



UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
DEPARTAMENTO DE DISEÑO

Maestras del Diseño Gráfico en Chile.
Diseñadoras gráficas destacadas
del diseño nacional 1970-2020

Proyecto editorial experimental para optar al
Título Profesional de Diseñadora Gráfica

TAMARA ALEJANDRA GARCÍA PARADA

Profesor Guía:
Rodrigo Dueñas Santander

Santiago, Chile
2020

Agradecimientos

Mamá te dedico esto, que a pesar de todos mis achaques siempre has estado ahí, y porque lo único que me pediste cuando empecé la universidad, era un lugar aquí: gracias, te lo mereces. Contigo gracias también a toda mi familia.

Rodrigo, mi guía académico pero también mi compañero y mentor. Gracias infinitas por siempre confiar en mi, creer en este proyecto y permitirme el espacio para crecer.

Francisco, mi compañero de vida, no hay palabras para darte las gracias por apoyarme en todo. A Luchita y Ramona mis fieles compañeras de traspase.

Francisca y Gabriela, amigas incondicionales que me prestaron el hombro, el oído y sus manos en todo lo que necesité. Carlos, apoyando este título desde antes que todos. Belén por aguantarme y ser una tremenda amiga.

Marcela, por estar conmigo toda la vida esperando este día, siempre con toda la fe que las brujas pueden todo.

A todo el equipo de Felicidad y a Piedad Rivadeneira. A mis amigos Chris, Consuelo, Victoria y Felipe por ayudarme en todo lo que pudieron.

A mi querida Pepa Foncea, quien me abrió las puertas de su hogar, su familia y sobre todo a la intimidad de su trabajo, con toda la calidez que puede ofrecer.

Por último, gracias a todos los que están luchando desde el 18 de octubre por un Chile más justo, por seguir dando la cara, por los que ya no pueden, ya no ven o ya no están.

Abstract

El presente documento busca abrir la discusión de las nociones de género en la disciplina del diseño gráfico en Chile, y cómo los discursos hegemónicos y heteronormados han definido los espacios de incidencia de la mujer en la disciplina. En primer lugar se define la relación de la mujer con su contexto social, laboral y profesional desde los estudios de género como una forma de delimitar los conceptos del campo de estudio; en este último apartado se expone la experiencia del diseño desde la visión de mujeres diseñadoras. Luego se presenta la relación sexo-género en los discursos historiográficos universales y del diseño gráfico como disciplina en el contexto internacional y local. Se observan y analizan las cifras que explicitan cómo se replica el modelo de dominación en los espacios académicos y de la industria del diseño gráfico local. Finalizando con la presentación del proyecto editorial "Maestras del Diseño Gráfico en Chile", publicación que presenta a diseñadoras gráficas destacadas de la historia del diseño nacional.

Palabras claves: perspectiva de género - mujeres
historiografía - diseño gráfico - academia

Contenidos

p. 08 **01**

presentación

1.1 Resumen ejecutivo	11
1.2 Introducción	12
1.3 Descripción del proyecto	13

p. 14 **02**

fundamentación

2.1 Planteamiento del problema	17
2.2 Objetivos	20
General	20
Específicos	20
2.3 Preguntas de investigación	21
2.4 Antecedentes	22
2.5 Conclusiones de antecedentes	27

p. 28 **03**

marco teórico

3.1 Género y poder	32
Género, mujer y sociedad	32
De lo privado a lo público: ser mujer en Chile	35
El diseño desde las diseñadoras	46
3.2 La historiografía y su deuda pendiente	50
¿Tenemos la mujeres un lugar en la historia?	50
Diseño gráfico y género:	
falencias historiográficas	56
Historia del diseño gráfico en Chile	65
3.3 Diseño gráfico: modelo en cifras	78
3.4 Referencias y bibliografía	84
3.5 Conclusiones preliminares	87

p. 88 **04**

proyecto

4.1 Referentes	92
4.2 Metodología	98
4.3 Descripción del libro	102
Enfoque editorial	102
Público objetivo	103
Estructura	104
Especificaciones técnicas	104
Financiamiento y presupuestos	105
Modelo de negocios	106
Canvas	110
4.4 Diseño del producto	112
Tamaño	112
Portada	113
Color	116
Tipografía	117
Estructura / Pauta	118
Grilla y diseño de interior	120

p. 134 **05**

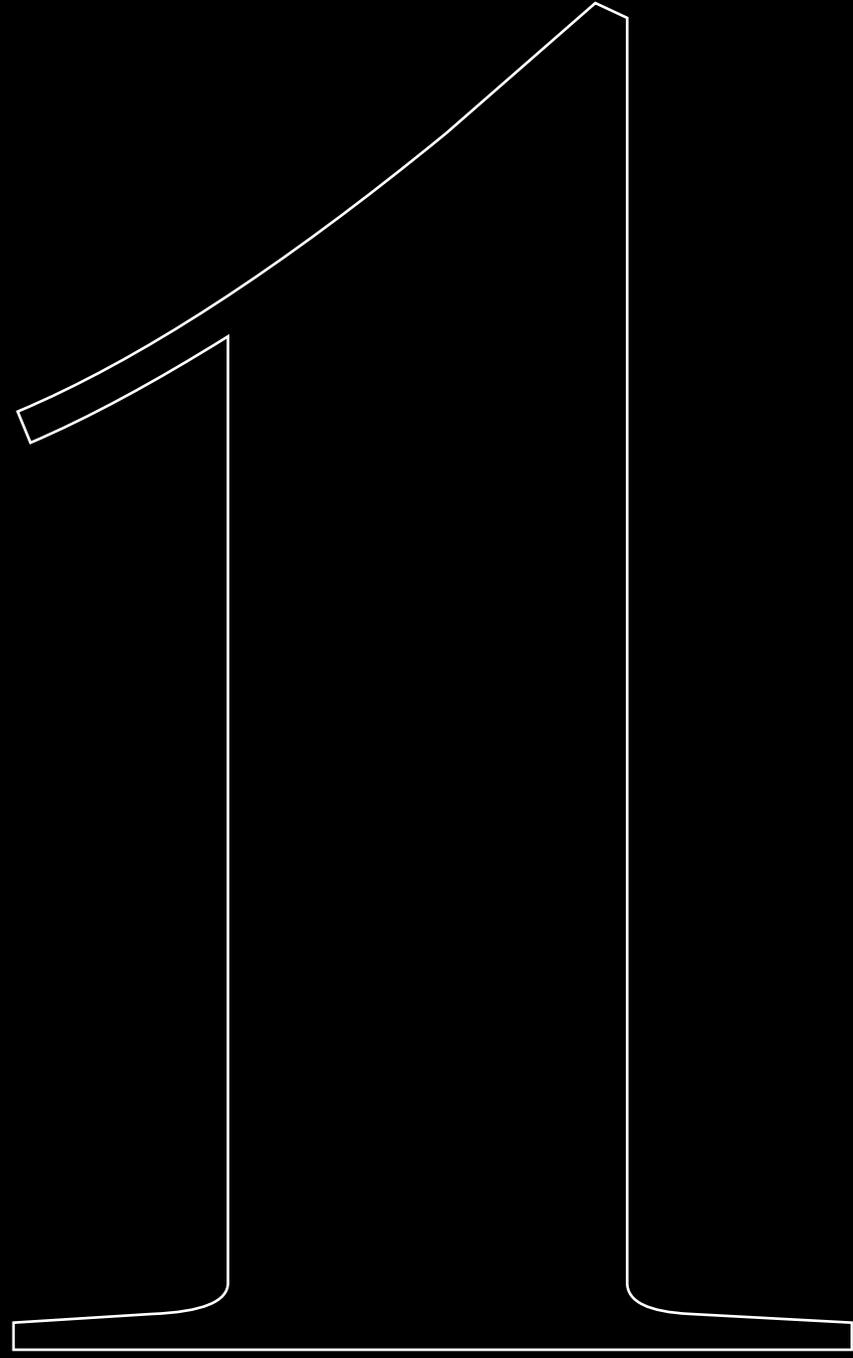
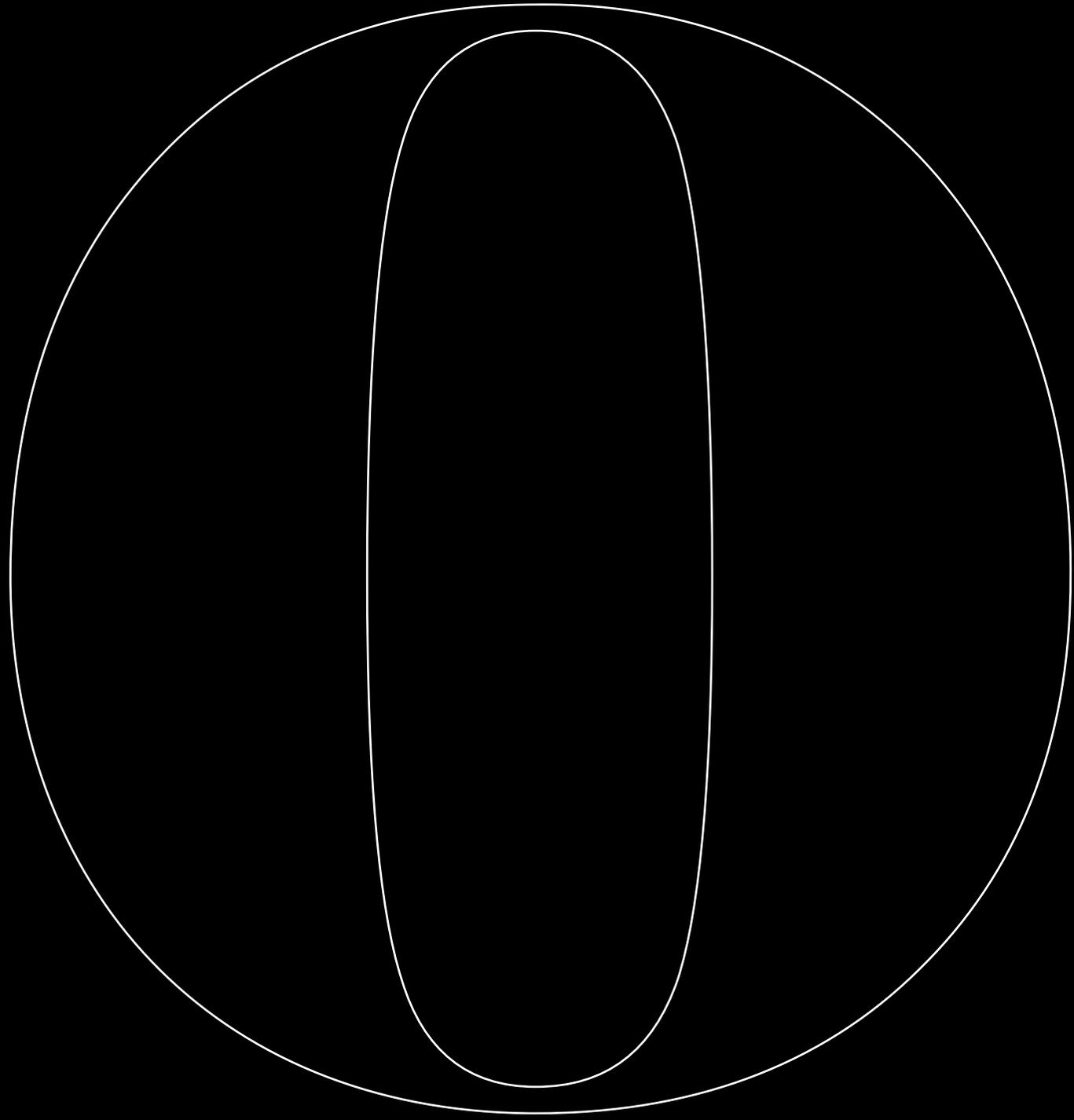
conclusiones

5.1 Conclusiones finales	134
--------------------------	-----

p. 140 **06**

anexos

Fichas de entrevistas	142
Permisos	148
Documentos de imprenta	153



presentación



Diseño: Paula Celedón

1.1

Resumen ejecutivo

“Maestras del Diseño Gráfico en Chile: Diseñadoras gráficas destacadas del diseño nacional 1970-2020” es un proyecto de título de carácter editorial, que consiste en una publicación que busca relevar el trabajo de diseñadoras destacadas de la historia del diseño gráfico en Chile, las cuales no necesariamente han tenido mayor reconocimiento. Cada publicación está compuesta por una breve biografía, entrevista y recopilación del archivo visual de sus trabajos más relevantes y queridos, contextualizando cada década del diseño gráfico chileno con el relato personal de cada una de las diseñadoras de la época.

Este proyecto busca un espacio no solo en el contexto general por la reivindicación de la mujer y sus derechos que ha estallado en los dos últimos años, sino que hacer un espacio para las mujeres en un mundo más cercano y atingente a nuestra realidad de profesionales del diseño. Cuestionando cuál ha sido nuestra postura como disciplina a lo largo de los años ante esta situación de discriminación de género, ya no vista desde los soportes de comunicación a los cuales estamos ligados, sino desde cómo nos estamos haciendo partícipes. Bajo esta instancia es que como mujer, estudiante de diseño de una universidad estatal y futura diseñadora, considero de suma necesidad el cuestionar de manera crítica el rol de la academia, de la industria y desde nosotros mismos como profesionales, respecto a la participación de las mujeres en estas distintas áreas del diseño gráfico en el contexto local, y por sobre todo visibilizar su participación y aporte a lo largo de la historia de la disciplina.

Con este libro no se busca llenar los huecos de la historia que conocemos del diseño gráfico local, sino más bien abrir nuevas instancias para conocer más del trabajo de nuestras diseñadoras, y de la misma manera generar discusión al respecto.

1.2

Introducción

En los últimos años como sociedad hemos tomado conciencia con más fuerza de la ausencia de las figuras femeninas en el discurso de la historia como también el lugar que ocupan y les designamos. La desigualdad de género es un tema que exige debate, crítica y una postura sólida al respecto, pero sobre todo el tomar acciones que aporten a la discusión y a la lucha.

Bajo esta premisa es que se presenta un estudio con perspectiva de género, como una forma de debatir los modos de la construcción del conocimiento en la disciplina del diseño gráfico, la cual ha estado ausente a lo largo de la formación, la práctica y en los discursos historiográficos que replicamos.

El diseño gráfico mantiene una responsabilidad importante respecto a cómo seguimos avalando un sistema político y social de carácter hegemónico y patriarcal, por ejemplo mediante el diseño del un falso neutro que hemos replicado por nuestra herencia desde el movimiento moderno. Además seguimos viendo en los medios de comunicación y publicidad imágenes que responden a discursos sexistas, de lo cual también tenemos responsabilidad.

Pero también hemos sido víctimas de algo mucho mayor que la disciplina misma, de situación de control del poder que van más allá del diseño. Las mujeres diseñadoras a lo largo de la historia del diseño han sido discriminadas, opacadas e invisibilizadas de los relatos, de las academias y aunque no lo pareciera, hasta del desarrollo profesional.

Es por esto que en esta investigación se plantean los principales conflictos respecto a género, historiografía y diseño gráfico, como una forma de comprensión y observación crítica de la profesión.

1.3

Descripción del proyecto

Este proyecto tiene su origen en la discriminación de la mujer en los relatos historiográficos, siendo un problema que también está presente en la disciplina del diseño, el cual se ha replicado tanto en la formación disciplinar como en el espacio profesional. A su vez es una invitación a la reflexión de una problemática cultural y cómo ésta se ha visto reflejada en nuestro entorno.

Maestras del Diseño Gráfico en Chile: Diseñadoras gráficas destacadas de 1970-2020 es una publicación editorial, en el que mediante la selección de cinco diseñadoras, se da conocer a las mujeres destacadas de la historia del diseño gráfico Chile con una representante por cada década aproximada del diseño nacional.

A lo largo de la publicación se nos presentarán diseñadoras gráficas que se han formado desde las primeras escuelas de diseño como tal hasta la experiencia de una diseñadora chilena trabajando en el extranjero. Cada una de ellas cuenta con un relato biográfico profesional haciendo énfasis en sus proyectos más destacados y queridos. Posteriormente mediante una entrevista conoceremos el punto de vista de cada una de estas mujeres respecto a su propio trabajo, a su participación en el diseño, el rol de la mujer en la industria del diseño nacional y cómo este se proyecta, buscando conocer mediante la experiencia de cada una cómo se ha ido formando nuestra historia. Para cerrar cada una de ellas contará con una selección de sus trabajos que serán presentados mediante material fotográfico recopilado durante el período de investigación con el fin de exponer su trabajo.

Si bien este proyecto se enmarca bajo un enfoque feminista, esto no implica que las diseñadoras presentadas tengan la misma mirada, pero todas estamos de acuerdo en la necesidad de visibilizar el trabajo de las mujeres y entregarle un espacio a toda aquella que lo requiera.



fundamentación

En estos
nuevos tiempos, la
comunidad del diseño
debiera ponerse de pie,
alzar la voz y actuar.
In these new times, the
design community should
stand up, speak
out and act

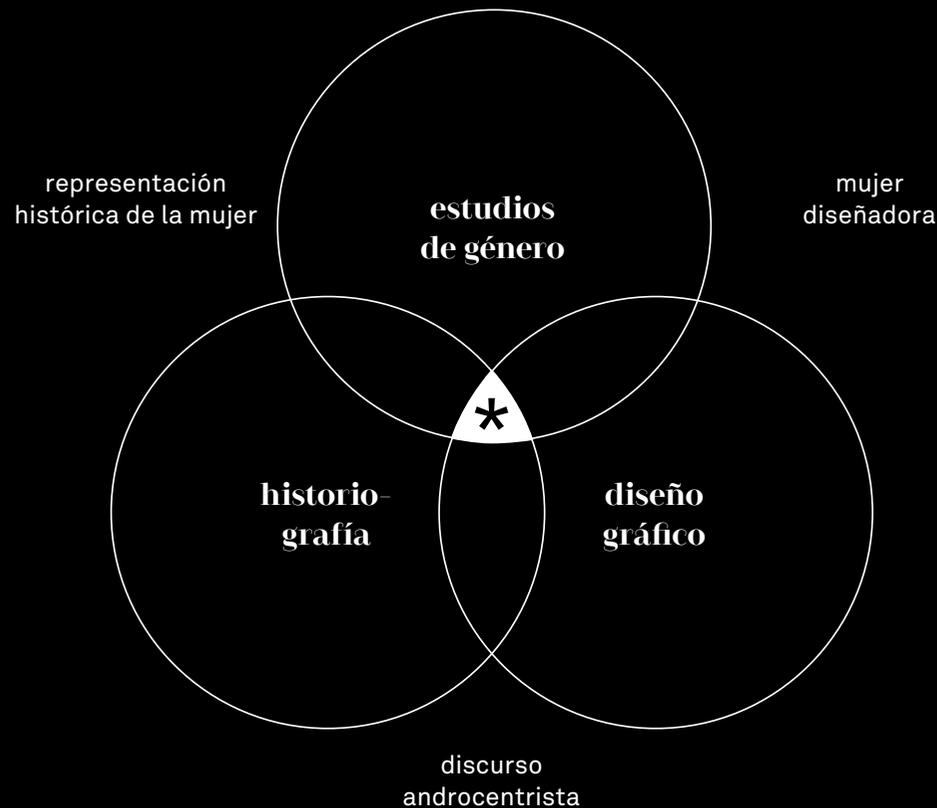
Diseño: Ximena Ulibarri

2.1

Planteamiento del problema

Los razonamientos historiográficos que se han reproducido en la formación profesional del diseño gráfico local, han mantenido una lógica en la que las relaciones de poder de carácter heterosexual y androcéntrico de discursos extranjeros; los cuales han sido el eje principal en la forma de cómo se cuenta la historia del diseño en los espacios académicos. Esto ha implicado consecuencias en la manera en que los diseñadores se relacionan entre ellos mismos según las concepciones de sexo-género y su relación en distintos contextos.

Si bien existen autores que han planteado esta problemática desde hace años, en Latinoamérica y específicamente Chile, los estudios críticos al respecto en el diseño no han sido suficientes para generar mayor consciencia y cambios específicos en los espacios propios de la profesión. Por esto es que mediante el estudio de los conflictos historiográficos desde una perspectiva de género, podemos cuestionarnos cuáles son las acciones a seguir como diseñadores gráficos en nuestra disciplina.



Diseño y género. La invisibilización de la mujer diseñadora en el discurso historiográfico del diseño gráfico en Chile.

Conceptualización

Estudios de género:

Corresponden a un campo de investigación multi y transdisciplinar, que tienen su inicio en los movimientos feministas internacionales de los setenta y tienen como objeto de estudio las relaciones socioculturales entre mujeres y hombres y viceversa, comprendiendo que la concepción de cada uno deviene de una construcción social y no biológica/natural, la cual está “atravesada por relaciones de poder y siempre acotada a un tiempo y lugar determinados” (Scott, 1996).

Historiografía:

Para Escandón la clave de la definición de historiografía es entender que todo estudio de la historia tendrá alguna perspectiva particular, y en este sentido “la historiografía puede comprenderse como la literatura, es decir los escritos sobre un tema, o más precisa y profundamente, como conjuntos históricos desde una perspectiva determinada sobre un tema específico” (Escandón, 1999).

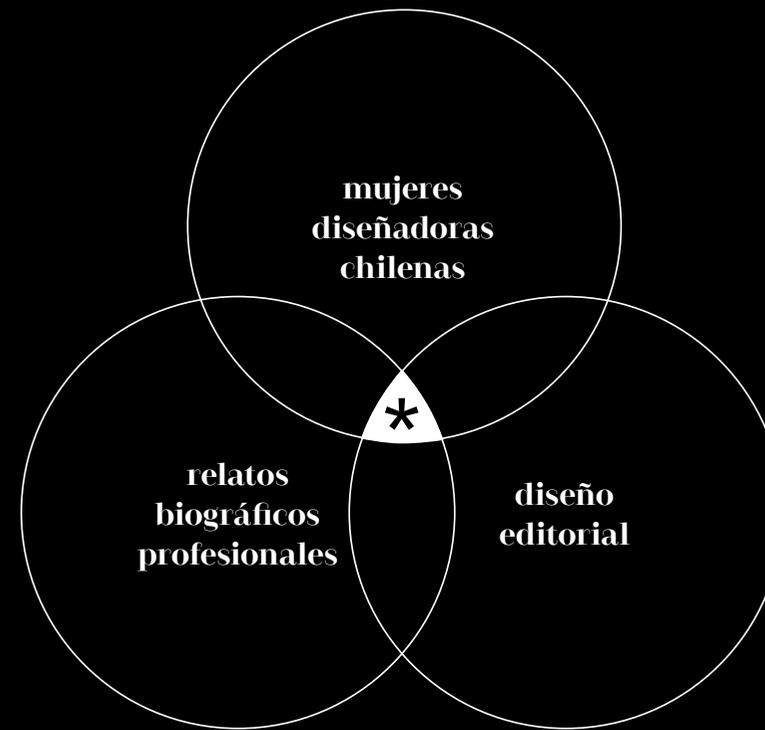
Diseño gráfico:

Si bien como se planteará más adelante, la definición del diseño gráfico como disciplina no es algo del todo efectivo, si podemos delimitar sus límites con el fin de acotar el campo de investigación de este proyecto. Para este caso entenderemos el diseño gráfico como una disciplina de proyección visual, es decir, un lenguaje visual que tiene una función comunicacional hacia un individuo o grupo social, el cual puede ser presentado mediante distintos soportes y medios, basados principalmente en el uso de imágenes y texto (Rom, 2014).

Scott, Joan W. (1996). "El género: una categoría útil para el análisis histórico", en Lamas M. (comp.), El género: la construcción cultural de la diferencia sexual, México: Porrúa/ Programa Universitario de Estudios de Género-UNAM.

Escandón, C. R. (1999). Historiografía, apuntes para una definición en femenino. Debate feminista, 20, 131-157.

Rom, Josep. (2014) Las claves del diseño gráfico, Barcelona: Trípodos.



Maestras del Diseño Gráfico en Chile: Diseñadoras gráficas destacadas de 1970-2020.

2.2

Objetivos

General

Edición y publicación de libro impreso “Maestras del Diseño Gráfico en Chile: Diseñadoras gráficas destacadas 1970-2020” con el portafolio de las cinco diseñadoras con el fin de visibilizar la trayectoria y trabajo de las mujeres en el diseño en Chile.

Específicos

- * Estudiar y seleccionar mujeres diseñadoras que hayan sido un aporte en el diseño nacional.
- * Construir un discurso profesional y visión de cada diseñadora elegida.
- * Recopilar archivo visual del trabajo realizado por las diseñadoras en distintos periodos.
- * Organizar y sistematizar el archivo por categorías.
- * Contribuir a la producción teórica y proyectual nacional, incorporando la perspectiva de género a los procesos de diseño.

2.3

Preguntas de investigación

- * ¿Cómo mediante el diseño editorial se puede relevar el trabajo y el rol de las mujeres diseñadoras en Chile?
- * ¿De qué manera se manifiestan prácticas sexistas en la disciplina del diseño gráfico?
- * ¿Por qué el diseño gráfico ha replicado el modelo heteronormado en los espacios de educación y profesionales de la disciplina?

Antecedentes

Academia y Estudios de Género

Universidad de Chile

Centro Interdisciplinario de Estudios de Género (CIEG)

- * Magíster en Estudios de Género y Cultura, mención Ciencias Sociales
- * Diplomado Semipresencial En Teoría de Género, Desarrollo y Políticas Públicas
- * Diplomado Extensión a Distancia en Estudios de Género
- * Diplomado Extensión Género y Violencia

Centro de Estudios de Género y Cultura en América Latina

Líneas de investigación: Cuerpo, deseo y sexualidades; Memoria e historia de las mujeres; Discursos, prácticas, y representaciones de género; y Subjetividades y Políticas de la diferencia

- * Magíster en Estudios de Género y Cultura, mención en Humanidades
- * Diplomado Psicoanálisis y Género: Panorámica Histórica y Crítica
- * Diplomado en Extensión en Estudios de Género

Universidad Alberto Hurtado

- * Curso Educación para la Igualdad e Inclusión de Género
- * Diplomado Política y Género

Universidad Central

- * Diplomado en Estudios de Género y Teoría Feminista

Podcast feministas

- * **Copadas**
Universidad de Chile
Camila Monsalva, Toña González, Lila Osorio y Camila Magnet

- * **Grandiosas**
Holística Radio
Antonia Larraín y Andrea Ocampo
- * **Café con Nata**
Súbela Radio
Natalia Valdebenito
- * **Caseritas**
Súbela Radio
Isidora Urzúa y Eleonora Aldea

Agrupaciones de mujeres creativas

- * Genias.
- * Ladies, Wine and Design, Santiago
- * Círculo de Creativas

Editoriales feministas

- * La Secta
- * Microeditorial Amistad
- * Cuarto Propio
- * Forja
- * La Komuna

- * Editorial Palinodia
- * Tajamar Editores
- * Moda y Pueblo
- * Libros de la Mujer Rota

Agencias de diseño chilenas lideradas por mujeres

- * Taco Alto
- * Felicidad
- * Dios la cría
- * Mandarina
- * Estudio Fortuna
- * Romina Prieto
- * Almabrand
- * Cérebro
- * NON Diseño

Sitios web

- * womenofgraphicdesign.org
- * graphicdesignwomen.com
- * womeninprint.uk
- * halloffemmes.com

Libros

Mujeres Chilenas. Fragmentos De Una Historia

Autora: Sonia Montecino
Editorial: Catalonia
Año: 2019

Ensayos escritos por mujeres de distintas disciplinas, sobre las mujeres en la historia de Chile.

