelectuales a los que aspiren las mujeres. (Buckley, 1986)

La mujer entonces y ahora es contextualizada dentro del patriarcado, y la evaluación de su trabajo, las ideas que existen sobre sus habilidades y necesidades, inevitablemente nacerá desde el patriarcado también.

Aquí es donde puede explorarse más el concepto de calidad de aficionado que Weltge presenta junto con la noción industrial de que la cultura es más valiosa que la naturaleza del modo en que apunta Sherryl B. Ortner: Los roles masculinos son vistos como algo más cultural, mientras que los roles femeninos son categorizados como algo natural; dada su capacidad de concebir vida y la expectativa de cuidar y criar a la familia, se la cree más cercana a la naturaleza y, por tanto, más dada a la belleza relacionada con el cuerpo y el hogar.

Aun cuando una mujer es capaz de convertir lo natural en cultura a través de sus habilidades, esta sigue siendo sujeta por los ideales patriarcales.

Igual que con la cocina, ciertas artes y ocupaciones son consideradas femeninas, y se ve a la mujer que las practica como quien sigue un impulso y talento enteramente innato. Considera que la inclinación e interés a las artes decorativas y textiles como la joyería, tejido, confección y cerámicas, entre otros, es esperado y habitual viniendo de ella.

Pero cuando se saca a estas mismas actividades del estatus de “aficionado”, donde no son más vistos como pasatiempos o artesanías, se ve una presencia masculina abrumadora.

El hombre y su reconocimiento en ámbitos como la alta cocina y costura son prueba suficiente de ello, reforzando la percepción de que en estas actividades, con un hombre recreándose en ellas, conllevan un uso creativo de la imaginación, con negocios y publicidad agresivos; destrezas estereotípicamente masculinas.

Es de notar que la economía juega un gran papel en la erradicación histórica y profesional de piezas y actividades que no “contribuyen” al capitalismo.

Dentro de esto mismo, reluce el tipo de función al que se relega la producción femenina de cualquier tipo de obra artística.

No era poco común antes o ahora que las pinturas, cerámicas, manteles, vestiduras, carteles o tejidos que realizaba una integrante de la familia terminaran por ser usados en el hogar como decoración u objetos de la vida diaria. Esto tanto por la misma “naturaleza doméstica” de la que se le tilda a las artes más “femeninas” (que las mujeres son empujadas a emplear) como por la percepción del poco valor mercantil con el que se percibe el trabajo de la mujer, al parecer más un pasatiempo que un oficio.

Así lo apunta Elizabeth Bird; dado que la poca oportunidad de preservación de la que podrían haber gozado distintas piezas de diseño y arte creadas por mujeres, tanto por la inherente fragilidad de los únicos medios que se les permitía emplear como su usual uso como herramientas, decoraciones y utensilios domésticos; hace que probablemente no podamos conocer distintos productos de creación femenina.

Mientras el hombre continúe siendo representado dentro de su rol masculino y la mujer siga siendo categorizada, pese a cualquiera de sus esfuerzos, en el rol femenino; estos estereotipos continuarán prevaleciendo.

Los historiadores de diseño tienen una función esencial dentro de este esquema en la perpetuación de ideales y expectativas, al no representar a la mujer y su rol durante la historia de un modo objetivo y con un valor equivalente al que se le otorga al hombre, muchas actividades y personalidades, junto con la importancia de su impacto en el tiempo al que pertenecieron, quedan olvidadas.

Por esto, es importante re-contextualizar estos trabajos en un panorama fuera del patriarcal, en el que el valor mercantil no sea inmediatamente más importante que el valor de uso, ni las producciones industriales más relevantes que las domésticas o los esfuerzos y trabajos femeninos relegados como obras “improvisadas, instintivas, delicadas, irracionales...”.

2.3.2- La mujer y la imprenta

La revolución sobre el papel y la imprenta fue una etapa importante en muchos sentidos. El avance de los medios de transporte y la tecnología que unieron con distintas rutas distintas naciones y mercados dieron paso a muchos cambios, específicamente en el trabajo; impulsando a muchos a alcanzar la especialización en una cierta materia.

Y aunque diversos talleres y docentes estaban cerrados a enseñar a solamente a jóvenes varones, la mujer no se vio tan completamente removida como la historia publicitaria podría hacernos creer al centrarse en agentes publicistas y sus cabecillas.

Durante la segunda mitad del siglo XIX muchas mujeres trabajaron en la industria de la impresión, pero en limitadas capacidades. Siendo poco a poco desplazadas de los talleres con la excusa de que el trabajo físico era demasiado demandante, a pesar de que la tecnología veía por hacer todo menos trabajoso. (Thomson, 1994)

Mujeres participaron mucho también en distintos aspectos de la creación de publicidad, pero al no poder alcanzar puestos más altos en la jerarquía, sus nombres y participaciones son fácilmente olvidados y acaparados por los de quienes lideraban las agencias.

Una de las participaciones mejor conocidas y más evidentes de la mujer en el medio publicitario fue el uso del cartel, especialmente en el estilo Art Nouveau, y periódicos auto-editados de las sufragistas británicas, que aprovecharon el crecimiento y auge del cartel y la caricatura para impulsar su deseo por el derecho al voto.

Hilda Dallas diseñó algunos de estos posters, alentando el apoyo a su causa alrededor del país, el romántico estilo naturista dándole un aspecto alegre y

positivo a su mensaje que, finalmente para 1918 rindió frutos al lograr que las mujeres de a partir de 30 años tuvieran derecho a votar.

Los efectos de este movimiento viéndose igualmente en las distintas escuelas y profesiones que abrieron sus puertas a la enseñanza a alumnas.

Sin embargo, la documentación respecto a estos hechos y estimados de cuántas mujeres en realidad participaban de estas actividades entonces es algo complicado de recabar y consultar.

La mejor información que hay al respecto es sobre las sufragistas junto con todos sus trabajos publicitados y los problemas que tuvieron para acceder a talleres de impresión o conseguir empleos.