Mujeres Bacanas Mujeres Bacanas Latinas

Autoras: Isabel Plant, Varios autores.
Editorial: Catalonia
Año: 2017 y 2019

Bajo el lema "Si ellas pudieron, nosotras también", esta publicación relata las biografías de mujeres importantes de la historia universal acompañadas de retratos ilustrados.

Chilenas Rebeldes I - II

Autora: María José Cumplido
Editorial: Montena
Año: 2018 - 2019

Libros ilustrados con relatos biográficos de 75 chilenas destacadas de la historia nacional en distintas disciplinas, dirigido a niños y niñas.

Herstory: Una Historia Ilustrada de las Mujeres

Autores: María Bastarós y Nacho M. Segarra
Editorial: Lumen
Año: 2018

Desde una perspectiva crítica, este libro repasa los hitos, bandazos y resistencias de la lucha feminista, peleada durante siglos por figuras determinantes e iniciativas colectivas.

Herstory: 50 Women and Girls Who Shook the World

Autora: Katherine Halligan
Editorial: NosyCrow
Año: 2018

Con un enfoque más infantil, dirigido a niños y niñas entre 5 y 12 años, este libro busca enseñar la historia desde mujeres destacadas.

Cuentos de Buenas Noches Para Niñas Rebeldes I - II

Autora: Elena Favilli y Francesca Cavallo
Editorial: Planeta
Año: 2017 - 2018

Reinvención del cuento de hadas para niñas inspirado en biografías de mujeres valientes y atrevidas de la historia universal.

Las Olvidadas: Una Historia de Mujeres Creadoras

Autora: Ángeles Caso
Editorial: Planeta
Año: (2007) 2019

Relatos de mujeres creadoras y sabias, escritoras, artistas o compositoras que se rebelaron contra el orden imperante y tuvieron que vivir entre dudas, temores y persecuciones.

Daily Rituals: Women at work

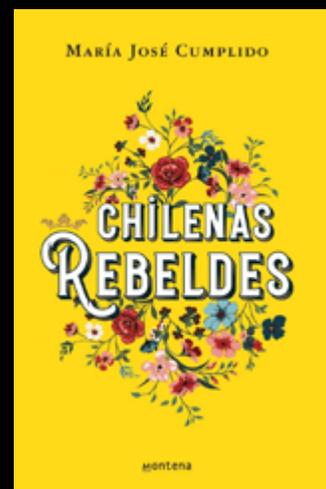
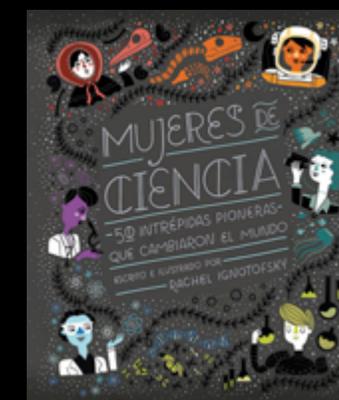
Autor: Mason Currey
Editorial: Picador
Año: 2019

Este libro muestra las rutinas de diferentes mujeres artistas y creativas y nos presenta sus rutinas diarias de trabajo.

Colección Mujeres de: ciencia, deportes y artes

Autora: Rachel Ignatofsky
Editorial: Nórdica Libros
Año: 2016 - 2019

Colección de libros ilustrados con historias de 50 mujeres de cada una de las áreas seleccionadas con infografías relacionadas.





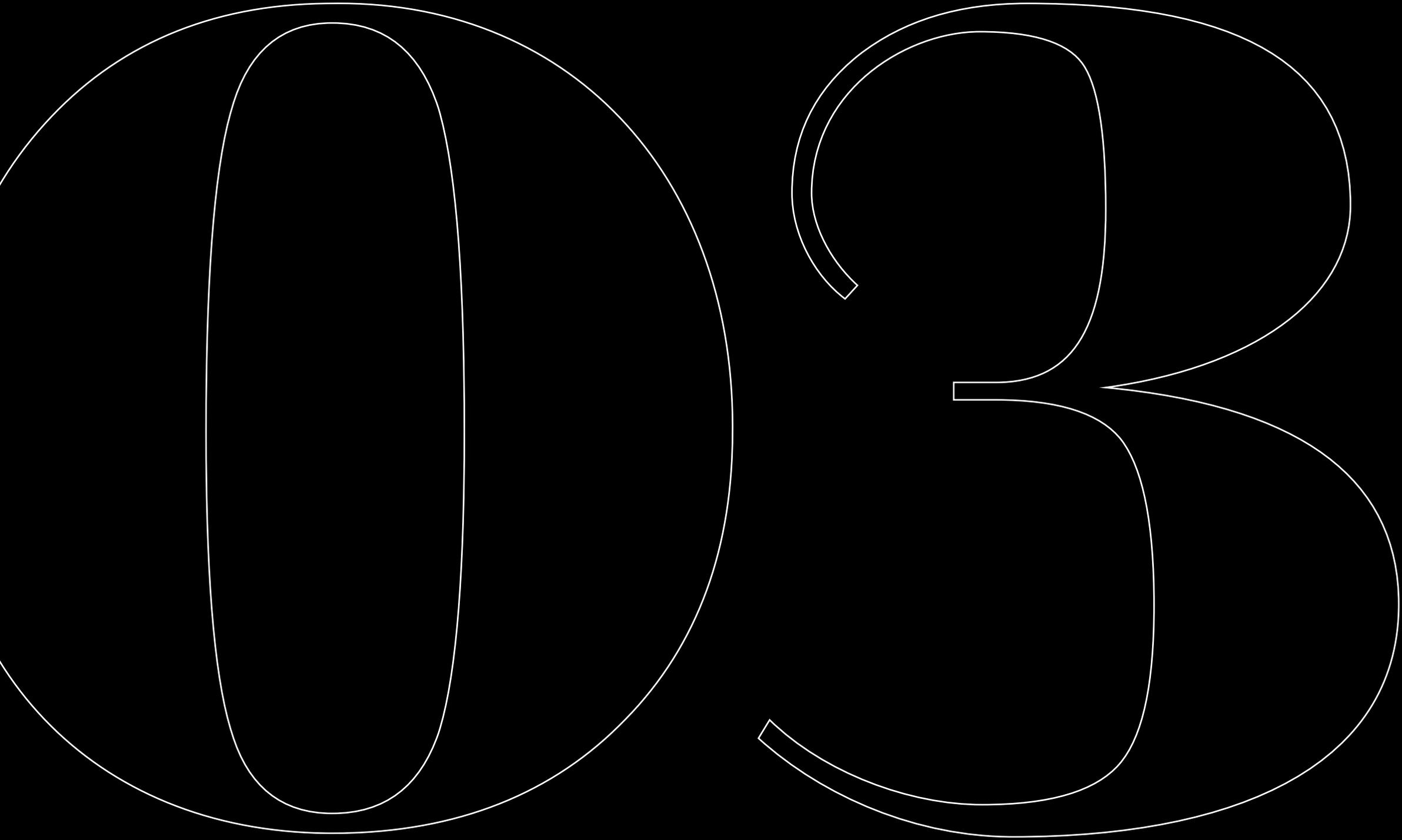
Conclusiones de antecedentes

Ya es más que inminente la presencia en el mercado de espacios por la reivindicación de la mujer, ya sea en contextos académicos mediante postítulos, estudios de género; en agrupaciones profesionales, programas radiales, editoriales, entre otros. Existe una necesidad y ansia de conocer dónde hemos participado y cuál ha sido nuestro rol oculto.

Desde ahí es que principalmente en el mercado editorial es que se ha enfrentado a esta temática desde un lenguaje amable y cercano, dando a conocer la vida y biografía de mujeres destacadas de la historia universal y ciertas disciplinas de una manera que genere fácil acceso a un amplio público. El contrapunto a todo esto, es que todas las publicaciones se han vuelto muy similares, no solo en contenido sino que en diseño propiamente tal.

Se repite la lógica de la biografía como "cuento" o narración literaria, retratadas normalmente mediante ilustraciones, probablemente como recurso para igualar el tipo de contenido, pero todos terminan haciendo un poco lo mismo. Es resultado son libros hermosamente ilustrados, pero que toman un carácter muy infantilizado, como si solo a los niños debiésemos educarlos sobre el rol de la mujer en la historia y no a nosotros mismo por igual.

Por otro lado, en el mercado nacional encontramos relatos de mujeres destacadas de la historia de Chile, pero nada específico sobre áreas creativas, culturales o artísticas; por lo que presentar un proyecto editorial con un campo más acotado resulta innovador y una buena promesa de venta.



marco teórico



← PÍLLEME

Telefonica
CTC CHILE

ABRIL 2003

fibra 7

fibra

FREI ASOMA LA NARIZ
ENTREVISTA



EL COMPLETO
VICIO CALIENTE

MODA CONEJO
LA HISTORIA DE LOS BUSH
CONFESIONES DE PEDRO CARRERURO
CONSERJES EN LA MIRA
ROSARIO FLORES

3.1

Género y poder

Género, mujer y sociedad.

Para poder plantear esta investigación respecto de la participación de la mujer en el diseño gráfico, es necesario entender algunas relaciones históricas del comportamiento de la mujer en la sociedad.

Lo primero que deberíamos entender en cuanto a esta situación, es que debemos contextualizar a la mujer en una sociedad en donde el poder es de control hegemónico, ejercido por una clase dominante, de la cual el hombre -*sexo/género*- históricamente ha sido su representante. Esto también nos delimita una sociedad heteronormada, donde la binariedad de los sexos determina una forma de vivir en la que cualquier otra categoría fuera de *hombre/mujer* queda desplazada, de tal manera que la sexualidad se transforma en un dispositivo de control (Foucault, 2000).

Por tanto comprenderemos que el dispositivo de la sexualidad llevado a la práctica, corresponde al sexo, y cuando este existe en la sociedad, lo entenderemos como género. Si bien, en el feminismo tradicionalmente se han separado las categorías de sexo (biológico) de género (cultural), actualmente comprendiendo el contexto planteado, no podemos separar sexo de género, pues el sexo en sí mismo definirá las conductas esperadas por la sociedad. Por tanto hablaremos de una relación de *sexo-género* para referirnos a todo aquello que tiene que ver con la identidad, expresión, atribuciones, roles, relaciones (intra o intergenéricas y jerárquicas), normatividad (conductas esperadas) y perspectiva atribuida a estos (Maffia, 2018). De esta manera nos centraremos en la relación específica del conflicto *sexo-género* de una sociedad dividida entre lo femenino/masculino, y para abordar las problemáticas de sexo con las regulaciones aplicadas de

cada contexto, siempre cuando hablemos de sexo estaremos hablando de género.

Según Aristóteles todas las sociedades se organizan en relaciones naturales, que actualmente determinamos como relaciones de poder. Para el filósofo estas relaciones determinaban qué sujetos mandan y qué sujetos obedecen, *amo/esclavo, adulto/niño, varón/mujer*, eran las tres relaciones fundamentales.

Cuando generamos un enfrentamiento de dos cuerpos diferentes, no solo estamos produciendo una diferencia sino que también una *jerarquía de las diferencias*. En las diferencias podemos basar la producción de igualdad política, pero junto con ella inmediatamente estableceremos la existencia de la jerarquía. Cuando un individuo tiene libertad política y capacidad ética, significa que existe un otro que no las tiene por no ser idéntico, por tanto la subordinación del sujeto resulta inminente ante la concentración del poder del otro (2018).

La mujer entonces se encuentra en un estado de subordinación ante el hombre. En lo que la modernidad se determinó como sujeto universal y neutro, la mujer resulta excluida. Esto mismo de hecho más adelante podremos observar cómo se replica en la disciplina del diseño, en la cual se castigará todo aquello que no responda a un sentido utilitario, funcional y sobrio, adjudicando las características opuestas a un lenguaje y estética femenina.

De esta manera se nos da a entender que lo productivo corresponde a un carácter masculino, por tanto lo reproductivo en la mujer, y con la modernidad comenzamos a delimitar entre lo público y la privado respectivamente. El mundo de lo público está directamente asociado con el trabajo productivo, lo universal, abstracto, objetivo, racional, masculino y de alto poder jerárquico, en resumen de un "valor epistemológico fiable", por el contrario, lo privado lo asociamos al trabajo

reproductivo, lo singular, narrativo, subjetivo, emocional, femenino (sexualizado) y de menor jerarquía. De esta manera las mujeres quedan completamente relegadas y exentas de poder.

La mujer entonces, debe construirse a base de todo estos parámetros y comportarse como es de esperado. Ya Simone de Beauvoir en su libro *El segundo sexo* (1949), nos plantea entonces la idea de que “no se nace sino que se deviene mujer” entendiendo así que el ser mujer responde a la construcción social que se le atribuye históricamente, y que esta construcción como explicamos previamente tiene una ordenación jerárquica de un “segundo sexo” o “la otra” del hombre, pues “la humanidad es masculina y el hombre define a la mujer no en sí misma sino en relación al hombre ... Él es el sujeto, él es lo absoluto - ella es la otra” (Beauvoir 1989:XXII).

Nos hace falta plantearnos entonces cómo desde el diseño se han planteado o visibilizado estas problemáticas. Si bien, el “rol” de la mujer ya no pertenece completamente a lo privado, y ha logrado una inserción dentro de lo público, ha sido a costa de posicionarse desde la masculinidad. Por ejemplo, desde la visualidad, cuando una mujer busca posicionarse en el mundo laboral, cambia su vestimenta a formas más sobrias, colores oscuros, de la misma manera en que lo haría un hombre. Lo que se quiere decir con esto, es que aún de alguna manera entendemos esta inserción como algo no-natural, aún es una lucha el poder posicionarse.

En este sentido también es que debemos ver la incidencia del diseño desde su responsabilidad comunicacional. El diseño gráfico desde su delimitación profesional que ha compartido el camino junto a la publicidad, la cual es una de los grandes responsables de estereotipar la imagen de la mujer y de la replicación de cánones estéticos de la misma. Foucault nos plantea al respecto que “los medios de comunicación funcionan como dispositivos de poder/saber sobre la verdad de los cuerpos sexuados, regulando formas corporales y subjetividades dentro de los límites del dualismo sexual” (Foucault, 1976).

Habiendo delimitado de manera breve algunos conceptos claves como sexo-género y de cómo se entiende el conflicto de la mujer en la sociedad, es que se plantea la importancia de estudios con perspectiva de género para la disciplina como método de comprensión del canon dinámico del diseño como proceso visible de las regulaciones del cuerpo y sexo a través de los sujetos sociopolíticos variables sincrónicos a cada contexto histórico. *

De lo privado a lo público: Ser mujer en Chile

En este capítulo se tiene la intención de contextualizar la situación de la mujer respecto a la sociedad actual de carácter neoliberal del sistema chileno, cuáles son sus principales carencias y posturas a las cuales las mujeres ya sea como mujeres propiamente tal y como diseñadora nos enfrentamos al ser parte de este.

Por herencia histórica, las mujeres han sido aplazadas tanto educacional como laboralmente. Es un círculo vicioso: al recibir una educación diferenciada a la de sus pares masculinos; sus carreras y trabajos tradicionales, o, las que “les correspondían” hasta hace pocos años, también lo son.

Desde pequeñas, las mujeres son separadas de los hombres en el ámbito del saber. Además de que, generalmente, son las mujeres las que reciben las enseñanzas domésticas para “prepararlas” a ser dueñas de casa; en los establecimientos educacionales los roles de género se hacen presentes con las materias: los hombres se motivan más con ciencias y matemática y las mujeres con el área humanista.

La participación laboral de las mujeres en Chile es de un 56,1%, mientras que la media de la OCDE es de un 63,6% (OCDE en Comunidad Mujer, 2018) -lo que sigue siendo bajo-; siendo los sectores de la construcción, la minería, el transporte, la electricidad, gas y agua; y las industrias manufactureras los que tienen más sesgo dentro de sus equipos profesionales. Las mujeres se dedican preferentemente al servicio doméstico, la enseñanza y los servicios sociales y de salud, coartando sus habilidades de creación y emprendimiento; lo que hace evidente una desigualdad de ingresos y/o remuneraciones entre hombres y mujeres (2018).

Después de la inserción, y una vez dentro del sistema laboral, las mujeres se encuentran con otros problemas a resolver: la desigualdad salarial (Chile se encuentra en el número 127 de 144 países de la OCDE en cuanto a equidad) (Foro Económico Mundial cit. en 2018), la maternidad exclusiva para mujeres -no corresponsabilidad parental-, la alta desempleabilidad en edad fértil y el llamado “doble trabajo”: las tareas del hogar.

Este último punto corresponde a un profundo paradigma social que acompaña a los roles de género, donde exclusivamente las mujeres se encargan del cuidado del hogar y de la familia, y los hombres figuran como proveedores de recursos monetarios. El 48,8% de las jóvenes chilenas de entre 18 y

24 años que se encuentran desempleadas declaran que la maternidad y los quehaceres domésticos son su principal razón para no trabajar, mientras que solo el 2,9% de los hombres desempleados se identifican con esas razones (2018:115).

A pesar de haber alcanzado, en cierta forma, la misma oportunidad para estudiar y trabajar, la desigualdad de condiciones sigue siendo notoria. Para eso, se han ideado diversas regulaciones legales, como el post-natal compartido entre hombres y mujeres o las leyes de cuotas para asegurar el ingreso de las mujeres a la política. Sin embargo, nos encontramos, en palabras de la abogada especialista en libre competencia, Nicole Nehme:

“Un sistema laboral en que se prioriza la competencia, en que se mide el trabajo por horas trabajadas y no por resultado, en que no existe transparencia en las remuneraciones y no se facilita el trabajo flexible ni la corresponsabilidad para todos los involucrados, no está diseñado para ayudar al ascenso femenino. Debemos instar por remuneraciones para los mismos puestos de trabajo y evaluar por calidad de los resultados más que por la cantidad de horas trabajadas”. (Nehme en 2018:124)

En el ámbito académico, no todas las mujeres tienen la suerte de participar. En las 27 universidades que integran el Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas (CRUCH), solo una mujer es rectora: María Teresa Marshall, de la Universidad de Aysén; y hasta 2017, existían 155 decanos y 36 decanas (2018:277). Lo anterior, además de evidenciar la desigualdad, representa un gran problema dentro del sistema de educación chileno: se necesitan mujeres líderes para que otras mujeres se sientan capaces de sobresalir y aportar en la construcción del país. Mientras más representantes femeninas haya en todo sector social y laboral, mayor será el cambio de integración.

Por otro lado, la participación de la mujer en la academia se ve influenciado por la baja confianza a la autoridad del género femenino en los temas de investigación. Ante esto Cecilia Sepúlveda, ex decana de la Facultad de Medicina de la Universidad de Chile dice:

“Llegar a ser investigadora independiente requiere no solo contar con un posdoctorado o su equivalente, sino que además haber realizado uno o más doctorados, idealmente en centros extranjeros, tener publicaciones como primer autor o correspondiente, y haber obtenido fondos concursables para investigar. Realizar un doctorado implica unos cinco años adicionales de estudio poslicenciatura,

siendo la edad promedio de estas estudiantes de 31 años, la mayoría solteras (60%), y sin hijos (76,7%)” (2018:280)

Cómo, entonces, puede una mujer llegar a participar plenamente del saber, si las oportunidades de ingreso son bajas y las condiciones sociales la condenan a hacerse cargo de los hogares y las familias mientras los hombres estudian y trabajan?

Pero eso no es todo: la historia profesional de las mujeres también está marcada por el anonimato. Desde descubrimientos científicos mundiales a comentarios dentro de una reunión en cualquier lugar tienen anécdotas de mujeres relegadas por los hombres. Tal es el caso de Charlotte Perriand, quien trabajó durante años en los talleres del famoso arquitecto Le Corbusier y nunca tuvo el reconocimiento adecuado por el diseño de la famosa silla Chaise Longue LC4; o Carolyn Davidson, creadora del logo de Nike en 1971, quien recibió una cifra parecida a US\$225 por su creación; o Aino Aalto-Marsio, quien diseñó del famoso Jarrón Savoy en conjunto con su marido, Alvar Aalto, pero que históricamente su autoría ha pasado a un segundo plano.

Lo mismo sucede hoy en reuniones o incluso en estructuras de trabajo: a pesar del avance del tema de género en los últimos años, pocas mujeres llegan a los altos cargos o jefaturas, en reuniones se escucha hablar más a los hombres o las opiniones femeninas son tachadas de poco importantes. María Eugenia Weinstein, máster en Psicología de la Universidad de Wisconsin, escribió:

“A pesar de que hoy en día las mujeres están en todas las áreas del saber y el hacer, continúa siendo difícil que sean vistas y consideradas de manera proporcional a su talento y aporte a la sociedad (...) Por eso, la contrapartida del ninguneo en la subjetividad femenina es el perfeccionismo y la depresión, verdaderas epidemias de las mujeres en el siglo XXI. La obsesión por la perfección, así como la autoexigencia desmedida, han resultado ser estrategias fallidas para lograr ser aceptadas, no solo por la sociedad sino también por sí mismas” (2018:128).

En el área de emprendimiento, la participación de las mujeres también se ven desfavorecidas: solo un 11,5% de las mujeres emprendedoras son empleadoras en Chile, versus el 20,7% de los hombres, y en el área de la política sucede algo parecido: existen 16 hombres versus 5 mujeres ministros del Poder Judicial; 10 hombres versus 7 mujeres presidentes de Cortes de Apelaciones; 305 alcaldes y 41 alcaldesas; y 548 concejales y 1692 concejales.

Alejandra Mustakis, diseñadora y emprendedora chilena creadora de Medular, Kael e Ideas Factory, plantea:

“Nadie me enseñó a emprender. Cuando empecé existían un montón de arquetipos prejuiciosos que indicaban que no me iba a ir bien: tenía una familia más o menos disfuncional, estudié diseño y soy mujer. Y eso era lo que más costaba entonces: crearle a una mujer. Sin embargo, estaba tan convencida de lo que quería hacer, que no me cuestioné. Siempre he valorado el talento, la pasión y las capacidades de otros y lo que me motivaba era crear en equipo(...) Los hombres crearon las empresas, los gobiernos, y todas las reglas del juego, pero las mujeres tenemos una visión complementaria y distinta que le hace muy bien a la economía, a las empresas y a la sociedad” (2018:159)

Una prueba que la Ley de Cuotas en función a lo que sucedió en las pasadas elecciones parlamentarias chilenas, pues antes del proceso, el país se encontraba en el puesto 129 de 193 del Ranking Women in National Parliaments de la Unión Interparlamentaria; y después de aplicada la medida legislativa, Chile subió al puesto 81. Ejemplos como la presidencia de Michelle Bachelet o la candidatura de Hilary Clinton en Estados Unidos comunican algo nuevo: el mundo se está preparando para nuevos cambios con respecto a la participación femenina, pero, a pesar de las diversas medidas aplicadas, se necesita un verdadero cambio cultural que las reconozca como iguales a sus compañeros masculinos.

Vivimos en una sociedad occidental profundamente relacionada con el liberalismo, que desde su nacimiento separó lo masculino con lo femenino y sus respectivos roles, dejando a los hombres de la mano de lo público y a las mujeres de la mano de lo privado. Si bien estas definiciones no se ven expresamente en la actualidad, una ley social tácita aún ronda por las calles y lugares públicos, permitiendo que muchas mujeres se posterguen. Las mujeres de hoy necesitan la eliminación de esas leyes tácitas que siguen inmersas en el mundo, para lograr un desarrollo educacional y laboral libre. En palabras de la licenciada en Historia, periodista, máster en Estudios Latinoamericanos y en Historia y doctora en Historia de la Universidad de Stanford, Ana María Stiven:

“Soy partidaria de la discriminación positiva, de la asignación de cuotas transitorias en aquellos aspectos donde la brecha es muy grande. Cuando hablamos de igualdad de género no solo buscamos que las mujeres accedan a lugares ocupados por los hombres, sino que los hombres se eduquen

paralelamente en los espacios ocupados tradicionalmente por las mujeres. El error que hemos cometido es buscar que los hombres nos den espacio en su mundo y no estamos exigiendo que ellos se hagan parte del nuestro” (2018:190).

Para que la sociedad funcione para todos, es estrictamente necesario que las mujeres participen. No basta con las cuotas, ni con el ingreso a la universidad, ni con la búsqueda de salarios equivalentes: se necesita un cambio sustancial, donde los roles ya no existan, ni las capacidades sean un sesgo de género.

Si Chile fuera un país que funcionara con equidad, los avances de género promoverían el desarrollo no solo económico, político y social, sino que también producción artística y de diseño, y se vería beneficiado por el aporte de nuevas ideas y estilos. El consciente colectivo necesita de la emancipación total de las mujeres para recopilar todos los elementos creativos necesarios y así aportar a la educación, teorías y métodos.

En los últimos años a nivel mundial ha habido un levantamiento por parte de los movimientos feministas que también se ha visto reflejado en Chile. El año 2018 se marca un hito en el movimiento feminista, el cual se extiende por todo el territorio chileno denominándose el *mayo feminista*. Es preciso señalar que es en Valdivia, específicamente en la Universidad Austral de dicha ciudad, el primer espacio movilizado y tomado por sus estudiantes en favor de exigir el fin de los abusos sexuales y de poder ejercidos en contra de las mujeres. Esto se vuelve el preámbulo de lo que fuera una serie de tomas y protestas, realizadas por universitarias y secundarias, quienes vienen con claridad a problematizar la historia de abusos que se perpetúan en estos espacios de educación y que también ponen en crisis el modelo de enseñanza y la formación de un sesgo sexista que habita en dichas instancias.

Es así como las marchas se vuelven multitudinarias y el movimiento feminista suma muchas participantes, ampliando las instancias características de reivindicación, como la conmemoración por el 8 de marzo, y se suman como permanentes las marchas por la educación no sexista y la marcha por el aborto libre. En esta misma línea, la marcha del 8 de marzo del año 2019 se constituye como un momento de relevancia histórica al ser la concentración con más personas desde la vuelta a la democracia antes del estallido social del 18 de octubre.

Diversas organizaciones feministas y disidentes se proliferan por todo el territorio chileno, dentro de ellas es trascendente

para el ritmo de las movilizaciones y de la huelga de marzo, la Coordinadora Feminista 8M (CF8M). Esta colectividad ha propiciado la organización de múltiples manifestaciones, marchas e instancias para fortalecer el movimiento feminista. Cabe destacar el último hito, el II Encuentro Plurinacional de las que Luchan, quien fue organizado por más de 20 organizaciones y del que fueron parte “3.000 mujeres, lesbianas, trans, travestis, no binaries, bisexuales y pansexuales de todo el país y de 28 países del mundo.” (CF8M.cl) En este encuentro se trazaron los diversos ejes de lucha y de movilización para la huelga de marzo y las proyecciones del movimiento para este año 2020.

Es también preciso situar al feminismo dentro del estallido social iniciado el 18 de octubre del 2019, poniendo en el debate la violencia ejercida históricamente sobre las mujeres y disidencias, la precarización de la vida, la autonomía negada sobre el cuerpo propio, entre otros. En ese sentido se han organizado durante este período marchas caracterizadas con dichas problemáticas, y diversas intervenciones en el espacio público que han venido a subvertir el escenario marchado por una agenda social que ha ignorado la urgencia de estos temas. Una de las que ha causado más revuelo es la intervención de Las Tesis, colectiva de mujeres que han desarrollado su propuesta performática desde la intención de poder exponer en el espacio público, tesis de autoras, con la premisa de poner aquellos planteamientos en un terreno más acotado y cercano. Es así como en el estallido social surge la intervención “*Un violador en tu camino*”, acción desarrollada en distintos espacios de la ciudad, donde mujeres con sus ojos vendados cantan en contra de la violación y la violencia, en contra de los responsables y cómplices, señalados como el Estado, el gobierno, el presidente, los jueces, la policía. Así también agregando un fragmento del himno de Carabineros de Chile, institución que durante este período ha sido muy cuestionada por la violación sistemática a los derechos humanos ocurrida en el contexto de la protesta social. Este himno a su vez logró traspasar fronteras y se ha vuelto un símbolo feminista mundial. *



Marcha feminista mayo 2018.
Fotografía por Agencia UNO.



Las integrantes del colectivo LasTesis, al frente, interpretan "Un violador en tu camino".
Fotografía Javier Torres/
Agence France-Presse

El diseño desde las diseñadoras

El diseño como disciplina proyectual, tiene una responsabilidad en la forma en que resuelve la comunicación visual por un lado, y por el otro ser consciente de los conflictos de distintos sectores sociales y hacerse cargo del rol que tiene como herramienta de transformación social. Cuando se propone comprender el diseño desde la perspectiva de género, responde a que ambos criterios nos permiten identificar la forma en que cada individuo simboliza y construye su realidad.

A la fecha existen variados artículos y ensayos respecto a la relación de género y el diseño, pero históricamente se ha comprendido "diseño" como el diseño objetual directamente en relación con el diseño industrial, y cada vez que ha habido un intento de relevar a las mujeres en la historia del diseño, estas siempre terminan siendo mujeres diseñadoras industriales o de *moda* (textiles), y como el campo del diseño gráfico hasta el día de hoy aún no ha podido esclarecer sus límites o definiciones más categóricas, las diseñadoras gráficas siguen manteniéndose más invisibilizadas.

Al igual que en muchas disciplinas, la histórica del diseño se ha escrito y replicado con la ausencia de muchas mujeres que se desarrollaron como profesionales, siendo la primera muestra esencial de la desigualdad de género existente en la profesión. En una primera instancia, el feminismo ha sido quien ha traído al diseño alguno de los aportes críticos más significativos, desde aspectos estructurales como en los aspectos visuales como mencionábamos al comienzo. El feminismo históricamente ha cuestionado cómo se construyen las imágenes, objetos y espacios con la carga hegemónica de lo masculino, que en el campo del diseño fue fuertemente instaurado por el movimiento moderno.

A esto último, Levrant de Bretteville (1973), diseñadora gráfica y académica de Yale, lo llamaría *fascismo visual*, como una forma de revelarse ante las ideas estériles de un diseño supremacista del hombre blanco. Para Sheila "las artes del diseño son artes públicas y en cuanto tales son vehículos muy importantes para formar nuestra conciencia" (Levrant en 2001:287).

A la vez criticaba cómo el diseño refuerza el desequilibrio:

"Proyectando el tono "masculino" únicamente en el ámbito de lo público ... valorando sus aspectos anónimos y autoritarios, y separándose cada vez más del ámbito de lo privado, por lo que siguen aislando a las mujeres, la experiencia femenina, los valores "femeninos" (Levrant en 2001:288).

Con esto, Levrant busca apuntar a un área específica del diseño gráfico y de la comunicación, como la publicidad y diseño publicitario, acusándolos de que mediante la simplificación visual, niega la complejidad de la experiencia vital (2001), ya que las simplificaciones refuerzan las separaciones (diferencias) y estereotipos. Muchas veces los diseñadores olvidan su rol como actor en la búsqueda de la resolución de conflictos sociales, y por "vender" un producto o idea rápidamente, cae en este tipo de lógicas.

"La simplificación se torna nociva, pues trae consigo la restricción y limitación de la separación y fronteras "si los diseñadores relajaran las fronteras diesen lugar a una mayor complejidad de la imagen, podrían impedir este tipo de fascismo visual" (2001:289).

Así por un lado podemos entender la necesidad de ser conscientes de las relaciones de género y poder, y la responsabilidad de la profesión antes estas dinámicas, y sobre todo como diseñadoras mujeres ser consientes de esta situación y mantenerse críticas ante ella.

Por otro lado, retomando los discursos históricos del diseño, es que buscamos entender la posición de la mujer diseñadora y su relación con la profesión histórica y actualmente.

"Almost no prior studies of the profession of female graphic designers existed, despite our impression that woman comprised a large percentage of the graphic design workforce and that more women than ever are active in the field today. This raises the issue of woman visibility" (Breuer, 2012:25).

Gerda Breuer, en la cita anterior insiste en la ausencia de las mujeres diseñadoras a lo largo de los estudios de la disciplina considerando que son el porcentaje más representativo de la fuerza laboral de la profesión.

A través del tiempo muchas mujeres diseñadoras han sido reconocidas en sus círculos profesionales, y un número considerable de ellas disfrutaban de carreras exitosas. Sin embargo, pocas han logrado entrar al canon de la historia del diseño, y las que lo han hecho han sido consideradas excepciones. Cuando pensamos en los grandes diseñadores de la historia del diseño gráfico, automáticamente se nos vienen a la mente hombres y esto sucede en Europa, Estados Unidos y Chile, quizás entonces vale la pena preguntarse, a qué viene esta situación.

Creo que actualmente para el mundo del diseño está claro que la problemática de género en el diseño no tiene que ver con una cosa de talento, está más que claro que las mujeres son excelentes diseñadoras, es cosa de pensar en el diseño editorial, donde actualmente son las mujeres quienes más desarrollan el rubro. El conflicto tiene que ver más con lo que hemos planteado en los capítulos anteriores, y es cómo se replican el modelo heteropatriarcal y hegemónico en todo ámbito profesional incluido el diseño.

Volvemos a Levrant (2001) quien nos presenta una idea interesante, la cual es considerar la estructura del tiempo entre los hombres y mujeres, haciendo alusión que para las mujeres el tiempo no es lineal en la relación a su cotidiano, pues las mujeres enfrentamos preocupaciones que van más allá del tiempo. Cuando están en el trabajo deben seguir pensando en la casa, en la casa piensan en pendientes y en el trabajo o en la crianza de hijos si es que hay. Para los hombres la linealidad del tiempo es obvia, el tiempo es específico por cada labor.

Ante estas ideas hay diseñadoras que creen que ya no podemos hablar de ese tipo de brechas incluso cuando se les pregunta al respecto, tienden a hablar de su propio trabajo y no hacer referencia a conflictos de género en la profesión (Terstiege cfr. en Breuer 2012).

De todas maneras resulta inevitable considerar que para las mujeres el ámbito profesional siempre será más complejo que para los hombres, mientras no se equilibren las responsabilidades sociales de cada uno. Queramos o no las mujeres somos las responsables de los aspectos privados de la vida. Entonces, ¿qué pasa cuando una diseñadora exitosa de pronto queda embarazada?

En *Beyond the Glass Ceiling: An Open Discussion* (2011), ensayo de Astrid Starvo, destacada diseñadora gráfica italiana, se recuerda una anécdota interesante para analizar el conflicto de género en el diseño gráfico. En una mesa redonda sobre diseño de portadas de libros que contaba con la participación de Milton Glaser, Chip Kidd y Dave Eggers, moderado por Michael Bierut, y en una de las preguntas del público se cuestiona a los tres diseñadores: "¿Por qué creen que hay tan pocas diseñadoras gráficas famosas o pocas diseñadoras *rockstars*?" A lo que Glaser contestó:

"Las mujeres quedan embarazadas, tienen hijos, se van a casa y cuidan de sus hijos. Y esos años esenciales que los hombres

están construyendo sus carreras haciéndose más visibles, básicamente quedan anulados para las mujeres que optan por estar en casa".

Evidentemente resulta violento de escuchar y leer, y para Starvo lo que resulta más violento no son estas palabras sino que efectivamente no hubiese ninguna mujer diseñadora presente, considerando la cantidad de mujeres exitosas que trabajan en el diseño de libros.

Particularmente creo que las conclusiones de Starvo se mantienen desde una posición de privilegio, en el que considerar que los aspectos mencionados por Glaser de verdad podrían detener la carrera de una mujer como un imposible, parece muy alejado de las observaciones reales.

Como se ha tratado de explicar a lo largo de todo este capítulo, no podemos separar las dimensiones sociales de la mujer en ningún aspecto para comprender el conflicto de género sea en el diseño u en otra profesión. Mientras como mujeres no seamos conscientes de las luchas que debemos dar constantemente en nuestro cotidiano, es muy difícil que resolvamos el conflicto de invisibilidad de nuestro trabajo. Por esto que esta investigación se enmarca en comprender este fenómeno histórico lo más teóricamente posible, para que una vez asimilado, buscar la mejor manera de contribuir a cambiar la forma en las que nos relacionamos como diseñadores y como personas.

"The idea that woman's place is safely guaranteed and that self-assertion is neither attractive nor necessary could provide false comfort to young women working in design – or any other field – today. Although graphic design is a profession that woman helped to shape, there remains ample room for expanding our opportunities. May the next generation of women designers stake out territories in the changing landscape of media and communication!"

(Lupton en 2012:85). *

La historiografía y su deuda pendiente

¿Tenemos las mujeres un lugar en la historia?

Este capítulo no tiene por objetivo “llenar vacíos” con la participación de mujeres en oposición a los hombres, sino “de cuestionar la todavía dominante idea de la historia “general”, de la cual las mujeres forman un caso “especial” y que en realidad es historia masculina hecha por varones” (Radkau, 1986:79). Ya Morris Blachman nos habla de esta “omisión selectiva” como algo que “se explica desde historiadores masculinos con una arraigada y androcéntrica concepción de la historia y por ende del objeto de la historiografía que se ha perpetuado a lo largo del tiempo” (Blachman cit. en Radkau 1986:78).

Ante estas ideas planteadas, es importante entender que lo que se busca no es saber quienes son aquellas mujeres que estuvieron “a la par” de hombres destacados de la historia, más bien de saber qué sucedía con las mujeres durante estos procesos como un saber igual de relevante para historia.

“Si las mujeres como grupo social que representa la mitad o más de la población humana, no se han convertido en precursoras de procesos revolucionarios y se han encontrado alejadas de los centros de autoridad y poder formales, no tiene mucho sentido insistir en la búsqueda de aisladas heroínas que como excepciones más bien confirman la regla, para reivindicar la participación femenina en el proceso histórico; es preciso invertir la jerarquía de datos relevantes en la historiografía, revisar el bagaje metodológico tradicional y ampliar los campos de investigación histórica”

(Radkau 1986:78).

“... Se trata de plantear un análisis histórico a partir de una Historia Total, entendida esta vez no solo como historia de las estructuras económicas, sociales y políticas, postuladas

por las escuelas de los Annales y otras corrientes renovadoras, sino como una historia que abarque a la vez dimensiones de la esfera privada, con estudios de las estructuras de la familia, la sexualidad, la reproducción, la cultura femenina, la salud, el trabajo doméstico, la socialización de los hijos... para establecer así una visión integral del conjunto de la experiencia histórica de la mujer...” (Nash, cit. en 1986:78).

Radkau menciona una importante enciclopedia Alemana del siglo XX en la que se habla del “movimiento femenino” como un esfuerzo por lograr “un cambio en las relaciones de la mujer hacia la sociedad en su conjunto (cit. en Housen 1983:8)” la cual insiste en la idea del género masculino como un neutro “sociedad”, lo cual evidentemente culmina en un relato histórico sesgado en la participación de la mujer “anexada” en el universo del hombre, incluso por algo tan natural como nuestro propio lenguaje. Por tanto “parece entonces útil y necesario distinguir claramente a la humanidad en otras categorías, en mujer y hombres” (Hausen, 1983:17) y en realidad aplicando más criterios contemporáneos, necesitamos de una historia que distinga la humanidad de la masculinidad y se cierre a esta falsa neutralidad para apreciar no solo la mujer, sino a cada identidad que se requiera.

De esta crítica surge la cuestión esencial, ¿cómo se logra caracterizar la categoría social de “mujer”? Ante esta pregunta Radkau se pasea por diversas teorías historiográficas, en primer lugar tenemos el enfoque marxista, que en su fundamentalismo este cuestionamiento no aplica debido a que la mujer está incluida dentro de un sistema de clases, el cual no advierte de género en la lucha de la emancipación ante la explotación del capitalista. De esto Radkau determina que entonces “clase” no es una categoría suficiente, ya que si bien las mujeres podemos ser parte de distintas clases, éstas no son capaces de distinguir los conflictos de su relación con la sociedad (1986:81). A continuación nos plantea la duda si acaso la mujer pertenece a alguna minoría o grupo marginado como lo pueden ser algunas “razas” o “castas” -y a lo que hoy también deberíamos

incluir ciertas identidades de género-, pero bajo ningún caso la mujer puede entenderse como minoría, pues no lo es, y tampoco marginal, a pesar de todo tipo de exclusión en los diversos ámbitos de la vida (cfr. 1986:81).

Entonces podemos ver que esta ausencia no aplica desde la clase o grupo social sino que a su esencia misma:

“Las mujeres son un género, como tal tienen que entenderse históricamente, el género debe introducirse como una categoría fundamental de la realidad, la percepción, la investigación social e histórica (...) Para los historiadores de cualquier especialidad debería convertirse en algo usual el aceptar las consecuencias de género tan solícitamente, como aquellas de clase.” (Boek cit. en Radkau 1986:81).

Al igual que la autora, el miedo como mujer a cuestionarse la validez de la crítica hacia los discursos historiográficos por la ausencia de la figura femenina y la conceptualización desde una perspectiva de género, está presente. Pero a pesar de este temor, ella lo justifica en dos factores fundamentales, el primero que ya ha sido esbozado y es que nuestra historia ha sido narrada desde siempre por hombres con mujeres incluidas (si es que lo están) como casos excepcionales, además de que esta diferenciación más que tener que ver con investigaciones de carácter cultural, se hace la diferencia netamente por el factor biológico (1986:82), es decir, la mujer que es excepcional es aquella que fue en contra de su propia naturaleza biológicamente determinada para llegar hasta allí. De esta manera, es como empezamos a visualizar el conflicto dicotómico de los sexos, ya que a nuestra identidad biológica se le comienzan a asociar falsas concepciones de géneros determinadas desde una binariedad universal, la mujer es emocional/reproductivo/natural mientras el hombre es lo racional/productivo/cultural, ambos son antagónicos pero “sabiamente” complementarios. Pero estas diferencias lejanas de ser naturales, responden a imposiciones sociopolítico y culturales que no pueden ser reducidas a determinismos biológicos ni hechos ontológicos (1986:82).

Esto nos lleva al segundo factor asociado a las relaciones de poder en cuanto al género. Ya mencionábamos previamente la dicotomía sexual (Butler cit. en Maffia, 2018), estas binariedades de las cuales Aristóteles presentaba como relaciones naturales de poder. Lo público/privado (cfr. Locke) incluso lo universal/singular para referirnos a la relación hombre/mujer en la sociedad. Cuando hablamos de género debemos ser conscientes de que es una adscripción social profunda, por tanto

no reducible a “roles”. Los roles son cambiantes y mutables dentro de cada género, por más que se asuman roles determinados para cada género, por esto “rol sexual” encubre además, debajo de la aparente neutralidad de una simple separación que a la estructura social y nos desvía así de las cuestiones históricas, económicas y políticas (Radkau 1986:83).

Sumado a la categoría de género resulta fundamental comprender a la mujer desde su cotidianidad y la vida privada (1986:83). Históricamente la mujer ha sido ligada al mundo de lo privado, si bien actualmente esto ha evolucionado, pues la mujer puede ser parte de lo público, de lo laboral, pero siempre y cuando no deje de lado su deber en lo privado. Distinto es el mundo privado del hombre, su cotidiano, el cual asociamos derechamente a lo laboral. Si lo entendemos desde una perspectiva contractual capitalista tenemos contratos laborales, sociales y sexuales, es en este último que entra una relación muy particular entre la mujer y el hombre, este último cuando se toma un descanso justo de su trabajo (público) es en relación al trabajo doméstico (privado) de su mujer, en tanto la mujer no cumpla este rol el hombre no descansará como es debido (Maffia, 2018). Es por esto la importancia del estudio de la vida cotidiana de la mujer como parte de su historia, obedece a ser honestos y fieles con esta doble carga con la que cargamos hasta el día de hoy.

A su vez también debemos tomar importancia al concepto de la cotidianidad porque no solo debe referirse a este mundo privado, particular y tradicional como lo define Heller (1985:39), sino que debe trascender a una noción de “cultura”. Entiéndase que los acontecimientos históricos que estudiamos sugieren un excepcionalismo ligado al enaltecimiento de las artes, ciencias, incluso a los grandes hitos histórico-culturales que siempre han estado ligados a las élites de cada época. De todas formas ya para los años 60 existían detractores de estas ideas en el campo de la antropología, como ciertos autores mencionados previamente, ligados a un discurso marxista en que se incluye en la historiografía la “cultura” como la “forma de vivir” por sobre la “situación semántica” (Radkau 1986:89). Tal como pregunta Radkau “¿Por qué puede ser útil la noción de “cultura” en el sentido de “modo de vivir” para una historiografía de la mujer?” (1986:89) pues porque la mujer requiere de un estudio que incluya su forma de vivir en sus expresiones cotidianas las que determinan una experiencia histórica específica de la cual hemos sido censurados a lo largo de los discursos históricos por su “poca relevancia” en cuanto al sistema instaurado.

“La cultura de la mujer es terreno sobre el cual se sientan las mujeres en su resistencia al dominio patriarcal y de aserción de su propia creatividad para formar la sociedad”

(Gerda Lerder cit. en Nash cit. Radkau 1986:89).

Por último esta autora nos propone un punto de partida para la historia más “micro”, el cual busca privilegiar los aspectos cualitativos del relato por sobre los cuantitativos. Este tipo de investigación ya la había propuesto anteriormente Geertz y la llamaba “descripción densa”, es decir “una interpretación minuciosa en el entendido de que el significado de las acciones sociales va más allá de ellas mismas” (1986:92).

Por otro lado tenemos el trabajo trascendental de Joan Scott, que aporta desde una postura más política al respecto y ayuda a entender cronológicamente de cómo avanzaron los estudios de género en la historiografía. Como ya lo decía Radkau, Scott acota que en el proceso de 1960 se comienzan a alzar movimientos feministas que buscaban encontrar a las “heroínas de la historia” (2003:60), con el fin de encontrar referencias de liderazgo para el movimiento, lo cual se vio reflejado en una explotación de generación de contenidos de “relatos femeninos” en el mundo académico con una fuerte dirección política. Ya para los setenta había comenzado a cuestionarse esta cercanía al mundo político y comenzó este interés por los aspectos más propios de las mujeres, su vida más cotidiana. Esto amplió la discusión en niveles internacionales y con un carácter de diálogos interpretativos los cuales dieron legitimación a la discusión que además ya estaba distanciada con de la lucha política. Llegado los ochenta la ruptura con la política fue absoluta, dándole fuerza a la idea de centrar el campo en sí mismo, pues “el género es aparentemente un término neutro, desprovistos de propósitos ideológicos inmediatos” (2003:60). Según esto, el alejar la perspectiva de género del feminismo suponía un carácter de evolucionar la discusión a niveles de más análisis (2003:60). Ante esto es inminente que no todos estaban de acuerdo, pues el academizar la discusión y tratar de darle una neutralidad mediante la despolitización del discurso podría terminar una infertilidad en la discusión, como Elaine Showalter propone “se transforma en estudio de las mujeres: ni más ni menos que otra disciplina académica” (2003:61). De todo esto podemos inferir la importancia de comprender la cronología del surgimiento de esta corriente historiográfica, pero debemos ser críticos ante ella.

Ya presentadas estas ideas generales de esta autora es que podemos concluir más sobre algunos aspectos claves. Scott

editó por primera vez su publicación el año 1993 y 10 años después volvió a editarlo con un capítulo nuevo, y es a este particularmente al que vamos a referirnos porque aquí es donde propone ideas más actualizadas y con mayor nivel de observación. Evidentemente para el 2000, los estudios de carácter académico sobre la mujer en distintas disciplinas se multiplicaron exponencialmente siendo un éxito el enfoque de género como una nueva teoría de investigación. Con esto se mitigó cualquier miedo que asociara netamente a movimientos feministas y se incluyó como una necesidad real de la historiografía. Pero como no todo es positivo hasta hoy podemos apreciar algo que Scott observa hasta el 2003, a pesar del surgimiento y validez de este tipo de estudios, aún no se ha logrado el integrar por completo para el desarrollo de una historia universal el desarrollo histórico de la mujer, por tanto se sigue trabajando como una singularidad más que algo que debiese ser estudiado por defecto. Esto ha significado que quizás si podemos hablar de las mujeres como un grupo marginado, por el contrario de lo que proponía Radkau.

Por otro lado, ya acercando las conclusiones de este capítulo a la investigación de este proyecto, Scott como cierre plantea es estado de la discusión entre “género” y “mujer”. En esta discusión ocurre algo que también se repite hasta el día de hoy, como los estudios de género han ido avanzando al mismo ritmo que nuestra sociedad, ya tenemos claro que cuando hablamos de género incluimos muchas más “categorías” que solo la femenina, por tanto quizás deberíamos hablar también de gays, lesbianas, transexuales, entre otros, que incluso ya lo planteaba Foucault en la Historia de la Sexualidad I (1976) lo que ha generado miedo de perder el foco de la mujer, la cual a pesar de todo sigue siendo una experiencia particular del género. La oposición de estos dos conceptos también lleva a discutir la relación de la historia de la mujer con el movimiento feminista, ya que si bien los primeros antecedentes de esta necesidad de una historia propia como hemos reiterado en este capítulo, surge desde los movimientos feministas con el fin de demostrar que las mujeres “habían sido, y podían ser agentes activos de su propio destino” (2003:87), el género abre una puerta a temas como la diferencia sexual, experiencias subjetivas de identidad, entre otros, dando a entender que el debate feminista también debe ampliarse a la viabilidad de la identidad de género como un móvil político.

Quizás una de conclusiones más importante respecto a esta discusión, también es como el feminismo se ha alejado de los estudios académicos, la búsqueda de su validación en espacios institucionalizados, y como apre-

ciación personal considero que ha ganado un espacio mucho mayor en la discusión sociocultural, y de alguna manera esto llevó a que hoy discutamos sobre la posición de la mujer en distintos ámbitos sin cuestionar por qué lo estamos haciendo.

Por último Scott cierra este ensayo haciendo una reflexión sobre cómo a pesar de que han pasado 10 años entre cada publicación, si bien la posición de la mujer ha cambiado respecto a la sociedad, su lugar en la historia sigue marcado por pugnas de poder. Por tanto la “vitalidad de del campo y el de la disciplina depende de su apertura a una reflexión crítica y de su capacidad para asumir los enfrentamientos y conflictos que conlleva intercambio de opiniones críticas” (2003:89).

Para cerrar este capítulo, planteando los aspectos teóricos y conociendo la línea cronológica de cómo se plantea la historiografía para la mujer, si bien algunos de los argumentos planteados de Radkau se vuelven un poco anticuados, en la esencialidad de sus ideas podemos seguir manteniendo la postura de la importancia de incluir en el relato historiográfico los aspectos de la vida cotidiana de ésta pero también ser enfáticos que en una proyección a futuro, tal como lo hicieron las feministas en el sesenta, pongamos en valor a aquellas mujeres que pudieron destacarse en distintas áreas como una forma de retribuir su trabajo y a la vez mantener las puertas abiertas a que otras sigan su camino. *

Diseño gráfico y género: falencias historiográficas

Los estudios de la historia del diseño, considerando al diseño gráfico como disciplina, resultan carentes de un carácter crítico y más bien se reducen a estudios cronológicos y de los cuales ni siquiera existen consensos certeros de esta temporalidad.

Si empezamos a pensar desde ya la historia del diseño desde una perspectiva de género, en primer lugar tenemos como antecedente el capítulo anterior y cómo las mujeres hemos sido ausentadas de los relatos historiográficos, por tanto tenemos claro que la del diseño responde a este tipo de discurso de la misma manera, formado por escuelas androcentristas, en la cual los hombres han sido los principales protagonistas (Garone, 2003). Particularmente la historia del

diseño ha sido un relato que podría comprender más complicaciones, ya que a diferencia de otras disciplinas, han sido los mismos diseñadores quienes se han hecho cargo de escribir su propia historia, frente a los historiadores o profesionales de un ámbito más académico, y esto se da sobre todo en la disciplina del diseño gráfico en particular (Zulueta, 2015:45).

Si bien este trabajo está enfocado en el diseño gráfico, es esencial entender el origen de la definición de la disciplina del diseño en general, para su mejor comprensión. Definir diseño no es una tarea sencilla, y esto ya lo planteaba Walker, el término diseño incluye más de una definición, en una primera instancia puede tanta al proceso como la práctica o entenderse como el resultado final del mismo, la pieza de diseño en sí (Walker cit. en Zulueta, 2015:37). Además de esto debemos ser conscientes que el diseño está condicionado por la tecnología, políticas de consumo, cambios sociales, lo que lo vuelve susceptible a mutaciones a lo largo de su historia.

“La palabra diseño tiene sus raíces en el verbo latino *designare*, derivado de *signum* y que significa en latín “marcar con un signo” o “representar simbólicamente mediante signos”... El término latino, que en español derivó en *designar*, pasó al Italiano como *disegno* y fue popularizado durante el Renacimiento por Giorgio Vasari a través de su célebre “*Vidas de los mejores pintores, escultores y arquitectos*”” (2015:37).

Con esto Zulueta plantea que el diseño desde su definición está ligado a “procesos de ideación y planificación, así como al arte” (2015:37). Pero si lo llevamos a cómo tratamos de entender diseño en la actualidad, esta búsqueda viene de una necesidad intrínseca de los mismos diseñadores quienes ya profesionalizados han buscado su propio rumbo desligado del mundo de las artes. En esta separación de las artes se comienza a “imbuir a los productos e imágenes de rasgos estéticos y funcionales” (2015:38) como una respuesta a una sociedad de consumo durante la revolución industrial, de aquí se acuñan términos como “artes decorativas” o “artes aplicadas”. Zulueta nos recuerda que el término artes gráficas se venía utilizando desde la imprenta, y no fue hasta 1922 cuando “William Addison Dwiggins acuña la combinación “diseñador gráfico” para dar nombre a su propia actividad que incluía la ilustración, el diseño de libros y la composición tipográfica” (Newark cit. en 2015:38). Luego vino el Movimiento Moderno, que buscaba dar un estatuto disciplinario “con la voluntad de racionalizar el caos de la cultura y el mercado y por lo tanto aspiraba a la reforma

social mediante el diseño” (Campi, 2007:29) siempre enfocados en la estructuralidad y funcionalidad del objeto.

Actualmente es indiscutible la profesionalización del diseño, y cada vez con una mayor cantidad de diversificaciones, en el ámbito académico es común una clasificación que facilita las especializaciones y que divide el diseño en gráfico, industrial, textil, de moda y de interiores (Zulueta 2015:38).

Ahora quizás podríamos aventurarnos a dar una noción de lo que hablamos cuando especificamos el campo del diseño gráfico. Josep Rom en su libro “Las claves del diseño gráfico” (2014) expone algunos elementos claves de la disciplina en particular, el elemento principal es el hecho de que el diseño gráfico genera mayormente imágenes con una clara función comunicativa. Según esta particularidad se revelan también dos de los factores principales que determinan el diseño gráfico: el estético y el lingüístico” (Rom cfr. en 2015:43). Esto ya nos revela un poco mejor algunas nociones para diseño gráfico, y cuál es el factor clave: la comunicación. Entenderemos diseño gráfico como un lenguaje visual que tiene una función comunicacional hacia un individuo o grupo social.