Cuando damos un vistazo a las distintas estadísticas de la época, encontramos términos demasiado generales que engloban varios distintos oficios bajo un solo nombre, como “Imprenta y profesiones relacionadas” que encierran la tipografía, encuadernado, composición e impresión en un mismo número.

A pesar de las distintas contiendas, con el paso del tiempo las mujeres pudieron comenzar a figurar de forma más significativa en este ámbito, algunas liderando talleres y trabajos, fuese por cuenta propia o al retomar un negocio familiar.

Aunque las mujeres buscaban trabajos de impresión al encontrarlos bastante accesibles y con un pago mejor que el que tendrían en otros oficios, durante el siglo XIX la desigualdad en la remuneración del trabajo realizado, comparado al de los hombres, era realmente evidente. Por ejemplo, en Boston al año 1831, los hombres ganaban el triple de lo que las mujeres y chicos que hacían el mismo trabajo percibían.

Cosa que igualmente no cambiaba el hecho de que fuera un poco mejor pagado que otros empleos, esto solamente hasta que se formara la Unión Tipográfica Nacional en 1852, que adjudicaba porque cada trabajador por derecho percibiera, por lo menos, el mismo salario mínimo.

El descontento con la idea no tardó en escucharse por parte de editores en especial que no deseaban mantener la balanza equilibrada y aumentar los salarios de las mujeres y niños que trabajaban bajo su mando; varios medios negando la habilidad de las trabajadoras, alegando que el trabajo era demasiado pesado para ellas, llamándolas egoístas al ocupar puestos que un hombre con familia podría necesitar y manteniéndose inconformes en acogerlas como aprendices al asegurar que terminarían por abandonar el empleo después de casarse.

Aun cuando una mujer se mostrase capaz y buena en su trabajo, los medios no dudaban en simplemente cambiar la narrativa y describirlas como poco femeninas y rudas.

Mientras que distintas problemáticas continuaron rodeando su trabajo dentro de las imprentas, las mujeres continuaron formando un creciente, aunque pequeño, sector dentro de los empleados (más que nada en redacción/maquetación), pasando de representar un 3.7% de los compositores en 1870 a un 10.3% en el año 1900.

La popularización de la publicación propia y el surgimiento del movimiento de prensa privada dio un espacio mayor para la discusión de arte y artesanías, aun así las mujeres son bastante excluidas de su historia, las únicas recolecciones de varios trabajos provenientes de ellas conseguidas por su discusión y crítica en periódicos de la época.

Las mujeres como diseñadoras editoriales tanto en empastados, ilustraciones y maquetación son reconocidas en la prensa pero nuevamente encasilladas como naturalmente dadas al trabajo delicado y detallista, resaltando la fineza de sus trazos y su paciencia para el trabajo grácil y prístino.

2.4- La mujer y el diseño mexicano

El diseño ha trascendido distintas barreras desde que viese sus comienzos en escuelas y talleres europeos, la globalización ha desempeñado una tarea grande de homogeneización a través de naciones enteras y la expansión de su tecnología es sólo parte de ello.

México desempeña un papel importante en la publicidad global, particularmente en América Latina, sin embargo, este país sólo cuenta con el 5 por ciento de mujeres creativas. (Mensa y Grow, 2019).

El estudio realizado por Marta Mensa y Jean Grow es de los pocos que delimitan la discusión los obstáculos y desventajas a los que las mujeres mexicanas se enfrentan al enmarcar estos aspectos en las formas y normas sociales que existen dentro del mismo machismo encontrado en la nación.

A través de 22 entrevistas con mujeres empleadas en una agencia publicitaria, sugieren la vista a distintos esquemas y como estos encajan en el contexto de distintos estudios culturales, teorías feministas y teorías del poder; exponiendo la existencia de un ambiente machista en departamentos creativos mexicanos.

Estudio dentro del cual surgen dos tendencias en el lugar de trabajo: *old glories* (glorias pasadas), hombres misóginos creativos que históricamente han administrado los departamentos creativos publicitarios y *forward thinkers* (pensadores avanzados), mujeres y hombres jóvenes que trabajan codo a codo dentro de los departamentos sin tener en cuenta las diferencias de género.

Capítulo III

Marco Teórico

3.1 Aportaciones de la mujer al diseño gráfico

3.1.1 Primeras instancias

Aunque no hay información demasiado extensa de distintos trabajos o técnicas desarrolladas por mujeres en los inicios mismos del diseño gráfico, existen varios trabajos que sobrevivieron la prueba del tiempo y el poco valor dado al arte doméstico que marcaron tendencias y cambios en el diseño.

Como el grabado en madera de Magda Mautner von Markhof, que en 1905 creó el llamado Libro de calendario de imágenes, actualmente preservado en el MOMA. Se conforma por 12 paneles grabados y entintados a 2 colores contrastantes (amarillo y negro) con el mismo color claro de la madera. La tendencia de diseño que trajo sobre la creación de libros en especial sigue siendo bastante vista a día de hoy, haciendo uso de colores sólidos y una tipografía distintiva. (Creative Market, 2016)



Figura 1. Mautner, M. (1905) Kalenderbilderbuch (Libro de Calendario de Imágenes) [Madera y Tinta]. Recuperado de <https://www.moma.org/>

Igualmente es bien sabido que entre las distintas ramas del arte y el diseño regularmente se nutren una de otra. Y es bastante común que el diseño de modas o textiles puede tomar bastante inspiración del diseño gráfico y el arte. Así, los tejidos de Mariska Karasz encontrarían un lugar en sus tapices llenos de color, texturas y motivos tradicionales húngaros que tendrían un gran impacto en los medios de costura y tejido, así como en tendencias de moda en la década de 1920. (Creative Market, 2016)



Figura 2. Karasz, M. (1947) Gage Hill (Colina Gage) [algodón teñido y bordado].

Recuperado de <https://www.mariskakarasz.com/>

Alrededor de esta época, entre la década de 1920 y 1930, surgiría con mayor auge el diseño de interiores moderno, expuesto en instalaciones de arquitectura con un énfasis especial en las cocinas.