“Podríamos afirmar que el diseño gráfico es una forma de comunicación que regula la manera de comunicarse a partir de los soportes visuales, realizada con medios visuales que reposan sobre el texto y la imagen, y que se despliega en todas las esferas de la comunicación y en diferentes medios. El instrumental específico de la comunicación visual es de carácter lingüístico y estético, porque confluyen varios códigos: verbales, de escritura, icónicos y artísticos.” (Rom, 2014:55)

Esto nos da cabida para entender también de quién hablamos cuando nos referimos a “diseñadores gráficos”, donde podemos entender que no necesariamente los diseñadores crean literalmente objetos o piezas, sino que son capaces de tomar elementos preexistentes de otras disciplinas, componer y diseñar un mensaje. Debido a lo que ya mencionamos respecto a la relación entre diseño y tecnología, es que los diseñadores gráficos están constantemente enfrentándose a nuevos soportes y formas de comunicación y por eso su distinción ha sido tan compleja particularmente.

Algo que hemos podido apreciar a lo largo de la investigación de la historia del diseño gráfico, es que si bien este está incluido en los estudios del diseño como disciplina general, sería indiscutible decir que su presencia no iguala a los estudios del diseño industrial, me aventuraría a decir

que al ser una disciplina ligada a la industria de procesos productivos tiene más cabida en el sistema capitalista además de ser considerada históricamente como una carrera de carácter “masculino”.

De todas maneras, quisiera hacer énfasis a que ninguna de estas definiciones buscan categorizar el diseño en una definición completamente cerrada, puesto que como postura personal solo busco acotar a un entendimiento general para todo lector, más no aseverar estos dichos como una verdad absoluta, menos cuando el debate de esta misma aún se mantiene.

Para delimitar aún más la noción de diseño gráfico también es necesario comprender cuál es su origen. Como es de esperar, el origen de la historia del diseño tampoco tiene un acuerdo en común, pero Anna Calvera en su artículo “Cuestiones de fondo: la hipótesis de los tres orígenes del diseño” (2010) nos permite entender mejor los inicios del diseño como una respuesta a la industrialización. El primer origen podría remitirse a la “introducción de la función del diseño dentro de los procesos de producción seriada de la primera mitad del s.XVIII” (Zulueta, 2015:40). El segundo apunta al diseño por sobre solo un suceso histórico, más bien como la reacción cultural post este suceso. Esta teoría de origen la sitúa paralelo al Arts & Crafts: “...redefine la función del diseño y se le asigna una misión social: la de ser una práctica estética y una actividad culturalmente relevante en cuanto a su vinculación con el universo de lo cotidiano” (2015:40). Por último el tercer origen es asociarlo definitivamente al momento en que el diseño se profesionalizó, en periodo de postguerra y se consolida como una actividad profesional y económica (Calvera, 2010).

Entrar a revisar por completo el relato cronológico de la historia del diseño hacia el diseño gráfico nos significaría perder el foco de hacia dónde queremos llegar con todo lo que hemos planteado, ya que este tipo de trabajos son los que más abundan en los estudios de la disciplina. Si es necesario de alguna manera plantear algunos hitos más importantes de los cuales además de desprender la definición de diseño, podremos apreciar algunos de los principales conflictos de género en la disciplina.

El caso de la Bauhaus es un primer punto de acercamiento para la comprensión del diseño como disciplina y su carácter “moderno”:

“Su nacimiento como centro artístico en contacto con todas las tendencias avanzadas del arte europeo – Neoplasticismo

holandés, Constructivismo ruso y hasta con el Dadaísmo y el Surrealismo– y la participación en ella de diversas figuras artísticas destacadas (Klee, Kandinsky, Calder, entre otros.) la sitúan, no solo como un modelo para el diseño, sino también en una institución orientada a las masas” (Zulueta, 2015).

Esta escuela fue fundada en Weimar, Alemania en 1919 por Walter Gropius, quien pensaba en esta escuela como un lugar en el que se concentran las ideas de todos los movimientos avanzados del arte y del diseño para aplicarse a problemas tecnológicos e industriales. Entonces a partir de la fusión de la Escuela de Artes y Oficios y la Escuela Superior de Artes plásticas Gropius forma su escuela, teniendo a su lado a Wassily Kandinsky, Paul Klee, Lyonel Feininger, Johannes Itten y László Moholy-Nagy, como algunos de los artistas que figuraron en el equipo docente.

“Actualmente estoy ocupado en hablar y escribir aquí, en Berlín, sobre el sistema de liberar las diferentes artes de su aislamiento (...) uniéndolas bajo las alas de una gran arquitectura (...) Estoy decidido (...) a dedicar mi vida a realizar este concepto” (Gropius cit. 2015:108).

A continuación considero de suma importancia que hablemos de la Bauhaus despojándonos de algunos mitos o idealizaciones que han posicionado a esta escuela como el máximo referente de la expresión de diseño, tal y como lo plantea Valdés de León en “Bauhaus: Crítica al saber sacralizado” (2003):

“Los estudiosos de las cuestiones relativas a la cultura y la sociedad deberían interrogarse acerca de cómo y por qué un discurso eurocéntrico, autoritario y dogmático, como es el discurso de la Bauhaus, se ha convertido en discurso hegemónico en nuestras instituciones de enseñanza del Diseño y sigue perpetuándose” (2005:71).

Si bien, no pongo en duda las intenciones de Gropius respecto a esta escuela, es imposible no estar de acuerdo con lo que plantea Valdés de León, ya que los fundamentos estructuralistas, funcionales -es decir, el despojo de todo adorno- y modernos ligados a la producción industrial fueron tomando un mayor poder en su discurso.

En base a esto último es donde quisiera entrar a cuestionar derechamente desde el género a nuestra disciplina. Hemos sido reacios a cuestionarnos discursos completamente androcéntricos con los que se enseña diseño gráfico hoy en día, se puede comprender que por la carencia de ser el “objeto” de investigación y hacer un camino propio en la his-

toria, el seguir inculcando lo poco que sabemos y admirarlo. Pero el panorama de hoy es distinto, la necesidad de una historiografía que ponga en duda lo que hemos aprendido es importante y urgente.

Debemos ser claros que las líneas de trabajo entre *género* y *diseño*, si bien resultan innovadoras para los estudios teóricos de diseño, estos no son nuevos. Ya a finales de los ochenta se publicaron algunos artículos criticando la posición del diseño antes las mujeres de la disciplina, como se les había confinado a espacios menos “relevantes” para el diseño, además es destacable que estos espacios fueron abiertos por mujeres, como Judy Attfield -en un entorno más relacionado con la arquitectura- (1989) y Cheryl Buckley (1989) en los libros de Víctor Margolin y John Walker respectivamente.

Estos últimos autores plantean que el feminismo no es una opción historiográfica más, sino que es una opción política que, en su versión más radical, cuestiona muchas de las afirmaciones básicas implícitas en la teoría y la práctica del diseño. Campi aplica el término preciso para explicar el surgimiento de estos cuestionamientos en el diseño, y es que no nacen de un día para otro, sino que es una reacción sintomática (Campi, 2002) a todo lo que estaba sucediendo en esos años. Todo esto hace sentido considerando que los ochenta fueron la plenitud del postmodernismo, poniendo en tela de juicio el sistema dominante.

Para nuestro contexto Latinoamericano ha sido un poco más difícil, debido a que si bien dijimos que desde los ochenta habían comenzado las críticas desde una perspectiva de género, de estos a la fecha aún quedan muchos sin traducir, lo que ha complejizado el llevar la discusión abiertamente. Además volvemos a reiterar, estos estudios en su mayoría han sido ligados a las áreas del diseño industrial -en múltiples ocasiones incluso mencionado solo como “diseño”-, el urbanismo y en general con el diseño y construcción de objetos y espacialidades.

“Los estudios de género y diseño en su generalidad tratan de plantear métodos históricos que desafían las definiciones establecidas “redefiniendo nuevos parámetros bajo los que debería examinarse la configuración del entorno y la versión oficial de la historia del diseño, así como el repertorio de autores que la integran” (Campi, 2002:278)

Pero como no podemos quedarnos sin hacer nada respecto a esta dificultad específica del diseño gráfico, y compren-

diendo del énfasis en diferenciar y delimitar las funciones entre cada especialidad, usaremos algunos ejemplos generales del diseño y la comunicación observados desde una perspectiva de género que nos puedan ayudar visibilizar el conflicto en el diseño gráfico específicamente. Como primer apartado, Campi nos presenta “La crítica al entorno” como primer apartado (2002), en donde primero introduce esta idea generalizada de que en estas nuevas sociedad modernizadas e industrializadas, las mujeres tienen un espacio desde que crecen, estudian, trabajan, crían hijos y envejecen de manera libre. Por supuesto que sabemos que esto no es real y solo se ha justificado porque “ahora” la mujer tiene más tiempo y se ha hecho un lugar gracias a que las tareas domésticas ya no son tan complejas como antes gracias a la tecnología, “desde una perspectiva tecnocrática, y generalmente masculina, en las modernas sociedades industrializadas las mujeres ya no tienen problemas de relación con el entorno” (2002:278).

Evidentemente que ni siquiera es necesario criticar desde el feminismo como teoría para ver el nivel de violencia simbólica en todo el discurso anterior. Cuando las mujeres tuvieron la oportunidad de entrar al mundo de la profesionalización del diseño comenzaron a repensar y trabajar sus propios espacios, necesidades, e incluso repensar su imagen proyectada en los medios de comunicación percatándose de esta violencia de orden simbólico a las que habían sido sometidas. Como hemos planteado anteriormente en esta investigación, esta nueva sociedad en la que la mujer ha podido abarcar otros espacios que antes no le “perteneían” ha implicado un peso igual de fuerte que el no tenerlos, y es que aún cargan con todas las responsabilidades que el patriarcado obliga. Campi continúa esta idea planteando conque no es una sorpresa que mujeres con ideas revolucionarias en cuanto a urbanismo, vivienda, entre otros queden con esos proyectos solo en eso, ideas revolucionarias pero que no encontraron el apoyo para su ejecución. Quizás aquí es donde podemos encontrar un primer punto de quiebre en cuanto a la relación con el diseño gráfico en particular, ya que como podíamos apreciar en uno de nuestros capítulos anteriores, las diseñadoras gráficas conscientes de su discriminación también son honestas en decir que como diseñadoras, desde la proposición y ejecución de diseño, no se han sentido discriminadas, pero sí como mujer quizás en otra escala de la profesión.

Luego tenemos el apartado de “Las mujeres y los artefactos” se establece la relación innegable que existe en el diseño de electrodomésticos y la facilitación de las tareas del hogar, pero esta relación si es estudiada desde el feminismo no se

puede decir que estas máquinas hayan “liberado” a la mujer, pues siguen siendo quienes están a cargo de ellas, como de la misma manera Campi inteligentemente lo lleva a pensar que un computador da libertad al oficinista. De hecho paradójicamente las mujeres en los años cincuenta rodeada de esta nueva tecnología para el hogar, le significaban muchas más horas de trabajo que a una “dueña de casa” de los años veinte. Esta falsa ilusión fue desmitificada en los ochenta por Sparke, otorga la culpa los publicistas de entre-guerras que buscaban ampliar el mercado (cfr. por Sánchez cit. en 2002:280). Con esto pasamos a “La imagen de la mujer en los medios de comunicación”, y comprendiendo que esto podría significar una investigación completamente aparte en su extensión, nos remitiremos a declarar que no hay ninguna manera de desmentir como los medios de comunicación masiva han distorsionado nuestra imagen, abusado de clichés estereotipados de la feminidad contemporánea de la sociedad patriarcal, y que a pesar de toda denuncia ejercida por los movimientos feministas, no ha cambiado nada.

Si bien previamente ya habíamos hecho mención crítica al movimiento modernista mediante la ejemplificación de la Bauhaus, quisiéramos adentrarnos un poco más desde el género. Para esto un texto trascendental para comprender uno de los principales conflictos de género de las disciplinas proyectuales mencionadas es “Ornamento y delito” de Adolf Loos (1908), en este ensayo Loos es enfático en situar el “ornamento”, cualquier elemento decorativo, como una escala inferior y hasta primitiva. Le otorga al ornamento un carácter erótico, y entiende el erotismo desde algo banal y sucio hasta degenerado, y le otorga a este primer movimiento modernista el premio de haber “vencido el ornamento” en pleno siglo XIX.

Campi retoma las ideas de Penny Sparke, y la posiciona como una de las pocas historiadoras del diseño que ha sido capaz de denunciar sólidamente el machismo que hasta hoy prevalece en los cánones de este diseño moderno heredado a lo largo de los años. En “As Long As It’s Pink. The sexual politics of taste” (1995) Sparke explica como para la clase burguesa la decoración de su hogar era uno de los pilares de la identidad femenina. Esto no se aleja tanto de una realidad actual, en la que aún se escucha decir por parte de las mismas estudiantes de escuelas de diseño privadas y de élite de nuestro país, que “están estudiando diseño para aprender a decorar a su casa cuando se casen”. De alguna manera lo que se creía hasta entonces es que la belleza de un hogar residía en la capacidad de la mujer de trasladar su

gusto en combinaciones estéticas y armoniosas. La maniobra del Movimiento Moderno consistió en transferir al hogar los parámetros de diseño del mundo productivo.

“La funcionalidad y la eficiencia de la máquina se convertían así en una nueva categoría estética aplicable al diseño de cualquier objeto o espacio. Según Sparke, los arquitectos y diseñadores de la modernidad arrebataron a las mujeres una parte muy importante de su identidad: a partir de ahora serían ellos y no ellas quienes dictarían las normas de lo que era funcionalmente bueno y estéticamente deseable” (cfr. Campi 2002:280).

Pese a la crisis de la modernidad en los ochenta, esta no significó una revaloración de la estética y valores “femeninos” asignados a los ornamentos. Aunque los líderes del post-modernismo buscaban insistentemente esta revalorización mencionada, sus trabajos terminaron en museos y sin ningún impacto en la vida de las mujeres. Sparke (cfr. 2002) resume que, las mujeres tenemos dos posibilidades de representar la feminidad según la sociedad de mercado actual: la primera es una feminidad tradicional ligada por tanto a valores tradicionales y como segunda opción adoptar la estética masculina y así poder validarse culturalmente.

Ante la postura de Sparke debemos ser igualmente críticos que con otros autores menos atrevidos, pues desde una perspectiva de género, la autora sigue avalando la idea de que existe una estética de lo femenino que por consecuencia debe estar ligada a las mujeres y lo contrario con el caso de los hombres. Por tanto dejamos en claro que como postura personal desvinculamos todo tipo de asociación de este tipo de aseveraciones, y consideramos que la sensibilidad estética en consecuencia no responde a una prerrogativa femenina ni los parámetros técnicos na masculina (2002).

Entendidos de mejor manera algunos parámetros del género en el diseño, quisiera exponer a continuación algunos de los ejemplos más directos de la discriminación machista ejercida en la historia del diseño con algunas de las mujeres partícipes y claves en su profesionalización. Un caso directamente asociado al diseño gráfico es del de Rodchenko, cuyo nombre resuena en la cabeza de todo diseñador como el padre indiscutido del constructivismo ruso, y aun así el nombre de Várvara Stepanova quien fue su esposa y colaboradora constante, solo está posicionada como artista de la época y “relacionada” al constructivismo. Volvamos a la Bauhaus, todos sus directores fueron hombres, Marianne Brandt quien fue discípula de Lászlo Moholy-Nagy y siempre

fue opacada por el mismo o Charlotte Perriand quien fue la segunda coautora de los diseños de Le Corbusier como ya habíamos mencionado anteriormente. Otro caso destacable es el de Ray Eames quien fue la coautora de gran parte de los diseños de sillas realizado con su esposo Charles Eames, y a pesar de que nadie se atrevería a decir que su esposa no tuvo tamaña participación, históricamente el crédito se lo ha llevado Charles.

Con todo lo expuesto anteriormente como una forma de representar el conflicto histórico del género en el diseño, podemos decir que todo apunta hacia la búsqueda de nuevos métodos, que quizás nos sirvan para corregir la historia pero sí aportar en un nuevo discurso para el diseño gráfico, que pueda servir a futuro como guía de los deberes como diseñadores ante la sociedad. *

Historia del diseño gráfico en Chile

El caso del estudio de la historia local no es muy distinta. Al igual que en el caso de la historia “universal” del diseño gráfico, en Chile se han realizado trabajos de la misma índole investigativa: estudios cronológicos, estudios sobre las escuelas precursoras y en mayor abundancia archivos recopilatorios de trabajos de autor o de vanguardias específicas. Estas primeras investigaciones comenzaron a darse a principios de los 2000 impulsadas en su mayoría por diseñadores profesionales con fines académicos, estando Álvarez, Castillo, Palmarola o Vico entre los más destacados. En los últimos años, gracias al interés de estudiantes de pre y postgrado, se han levantado un alto número de investigaciones en áreas ligadas a las ciencias exactas o sociales del diseño (Álvarez, 2015).

En cuanto al estado del arte de estudios de género en el campo del diseño, comprendiendo que nuestra disciplina se define desde su relación con la sociedad y como dispositivo comunicacional, los trabajos sobre relación sexo-género se han enfocado hacia distintos conflictos sociales y por sobre todo desde su responsabilidad comunicacional de las representaciones de estereotipos de géneros en distintos formatos.

En este capítulo considero importante revisar la historia cronológica de manera más sintética y revisarla desde los estudios de género para visualizar los conflictos generales a través de ella y cómo se representan hasta el día de hoy. Los

primeros antecedentes del diseño en Chile se montan con la llegada de nuevas tecnologías europeas, donde el diseño como disciplina académica ya había tomado fuerza, y con la revolución industrial y los rápidos avances tecnológicos la verdadera meta del diseño era lograr alcanzar la velocidad de estos tiempos para su reproducción. Con la llegada imprenta europea se abrió una puerta para la creación de imágenes como respuestas a sucesos históricos y políticos. Por eso ya en el XV podríamos hablar de los primeros indicios de un diseño gráfico participativo comunicacionalmente, como método de penetración de España en América, mediante impresos editoriales. Estos textos eran de absoluto carácter colonizador, mediante escritos de leyes, moral, creencias religiosas, y estados de la regulación demográfica (Álvarez, 2004:18). Como la noción de diseño no tiene un punto de origen claro, hay quienes que plantean que el diseño se venía gestando de mucho antes, como la iconografía de pueblos precolombinos donde se podría decir que quizás existía un carácter comunicacional (2004:16).

En la época colonial, la situación del diseño gráfico se veía fuertemente representada por figuras masculinas, vinculados al mundo militar o religioso, como Francisco Núñez de Pineda y Bascuñan, el abate chileno Juan Ignacio Molina y Alonso de Ovalle, cuyo aporte se vinculaba con el área de la ilustración, manuscritos y grabados en madera (2004:20,21).

Adentrándonos en el siglo XVIII, la ilustración se posiciona por sobre el barroco, instaurada por los jesuitas, aportando una gráfica neoclásica rechazando completamente del espíritu mestizo, las cuales solo fueron capaces de prevalecer en Lima y Quito (2004:24). Con el desarrollo gráfico eclesiástico, después se le sumó la creación de la casa de moneda disponiendo así todo un sistema de control por sobre las culturas nativas, ejerciendo la soberanía española.

Ya avanzada la colonia y Chile establecido como república, se dieron dos marcos importantes, el primero de carácter reactivo hacia una evidente apertura a la economía global, con un apresurado desarrollo, que determina la necesidad de producción gráfica de material legislativo/político. Entonces es cuando la junta nacional de gobierno hace el requerimiento oficial de una imprenta al servicio público, siendo Fray Camilo Henríquez el encargado de ella, y de aquí surgirá en 1812 la Aurora de Chile (2004:26). El segundo suceso se enmarca en la Reconquista Española, la cual dio pie al surgimiento de los primeros materiales revolucionarios. En cuanto a los autores que podemos agrupar de esta época, ya se puede apreciar la relevancia de un discurso “masculino” donde los hombres son

los actores principales de los procesos históricos de diseño. Por tanto no resulta sorprendente la ausencia de mujeres en este discurso heteronormado, siendo también una evidencia de la participación y rol de la mujer en la sociedad del siglo XIX, una mujer propia de su hogar, responsable de los cuidados de la familia y de replicar el modelo permanentemente. Esto se reflejaba también en las ilustraciones y carteles de los años próximos, como principal tendencia gráfica, el art nouveau y gráfica victoriana, en las cuales la figura femenina se ve realizada con una visual naturalista y replicante del modelo.

Resumiendo este primer periodo, la historia del diseño en Chile responderá directamente al desarrollo industrial en su contexto latinoamericano, el cual sumado a la latente llegada del modernismo europeo, forjará las definiciones de la relación sexo-género de la época, la cual fue instaurada y respaldada por la clase burguesa, quienes hasta el día de hoy cumplen ese rol.

En otro contexto más rural, surgen las liras populares que comienzan a masificarse rápidamente en 1885, la cual mediante la transformación del canto a lo divino y su escritura en décimas a las narraciones de las noticias locales sumado a viñetas ilustradas, lograban masificar la información entre las personas. La lira se caracterizaba por la austeridad de sus materiales y la nobleza del oficio, las viñetas se trabajaban mediante xilografía, e ilustraban de manera onírica y pagana los acontecimientos. En este trabajo también se podría apreciar como los hombres representaban la fuerza de trabajo de la sociedad y sus mujeres como acoples del mismo, cumpliendo nuevamente su rol hogareño, y siendo su finalidad concreta de sus relatos el demostrar el castigo divino antes las acciones pecaminosas de los hombres rurales.

En la ciudad ya había comenzado a instaurarse una gráfica de ímpetu decorativo y ornamental, haciéndose énfasis en figuras sinuosas, floreadas, de estética bizantina, y motivos árabes u orientales. La llegada del modernismo extranjero se representaba en una mixtura estética de diferentes representaciones gráficas europeas, “la falta de compromiso con una ideología y el eclecticismo se constituyeron en tópicos fundamentales del movimiento modernista” (2004:72), de la cual en el contexto local su principal expositor fue Alejandro Fauré. En este periodo durante una búsqueda por darle una definición a este nuevo sentido gráfico, el sector industrial propone un modo funcional, dentro del cual se enmarcaron las primeras propuestas publicitarias y de propaganda. Ya la imagen de la mujer

comienza a definirse en la publicidad con una figura tímida y estática, y siempre ligado a roles hogareños como electrodomésticos, belleza, salud, alimentos y cocina. Así podemos apreciar como la formación de la disciplina de diseño estructuraba ya una relación heteronormada y sexista de los roles sociales mediante el uso de la imagen disminuida y abnegada de la mujer, como un actor pasivo dentro del desarrollo histórico.

Después de la Segunda Guerra Mundial, se instalaron en Chile las primeras dos agencias de publicidad: J. Walter Thompson y Mc Cann Erickson, esto dio paso a una nueva etapa en el desarrollo de la gráfica publicitaria y el rumbo que significaría para su historia (2004:120), alcanzar los estándares mercantiles de países más desarrollados como Estados Unidos se volvió una meta general dando cada vez más poder al sector empresarial. Si bien hoy la Bauhaus tiene una trascendencia en la formación de estudiantes de diseño en Chile (2004:122), en esta época no tuvo un mayor impacto en la escena local, por lo que la publicidad tendrá un rol más grande en la formación de la disciplina.

Entrando ya a la formación profesional de diseño como una disciplina académica en el país, es a principios de los cincuenta cuando en la Escuela de Artes Aplicadas comienzan a mezclarse el arte con el diseño gráfico. La pintora Premio Nacional de Arte, Ana Cortés, después de haber tenido su formación artística en Europa, se plantea en Chile realizar un taller de afiches para la institución, donde la Pontificia Universidad Católica junto a la Universidad de Chile comenzarían a elaborar modelos de enseñanza inspirados en los programas académicos de la Bauhaus (2004:124). Es este el momento en que la definición de una noción de diseño gráfico puede empezar a trabajarse más directamente y cuando podemos comenzar a analizarla más directamente desde su relación con el género.

Tenemos dos caminos que tenía la disciplina para seguir, el primero era el camino ligado a los vínculos empresariales comentados previamente, transformándose en un actor comunicacional de carácter estratégico. Por el otro lado tenemos una academia derechamente enfocada al cultivo del oficio y las técnicas, dirigiéndose a procesos artísticos (2004:123). Si bien este último grupo dio una lucha en cuanto a la importancia de la tradición de la técnica, el mercado local fue mucho más poderoso en elegir un diseño gráfico más pulcro, sin enfocarse en los procesos visuales de la producción, sino enfocados en los resultados finales de la pieza gráfica. La relación entre estos dos caminos no era fácil, incluso ni en el

contexto europeo aún existía un consenso sobre la asociación entre arte y diseño y cómo este último debía vincularse con los destinatarios (2004:123).

El crecimiento de población era inminente y con eso la explosión de la necesidad de material gráfico en nuevas escalas, incorporando en el diseño nuevos procesos productivos que respondieron a los tiempos. Siguiendo en camino de Cortés, Ana Poblete y Maruja Pinedo, proponen comprender al afiche como una fuerte herramienta comunicacional que además respondía a necesidades estéticas. Si revisamos el uso de la imagen de la mujer ilustrada, nos encontraremos con lo mismo que hemos hablado, una mujer que responde a cánones estadounidenses mercantilistas, donde la mujer y su imagen femenina se complementaba con el producto. Basado en estas construcciones de sociedad de mercado, las agencias ya responden a conceptos de “logotipo e isotipo” (2004:125), acomodándose como un discurso completamente dominante y claro representante de las intenciones de cómo llevar las nuevas relaciones de poder que permite el sistema mercantil.

Por el otro lado la EAO aún mantenía el espíritu tradicionalista y tratando de mantenerse rentable, se desmarca de este contexto más norteamericano, pero aun así tratando de buscar su espacio en el mercado gráfico desde su compromiso con el autor y el desarrollo social.

Ya en los años sesenta, Chile buscaba “implementar modificaciones estructurales a la economía, donde la Reforma Agrario y la chilenización del cobre tuvieron una especial importancia” (2004:127), redefiniendo los límites del sector privado creciente, que comenzaba a ramificarse así también en el canon del diseño local. A su vez el desarrollo tecnológico también avanzaba introduciendo nuevas técnicas en el diseño como la foto-composición. Por otro lado la evolución de las tecnologías de comunicación también introduce un nuevo campo a cargo del diseño gráfico, donde la publicidad se abrió camino en la televisión como un puente entre la sociedad y las necesidades de consumo. También con esto comienzan a surgir revistas todas de carácter de consumo masivo comercial, las cuales lograron posicionarse hasta en el sur del país. Durante este periodo el cartelismo no tuvo una evolución gráfica importante, si el perfeccionamiento de técnica desarrollada desde los cincuenta y la tendencia de diseño estadounidense comienza a perder poder.

Antes de la reforma de 1968, la Escuela de Artes entra en un periodo de declive “caracterizada por un entrampamiento

en los conceptos de la plástica orientada hacia sus aplicaciones industriales” (2004:130). Las agencias de publicidad ya establecidas en Chile empezaron a generar estudios de mercado y desarrollo de investigaciones en pro de avanzar en el mercado de productos. La cultura de consumo ya era una verdad local, posicionando a las marcas en un lugar de privilegios los cuales estaban en constante expansión, lo cual daba el espacio ideal para la imposición de discursos capitalistas extranjeros con más fuerza que regulaban la vida social. Con esto, se vivió un periodo donde las marcas tomaron una fuerte caracterización en cuanto a la imagen de los sexos en el consumo con imágenes que demuestran un fuerte canon heterosexual dominante del discurso (2004:123).

Entre los cincuenta y sesenta, los movimientos universitarios locales se sintieron representados por los estudiantes norteamericanos y sus movimientos anti-hegemónicos, criticando los discursos dominantes de políticas públicas y su réplica en los sistemas educacionales. Ya ha mediado de los sesenta con la reestructuración de las políticas universitarias, surgen nuevos programas de formación pública, los cuales enfocan al diseño hacia sus principales especificaciones: textil, industrial, paisajismo y gráfico, enfocándose en la experiencia individual por sobre el grupo colectivo.

La visita del diseñador de la Escuela de Ulm, Gui Bonsiepe, y su trabajo junto a Tomás Maldonado, buscaba enfocar el diseño en su funcionalidad social y la importancia de la metodología en la disciplina, aportando con un discurso crítico a las líneas teóricas, pero estas ideas no lograron introducirse en los complejos educacionales de la disciplina en una primera instancia. Bonsiepe es quien logra instalar finalmente el pensamiento modernista a los programas de estudio de diseño, mediante estructuras teóricas y una orientación radical al currículum de formación de las escuelas. Con la guía de Bonsiepe, se arma uno de los primeros grupos de mujeres que tendrán un impacto en la historia del diseño, cuatro estudiantes de Diseño de la Universidad Católica se retiran de sus estudios para trabajar con el diseñador de la Ulm, en este grupo se encontraban Lucía Wormald, Eddy Carmona, Jessie Cintolesi y Pepa (Carmen) Fonca. Durante este periodo el grupo de diseñadoras trabajó en proyectos como Multiprot, una sopa vegetal lacteada desarrollada en el gobierno de Allende para aportar a la alimentación de niños más vulnerables; por otra parte desarrollaron la identidad y diseño de la revista para INTEC, el Instituto de Investigaciones Tecnológicas. También desarrollaron la señalética del edificio

UNCTAD III, la cual se caracterizaría por sus líneas limpias y modernas. Finalmente culminarían esta época trabajando en unos de los proyectos más ambiciosos y rompe esquemas de la época: El Proyecto Synco. Este proyecto era una de las ideas más rupturistas de la época a escala de la economía mundial, consintiendo en una sala altamente equipada de la última tecnología que buscaba sistematizar y unir a todos los poderes económicos del país y sus empresas con el fin de simplificar y acotar la comunicación entre ellos. Este proyecto implicó un alto desarrollo gráfico para sistematizar todo tipo de información necesaria, con un carácter muy futurista para la época, lamentablemente por la dictadura nunca llegó a cabo y todas las diapositivas originales fueron quemadas. Finalmente estas diseñadoras lograron presentar a la universidad todos los trabajos realizados bajo Gui Bonsiepe en un informe aprobado por él mismo, obteniendo su título de Diseñadoras.

Durante este periodo, según lo planteado por Álvarez, el Movimiento de Mayo y la época de “imaginación al poder”, dio un nuevo contexto al diseño nacional, de mayor complejidad, el cual a su vez coincidió con un mayor desarrollo de las expresiones gráficas como el afiche, arte callejero y el mural (2004:134). Sumado a los hitos político-sociales que marcaron la transición entre los sesenta y setentas el país, culminó en una visión de Estado como motor principal para el desarrollo nacional mediante una conducción política y económica. Esto derivó en una idea de diseño gráfico capaz de modificar el entorno social como respuesta al contexto político de la época, buscando una reivindicación de los discursos sociales mediante el uso de la gráfica.

Es en este periodo de los 70 donde resurge “el diseño editorial como un proyecto estatal” como lo llama Álvarez (2004:139) donde el gobierno interviene en una de las editoriales más grandes a nivel nacional: Zig-Zag, la cual pasó a convertirse en la Editorial Nacional Quimantú, famosa por su producción masiva destinada a los sectores populares del país. Surgen revistas como Paloma que buscan competir con Paula, entre otros.

En 1973 se instaura la dictadura militar en Chile, mediante un golpe de estado, el cual marcó la historia nacional violentamente con tortura, violación a los derechos humanos y además la imposición de un modelo económico marcado por un enfoque capitalista neoliberal. Esto tendría repercusiones en el diseño gráfico por distintos motivos, con una generación de diseñadores enfocados a la resolución de problemas sociales como la educación, vivienda, salud, que

quedan apartados por diseñadores que deben responder a las necesidades de mercado, enfocando el campo del diseño al mundo de la publicidad y las políticas neo-liberales como la competencia y el marketing.

El diseño editorial también se vio directamente afectado por estas lógicas instauradas por la dictadura. Si bien anteriormente existía cierta pobreza en términos de recursos en las imprentas, ya a mediados de los 70 y principios de los 80 se abre el acceso a nuevos materiales y bibliografía de diseño que impactarían en su desarrollo hacía un rumbo comercial. El diseño editorial fue evolucionando hacia el servicio de promoción de productos, el que culminó en un diseño de libros y revistas de carácter estandarizado por la masividad de su producción. Es en esta época que distintos grupos de diseñadores y editoriales porteñas y de la capital buscaban reivindicar el diseño editorial y es entrados los 80 que diseñadoras como Pepa Foncea y Ximena Ulibarri se aprovecharían del nuevo acceso a más tipografías y desarrollarían un diseño editorial mucho más respetuoso con las fuentes, más clásico y a la vez agregando más carga expresiva y gestual que se había perdido (2004:149).

Finalmente este periodo culmina con el decreto de la Constitución de 1980, la cual definirá permanentemente los límites de tópicos esenciales del desarrollo social como lo laboral, político, social y sexual, y la imposición de una protección sistemática al sector empresarial privado antes cualquier nueva política, por tanto la nueva burguesía ejercerá el poder económico el cual representará uno de los mayores factores categorizantes del orden social.

La dictadura cumplió con el rol del posicionamiento del modelo socio-económico de Estados Unidos en Chile y Latinoamérica, y en consecuencia cómo este influyó en las limitaciones del canon de diseño y su relación con la comunicación, desinteresarse de las emergencias de la población como alguna vez tuvo como principal finalidad.

Posterior a la dictadura, con el regreso de la democracia bajo la Concertación es que una joven diseñadora logra irrumpir con el diseño en la política. Paula Celedón, de 25 años en ese entonces, queda a cargo del diseño de logo de gobierno del presidente Eduardo Frei Ruiz-Tagle, presentando una reinterpretación del escudo nacional, el cual no se usaba desde la dictadura, con un estilo mucho más moderno para la época con líneas más gestuales, con la intención de re-democratizar el uso de esta imagen. Esto generó molestias en gran parte de los parlamentarios, pero no pasó a mayores, e incluso sucedió una problemática similar el año 2000 con otro logo de gobierno.



Escudo Nacional para la identificación de la Secretaría General de Gobierno 1994.

En 2005 Chile vive uno de sus momentos políticos más importantes posteriores a la dictadura, Michelle Bachelet se presenta como candidata a la presidencia del país. La presencia de una mujer en las elecciones nos demostraba el inminente cambio requerido en las políticas públicas, y es con esta campaña que Piedad Rivadeneira, diseñadora autodidacta, rompe con lo que se venía haciendo presentando una campaña presidencial que no refería al nombre de la candidata, sino solo al llamado "Estoy contigo". La campaña tuvo un impacto tan alto que fue un gran aporte al momento posicionar a Michelle como la primera presidenta mujer en Chile.

Finalmente desde el término de la dictadura a la actualidad las agencias de diseño y el diseño corporativo se han enfocado en responder a los sistemas de producción, y este modelo se ha replicado en las escuelas y universidades donde se imparte el diseño, donde los programas educacionales se han modificado según la demanda del mercado en desmedro del diseño en función del diseño como una forma de criticar el sistema como del diseño y sus oficios.

Al día de hoy, podremos ver que estos últimos ámbitos han sido relegados a espacios colaborativos e independientes de diseñadores como lo son las micro-editoriales o diseñadores independientes disidentes a los contextos académicos o empresariales, promoviendo la creación y auto-publicación como respuesta al discurso hegemónico instaurado desde la academia y la sociedad. *

Como un apartado especial de este capítulo, me parece importante hacer mención de todas las diseñadoras mujeres que si bien no fueron presentadas a lo largo de esta revisión, si aparecen en el libro de Álvarez y me planteo como deber no dejar en el tintero. Ellas son:

Ximena del Campo (parte del equipo de los hermanos Larrea), Isabel Baixas (Académica de Diseño), Ximena Ureta (Memoria anual Viña San Pedro) y), Caterina di Girolamo (Tipografía Digi Sans).



Campaña "Estoy Contigo". Piedad Rivadeneira 2005.



Grupo de Diseño Gráfico de
Gui Bonsiepe. De izquierda
a derecha: Pepa Foncea,
Lucía Wormald, Eddy
Carmona y Jessie Cintolesi.

*Fotografía del archivo
personal de Pepa Foncea.*



Grupo de Diseño Industrial de Gui Bonsiepe. Primera fila de izquierda a derecha: Alfonso Gómez, Rodrigo Walker, Guillermo Cintolesi, Fernando Schultz. Segunda fila: Gui Bonsiepe, Pedro Domancic, Werner Zemp, Guillermo Capdevila.

Fotografía del archivo personal de Pepa Fonca.

Diseño gráfico: modelo en cifras

Este capítulo busca evidenciar mediante un breve estudio cuantitativo los argumentos presentados en los capítulos anteriores, como una forma de visualizar de qué manera ha influido una historia del diseño deficiente en la formación de profesionales.

Para esta investigación se definieron como parámetro de estudio a 4 universidades representativas para la disciplina: Universidad de Chile, Pontificia Universidad Católica de Chile, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y la Universidad Diego Portales, cada una por identificar aspectos claves de la educación en Chile, siendo la primera universidad una de carácter tradicional pública con enfoque social; la segunda tradicional privada con un enfoque hacia el mundo empresarial; la tercera tradicional, privada, de región y de enfoque social y empresarial y por último una universidad privada, de renombre y de enfoque completamente empresarial del diseño.

Para comprender el comportamiento del espacio académico es importante cuestionarse cómo es la experiencia de estudiar diseño gráfico en Chile.

Actualmente estudiar esta disciplina es bastante accesible desde la cantidad de universidad e institutos que imparten un programa relacionado con diseño, por lo que es importante destacar que las universidades seleccionadas, proponen un programa de diseño con un aspecto en común: todas ellas proponen un programa general e integral de las disciplinas de diseño gráfico e industrial, y que luego pueden obtener una especificación. A diferencia de otro tipo de instituciones en que la carrera de Diseño Gráfico se puede estudiar directamente, pero que en su generalidad son más bien de un carácter técnico.

Dentro del universo de Universidades que imparten la carrera de Diseño (menciones) en Chile, como no es de sorprender, la

mayoría de los estudiantes que se matriculan son mujeres. Según el sitio Mi Futuro del Ministerio de Educación, el cual recopila la mayor cantidad de data respecto a carreras con el fin de guiar a los futuros estudiantes universitarios, nos muestra que algo que pareciera ser una "sensación" dentro de las escuelas de diseño es realmente efectivo. Para el 2017 el total de matriculados en primer año era de 1.043 estudiantes, de los cuales 781 son mujeres y 262 hombres; comprobando que de los estudiantes que entran a estudiar, más de un tercio corresponde a mujeres. Del total matriculados a lo largo de la carrera, la proporción se repite siendo 3.153 versus 1.063 la cantidad de estudiantes respectivamente.

Revisemos los casos específicos planteados respecto a matriculados de primer año y la cantidad de titulados en el año la fecha:

Universidad de Chile	Mujeres	Hombres
Matricula primer año 2017	195	48
Titulados 2016	68	22
Pontificia Universidad Católica		
Matricula primer año 2017	162	35
Titulados 2016	55	6
Universidad Diego Portales (UDP)		
Matricula primer año 2017	116	37
Titulados 2016	51	31

Datos obtenidos en MiFuturo.cl, sitio de la Subsecretaría de Educación Superior, Ministerio de Educación de Chile, en 2018.

Podemos ver que nuevamente que la relación general se mantiene, aunque hay algunos casos que sorprenden aún más como la Universidad Católica que en el caso de sus titulados, las mujeres representan un 78% de egreso de la escuela. Por otro lado tenemos el caso de la UDP en que podemos ver que de las mujeres que ingresan a estudiar solo el 44% se titula en promedio en cambio de los hombres 84% de los que ingresaron se titulan.

En el mismo contexto tenemos otra situación importante en cuanto a la percepción de género que nos entrega cada escuela en su formación, y es la representación de las mujeres en el cuerpo académico de las instituciones a estudiar. Esta información fue recopilada según los programas que cada universidad tiene actualizado en sus plataformas.

En el caso de la Universidad de Chile, la institución se encuentra en un proceso de cambio de programa académico, donde el nuevo programa comenzará a aplicarse desde 2019. Este nuevo programa que no hace distinción por menciones, por lo que propone una formación integral de diseño, cuenta con un profesorado de 70 académicos, de los cuales solo 17 son mujeres. En la Pontificia Universidad Católica de Chile, su programa ya con más trayectoria en diseño como disciplina integral, cuenta con un cuerpo académico muy bien proporcionado en cuanto a género, siendo 30 mujeres y 33 hombres los que lo conforman. La Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, como escuela más pequeña, cuenta con un cuerpo académico de 15 profesores, de los cuales 4 son mujeres. Por último, en la Universidad Diego Portales al 2016 contaba con 31 mujeres y 46 hombres haciendo clases.

Podemos apreciar que en 3 de estas universidades la brecha entre hombres y mujeres aumenta en la relación a la que observábamos con los estudiantes. En el caso de los cuerpos académicos en general se repite la proporción de que por cada 4 hombres hay solo 1 mujer haciendo clases en las escuelas de Diseño.

Por último, otro aspecto relevante a revisar es el acceso a bibliografía específica que entrega cada escuela en relación a cuántos de éstos títulos corresponden a una mujer como autora. Dentro de estos estudios del total de publicaciones de diseño gráfico, solo consideraremos libros de historia del diseño (no se incluyen artículos, revistas, tesis, entre otros.).

La Universidad de Chile cuenta con 30 libros de historia escritos por hombres versus los 5 de mujeres. En la Pontificia Universidad Católica de Chile, 37 fueron escritos por hom-

bres y 10 por mujeres. En la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, 11 escritos por hombres y 2 mujeres y por último la Universidad Diego Portales, que cuenta con la biblioteca más completa, de 52 libros escritos nuevamente solo por hombres, 12 tienen a mujeres como autoras. Nuevamente la relación anterior se repite, 1 de cada 4 libros de historia de diseño está escrito por una mujer.

Por otro lado es importante analizar qué sucede en el contexto posterior a la formación y cómo es la relación profesional-laboral con relación al género y los distintos contextos de la industria creativa del diseño.

En primer lugar revisaremos el mundo profesiones desde las agencias de diseño, las cuales nos dan un enfoque de desarrollo económico-cultural del diseño local. Para esto, acotaremos el universo de estudio mediante las agencias inscritas en Chile Diseño, considerando que el Colegio de Diseñadores no tiene una verdadera incidencia como gremio.

Chile Diseño es una entidad privada sin fines de lucro que desde 1994 vela por el desarrollo de la disciplina del diseño a nivel nacional desde los aspectos del desarrollo empresarial y de políticas de diseño.

Históricamente, esta asociación ha sido liderada por hombres, los cuales desde sus inicios han sido los únicos Presidentes de la organización, y que en el caso de los Vicepresidentes la única excepción fue entre 2000 y 2006 años en que la diseñadora Ximena Ulibarri estuvo al cargo. En los 24 años como asociación, en su directorio solo 7 mujeres han tenido cargo de Directoras, representando solo un 21% del total. En el caso de los socios cuentan con un grupo de 26 agencias, de las cuales 6 son lideradas por mujeres, 15 por hombres y 5 co-lideradas, esto nos da un promedio que por cada mujer a cargo de una agencia hay 5 hombres líderes.

Pero como el diseño gráfico no solo responde a necesidades empresariales, es necesario buscar alguna manera de analizar qué pasa con aquellos diseñadores que buscan hacer un camino propio. Para esto, se utiliza a Impresionante como caso de estudio.

Impresionante es una instancia que busca reunir a los agentes creadores de la escena editorial independiente (Impresionante, 2017), la cual comprende una noción de diseño ligado a las artes gráficas, técnicas de impresión y el trabajo colaborativo. Este encuentro está organizado por Pablo Castro, Rodrigo Dueñas y Gehardt Rubio y cuenta con dos publicaciones a la

fecha, respectivas a cada versión realizada; actualmente se encuentra cercana la realización de su tercera edición.

En cuanto a las cifras de este encuentro, se revisaron los participantes de las dos versiones realizadas más la lista del encuentro por venir. Al revisar este caso nos encontramos con la instancia que demuestra que es en este sector del diseño gráfico - editoriales independientes y colectivos de diseñadores y artistas- quienes se encuentran más ligados a una desvinculación a la réplica del canon de diseño académico tan fuertemente instaurado en nuestra formación.

La primera edición de la feria contaba con 60 expositores, donde 46 eran proyectos chilenos. En cuanto a proyectos liderados por mujeres, contaban con 10 expositoras lo cual estaba equiparado a los mismos 10 expositores con proyectos ideados por hombres; el resto eran de carácter colaborativo o no especificados.

En 2017 Impresionante también contó con 60 expositores, de los cuales 47 fueron de la escena local. Gratamente en esta edición nos encontramos con 16 proyectos de diseño gráfico ideados específicamente por mujeres, representando un 34% de los proyectos nacionales, además de la participación de mujeres en más de 13 espacios colaborativos. Para su próxima edición 2018, la feria propone a 50 proyectos de diseño, donde 19 serán extranjeros, dejando a 31 proyectos nacionales más consolidados, los cuales ya se venían repitiendo de las ediciones anteriores. Entre estos últimos nos encontramos como un leve pero significativo avance de los espacios de mujeres, considerando que se expondrán 12 proyectos liderados por diseñadoras ante 8 de hombres.

Quizás algo que podríamos concluir de manera un poco más apresurada, es que las diseñadoras de hoy están apostando por crear sus propios espacios en vez de entrar en una competencia laboral de la que ya parten en desventaja.

Es curioso cómo miramos todos estos números, y en su mayoría responden a todo aquello que hemos planteado a lo largo de este marco teórico. Siendo para muchos diseño gráfico una carrera de carácter femenino, los hombres a lo largo de la historia han buscado arrebatarle todo aquello que podría generar esa sensación y profesionalizarla, hacerla una carrera creativa, pero lógica y funcional, lo cual se ha visto reflejado en los programas académicos de las universidades lo cuales cada vez están más enfocados en los aspectos tecnológicos y demandas de mercado más que en uno que cuestione nuestro rol como diseñadores y actores ante el sistema. *

3.4

Referencias

Referencias

Álvarez, Pedro. (2015). Investigación en historia y teoría del diseño en Chile: nuevos aportes de una nueva generación. *Revista Diseña*, 9, 184–185. Recuperado de <http://www.revis-tadisena.com>

Álvarez, Pedro. (2004). *Historia del diseño gráfico en Chile*. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile.

Attfield, Judy. (1989) Form (female) Follows Function (male):- Feminist Critiques of Design. En Walker, John A. *Design History and the History of Design*, London: Pluto Press.

Attfield, Judy. (1989). Inside Pram Town: A Case Study of Harlow House Interiors, 1951-61. En Attfield, Judy & Kirkham, Pat (Editores) *A View from the Interior. Feminism, Women and Design*, London: The Women's Press.

Bock, Gisela. (1983). Historische Frauenforschung: Fragestellungen und Perpektiven, Hausen (ed.) *Frauen suchen ihre Geschichte*, 22-60. (Investigación histórica sobre mujeres: preguntas y perspectivas).

Breuer, Gerda., & Meer, J. (Eds.). (2012). *Women in Graphic Design 1890-2012*. Berlin, Germany: Jovis.

Buckley, Cheryl. (1986). Made in Patriarchy- Toward a Feminist Analysis of Women and Design. *Design Issues*, 3(2), 3–14.

Calvera, Anna. (2010). Cuestiones de fondo: la hipótesis de los tres orígenes del diseño. *Diseño e Historia. Tiempo, lugar y discurso* (1a ed., (63–85). México DF: Editorial Designio.

Campi, Isabel. (2002) Diseño y género: las aventuras de Venus en el reino de la razón. *On Diseño*, (232). 278-285

Campi, Isabel.(2007). *Diseño y nostalgia: El consumo de la historia*. Barcelona: de Belloch. Recuperado de https://www.academia.edu/37041071/Dise%C3%B1o_y_nostalgia.El_consumo_de_la_historia

Comunidad Mujer. (2018). *#LasNiñasPueden*. Santiago, Chile: Agencia Felicidad.

Foucault, Michel. (1976)(2000). *Historia de la Sexualidad I: la voluntad del saber*. México: Editorial Siglo Veintiuno.

Garone, Marina. (2003). *Diseño y género: Una asignatura pendiente*. <http://www.objetual.com/graf/articulos/marina/genero/genero.htm>

Heller, Agnes. (1985). La estructura de la vida cotidiana. *Aportación a la sociología socialista*, México, Grijalbo, 39-69.

Levrant, Sheila.(1973)(2001). Algunos aspectos del diseño desde la perspectiva de una diseñadora. En M. Bierut (comp.), *Fundamentos del Diseño Gráfico* (pp. 287-295), Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Loos, Adolf. (2016). Ornamento y delito. *Paperback* (7). Recuperado de <http://www.paperback.es/articulos/loos/ornamento.pdf>

Maffia, Diana. (2018). Diversidad, espacio público y cuerpos precarizados. Charla presentada en *Diseño y estudios de género*, Buenos Aires, Argentina. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=oPoiOYyPw_A

Radkau, Verena. (1986). Hacia una historiografía de la mujer. *Nueva Antropología*, VIII (30), 77-94.

Rom, Josep. (2014) *Las claves del diseño gráfico*, Barcelona: Trípodos.

Scott, Joan. (2003). Historia de las mujeres. En P. Burke (Ed.), *Formas de hacer historia* (59–88). Madrid, España: Alianza Editorial.

Sparke, Penny (1995). As Long As It's Pink. *The sexual politics of taste*. Londres: Harper Collins Publishers.

Valdés de León, Gustavo. (2003) Bauhaus: Crítica al saber sacralizado. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, Año IV, Vol. 15, 69-81.

Zulueta, Maider. (2015) *Diseño gráfico y arte. Hacia una historia integrada. Las tensiones entre la historia del diseño gráfico y del arte: orígenes, límites e incidencias en los estudios superiores de diseño gráfico en España*. (Tesis doctoral). Universidad Ramón LLull, España.

3.5

Conclusiones preliminares

Bibliografía

Butler, J. (2007). Sujetos de sexo / género / deseo. *El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós.

Clegg, S., & Mayfield, W. (1999). Gendered by Design - How Women's Place in Design Is Still Defined by Gender. *Design Issues*, 15(3), 3-16. doi-10.2307/1511881

Campi, Isabel. (2010). El sexo determina la historia? Las diseñadoras de producto: un estado de la cuestión. *Diseño y Historia: tiempo, lugar e discurso*. México: Designio, 87-114.

Esclapés, R. T. (2008). Sobre diseño y género. Mujeres pioneras. *Millars: espai i història*, 31, 221-231.

Glickfeld, E. (2013). More than a gender. *Eye Magazine*, (85). Recuperado de <http://www.eyemagazine.com/review/article/more-than-a-gender>.

Kirkham, Pat. (2000) *Women Designers in the USA, 1900-2000: Diversity and Difference*. Estados Unidos: Yale University Press.

Martínez, A. (2012). Género y diseño. La importancia de incluir la perspectiva de género dentro del ámbito del diseño, tema fundamental para resolver problemas de inequidad entre las personas. *Foro Alfa*. Recuperado de <http://foroalfa.org/articulos/genero-y-diseno>.

Scott, Joan. (1992). El problema de la invisibilidad. En C. Ramos Escadón (comp), *Género e Historia* (pp. 38-65). México: Universidad Autónoma Metropolitana.