Helene Haasbauer-Wallrath creó vistosos carteles con un uso de colores sólidos y el espacio impecables que, hasta hoy día, dejan gran impresión y atraen la atención de todos con la combinación de sus talentos en diseño gráfico y las entonces novedosas configuraciones de cocinas.



Figura 3. Haasbauer-Wallrath, H. (1930) The Practical Kitchen (La Cocina Práctica) [litografía]. Recuperado de <https://womenofgraphicdesign.org/>

Bonnie MacLean, por su parte, ha sido bastante aclamada por su uso de motivos psicodélicos y gamas de colores interesantes plasmados en los carteles para conciertos que ideaba.

La mezcla natural de curvaturas en el estilo Art Noveau para la representación del rock y bandas emergentes, junto con las curiosas tipografías ondulantes e irregulares eran todo un sello de los años sesenta. (Creative market, 2016)

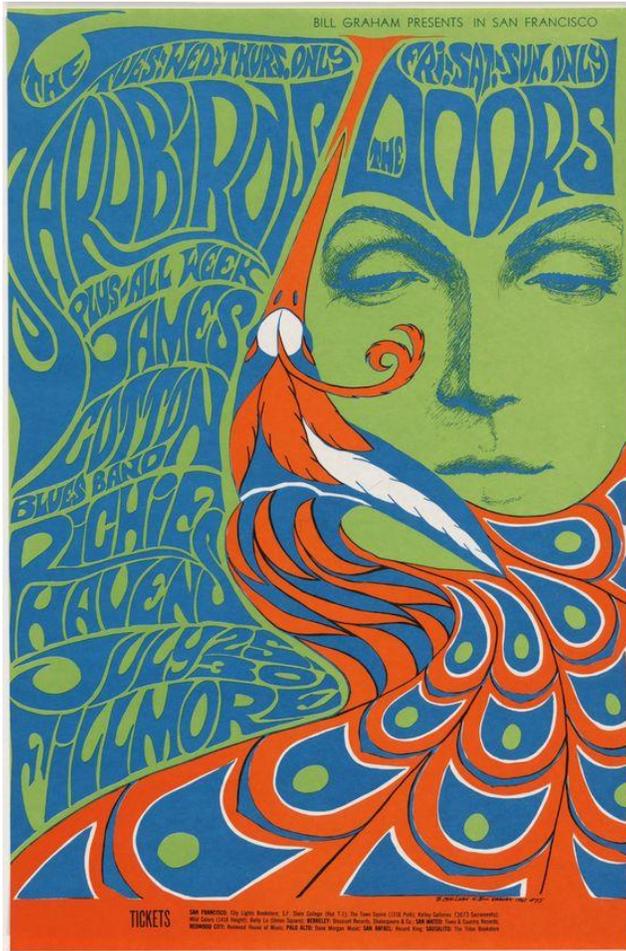


Figura 4. MacLean, B. (1967) The Yardbirds, The Doors [litografía offset]. Recuperado de <https://www.moma.org/>

3.1.2 Prevalencia y contemporaneidad

El diseño gráfico deja huella en variados aspectos de la vida humana, y puede encontrarse en una gran variedad de herramientas, espacios y mensajes que podría pasar desapercibido si no se le busca en ellos.

Algo que cambiaría de gran manera las señalizaciones en carreteras sería el trabajo de Margaret Calvert y su antiguo tutor Jock Kinnier, con quien realizó el primer trabajo basado en el estudio y análisis de la percepción para el rediseño de señalizaciones automovilísticas en Bretaña. (Ponwall, 2019)

Inteligentemente planeado, en el proyecto de Calvert se utilizaron cuadrículas y guías para dar el mejor tamaño y espaciado a cada elemento; especialmente a la tipografía con combinaciones de mayúsculas y minúsculas sin patines, que resultaban enteramente más fáciles de leer incluso al manejar a altas velocidades.

La utilidad y claridad moderna de este diseño les permitió ser empleados nuevamente para crear un sistema comprensivo de gráficos y tipografías, sus señalizaciones pronto siendo usadas en los caminos primarios de Reino Unido. Manteniendo así el nuevo lado amigable de los pictogramas utilizados que cambiarían para siempre el modo en que son vistos y utilizados estos señalamientos. (Pownall, 2019)



Figura 5. Calvert, M. (1957) Letrero, ganado en el camino [pintado a mano].
Recuperado de R Heyes Design/Alamy Stock Photo

Dentro del mundo del diseño de interiores, como anteriormente se ha mencionado; la mujer hizo apariciones interesantes en el diseño dentro de exhibiciones de arquitectura, y junto el auge de las cocinas domésticas modernas en 1920, mujeres como Margarete Schütte-Lihotzky hicieron el cambio.

Margaret fue la primera arquitecta austriaca. Es bastante reconocida por la creación de la Frankfurt Kitchen; con una maquetación racional e innovadora basada en estudios de tiempo y movimiento eficientes.

Fue producida a gran escala y sirvió como inspiración para las cocinas instaladas que llegaban a los hogares comunes. (Pownall, 2019)

La remarcablemente eficiente cocina contaba con distintas instalaciones que hacían el trabajo más rápido y llevadero, incluyendo una tabla de planchar plegable, taburete giratorio y contenedores de aluminio integrados con mango para su uso fácil y práctico. Consolidándose así como el prototipo de la cocina moderna.

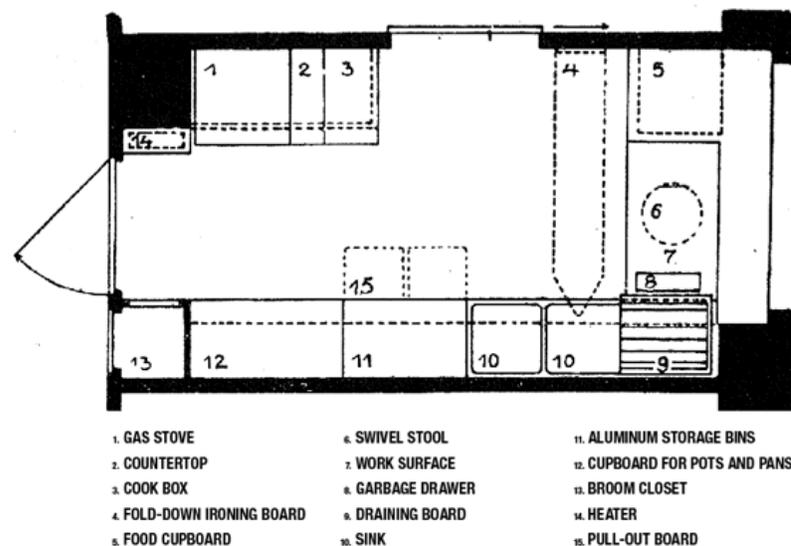


Figura 6. Schütte-Lihontzky M. Cocina Frankfurt, plano.
Recuperado de <https://undiaunaarquitecta.wordpress.com/>

La aparición de nuevos medios electrónicos tuvo un impacto importante en distintos rubros del diseño. Y aunque es bien sabido que estas nuevas tecnologías han servido como herramientas del diseño contemporáneo, es esencial marcar el modo en el que el diseño también ha tenido un papel importante en el desarrollo de estos medios que, más seguido que no, dependen de una plataforma visual.

Las computadoras y celulares han pasado por grandes cambios con cada modelo que se renueva cada vez con mayor rapidez. Pero estos mismos mantienen un modo y lenguaje bases que, la población general que consume estos productos conoce y es capaz de utilizar de forma amigable.

Y quien tuvo un gran papel al hacer accesibles una gran variedad de herramientas que los sistemas operativos traían al usuario en sus computadores es Susan Kare, artista y diseñadora estadounidense que, además de desarrollar de las primeras tipografías digitales funcionales, creó una gran parte de la iconografía de Apple Macintosh. (Pownall, 2019)

El trabajo de Kare impactó de gran modo la forma en que las interfaces y complementos de una computadora son, y seguirían siendo; mostrados en las distintas aplicaciones que esta ofrece, aplicando la idea de plasmar en íconos pixelados objetos físicos comunes con los que la gente ya estaba familiarizada (como pluma fuente, disquete, bote de basura...) para realizar tareas similares en la computadora a las que se realizan con ellos en el mundo físico.

La idea sigue siendo replicada con representaciones más estilizadas y complejas a día de hoy a través de distintos sistemas operativos. Encontramos binoculares y lupas en opciones de búsqueda en archivos y textos, carpetas amarillas para clasificar distintos documentos; conservando así la curiosa idea

de objetos analógicos que guían al usuario en el mundo digital en el que realiza distintas actividades.

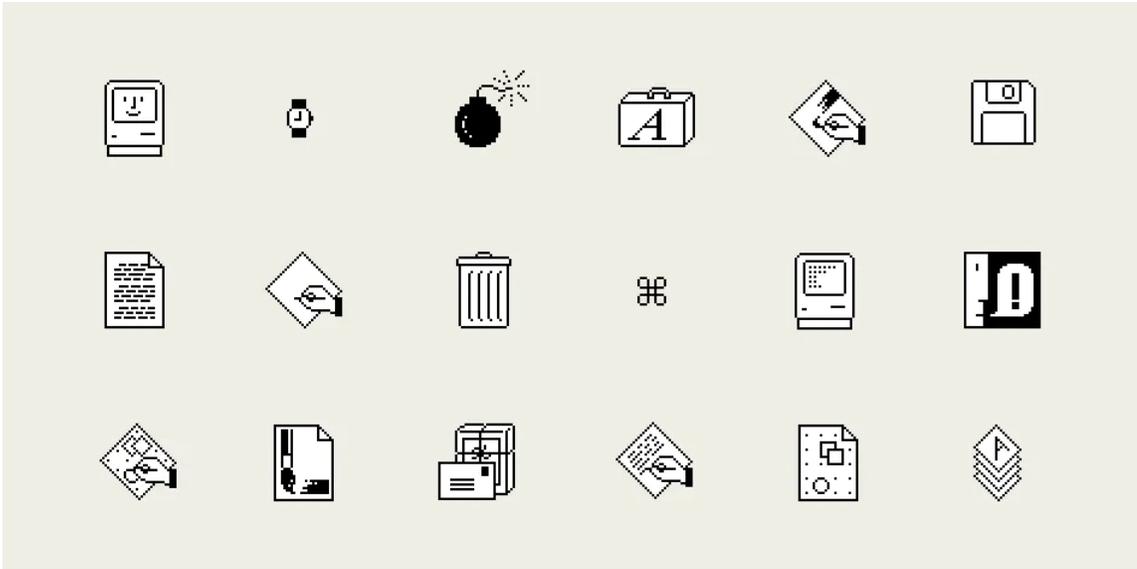


Figura 7. Kares, S. (1983) íconos de la interfaz de Mac en los 80's. Recuperado de <https://milanote.com/>

3.2 Figuras femeninas más populares

En base a los resultados que lanza Google en la búsqueda *Graphic Designers* (Diseñadores Gráficos), paso a nombrar en orden de aparición a las mujeres diseñadoras que sobresalen entre las figuras masculinas que son arrojadas por la búsqueda.