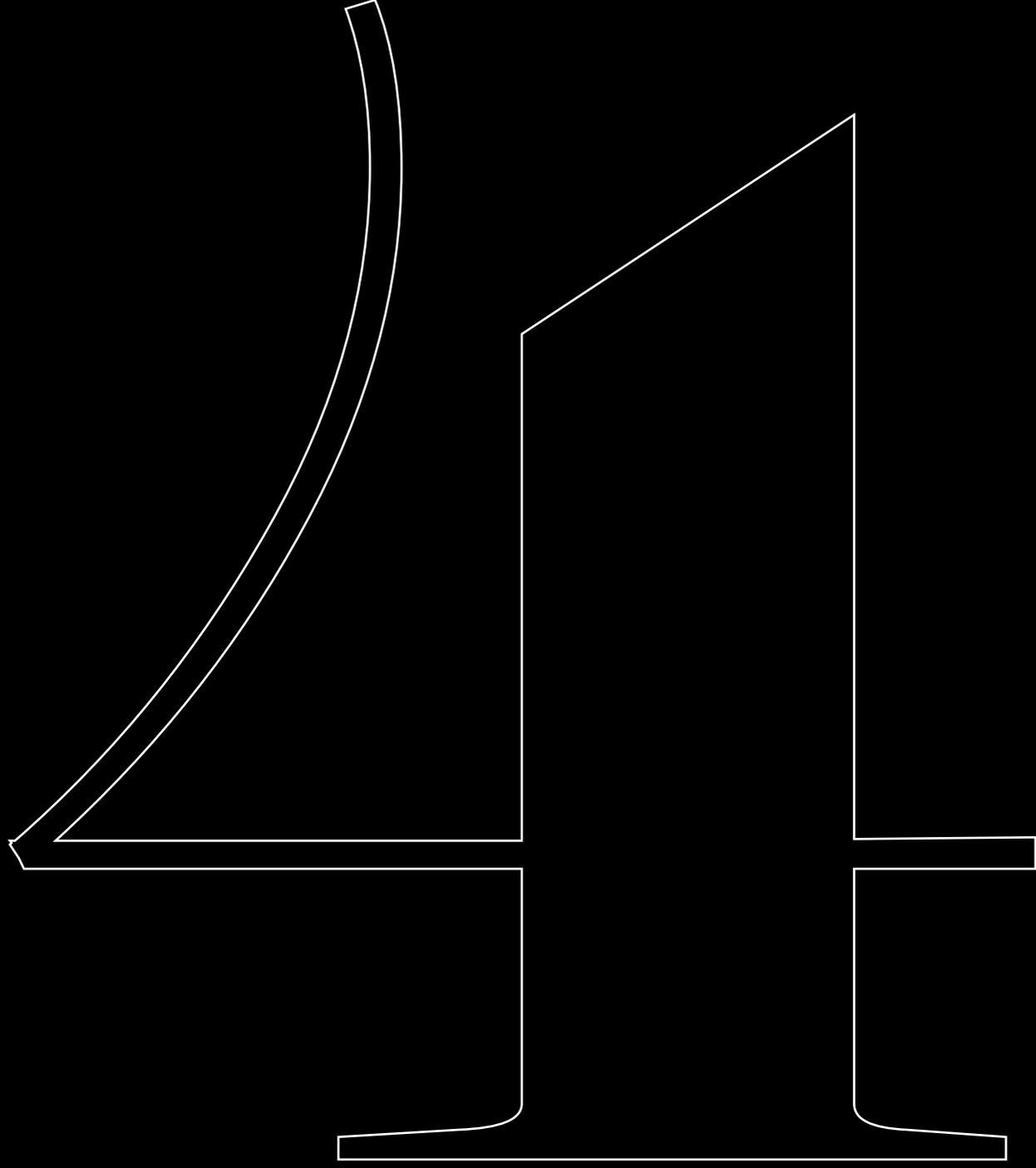
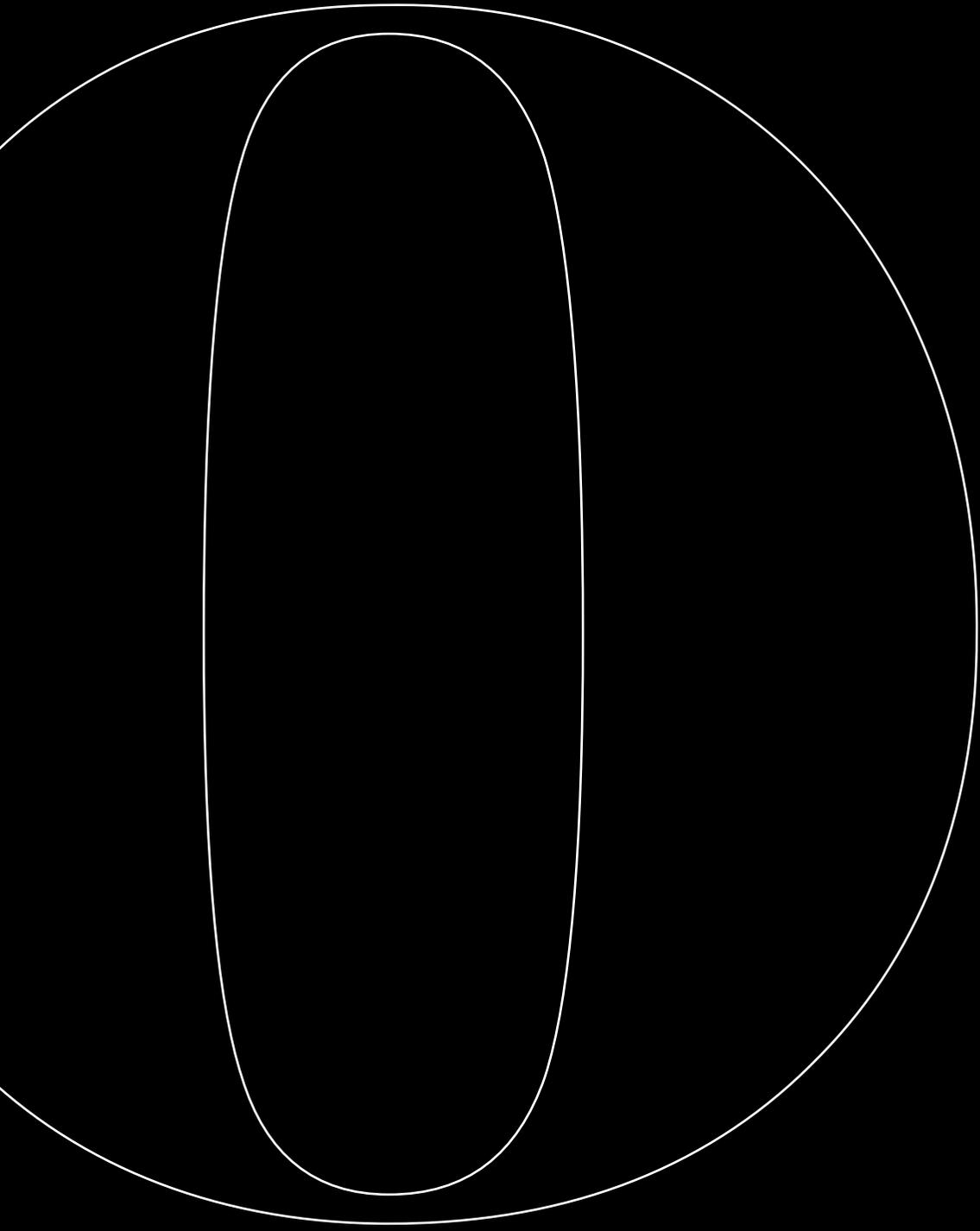
Valdivieso, M. (2001). Retrato de un grupo y una dama: el papel de la mujer en la Bauhaus. En A. Calvera, M. Mallol (edits), *Historiar desde la periferia: historia e historias del diseño*, 246-256. Barcelona: Universitat de Barcelona.

Wittig, M. (2005). El pensamiento heterosexual. *El pensamiento heterosexual y otros ensayos*, 45-57. Madrid: Editorial EGALE.

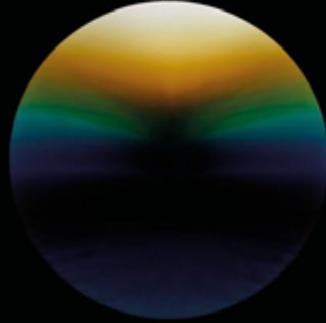
Como conclusiones iniciales de esta primera parte del proceso de titulación, reafirmo la necesidad de que como diseñadores no solo debemos replantear la disciplina como una poderosa herramienta comunicacional hacia la sociedad, sino que también de corregir en nuestras actitudes para plantear esos cambios de paradigma dentro de nuestro propio contexto disciplinar y profesional.

El trabajo de investigación realizado hasta esta etapa, ha permitido visualizar algunas dificultades y precisiones en cuanto a los enfoques del diseño gráfico en relación al contexto político y socio-cultural en Chile. La delimitación de dos entornos tan definidos como el diseño enfocado a las necesidades de mercado y desarrollo económico, y espacios de disidencia en los que se busca desmarcarse de lo anterior y proponer el diseño desde la responsabilidad social hacia los grupos precarizados. Considero que desde el objetivo principal de replantear el diseño desde una perspectiva de género, no se trata de enfocarse en solo uno de estas dos posiciones, más bien de demostrar que el mensaje es transversal y atingentes a cualquier de estos discursos.

Evidenciado la ausencia y silencio de las mujeres diseñadoras respecto a su participación en la historia del diseño gráfico universal y local, es importante que tengamos en claro que el rescate de ellas no es necesariamente como se dijo en uno de los capítulos anteriores “llenar vacíos” y recontar la historia de nuevo, es por eso que considero que lo que podría ser el “simple” ejercicio de recopilar los nombres más destacados de las mujeres diseñadoras que conocemos hasta hoy en nuestro país, darles un espacio propio y exclusivo, y por sobre todo difundirlo, es abrir una invitación hacia el futuro, donde no necesitaremos buscar bajo piedras para encontrar nuestros nombres, porque ya estaremos juntas.



proyecto



Referentes



Women in Graphic Design 1890-2012

Paperback: 608 páginas
 Editorial: Jovis;
 Edición: Bilingual (31/12/2012)
 Idioma: Inglés y alemán
 ISBN-10: 3868591532
 ISBN-13: 978-3868591538
 Dimensiones del producto: 19 x 3.8 x 23.5 cm

Este libro es un compilado de ensayos, entrevistas y artículos por y sobre mujeres en el diseño gráfico a nivel mundial. Este libro tiene una meta tremenda que logra cumplir casi por completo, el levantamiento de diseñadoras que logra hacer es inigualable y por lejos el más completo, pero su principal carencia es en la búsqueda de referentes latinoamericanos. Las diseñadoras gráficas latinoamericanas mencionadas solo corresponden a algunas mexicanas y brasileñas, las cuales además terminaron desarrollándose profesionalmente en Estados Unidos. Otro punto en contra es que si bien se supone es un libro bilingüe, todo está principalmente en alemán, siendo un idioma sin acceso para todos.



DESIGN{H}ERS

Hardcover: 272 páginas
 Editorial: Victionary;
 Edición: Marzo 2019
 Idioma: Inglés
 ISBN: 978-988-79033-2-1
 Dimensiones del producto: 18,5 x 20 cm

Designers A celebration of women in design today, como lo dice su nombre es un libro cuyo objetivo es celebrar a las mujeres de las industrias creativas ligadas a las artes gráficas, como el diseño, fotografía, ilustración, entre otros. En comparación al libro anterior, este es mucho más liviano, cosa que se puede apreciar a simple vista con el número de páginas. Tiene un carácter más lúdico, de lectura más rápida y liviana, pero quizás un tanto más confusa al hacer un llamado en su título "Diseño(ras)" como se podría entender en español, porque no todas las mujeres destacadas se desenvuelven como diseñadoras propiamente tal, pero es un gran referente conceptual y visual en cómo logra abordar sus diversos tipos de contenidos.





Women Design

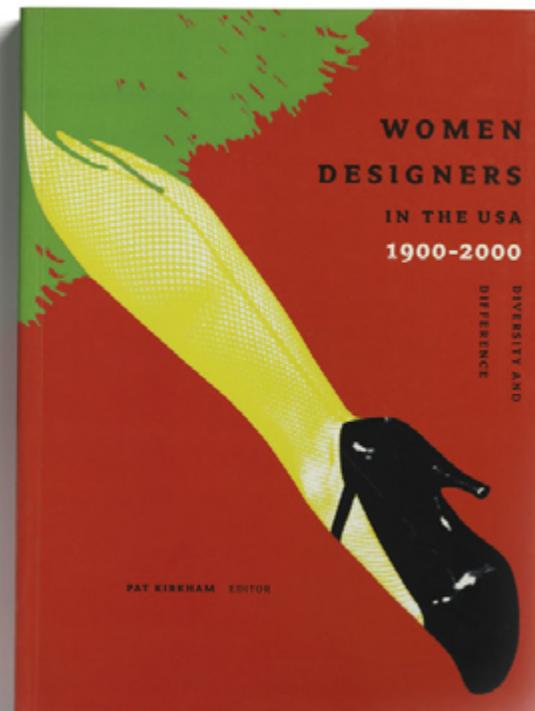
Hardcover: 176 páginas
 Editorial: Counter Print;
 Edición: 07/06/2018
 Idioma: Inglés
 ISBN-10: 0711239231
 ISBN-13: 978-0711239234
 Dimensiones del producto: 21 x 26 cm

Este libro recopila 21 perfiles de mujeres diseñadoras de distintas industrias, como textiles, gráficas, industriales, pero también arquitectura e innovación digital. Recopila sus biografías las que son intercaladas con fotografías de sus principales trabajos.

Women Designers in the USA, 1900–2000

Paperback: 462 páginas
 Editorial: Yale University Press
 Edición: 01/02/2002
 Idioma: Inglés
 ISBN-10: 0300093314
 ISBN-13: 978-0300093315
 Dimensiones del producto: 22.9 x 2.5 x 30.5 cm

Este libro busca dar a conocer a todas las mujeres diseñadoras en Estados Unidos del siglo XX, en áreas como el diseño textil, cerámica, muebles, moda, entre otros, que definieron sus áreas en aquella época. Si bien en un gran compendio, la disciplina del diseño se considera demasiado amplia.



Typefaces: women in type

Es un proyecto editorial de Yulia Popova, diseñadora rusa radicada en Alemania, que busca dar a conocer a diseñadoras de tipografías, y ser un aporte en el material formativo de las futuras diseñadoras. Esta compuesto en primer lugar por biografías de diseñadoras tipográficas de siglo XIX y XX. La segunda parte son 14 entrevistas a actuales tipógrafas y su visión sobre la desigualdad de género en el oficio. Cada una además cuenta con un espécimen de sus tipografías destacadas.

Este trabajo se destaca por el interés de la diseñadora en aportar a la formación académica de nuevos diseñadores, teniendo un enfoque de género en su formación. Si bien este proyecto fue publicado en agosto de 2019, aún no ha sido publicado, sigue en búsqueda de recursos para su publicación y difusión.





THE ADVANTAGES OF BEING A WOMAN ARTIST:

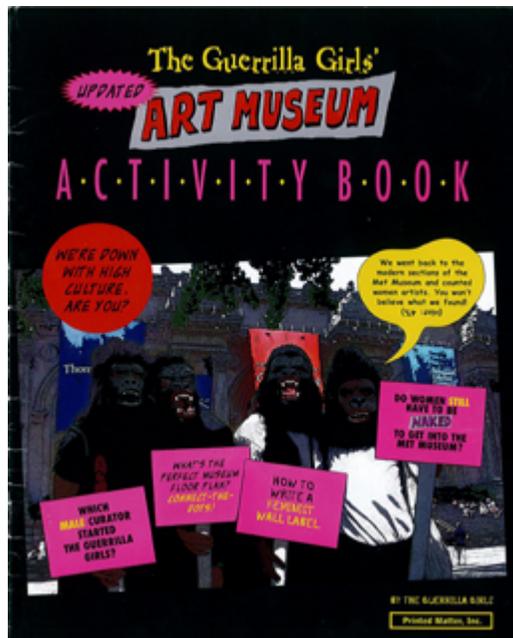
Working without the pressure of success
 Not having to be in shows with men
 Having an escape from the art world in your 4 free-lance jobs
 Knowing your career might pick up after you've slightly
 Being reassured that whatever kind of art you make it will be labeled feminist
 Not being stuck in a favored teaching position
 Seeing your ideas live on in the work of others
 Having the opportunity to choose between career and motherhood
 Not having to shake on those big cigars or paint in Italian suits
 Having more time to work when your mate dumps you for someone younger
 Being included in revised versions of art history
 Not having to undergo the embarrassment of being called a graffitist
 Getting your picture in the art magazines wearing a gorilla suit

GUERRILLA GIRLS CONSCIENCE OF THE ART WORLD

The Guerrilla Girls' Art Museum Activity Book

Paperback: 24 páginas
 Editorial: Printed Matter
 Edición: 2004/2012
 Idioma: Inglés
 ISBN: 9780894390609
 Dimensiones del producto: 24 x 19 cm

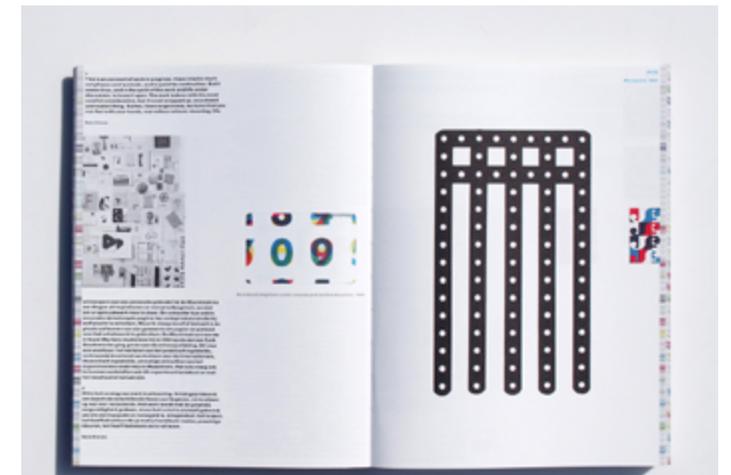
Las Guerrilla Girls en un colectivo activista feminista de artistas visuales que anónimamente se han dedicado por años a visibilización de las mujeres artistas. Liderando el movimiento por más participación de mujeres como artistas en museos. Este libro/cómic funciona como una parodia a los libros de actividades infantiles, y mediante siete actividades buscan enseñarle a los niños a luchar contra la desigualdad de género, comportamientos anti-éticos, entre otros. Es importante ver otros soportes en los que se ha visualizado la participación de la mujer en áreas creativas.



Karel Martens Printed Matter Drukwerk

Paperback: 208 páginas
 Editorial: Printed Matter
 Edición: 1997
 Idioma: Inglés
 ISBN-10: 0907259200
 ISBN-13: 978-0907259206
 Dimensiones del producto: 23,2 x 17 cm

Esta publicación los trabajos personales y experimentales del artista diseñador europeo. Su diseño es kinésico, enfocado en las formas y movimientos; y esto lo lleva también a su arte. El diseño de este libro es rico en retícula, en propuesta de visualidad de los elementos, apropiándose de cada espacio del papel, lo cual es muy enriquecedor para el tipo de contenido que podría ser similar al del producto final deseado.



4.2

Metodología

La metodología utilizada para el desarrollo de este proyecto responde a las necesidades de un proyecto editorial de carácter historiográfico visual con enfoque en estudios de género. Es por esto que a partir de estos parámetros, comience a trazarse la línea de investigación.

Dentro de la bibliografía de la historia del diseño nacional no se ha publicado una gran variedad de investigaciones. Utilizando estos textos se levantan los nombres de mujeres diseñadoras mencionadas, como primera aproximación para esta publicación.

Catastro

Para este proyecto se considera la historia del diseño nacional desde 1970 hasta 2020, considerando los inicios del diseño gráfico como disciplina propiamente tal hasta la actualidad, y buscando una representante por cada década.

Basado principalmente en "Historia del diseño gráfico" de Álvarez, se realiza una lista de cada una las mujeres presentes con su trabajo a lo largo del libro, guiándose mediante el índice de diseñadores propuesto por el autor. Este libro solo contempla las primeras tres décadas del diseño.

Para las dos últimas destacadas, se observó diseñadoras premiadas y con un trabajo importante de mayor conocimiento colectivo.

Selección de diseñadoras

Una vez realizado el catastro, se seleccionan cinco diseñadoras que representen las cinco décadas del diseño nacional, donde cada una destaca a su vez en distintas áreas de la disciplina.

Las diseñadoras son:

Diseñadora	Años	Proyectos destacados	Área de diseño
Pepa Foncea	1970	Proyecto Synco Señalética UNCTAD	Político / Cultural Editorial
Ximena Ulibarri	1980	Edición de memorias Publicidad Universitaria	Editorial Academia
Paula Celedón	1990	2 ^{da} Bienal de Diseño Escudo de gobierno	Branding Comercial
Piedad Rivadeneira	2000	Revista Fibra Bachelet 2006	Editorial Campañas
Constanza Gaggero	2010	British Museum Royal Academy	Museografía Internacionalización

Entrevistas/Portafolio

Una vez seleccionadas las diseñadoras, se realiza una breve investigación contextual de cada una para la preparación de su entrevista.

Se realiza una pauta general para todas las diseñadoras, con el fin de responder los siguientes tópicos: biografía profesional, áreas de desarrollo del diseño, contexto histórico, percepción de su trabajo, referentes del diseño, perspectiva de género en el diseño, rol de la mujer diseñadora y su proyección del diseño nacional.

Se contacta a cada una de ellas por correo electrónico presentando el proyecto y solicitando su participación en él mediante una entrevista y recopilación de portafolio.

Se agenda fecha y lugar según disponibilidad de cada una, a excepción de Constanza Gaggero, diseñadora con residencia en Londres, cuya entrevista se realiza vía audios de WhatsApp.

Cada diseñadora hace entrega vía digital o física de su material de portafolio disponible.

Análisis y edición de contenido

Según el material recopilado se comienza con la edición y selección de este.

El primer paso es la transcripción de cada una de las entrevistas realizadas, para posteriormente ser editadas por la periodista del proyecto.

En cuanto al material de archivo de portafolio, se ordena cronológicamente para luego hacer una selección de las piezas más destacadas y de mayor impacto según área de desarrollo en el diseño, buscando abarcar con mayor amplitud toda su carrera profesional. En el caso del material físico en primera instancia se digitaliza por completo, y ya una vez recopilado se realizó la selección con el fin de aprovechar el máximo del material.

Diseño

Una vez todo el material seleccionado y editado, se comienza con el desarrollo del diseño del libro.

Se define la estructura del contenido, donde las diseñadoras son el tronco principal de este, presentado a cada una de ellas en un capítulo. Se define tres partes por cada uno de los capítulos: currículum, entrevista y portafolio.

Gestión estratégica

Una vez diseñada la publicación se planifica su producción, aliados y posible venta y distribución del proyecto.

4.3

Descripción del libro

Enfoque editorial

Para definir el enfoque de esta publicación es importante recordar desde dónde nos planteamos: ¿quiénes son las diseñadoras gráficas destacadas de nuestro país?

“Maestras del Diseño Gráfico en Chile” otorga un espacio de reconocimiento a algunas de estas mujeres diseñadoras, exhibiendo el registro de los principales trabajos de cada una y presentando sus ideas y críticas a ciertos aspectos del diseño en Chile. Por esto el libro se proyecta con un enfoque amplio, como un abanico de la vida profesional de las mujeres seleccionadas. Finalmente podríamos definir a este libro en la categoría biográfica y de archivo visual, ya que busca exhibir el portafolio de cada una de las diseñadoras pero sin perder su contexto histórico.

Este libro, por su estructura de contenido y materialidad, es considerado un libro visual pero con un fuerte componente en contenido literario. Podría considerarse también de carácter específico, no es un libro de venta compulsiva, ya que está dirigido principalmente a personas del rubro/disciplina, aunque si consideramos los factores revisados en el estado del arte y referentes, este tipo de libros debido a la contingencia nacional como internacional, está dentro de los intereses actuales de ampliar el conocimiento respecto al desarrollo femenino, lo que puede significar una mayor movilidad en sus ventas.

Este es un libro de lectura seccionada, no se busca que el lector lo consuma de forma continua, sino más bien pausada, lo que está guiado por el contenido: una diseñadora gráfica por década. Por otra parte, tomando en cuenta su condición de libro de colección, puede ser considerado como *tablebook*.

Perfil de lector

Los lectores de “Maestras del Diseño Gráfico en Chile” son: diseñadores y artistas visuales, con interés en el relato histórico del diseño nacional y la cultura visual, y la reivindicación de la mujer dentro de estos relatos.

Esta publicación está dirigida a aquellos interesados en el área del diseño y especialmente del diseño gráfico, pero que también respondan a una necesidad de conocimiento histórico más que a un compilado aleatorio de gráfica nacional. Por otro lado está dirigido principalmente a mujeres ya sean estudiantes de diseño o ya diseñadoras propiamente tal, como un deber en sus lecturas y revisiones sobre participación femenina en el diseño gráfico.

Estructura

El libro se estructura de manera simple, basado en las destacadas de la historia del diseño en Chile, se presentan cinco diseñadoras por capítulo, antecedidas de una introducción escrita por la editora del libro, con el fin de dar paso a los resultados de la investigación con un carácter más personal. Entre cada diseñadora se contará con una cuña de una diseñadora gráfica chilena de distintas áreas y edades.

Cada capítulo de las diseñadoras cuenta en su primera doble página con la presentación profesional y un retrato, además de una breve línea de tiempo con momentos destacados de cada una. A continuación nos encontraremos con una entrevista de seis preguntas para todas por igual, en las cuales se abarcan la percepción de su trabajo como diseñadoras y cómo participaron en ciertos años, principales referentes, y su visión de las mujeres en el rubro, sus principales ventajas y desventajas y su rol.

El despliegue principal de cada capítulo estará centrado en la presentación del portafolio o archivo visual de las diseñadoras, con una selección de sus trabajos principales, los más destacados y algunos procesos de diseño en los casos pertinentes.

En síntesis la estructura del libro si bien responde al orden cronológico de los trabajos de cada diseñadora, principalmente se sostiene en ellas mismas, siendo cada una un capítulo con la importancia que merecen.

Especificaciones técnicas

- Formato cerrado: 17 x 23,5 cm
- Formato extendido: 34 x 23,5 cm
- Cantidad: 1500 ejemplares
- 100 páginas + Guardas + Tapas
- Papel: Hilado 140gr (interior) + Nettuno 140gr (tapas)
- Impresión: 4/4 colores
- Tapas: Cartón 2mm emplacado
- Encuadernación: Costura hilo encolado. con costura a la vista.

Financiamiento y presupuestos

Escandallo

COSTOS DE PRODUCCIÓN

Impresión	6.504.000+ IVA	
Diseño	\$1.000.000	
Edición contenido	\$500.000	
Corrección estilo	\$100.000	
ISBN	\$ 13.000	
Promoción	\$ 100.000	
Lanzamiento	\$ 100.000	
TOTAL	\$ 9.552.760	
Tiraje		1500u
Valor Unitario Neto	\$6.369	
IVA	19%	
TOTAL + IVA	\$7.578	
PVP Neto	\$15.309	
PVP Propuesto (IVA)	\$18.900	

Análisis Razonado

El presupuesto presentado está basado en la cotización de imprenta realizada por Ograma Impresores en Santiago de Chile en 2019, la cual se realizó por 1500 y 3000 copias.

Para este presupuesto final se consideró un tiraje de 1500 ejemplares, a los cuales añadidos los costos de producción da la suma final de **\$7.578** al valor unitario. Este presupuesto podría disminuir si se negocia mayor producción en imprentas internacionales de gran tiraje como China, en caso de ser necesario.

En cuanto a la edición de contenidos se trabajó con una periodista con más de ocho años de experiencia, con la cual se trabajó desde el desarrollo de pauta de entrevista hasta la edición de las mismas y la corrección de estilos general del libro. Por esto se considera esencial su participación en el proyecto y se justifica el costo en la producción final. En caso de ser necesario un ajuste de presupuesto puede ser conversable con la profesional en pro de la publicación del libro.

Con todo lo presentado anteriormente, el valor a público final corresponde a **\$18.900**, bajo la barrera psicológica de los \$20.000 lo que para un libro de esta categoría se considera apropiado.

Modelo de negocios

I. PROMOCIÓN

Este proyecto debe presentarse no solo desde su publicación sino que ampliarse a un público digital, a través de redes sociales, en particular *instagram* que es una plataforma donde los diseñadores tienen alta presencia y tiene la posibilidad generar una comunidad para mujeres diseñadoras, además de permitir la visibilización de más mujeres de las ya presentadas en el libro. Con el fin de posicionarse de manera rápida y efectiva es clave asociarse a cuentas relacionadas a campos creativos y/o con enfoque de género como Ladies, Wine and Design, Círculo de Creativas, Genias. y Chile Diseño, además de promocionar contenido para llegar al resto del público objetivo.

La promoción digital se dividirá en tres etapas principales:

1. Instalación: se crea cuenta corporativa de instagram meses antes de la publicación del libro, donde se comienza

a presentar parte del contenido del mismo. Ese contenido también estará dividido entre perfiles de diseñadoras y documento de portafolio. Además esta cuenta también servirá como plataforma de anuncio del lanzamiento de la publicación. Se hará una convocatoria para recibir el portafolio de nuevas diseñadoras y se hará una selección para su publicación, con el fin de visibilizar más mujeres del área y sus proyectos.

La cuenta deberá funcionar con una publicación (post) diario hasta este momento.

2. Lanzamiento: ya fijada una fecha oficial para el lanzamiento del libro, se enfocará en una campaña con mayor presencia digital, pasando de un post diario a utilizar historias de instagram para llegar de manera más directa al público sin llenar el *feed* de los usuarios y enfocando los *likes* a una sola dirección.

El tipo de contenido de estos post serán enfocados a una cuenta regresiva del lanzamiento, información del lugar, distribución, y por sobre todo un *teaser* del libro en sí mismo, como *gifs* de su interior, fotos a dobles páginas, acercamientos, entre otros.

3. Promoción: Una vez lanzado el libro se debe mantener la difusión y presencia de este, por lo que el contenido se dirigirá a abrir esta nueva comunidad para diseñadora, y buscando nuevas instancias para la presentación del libro en lugares de interés, como charlas y conversatorios con temáticas enfocadas a industrias creativas y con enfoques de género.

Para esto además de la presencia digital, se buscará participar en medios más tradicionales como revista *Viernes y Paula*, revistas académicas como *Revista Diseña*, podcast como *Zancada* o *Café con Nata*, entre otros.

II. DISTRIBUCIÓN

Este libro al estar dirigido a un público muy específico requiere una distribución altamente enfocada. Su presencia es clave en espacios neurálgicos de la disciplina como facultades de diseño de las universidades de mayor alcance para esta primera instancia de distribución, como lo serían la Pontificia Universidad Católica de Chile, Universidad de Chile, Universidad Diego Portales y el Campus Creativo de la Universidad Andrés Bello. A su vez su presencia en espacios como el Centro GAM también resultan coherentes para la misma.