Jessica Walsh, directora de arte, diseñadora y profesora en la Escuela de Artes de Nueva York de origen estadounidense. Su estilo está caracterizado por la mezcla de artesanías, fotografía y pintura digital; envueltas en contrastes y colores llamativos que muchas veces rayan en conjuntos de tonos surrealistas. Su trabajo ha ganado numerosos premios entre ellos del Type Director's Club, Art Director's Club, SPD y D&AD. (Mañes, 2015)



Figura 8. Walsh, J. (2011) Make Your Own Rules (Pon tus Propias Reglas) de la Campaña para Aizone (2011-2014). Recuperado de <https://www.behance.net/>

Aparece en el segundo lugar de las búsquedas, adelantada solamente por su socio Stefan Saigmeister quien le ofreció trabajo en su estudio de diseño, haciéndose socios dos años más tarde en 2012, renombrando así el estudio como Saigmeister & Walsh. Más adelante abriría su propia agencia nombrada

&Walsh Entre sus clientes encontramos empresas como Barneys, Fugue, el Museo Judío, Kia, The New York Times, Levi's, Adobe, Aishti & Aizone y Frooti. (Mañes, 2015)

Ocupando el cuarto puesto en búsquedas; Jessica Hische es una diseñadora, ilustradora, autora y rotulista de origen estadounidense. Su trabajo creativo con las letras ha sido parte del nuevo despertar por el que el *lettering* ha pasado los últimos años, realizándose como una gran muestra artística en distintos medios.

Hische trabajó incansablemente desde que se graduara en 2006, iniciando como *freelancer* para un estudio y más adelante con un agente, hasta que decidió trabajar para sí misma en proyectos que le gustasen. (Méndez, 2015)

El trabajo que cambiaría el rumbo de su carrera fue aquél que realizó para la editorial Penguin, con una colección de clásicos conocida como “Penguin Drop Caps” que de la A a la Z ilustraban por portada en letra capital la inicial del autor de cada libro.

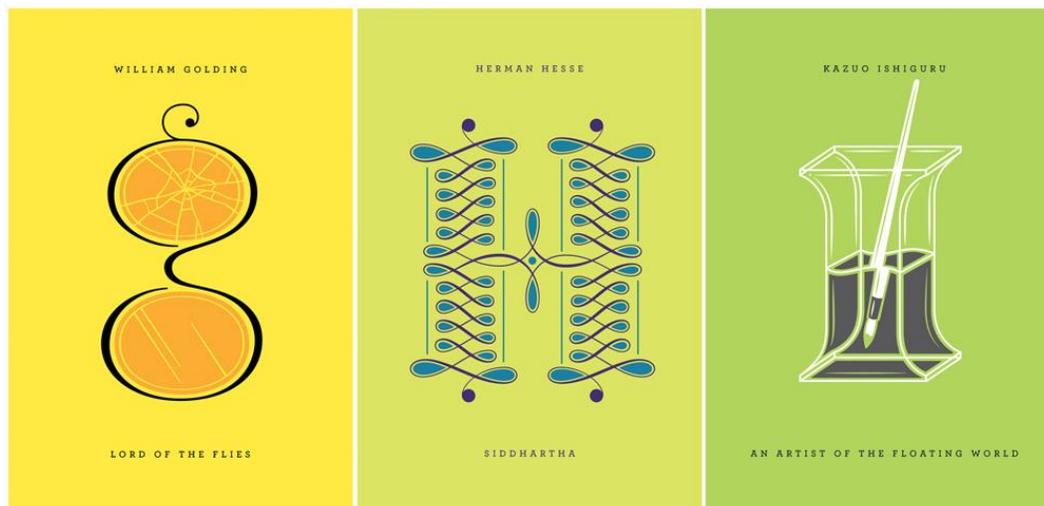


Figura 9. Hische, J. (2014) Portadas de El Señor de las Moscas, Siddhartha y Un Artista del Mundo Flotante de la colección Penguin Drop Caps.

Recuperado de <https://jessicahische.is/>

En el onceavo lugar en búsquedas encontramos a Lotta Nieminen, ilustradora, directora de arte y diseñadora gráfica finlandesa que se ha destacado especialmente en trabajos editoriales, de empaque y propaganda. Entre sus clientes se encuentran Bvlgari, Hermès, Google, Facebook, The New York Times, Condé Nast, Volkswagen y Vanity Fair. (Agent Pekka, 2011)

Lotta describe su estilo como colorido, generoso, detallado y geométrico, con afinidad por una sensación táctil. (Agent Pekka, 2011) Busca siempre trabajar dentro de nuevos medios de nuevas maneras, atraída por técnicas nuevas y clientes en campos que aún no ha explorado, haciéndola adaptar su estilo y proceso de trabajo al nuevo reto que tenga frente.



Figura 10. Nieminen, L. (2013) Ilustración para el libro infantil Walk This World.

Recuperado de <https://agentpekka.com/>

En el puesto quince, la búsqueda arroja a una veterana del diseño, que muchos podrían reconocer por su aparición en el primer capítulo de la serie documental “Abstract: The Art of Design” lanzada por Netflix.

Paula Scher es una diseñadora gráfica y artista estadounidense. Se encuentra entre la cultura pop y las bellas artes en su trabajo. Icónico, inteligente y accesible, sus imágenes han entrado en la lengua vernácula estadounidense. (Diseñadoras Gráficas, 2018)

Scher ha desarrollado sistemas de identidad y la marca, materiales promocionales, gráficos ambientales, envases y diseños de publicación para una amplia gama de clientes que incluye, entre otros, Bloomberg, Microsoft, Coca-Cola, Shake Shack, Perry Ellis, el Museo de Arte Moderno, el Instituto Sundance y la Metropolitan Opera. (Diseñadoras Gráficas, 2018)

Durante el transcurso de su carrera, ha recibido cientos de honores y premios de la industria. Ha sido miembro del consejo nacional del Instituto Estadounidense de Artes Gráficas (AIGA) y presidenta de su Capítulo de Nueva York de 1998 a 2000. Recibiendo en 2001 el más alto honor de la profesión, la Medalla AIGA, en reconocimiento a sus distinguidos logros. y contribuciones al campo. (Diseñadoras Gráficas, 2018)



Figura 11. Scher, P. (2013) Parte de la señalización para el proyecto Shakespeare en el parque 2013. Recuperado de <https://www.pentagram.com/>

Debbie Millman ocupa el puesto diecisiete en las búsquedas. Es una escritora, curadora, artista y diseñadora estadounidense; bastante reconocida por ser la anfitriona de su podcast Design Matters, donde se habla del diseño y cómo los creativos lo utilizan en su vida. Es de los primeros podcast en el mundo y ha estado al aire de forma independiente por casi 16 años.

Por 20 años Debbie fue la presidenta de Sterling Brands, una de las más reconocidas consultorías en *Branding* del mundo que en 1995, a dos años de su nacimiento, recibió a Millman con 15 empleados en una oficina.

Bajo su liderazgo, Sterling creció hasta trabajar con 150 empleados en cinco oficinas, la influencia de Debbie permitiendo la adquisición de Omnicom, una de las empresas más grandes a nivel mundial, en 2008. (Millman, 2015)

Allí, trabajó para la realización del logo e identidad de imagen de empresas como Burger King, Hershey's, Haagen Dazs, Tropicana, Star Wars, Gillette y el movimiento *No More*.

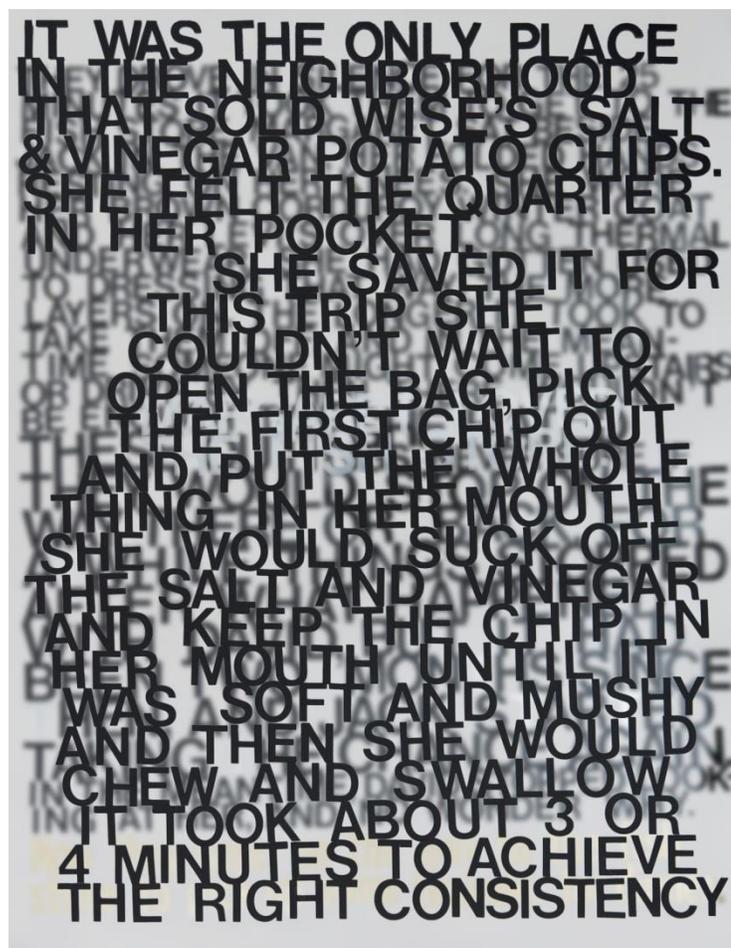


Figura 12. Millman, D. (2013) Panel de una serie de trece para columna impresa.

[Vinil adhesivo]. Recuperado de <https://www.tdc.org/>

En el lugar dieciocho: Louise Fili, diseñadora, directora creativa y autora estadounidense de origen italiano que sobresale en el medio con sus elegantes tipografías e icónico estilo que presta aspectos de Italia, el modernismo y el Art Decó europeo, dando regreso a algunos estilos históricos, actualizados y adaptados; combinando tipografías antiguas con colores y composiciones actuales. (P.M.D. 2020)

Por un tiempo trabajó como diseñadora freelance con el prestigioso editor Alfred A. Knopf. A los 25 años, fue contratada como diseñadora en la agencia de Herb Lubalin, donde consolidó su estilo basado en la tipografía como expresión. En 1978 comenzó su trabajo en Random House, donde diseñó más de 2.000 portadas como directora creativa en Pantheon Books. (P.M.D. 2020)

Con su trabajo a lo largo de más de tres décadas, Louise Fili es en parte responsable de la característica estética de los locales y productos italianos en Nueva York. (P.M.D. 2020)



Figura 13. Fili, L. (s.a.) Gráfico para Filaga, pizzería en Manhattan [mosaico].
Recuperado de <https://www.louisefili.com>

Cipe Pineles, diseñadora y directora de arte de origen austriaco. Desde el lugar número veintidós de la búsqueda, encontramos a Pineles como una pionera altamente reconocida por su trabajo innovador.

Pineles gustaba de la comida, desarrollando acuarelas y representaciones de panes, chocolate o papas, inspirada por recetas y visiones estéticas de los alimentos. Pero su carrera se alzó más en la dirección de arte para revistas como Seventeen, Charm, Glamour, Vogue y Vanity Fair. (Diseñadoras Gráficas, 2018)

Fue la primera directora de arte en una revista que se comprometió a asignar bellas artistas para la ilustración editorial, una práctica previamente inusual, y fue bajo su dirección que nombres tan célebres como Andy Warhol y Ben Shahn comenzaron a crear ilustraciones para acompañar historias. (Diseñadoras Gráficas, 2018)



Figura 14. Pineles, C. (1947-1950) The adaptable Casserole (La Caserola adaptable) para la revista Seventeen. Recuperado de <https://www.disenadorasgraficas.com/>

Capítulo IV

Análisis e Interpretación de los Resultados

4.1 Diseño de proyecto

4.1.1 Descripción

El proyecto se basa en una serie de publicaciones en formato de vídeo de entre minuto y medio a tres minutos de duración en la plataforma de TikTok.

TikTok, plataforma de origen chino que ha ganado popularidad desde su lanzamiento en 2016, a hoy día es de las redes sociales más relevantes entre, aunque no exclusivamente, las generaciones más jóvenes.