La alianza con socios estratégicos como Chile Diseño o Ladies, Wine and Design también abren nuevas oportunidades para distribución del libro, mediante charlas dirigidas y eventos especiales.

En cuanto a los lugares de venta físicos del libro, se consideran barrios comerciales como Barrio Providencia, Lastarria-Bellas Artes y Barrio Italia, los cuales funcionan como principales centros de distribución de contenido creativo/cultural porque el perfil del lector calza perfectamente.

En estos sectores encontramos librerías que cumplen con todas las características requeridas para una mayor venta y promoción del libro como lo son Contrapunto, Catalonia, Qué leo, Ulises, Tienda Nacional, Librería GAM y librerías dentro de universidades.

Es importante también la venta digital, considerando que es en este medio donde se realiza la mayor promoción del libro, por lo que resulta clave su venta en estas librerías que tienen un excelente plataforma de venta *online*.

III. PROYECCIÓN

Para la publicación de este libro resulta clave la asociación con una editorial de alcance nacional y distribución masiva, u organizaciones que puedan hacer la competencia como Chile Diseño, ya que Maestras del Diseño Gráfico en Chile, busca generar un impacto dentro del mercado de la disciplina, abriendo la posibilidad también de ampliar a una colección de distintas áreas creativas como arquitectura, arte visuales, danza, teatro, cine, entre otras. Otra opción resultaría en la edición facsimilar con la posibilidad de dar a conocer a más diseñadoras de manera más profunda.

Dentro del mercado nacional de editoriales nos encontramos varias independientes que se acercan al perfil deseado, las cuales corresponden a: Catalonia, Ediciones UC, Hueders y Confín, las cuales han realizado trabajos que simpatizan con la publicación.

Catalonia: con la reinención de esta editorial nos encontramos con un espacio en la que nuestra publicación podría ser parte del catálogo sin quedar fuera de sintonía. Esta editorial cuenta con títulos como Mujeres Bacanas que ha sido un éxito de ventas, cuyo público también podría interesarse en este nuevo libro. Además cuenta con un amplio sistema de difusión y muy buena fidelización de sus lectores.

Ediciones UC: esta editorial tiene publicaciones que convergen en la disciplina tales como Mecánica Doméstica de Álvarez y, Hacer y Componer de Gálvez, además de pertenecer a la misma casa universitaria que la Revista Diseña. Considerando además que tres de las cinco diseñadoras de la publicación corresponden a estudiantes de esta universidad, podría ser un aporte para su catálogo.

Hueders: esta editorial cuenta con un amplio catálogo literario como visual, además de contar con un buen posicionamiento dentro del público objetivo. Es importante recalcar que una de nuestras diseñadoras, Piedad Rivadeneira, ya cuenta con libros publicados en conjunto como Vinilo Chileno y Mira tú por lo que podría ser más fácil y efectivo generar una conexión.

Confín: Dirigida por Jennifer King y María Paz Garafulic, es una editorial que se ha centrado en publicaciones con un alto contenido visual, con un mercado muy objetivo y público determinado. Estos puntos resultan bastante a favor además al ser una editorial dirigida por mujeres ya podría ser una decisión política respecto a la publicación.

Posterior a la revisión de estas editoriales, se puede concluir que la apuesta más segura sería Catalonia o Ediciones UC, ya que para ambas la publicación resultaría en un gran aporte en su catálogo además de contar con la posibilidad de ampliar su colección, Por otro lado son con quienes se puede lograr una mejor difusión estratégica y asegurar la venta del libro.

SOCIOS CLAVES

- * Editorial como socio para la producción, distribución y publicación del libro
- * Institución gremial como Chile Diseño, que también puede funcionar como socio en producción, distribución y publicación, pero que también tiene un mayor interés en apoyar el tipo de contenido
- * Fondos de Cultura como el Fondo de Fomento al Libro y Lectura o al Fondart Nacional de Diseño
- * Ladies, Wine and Design, agrupación original de Nueva York liderada por Jessica Walsh, actualmente con representantes en Chile. Como socios claves tienen un gran poder de convocatoria principalmente en charlas y eventos de mujeres diseñadoras, cumpliendo una función de difusión y promoción.
- * Genias. y Círculo de Creativas, ambas organizaciones nacionales se destacan por su trabajo en relación a la creación de espacios específicos para mujeres creativas, más abierto que solo al diseño, aun así tienen un alto nivel de convocatoria, por lo que también cumplen una función esencial a la hora de la difusión y promoción.

ESTRUCTURA DE COSTES

- * Impresión
- * Promoción y lanzamiento
- * Honorarios
- * ISBN

ACTIVIDADES CLAVES

- * Contactar a las diseñadoras seleccionadas, entrevistar y recopilar material de archivo de su portafolio
- * Selección, digitalización y edición de archivo
- * Búsqueda de financiamiento vía socios o postulación de fondos nacionales concursables
- * Diseño del libro
- * Producción
- * Promoción
- * Distribución
- * Posicionamiento público del rol de las mujeres en el diseño mediante redes sociales.

RECURSOS CLAVES

- * Diseñador. Recopilación y selección de material de archivo visual, Dirección de arte y diagramación del libro
- * Periodista. Edición de contenido y Corrección de estilos

PROPUESTA DE VALOR

- * Visualización de la mujer en los discursos historiográficos, en específico en el diseño nacional
- * Reflexión y crítica de los referentes estudiados en escuelas de diseño a nivel nacional
- * Fomento al conocimiento del desarrollo de las artes y cultura

FUENTES DE INGRESOS

- * Venta de la publicación
- * Asociaciones claves que tengan interés en la producción del libro
- * Fondos culturales de financiamiento para producciones editoriales o de investigación

RELACIONES CON CLIENTES

- * Clientes primarios: instituciones de carácter gremial o académico y editoriales
- * Clientes secundarios: lectores
- * Redes sociales: medio de difusión cercano y de participación con el lector. Estas funcionan como una invitación a conocer más diseñadoras generando un acercamiento directo al lector específico
- * Prensa: digital e impresa, con el fin de una difusión más generalizada

CANALES

- * Ferias editoriales
- * Bibliotecas de facultades de diseño
- * Chile Diseño
- * Agrupaciones independientes afines al diseño y participación de la mujer
- * Librerías
- * Canales digitales

SEGMENTOS DE CLIENTES

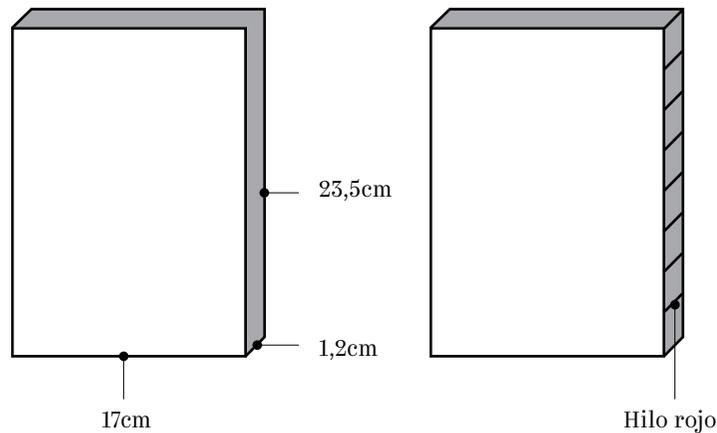
- * Mujeres adultas y jóvenes con afinidad a las artes y especialmente al diseño, con inquietudes respecto al feminismo y al rol de la mujer en distintos ámbitos de nuestra cultura
- * Personas con interés en la historia de la gráfica, con un carácter serio pero liviano ameno

4.4

Diseño del producto

Tamaño

El tamaño y la proporción del libro se determina por la necesidad de generar un objeto práctico, de fácil manipulación, pero que permita visualizar a buen tamaño los trabajos de las diseñadoras. Es por esto que se opta por la proporción de 17 x 23,5 cm. similar a la de una de las referencias presentadas por Printed Matter, que también muestra el trabajo de diseñadores. Este tamaño permite ubicar el libro en vitrinas de manera frontal sin perder visibilidad y en mesones. Esto también se puede reforzar en repisas gracias al grosor de su lomo que con la costura descubierta y con hilo rojo llamará más fácilmente la atención al cliente.

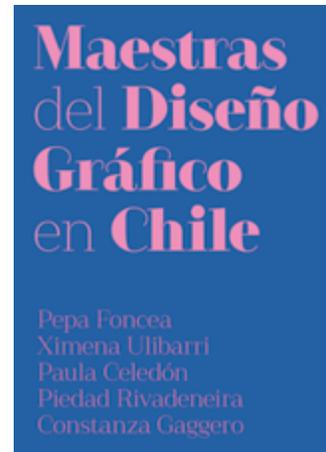
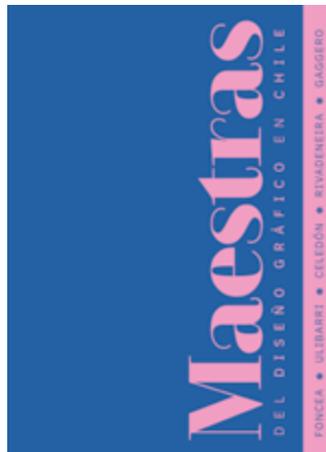


Portada

El mundo del diseño editorial se ha caracterizado por ser un campo ampliamente desarrollado por mujeres diseñadoras y en especial el diseño de portadas, como menciona la diseñadora Astrid Stavro en el ensayo *"Beyond the Glass Ceiling: An Open Discussion"*. Debemos entender la portada del libro como el primer acercamiento clave del lector hacia la publicación, si bien dice el dicho "no debemos juzgar el libro por su portada", es bien sabido que el atractivo de esta será quien determine en primera instancia el interés hacia el objeto en cuestión.

Desde el comienzo se descarta la idea de usar alguna imagen en la portada por dos motivos: en primer lugar, alejarse de lo ya presentado los antecedentes en cuya mayoría las portadas derivan en ilustraciones o *collage* con las mujeres presentadas; y por otro lado tampoco se puede elegir una sola imagen como representante de un libro sobre cinco mujeres sin que alguna quede de lado. Además, considerando las especificaciones técnicas, el papel Nettuno es un papel de tipo gofrado, por lo que es recomendable trabajar con imágenes más limpias para no perder información en la textura.

Por todo esto se decide tomar un camino tipográfico, el cual otorga un carácter clásico y elegante, pero a la vez rico en el carácter que puede entregar la tipografía a elegir. También se elige trabajar a dos colores con el fin de destacar mediante contrastes y generar un punto de atención específico en las vitrinas de venta.



Proceso

Portadas descartadas por diversos problemas detectados, legibilidad, contraste, pesos visuales, entre otros.

Portada final

Se elige esta portada ya que tiene un carácter tradicional pero con un contraste de color vívido y atractivo a primera vista, sin verse anticuado. Se decide finalmente por el uso del rojo por ser un color brillante, con buena capacidad de contraste. Por otro lado, históricamente el color rosa ha sido asociado a lo “femenino” más aún cuando es suave y desaturado, por lo que el color rojo busca representar una idea de femeneidad más poderosa, ligada a la fuerza y vibración del color, como una manera de posicionar a nuestras diseñadoras como mujeres poderosas.

Maestras del Diseño Gráfico en Chile

Pepa **Foncea** * Ximena **Ulibarri** * Paula **Celedón**
Piedad **Rivadeneira** * Constanza **Gaggero** * * * *

Color

La paleta cromática elegida consta de tres colores principales más el uso de negro.

Para este libro, por sus indicaciones técnicas los colores se usarán en su fórmula CMYK.

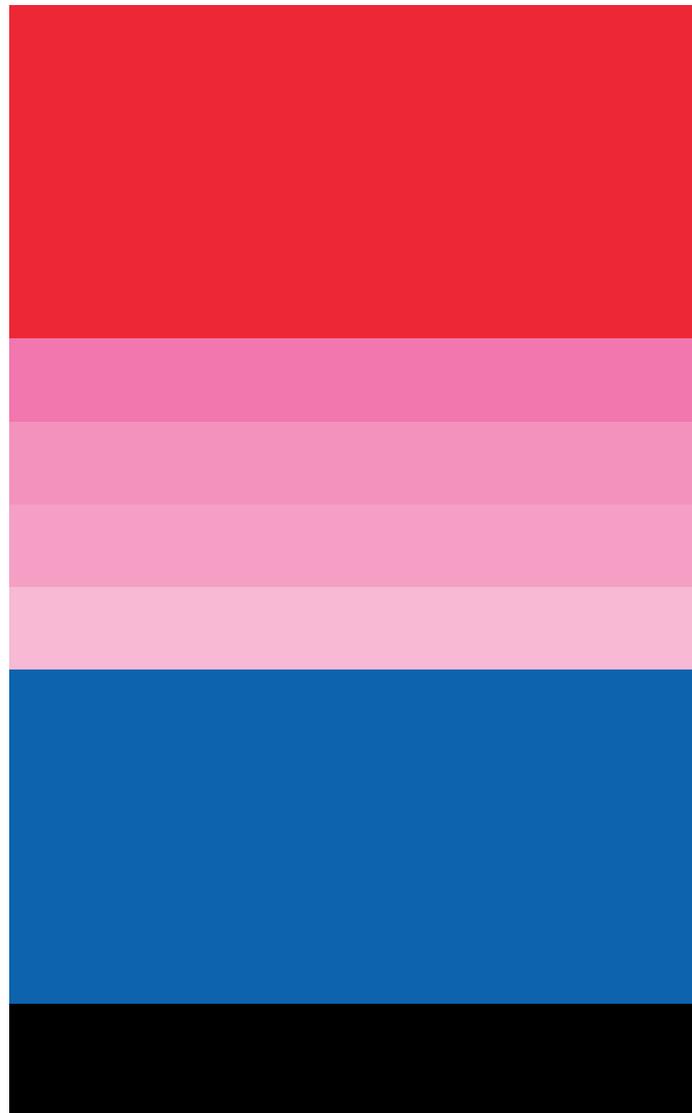
Pantone
1788 U
R238 G39 B55
C0 M93 Y82 K0

Pantone
2038 UP
R243 G114 B166
C0 M68 Y0 K0

* Este color su usará en distintos porcentajes de color según necesidades de contraste.

Pantone
2132 U
R9 G87 B195
C92 M64 Y0 K0

Pantone
Process Black U
R0 G0 B0
C0 M0 Y0 K100



* Para el prototipo se trabajó con fórmulas creadas específicas para el sistema de impresión láser digital con el fin de lograr la mayor fidelidad de color posible.

Tipografía

Con el fin de que este proyecto de título sea una ventana para la mayor cantidad de diseñadoras posible, se elige como tipografía central Camila, diseñada por Paula Nazal, diseñadora gráfica chilena, bajo la fundición de Latinotype. Paula decidió donar la tipografía como forma de apoyo al desarrollo de proyectos que busquen reivindicar la labor de las mujeres en nuestra disciplina.

Camila es una tipografía serif didona, pertenecientes a las familias tipográficas modernas-romanas. Fue diseñada con fines editoriales por lo que cuenta con 7 pesos, cada uno con su variable itálica. Se define como una tipografía elegante, de líneas simples y femeninas.

Para este proyecto se usaron los siguientes pesos:

Camila
** Paula Nazal **

Camila Black

Camila Italic

Fuente completa en: <https://www.myfonts.com/fonts/latinotype/camila/>

En el caso del texto general se eligió una fuente por sus características de legibilidad, variables y cantidad pesos por las jerarquías requeridas en el diseño, además de tomar un carácter secundario en el nivel de contenidos. Por todo esto la tipografía elegida es IBM Plex Sans, diseñada por Mike Abbink para IBM. Esta tipografía a la vez hace un contrapeso con un carácter estructurado permitiendo que los portafolios tomen mayor relevancia en el diseño del libro.

IBM PLEX SANS
Light · *Light italic* · Regular · *Italic* · Medium · **Semibold**

Fuente completa en: <https://fonts.google.com/specimen/IBM+Plex+Sans>

Estructura / Pauta

Este libro consta con 100 páginas, más guardas y tapas. Las 100 páginas están divididas en legales, introducción y contenido principal, el cual está subdividido en las cinco diseñadoras gráficas.

La primera diseñadora es Pepa Foncaea, representado la década de los 70. Su biografía abarca desde sus estudios formales e informales y su trabajo como diseñadora independiente hasta la fecha. La entrevista se centra en los trabajos realizados bajo el mandato del Presidente Salvador Allende con la dirección de Gui Bonsiepe. A lo largo de su portafolio podremos apreciar trabajos de la época universitaria y de su trayectoria general.

El segundo capítulo refiere a Ximena Ulibarri para los años 80. Su biografía consta desde su época como estudiante de la Universidad Católica hasta su actual puesto de trabajo como académica de la misma institución. También cuenta con su entrevista donde se centra en la variedad de áreas en las que se ha desarrollado. Su portafolio muestra principalmente su trabajo editorial para la universidad, empresas y trabajos independientes.

El tercer capítulo nos presenta a Paula Celedón y su trabajo en los 90, donde siendo muy joven con 24 años, logró posicionarse como una de las diseñadoras gráficas del rubro comercial más destacadas a nivel nacional. Su portafolio se centra en el desarrollo de marcas que ha creado a nivel de grandes empresas comerciales y sus propios proyectos.

El cuarto capítulo corresponde a Piedad Rivadeneira, destacada diseñadora cuya clímax se presenta en los 2000, principalmente por la realización de la campaña de la Presidenta Electa del período Michelle Bachelet. En su portafolio se presentan trabajos independientes, colaboración y su mayoría aquellos bajo su dirección en Felicidad.

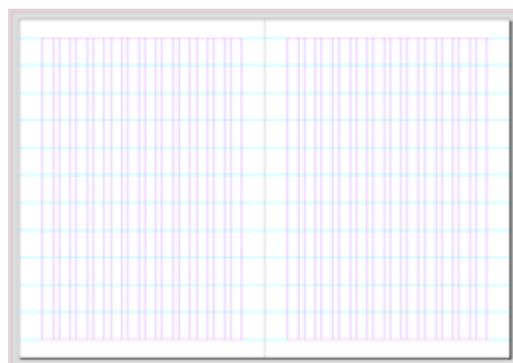
Por último, el quinto capítulo y final corresponde Constanza Gaggero, diseñadora radicada en Londres hace más de diez años, como representante del diseño nacional y su proyección desde la segunda década del 2000. Su entrevista se centra en la experiencia como diseñadora chilena en el extranjero y sus proyecciones para el diseño nacional. En su portafolio nos encontraremos principalmente con su trabajo para museos británicos y chilenos, desde la museografía y la publicación de proyectos editoriales.

	Portada	Guarda	Guarda		1
Créditos 2	Dedicatoria 3	4	Maestras 5	Introducción 6	Introducción 7
Cuña 8	(Doble página) 9	Biografía Diseñadora 10	Retrato 11	Entrevista 12	Entrevista 13
Entrevista 14	Destacado 15	Portafolio 16	Portafolio 17	Portafolio 18	Portafolio 19
Portafolio 20	Portafolio 21	Portafolio 22	Portafolio 23	Portafolio 24	Portafolio 25
Cuña 26	(Doble página) 27	+4 Diseñadoras 99		Contratapa	

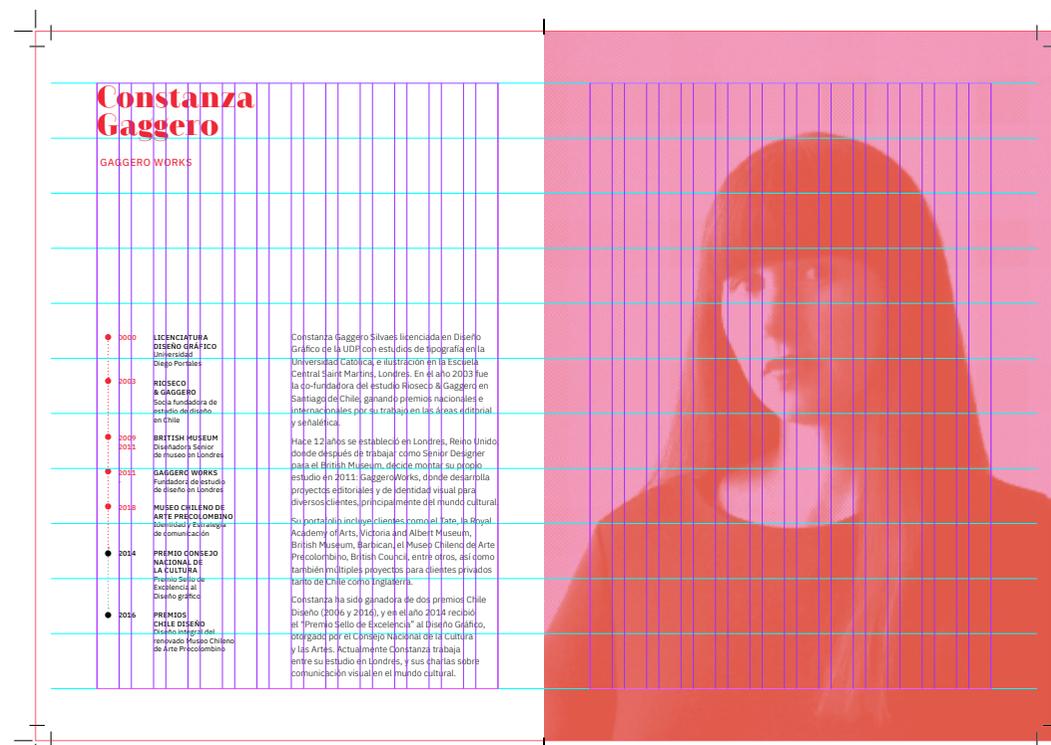
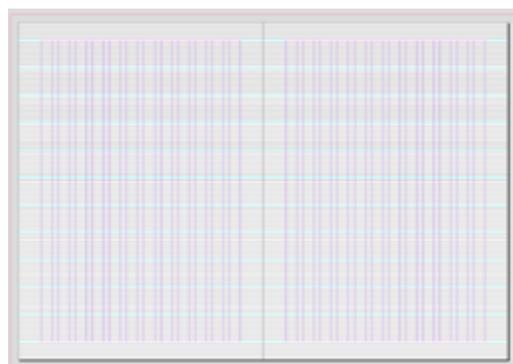
Grilla y diseño interior

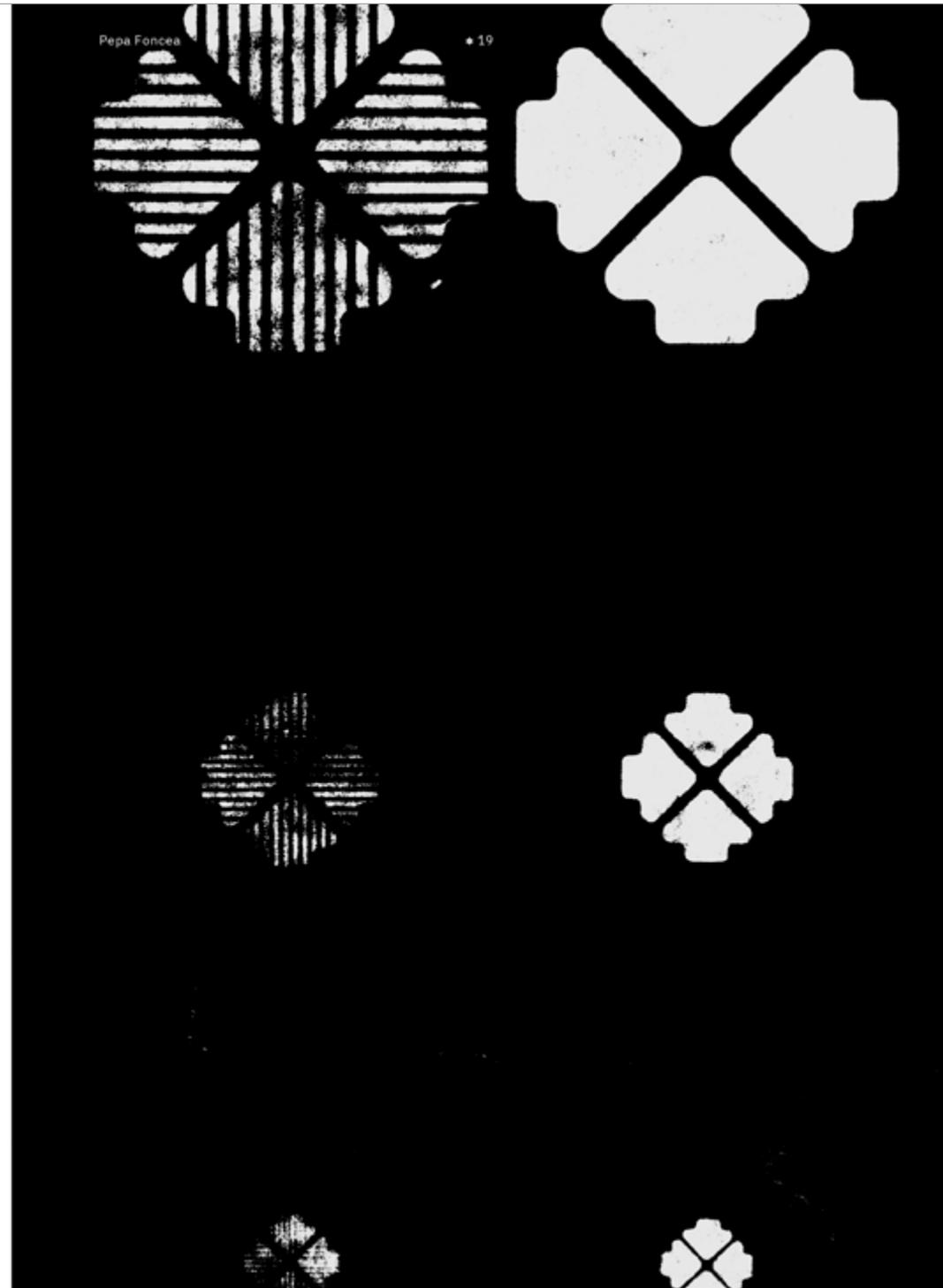
La retícula diseñada para este libro debía cumplir con ciertos requerimientos que este tipo de publicación contempla, como el uso de textos continuos, destacados, fotografías a gran, mediana y pequeña escala, pie de fotos, entre otros. Por lo que se buscó lograr una grilla que diera la mayor posibilidad de movimientos y diagramaciones, mediante una mayor cantidad de columnas (estructura principal para texto e imágenes) y filas (enfocadas a dar más permisividad al tamaño de las imágenes y crear más figuras). Además, el uso de cuadrícula base, se usa como unidad mínima y principal de toda la retícula, la cual fue diseñada en puntos para mejor calce, con una base de 3 pt de incremento.

Retícula base simple



Retícula base simple más cuadrícula base





¿Cuáles crees que son las ventajas y desventajas del trabajo de las mujeres en diseño?

No sé si referirme exactamente a la ventaja o desventaja femenina. Lo que haría sería tomar los últimos cinco años y revisar las prácticas profesionales de la Universidad de Chile, de la Universidad Católica y otras universidades como la Diego Portales, y ver dónde se han generado prácticas interesantes.

Revisé informes de práctica, y me ha tocado siempre encontrar instancias súper buenas, y también encontrarme con que en la realidad de nuestro país a veces las prácticas son un poco sosas y no tienen que ver con lo que uno les está exigiendo a los alumnos en la universidad. Uno a los alumnos los hace sufrir por exigencia, hacer unos encargos con los que lo pasan pésimo. En ese sentido, me parece que muchas veces las mujeres diseñadoras podrían tener la experiencia de cruzarse con cosas en Latinoamérica y otros lugares del mundo. Muchos se van, pero no toda la gente tiene esa oportunidad, estamos muy aislados.