La clase de tráfico que atrae en la actualidad esta aplicación se ha desarrollado en el contenido de millones de creadores que extienden sus cuentas más allá de los bailes que, para el público externo, caracterizan a la plataforma.

La aplicación de TikTok últimamente da mucho de qué hablar y extiende información de forma masiva y rápida a través de contenido audiovisual simple, breve y llamativo, curado para cada usuario al procesar datos y suposiciones del mismo según los perfiles que este sigue y frecuenta, el tipo de videos que *likea* y que ve con mayor frecuencia.

Aunque los algoritmos puedan aislar, e incluso limitar hasta cierto punto, al usuario sobre el contenido al que es capaz de acceder por la herramienta natural que es el "Para ti" (la cual muestra una serie indefinida de videos que buscan alinearse con el contenido al que el usuario ha demostrado agrado anteriormente). También, por ende, lleva el contenido lanzado a un público que probablemente mostrará interés en él, generando un cierto crecimiento que de forma constante traerá interacciones amenas y positivas.

La selección de esta plataforma se basa en el observable crecimiento que esta posee, empezando a demostrarse eficaz para la propaganda, publicidad y

distribución de información en la que, aunque la suerte juega un papel esencial, no es necesario contar desde un inicio con un número grande de seguidores.

Otro punto considerable es que, dada la naturaleza de la plataforma, es fácil asimilar que el contenido sobre diseño y las mujeres que han formado y siguen formando parte de su desarrollo, llegará a usuarios que de antemano están interesados en el diseño, arte, feminismo y el trabajo femenino. Haciendo más probable las interacciones favorables y el alcance a un público familiarizado y cercano a los temas tratados.

Para el proyecto sugerido, se piensa iniciar con un vídeo introductorio con una duración aproximada de medio minuto que habla sobre el diseño y plantea la pregunta de si la gente conoce a las mujeres importantes dentro de este ámbito.

Más adelante, aprovechando al máximo el límite de 3 minutos por video en la plataforma, se dedican videos a la obra de distintas mujeres en el diseño y arte. Generalmente abarcando entre uno o dos vídeos por creadora.

De ser posible, se dedicarán igualmente series para temas con relevancia en por qué el trabajo femenino es tan pobremente representado en la mayoría de espacios y medios.

4.1.2 Identidad de imagen

Para hablar de diseño y los brillantes trabajos que pueden encontrarse al aprender de sus creadores y los procesos por los que pasan durante la realización de sus obras, es relevante el dar una imagen uniforme y coherente a las distintas series de videos y contenido que se dispondrán en una cuenta de la plataforma TikTok.

Para ello, se ha creado una foto de perfil que hará de “logotipo” o imagen principal del proyecto, figurando en una esquina inferior de cada video o brevemente al final del mismo. Cuidando siempre que no sea una distracción del contenido principal.



Figura 15. Logotipo y foto de perfil en tamaño natural a color para la cuenta Diseñadoras y Artistas (vectorial en RGB)

Para el logotipo se ha escogido una representación simple de un ave, apelando al significado celta que, además de considerar a las aves como reencarnaciones de los individuos más piadosos y respetables; observa a los pájaros como símbolo de trascendencia y libertad. (Clifford, 2020)

Cosa que me ha parecido relevante al hablar de mujeres que a pesar de que pasaron por dificultades al mostrar su trabajo y creatividad, innovaron y avanzaron en el diseño.

Igualmente en la imagen, se muestra al ave llorando. Dada la naturaleza liminal de las lágrimas, se dice que permiten servir como un puente simbólico de mediación entre personas (vivas o muertas), entre un individuo y la sociedad, entre el mundo interior y el mundo exterior. (Eversole, 2018)

Es común también hablar de purificación y limpieza cuando de lágrimas se trata.

Al escoger la lágrima como parte del logo, hablamos tanto de las mujeres que dejaron su legado y ya no están más en este plano como de las que hoy día

siguen cambiando y evolucionando el medio; encontrando influencias intrínsecas entre las obras y proyectos que se forman a sus manos. Además de tocar en la necesidad de re-contextualizar esos trabajos y el sistema en el que son preservados y recordados.



Figura 16. Logotipo para Diseñadoras y Artistas en color original sin fondo, positivo y negativo (Vectorial, RGB)



Figura 17. Colores de línea y fondo en logotipo original con sus valores en CMYK, RGB y código HEX

4.1.3 Guión e idea para video introductorio

“El diseño está constantemente presente en nuestras vidas. (pausa)
Tanto que la mayoría de veces pasa completamente desapercibido. (pausa)
Y aunque es parte de su función práctica el que no se nos ocurra ni pensar en él. (pausa)

Sus procesos, motivos y creadores son muy interesantes. (pausa)

Pero incluso en áreas académicas especializadas en el tema, muchas veces falta algo... (pausa)

¿Conoces a las mujeres que han influenciado y creado lo que usas y observas?”

En cada pausa se piensa insertar una serie de imágenes en las que podemos ver presente al diseño, como señalizaciones, peluches, ropa, embalajes, logotipos, portadas y posters, etc.

Bibliografía

Ellis, M. (2018, May 25). A brief history of graphic design. Consultado en Marzo 13, 2021, desde el sitio web 99designs: <https://99designs.com.mx/blog/design-history-movements/history-graphic-design/#thebirth>

G1_Microvisibility_UVM_2017_CLASS_SLIDES.pdf. (2017). Consultado en Marzo 13, 2021, desde el sitio web Google Docs: <https://drive.google.com/file/d/1QldzN73oCcOjcVLExtiV768HYeJ3c2gj/view>

Celebrating Söre Popitz, the Bauhaus' Only Known Woman Graphic Designer. (2019, December 3). Consultado en Marzo 13, 2021, desde el sitio web Eye on Design: <https://eyeondesign.aiga.org/sore-popitz-meet-the-bauhauss-only-known-woman-graphic-designer/#:~:text=Born%20Irmgard%20S%C3%B6rensen%20in%201896,entirety%20of%20the%2020th%20century.>

Women in Design de Charlotte Fiell and Clementine Fiell (28 de Octubre, 2019). Consultado en Marzo 13, 2021, desde el sitio web Laurence King: <https://www.laurenceking.com/product/women-in-design/#tab-contents>

Thomson, E. (1994). Alms for Oblivion: The History of Women in Early American Graphic Design. *Design Issues*, 10(2), 27-48. doi:10.2307/1511627

Nochlin, L. (1971). Why Have There Been No Great Women Artists? Desde: http://www.writing.upenn.edu/library/Nochlin-Linda_Why-Have-There-Been-No-Great-Women-Artists.pdf

Fussell, G. (2018, March 8). The Influence of Women on Graphic Design Over the Last 100 Years. Consultado en Marzo 15, 2021, desde el sitio web Design & Illustration Envato Tuts+: <https://design.tutsplus.com/articles/the-influence-of-women-on-graphic-design-over-the-last-100-years--cms-30617>

Weltge, S. W. (1987). Women in Design: Will They Find Their Place in History? *Women's Studies Quarterly*, 15(1/2), 58–61. Desde el sitio web <https://www.jstor.org/stable/40004844>

Gouma-Peterson, T. y Mathews, P. (1987). The Feminist Critique of Art History. *The Art Bulletin*, 69(3), 326–357. Consultado en Marzo 16, desde <https://doi.org/10.2307/3051059>

Baumhoff, A. "Las mujeres en la Bauhaus: un mito de la emancipación", en Jeannine Fiedler y Peter Feierabend (eds): *Bauhaus*, Colonia, Könemann (2000, p.103).

Torrent Esclapés, R. (2008). Sobre diseño y género. *Mujeres pioneras*. Millars. *Espai I Història*, 16(31), 221-231. Consultado en Marzo 16, desde <https://www.e-revistes.uji.es/index.php/millars/article/view/2996>

Pollock, G. y Parker, R. (1981). *Old Mistresses; Women, Art and Ideology*.

Pollock (1983). "Women, Art and Ideology: Questions for Feminist Art Historians", *Woman's Art Journal* IV Spring/Summer

An anti-catalogue (1977). Publicado por The Catalog Committee, este libro fue creado en protesta de la exhibición del bicentenario del Whitney Museum of American Art. Escrito y producido por un grupo de artistas e historiadores de arte de Nueva York; sin contribuciones individuales acreditadas más que una pieza del artista Jimmie Durham

Lagarde, M. (1990) *Identidad femenina*. Desde el sitio:

https://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/purificacion_mayobre/identidad.pdf

(1990) *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*.

Cecilia Durán Mena. (2020, Febrero 27). *Lo femenino, un concepto difícil de definir*. Red Forbes, Forbes México. Consultado en Marzo 17, 2021, desde el sitio web Forbes México: <https://www.forbes.com.mx/lo-femenino-un-concepto-dificil-de-definir/>

Bastidas, F., & Marbella Torrealba. (2014). Definición y desarrollo del concepto "proceso de invisibilización" para el análisis social. Una aplicación preliminar a algunos casos de la sociedad venezolana. *Espacio Abierto*, 23(3), 515–533. Desde:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12232258007>

Munari, B. (1985). *Diseño y comunicación visual*

Buckley, C. (1986). *Made in Patriarchy: Toward a Feminist Analysis of Women and Desig*. Consultado en Mayo 25, 2021, desde el sitio: <https://www.jstor.org/stable/1511480>

Ortner, S.B. (1972) *Is Female to Male as Nature Is to Culture?* Consultado en Mayo 25, 2021, desde el sitio: <https://www.jstor.org/stable/3177638>

Mensa, M. y Grow, J. (2019) *Women Creatives and Machismo in Mexican Advertising: Challenging Barriers to Success*. *European Review of Latin American and Caribbean Studies / Revista Europea De Estudios Latinoamericanos Y Del Caribe*, (107), 27-53. Consultado en Mayo 26, 2021, desde el sitio: <https://www.jstor.org/stable/26764791>

Pownall, A. (2019). *Five female trailblazers who changed the field of design*. Consultado en Junio 5, 2021, desde el sitio: <https://www.dezeen.com/2019/11/18/five-women-in-designers-book-roundup/>

Creative Market (2016). *10 Women Who Changed the Face of Design*. Consultado en Junio 5, 2021, desde el sitio: <https://creativemarket.com/blog/10-women-who-changed-the-face-of-design>

Mañes, P. (2015). *Jessica Walsh*. Consultado en Junio 16, 2021, desde el sitio: <https://graffica.info/jessica-walsh-perfil/>

Méndez, A. (2015) El universo del lettering, Jessica Hische - SLEEPYDAYS. Consultado en Junio 16, 2021, desde el sitio: <https://www.sleepydays.es/2015/02/el-universo-del-lettering-jessica-hische.html>

Agent Pekka. (2011). Consultado en Junio 16, 2021, desde el sitio: <https://agentpekka.com/artist/lotta-nieminen/>

Diseñadoras Gráficas. (2018). Consultado en Junio 16, 2021, desde el sitio: <https://www.disenadorasgraficas.com/archivo/paula-scher/> y <https://www.disenadorasgraficas.com/archivo/cipe-pineles/>

P M.D. (2020). Louise Fili, la diseñadora gráfica que recreó Italia en Nueva York. Consultado en Junio 16, 2021, desde el sitio: <https://www.laimprentacg.com/louise-fili-la-disenadora-grafica-que-recreo-italia-en-nueva-york/>

Millman, D. (2015). Consultado en Junio 16, 2021, desde el sitio: <https://www.debbiemillman.com/bio>

Clifford, G. C. (Abril, 2020). Bird Symbolism & Meaning (+Totem, Spirit & Omens) | World Birds. Consultado en Junio 28, 2021, desde el sitio: <https://www.worldbirds.org/bird-symbolism/>

Ebersole, Gary "Tears ." Encyclopedia of Religion. . Consultado en Junio 27, 2021 desde el sitio: <https://www.encyclopedia.com/environment/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/tears>