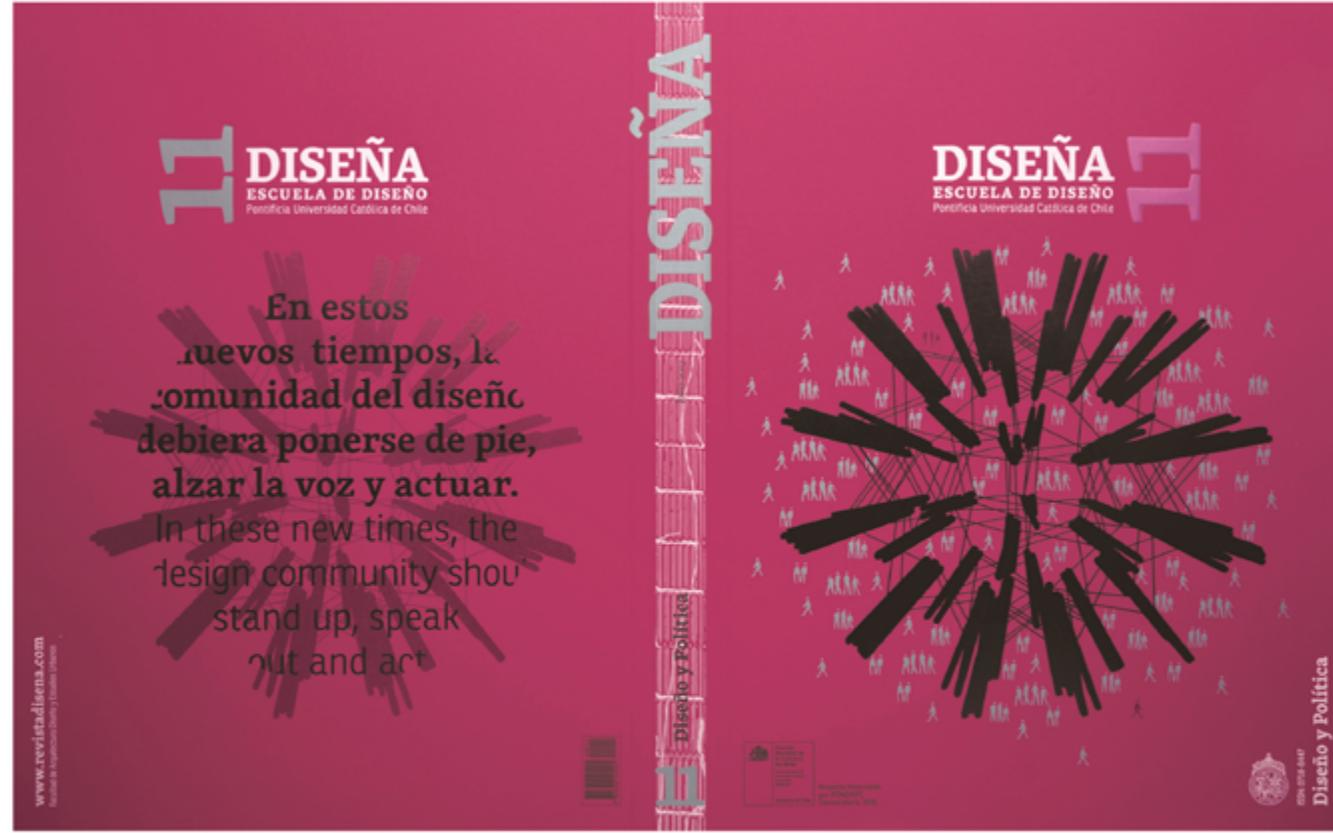
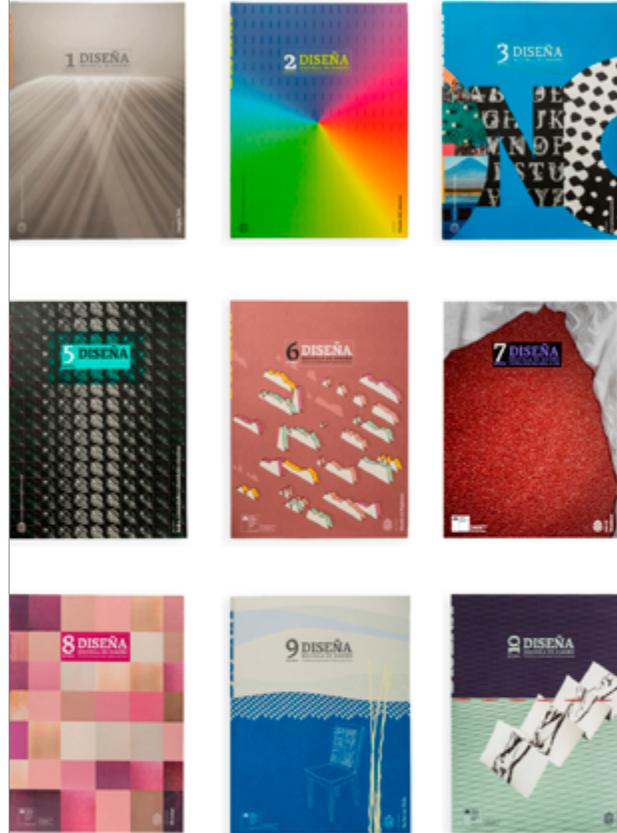
Me parece que el diseño en el mundo, el diseño transversal, el que atraviesa todas las instancias de nuestra vida, tiene posibilidades increíbles. En ese sentido, nuestra experiencia a nivel de talleres de intercambio, de enfrentamiento, de cultura, de realidad

país, de nuestra geografía, de nuestra experimentación; se puede hacer mucho mejor. Creo que también el oficio está abandonado y se está recuperando muy bien, pero es un tema importante, porque hay que conocer con la cabeza, con la percepción y con las manos, y eso se hace en la escuela. Entonces, creo que es importante, creo que tenemos un país súper diverso, súper interesante.

**¿Podrías hablarme del rol de la mujer en el diseño nacional?
¿Cómo lo proyectas a futuro?**

Lo proyecto muy potente, porque las alumnas que están surgiendo con tremendos proyectos de título, gente muy pensante, muy sensible, gente que está muy alerta a los cambios del mundo, actuales a las diferencias. Las variables están muy alerta, de manera que los proyectos que han surgido en los últimos 20 años son notables. No tengo la menor duda de que las mujeres que se están titulando son geniales, gente impresionante frente a los materiales. O sea, campos sociales que son del hacer, campos de la investigación, campos de la programación. Secas, secas, secas. Vivan las mujeres. Para que tengamos esa proyección, el país tiene que entender el diseño y las distintas disciplinas y hacerlos. Tiene que cambiar la cabeza y entender que la cultura del diseño incluida en todo el resto es tremendamente importante.

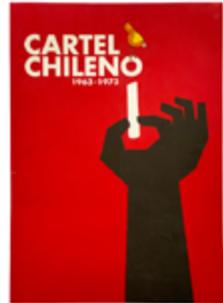
“En definitiva, el ser humano asimila su época y desarrolla una inteligencia, una metodología y una capacidad de acuerdo a lo que tiene alrededor. Es muy interesante enfrentar la diferencia, me parece muy desafiante”.



† PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CHILE
Revista Diseño
2009-2017
Dirección de Diseño
de revista de Escuela
de Diseño

→ PREMIO ALTAZOR
Revista Diseño N4
2013
Categoría Artes Visuales





← CARTEL CHILENO
1963-1973
Compilación de
Eduardo Castillo
2004
Dirección de arte
y diseño

Maestras del diseño gráfico en Chile

Piedad Rivadeneira

♦ 71



→ MIRA TÚ
Hueders
2014
Dirección de arte
y diseño



→ VINILO CHILENO
Hueders
2015
Co-autora, dirección
de arte y diseño



→ EL GRAN LIBRO DEL
METRO DE STGO.
Metro de Santiago,
Amanuta
2016
Edición, dirección
de arte y diseño



← VIÑA. RELATOS,
IDENTIDAD, CULTURA
Dirección Creativa
2017
Edición, dirección
de arte y diseño



← #LASNIÑASPUEDEN
Comunidad Mujer
2018
Edición, dirección
de arte y diseño

→ EL ESPEJO DE CLARA
Manoco
2019
Autora, dirección
de arte y diseño





132



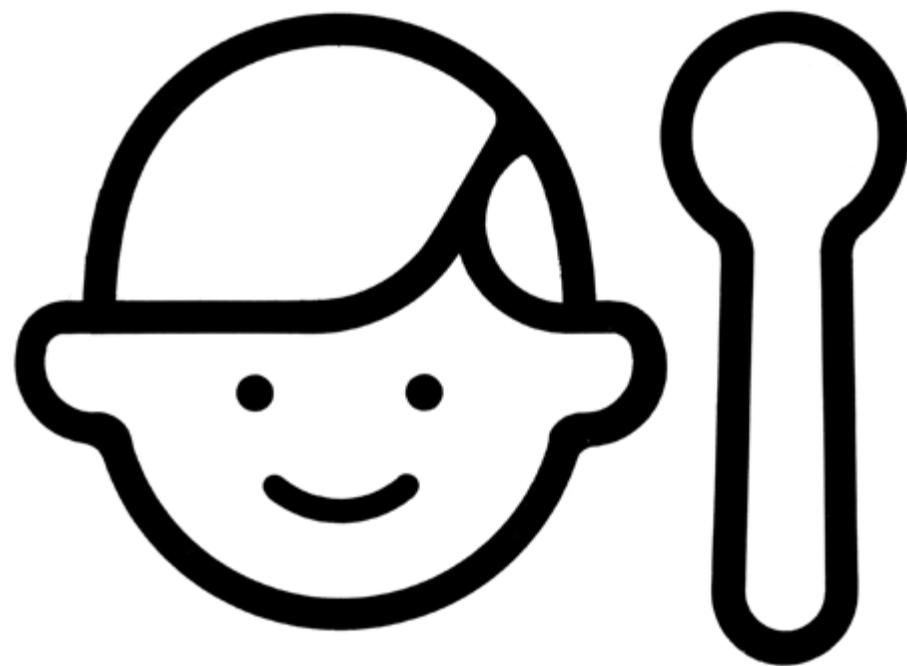
133



proyecto | diseño del producto

ES

conclusiones finales



MR
multiprot

sopa vegetal lacteada

**mezcla precocida de cereales
y leguminosas, leche descre-
mada y sabores naturales**

5.1

Conclusiones finales

Durante el desarrollo de este proyecto, el panorama nacional e internacional ha demostrado un crecimiento ferviente en cuanto a la necesidad de la incorporación de una perspectiva de género ante cualquier investigación o estudio.

Este proyecto resulta contingente y contemporáneo al contexto nacional e internacional, sumándose además a la corriente feminista editorial del momento.

De esta manera el principal objetivo de este proyecto se cumple, a pesar de no encontrarse publicado de manera formal, ya que logra presentar el trabajo de mujeres destacadas del diseño nacional mediante un catálogo selecto de sus trabajos, además de otorgarles un espacio de diálogo que permita acercarlas a nuevas generaciones de diseñadoras. Es necesario que en todos los espacios pertenecientes a la disciplina se abra el debate y se cuestione el rol otorgado a las mujeres, en este caso diseñadoras gráficas, reivindicando su trabajo y el aporte de este en la producción. Como se planteó desde un principio, este proyecto no busca dar a conocer los nombres de mujeres que no fueron registradas en la historia del diseño nacional, sino el de visibilizar aquellas cuyos trabajos han sido reconocidos, pero no se les ha otorgado la importancia que corresponde dentro de la historia del diseño gráfico.

Por otro lado, esta publicación plantea exponer una investigación sin acomodarse en el discurso académico, sino que propone un concepto de diseño y una postura política. También genera una pieza con valor de diseño en sí misma, mediante su ejecución, materialidad y contenido.

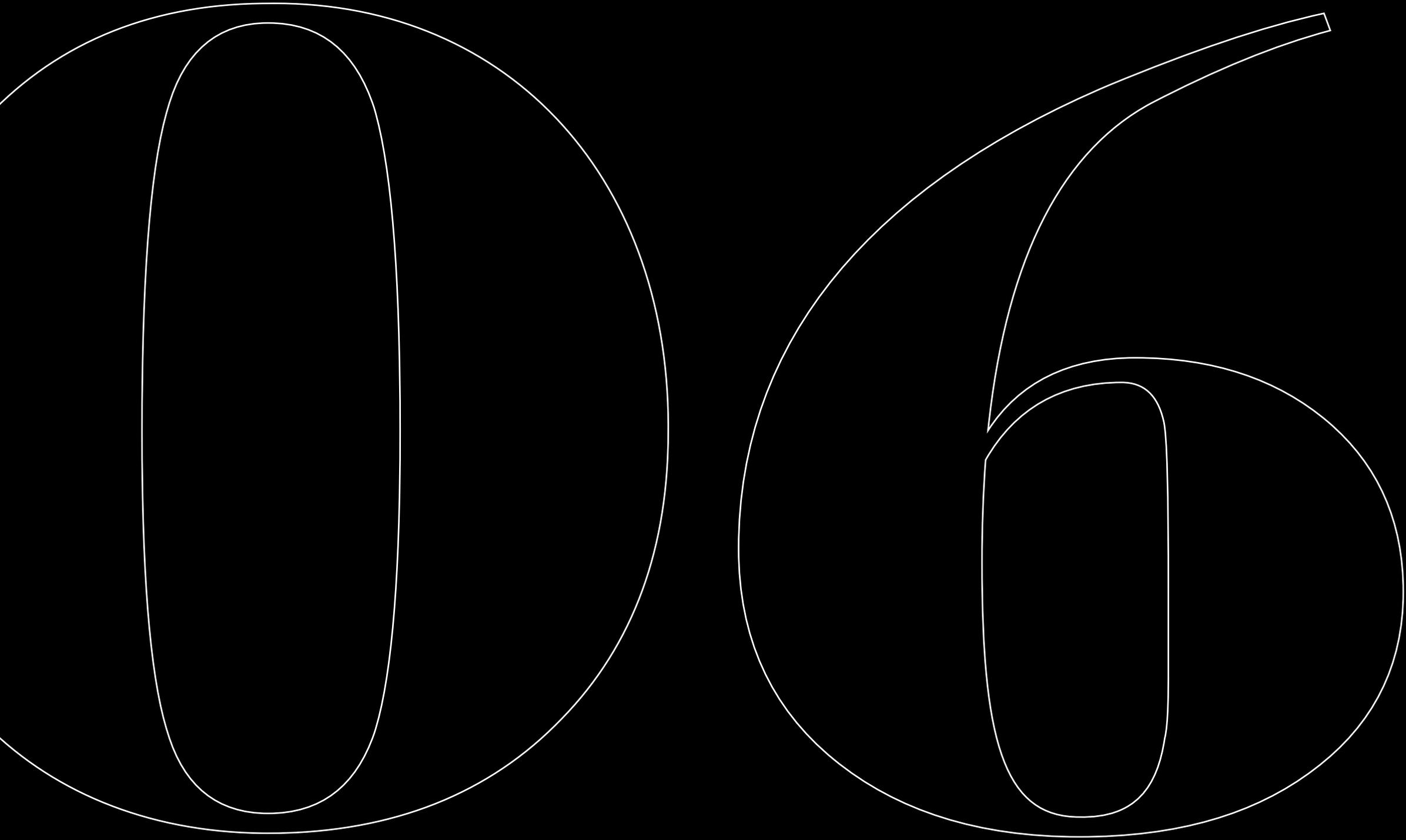
Desde los objetivos específicos también podemos apreciar que la recolección y curatoría de portafolios se logró con éxito. En el caso del archivo recopilado de Pepa Fonca, además de ser utilizado en este proyecto, formará parte del archivo central de la Escuela de Diseño de la Universidad Católica, lo que reafirma la necesidad de realizar este tipo de

proyectos, resguardando el legado y el aporte histórico del diseño nacional. Por otro lado, permitió vislumbrar la falta de costumbre de la mayoría de las diseñadoras en generar un archivo con su propio trabajo, sirviendo como punto de partida a incentivar el correcto archivo de material para usos futuros, y así a la vez, otorgarle un valor real al aporte del diseño chileno a la sociedad.

En cuanto a las proyecciones, este proyecto tiene posibilidades de continuar creciendo, ya sea en forma facsimilar o de colección, esta última sostenida bajo la marca "Maestras". Como "Maestras del Diseño Gráfico en Chile", se puede ofrecer ediciones particulares para cada diseñadora destacada profundizando en sus trabajos, y añadiendo más nombres de mujeres a la publicación. Cuando se propone el desarrollo de la marca "Maestras", se hace en función de que pueda extenderse a más disciplinas u oficios donde las mujeres han sido olvidadas o subvaloradas dentro de su historia, incluso no solo en Chile, sino que de forma internacional, presentándose como "Maestras de la Arquitectura", "Maestras de la Industria Textil", "Maestras de la Música", entre otros. Por todo esto es que se puede proyectar esta publicación como un posible éxito editorial y ante todo un aporte en la formación de diseñadores.

A partir de la investigación presentada en el marco teórico, si bien el panorama de las mujeres ha mejorado mucho en lo que respecta a la visibilización de sus luchas, se puede concluir que aún se está en deuda en cuanto a la valoración del trabajo femenino. Esa desvalorización se presenta desde la falta de reconocimiento del trabajo doméstico hasta la falta de mujeres en cargos de liderazgo. Esto último también se ve reflejado en la misma Escuela de Diseño de la Universidad de Chile, en la cual, siendo diseño gráfico una de las carreras con mayor porcentaje de ingreso femenino, esta casi no cuenta con mujeres en su cuerpo docente. Considerando lo anterior, esta publicación busca abrir el debate sobre la representatividad de género no solo en la institución, sino que también en su programa educacional y el rol del diseño mismo en esta problemática social.

Por último quisiera recalcar que "Maestras del Diseño Gráfico en Chile" no es solo un proyecto que busca obtener resultados académicos, sino que es también un acto político y una búsqueda personal por encontrar un espacio para las mujeres en el contexto presentado. Si bien el libro no ha sido publicado, aún es capaz de generar un espacio de discusión sobre el rol de diseño y ante todo crear un espacio para mujeres desde las mujeres.



anexos

12

Anexos

Fichas de entrevistas

Entrevistada	Alejandra Neira
Profesión/ actividad	Diseñadora gráfica, Pontificia Universidad Católica de Chile. Autora de la tesis y proyecto Fondart “Menos es aburrido: Diseño gráfico posmoderno en Chile, 1985 - 2000”
Descripción	Realizada el 31 de mayo de 2018, en Café Faustina, Providencia, Santiago
Resumen	La entrevista se centró en conocer el trabajo de investigación de la diseñadora, la experiencia en este proceso de trabajo y las implicancias de ser mujer en este contexto. Alejandra postula que mientras trabaja en el proyecto se propuso como exigencia personal el buscar fuentes que fueran mujeres lo cual resultó en una experiencia compleja y sin los resultados óptimos, todo a quien entrevistara le recomendaba hombres como “expertos” por sobre cualquier otra mujer del área a investigar.

Entrevistada	Ximena Ulibarri
Profesión/ actividad	Diseñadora, Licenciada en Estética, Pontificia Universidad Católica de Chile. Máster en Comunicación y Educación, Pontificia Universidad Católica de Chile y Universidad Autónoma de Barcelona
Descripción	Realizada el 18 de junio 2018, en Campus Lo Contador, Pontificia Universidad Católica de Chile. Providencia, Santiago
Resumen	La entrevista se dividió en tres etapas principalmente. La primera fue hablar directamente sobre las mujeres que ella considera destacadas dentro de la disciplina del diseño y qué proceso histórico estaba ligada cada una, además me recomienda conversar a; con algunos diseñadores en particular. La segunda instancia convino en su experiencia personal como mujer diseñadora en los dos espacios principales de desarrollo: la academia y la industria; de la cual particularmente ella expresa que como diseñadora no considera haber sido discriminada en relación al nivel de su trabajo, pero sí como mujer derechamente en otros aspectos laborales no relacionados a sus habilidades. Por último Ximena me ayuda a crear una metodología de trabajo de investigación considerando distintas posibilidades, de las que en resumen se consideró el hacer un estudio general del contexto socio-político de la mujer ya que este puede ser quien define más que la profesión los conflictos a los que como diseñadora nos enfrentamos, como segunda etapa revisar las cifras respecto a estudiantes, premios, agencias, entre otros. que justifiquen el planteamiento del problema y por último para una etapa más ligada hacia el desarrollo de proyecto el entrevistar a los diseñadores y diseñadoras más destacados del medio y que realicen una lista con las diseñadoras que consideren más destacables de la historia.

Entrevistado	Dany Berczeller
Profesión/ actividad	Diseñador, Pontificia Universidad Católica de Chile. Director de Carrera de Diseño Gráfico en Campus Creativo Andrés Bello.
Descripción	Realizada el 19 de julio 2018, en Campus Creativo Andrés Bello. Recoleta, Santiago
Resumen	<p>Por la recomendación de la profesora Ximena Ulibarri se realiza esta entrevista. La conversación se concentró en un recorrido cronológico de la historia del diseño desde su profesionalización como disciplina en Chile y la participación de Dany en algunos hitos de ésta.</p> <p>Luego se realizó un listado con las diseñadoras que él considera más destacadas en la disciplina. Por último me recomienda algunos pasos a seguir que coinciden por los propuestos por Ximena y antecedentes del caso.</p>

Entrevistada	Ximena Ulibarri
Profesión/ actividad	Diseñadora, Licenciada en Estética, Pontificia Universidad Católica de Chile. Máster en Comunicación y Educación, Pontificia Universidad Católica de Chile y Universidad Autónoma de Barcelona
Descripción	Realizada el 01 de octubre de 2019, en Campus Lo Contador, Pontificia Universidad Católica de Chile. Providencia, Santiago
Resumen	Entrevista final para libro “Maestras del Diseño Gráfico en Chile”, correspondiente al segundo capítulo, década 1980. Se hace una introducción del estado del proyecto, presentando a las diseñadoras seleccionadas. La diseñadora se presenta a sí misma con una introducción de su trayectoria para luego pasar a la entrevista guiada con la pauta de preguntas. La entrevista resulta de bastante extensión pero obteniendo toda la información necesaria. Se coordina la entrega de material.

Entrevistada	Pepa (Carmen) Foncea
Profesión/ actividad	Diseñadora, Pontificia Universidad Católica de Chile.
Descripción	Realizada entre el 03 al 06 de octubre de 2019, en la casa de la diseñadora. Catapilco, Valparaíso.
Resumen	Entrevista final para libro “Maestras del Diseño Gráfico en Chile”, correspondiente al primer capítulo, década de 1970. El 03 de octubre se hace un primer encuentro en Santiago justo a la diseñadora, donde se le explica el proyecto y ella presenta parte de su portafolio. Coordinamos visita de tres días en su casa en Catapilco para ordenar archivo de portafolio y realizar la entrevista. La entrevista a solicitud de Pepa, se realiza de forma escrita, se digitaliza la mayor cantidad de archivo posible de su colección personal, el cual además de ser utilizado en este proyecto, será incorporado en el archivo central de la Pontificia Universidad Católica.

Entrevistada	Piedad Rivadeneira
Profesión/ actividad	Diseñadora, Socia Fundadora de Agencia Felicidad.
Descripción	Realizada el 08 de octubre de 2019, en oficina de Felicidad. Ñuñoa, Santiago
Resumen	Entrevista final para libro “Maestras del Diseño Gráfico en Chile”, correspondiente al cuarto capítulo, década de los 2000. Se hace una introducción del estado del proyecto, presentando a las diseñadoras seleccionadas. Enseguida se da paso a la realización de la entrevista mediante la pauta de preguntas. La entrevista se desarrolla con el tiempo necesario y obteniendo toda la información necesaria. Se coordina la entrega de material.

Entrevistada	Constanza Gaggero
Profesión/ actividad	Diseñadora gráfica, Universidad Diego Portales, con estudios de tipografía en la Universidad Católica, e ilustración en la Escuela Central Saint Martins, Londres. Fundadora de Gaggero Works en Londres.
Descripción	Realizada 09 de octubre de 2019, vía audios de <i>whatsapp</i> . Santiago, Chile - Londres, Inglaterra.
Resumen	Entrevista final para libro “Maestras del Diseño Gráfico en Chile”, correspondiente al quinto y último capítulo, década del 2010. Previa presentación del proyecto vía correo electrónico, se contacta a la diseñadora vía <i>whatsapp</i> , donde se le envían las preguntas por escrito y ella responde mediante audios. La entrevista resulta ágil y se obtiene toda la información necesaria. Se coordina entrega de archivo de portafolio.

Entrevistada	Constanza Gaggero
Profesión/ actividad	Diseñadora gráfica, Universidad Diego Portales, con estudios de tipografía en la Universidad Católica, e ilustración en la Escuela Central Saint Martins, Londres. Fundadora de Gaggero Works en Londres.
Descripción	Realizada 09 de octubre de 2019, vía audios de <i>whatsapp</i> . Santiago, Chile - Londres, Inglaterra.
Resumen	Entrevista final para libro “Maestras del Diseño Gráfico en Chile”, correspondiente al quinto y último capítulo, década del 2010. Previa presentación del proyecto vía correo electrónico, se contacta a la diseñadora vía <i>whatsapp</i> , donde se le envían las preguntas por escrito y ella responde mediante audios. La entrevista resulta ágil y se obtiene toda la información necesaria. Se coordina entrega de archivo de portafolio.

Entrevistada	Paula Celedón
Profesión/ actividad	Diseñadora, Pontificia Universidad Católica de Chile. Fundadora de Cérebro.
Descripción	Realizada el 11 de octubre de 2019, en el estudio en la casa de la diseñadora. Vitacura, Santiago
Resumen	Entrevista final para libro “Maestras del Diseño Gráfico en Chile”, correspondiente al tercer capítulo, década de 1990. Se hace una introducción del estado del proyecto, presentando a las diseñadoras seleccionadas. La diseñadora se encuentra trabajando en un proyecto en el momento con una socia, por lo que realiza una pausa para presentarse a sí misma, su socia y el proyecto en que se está trabajando. Luego nos hace un recorrido por su estudio mostrando sus actuales proyectos. Se procede a la realización de la entrevista mediante la pauta de preguntas. La entrevista resulta de bastante extensión pero obteniendo toda la información necesaria. Se coordina la entrega de material.

Permisos uso de entrevista y archivo



Por medio del presente documento, la estudiante de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile, Tamara García, RUT: 18.538.154-4, se dirige a usted Ximena Vilipari, RUT: 5.920.570-6, solicitando su consentimiento para la realización de una entrevista (con registro de audio y/o video) de 6 preguntas aproximadamente, que se enmarca en el desarrollo de la investigación y publicación de Proyecto de Título, a cargo del académico de la carrera de Diseño de la Universidad de Chile, Rodrigo Dueñas.

La información entregada en esta instancia, se utilizará únicamente con fines académicos, no descartando la publicación o difusión del trabajo de título, en este caso un libro.

Firma Entrevistado/a

Tamara García

** Al poner tu nombre y RUT queda validado como firma.



Por medio del presente documento, la estudiante de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile, Tamara García, RUT: 18.538.154-4, se dirige a usted Pepa Fonca, RUT: 5.319735-3 solicitando su consentimiento para la realización de una entrevista (con registro de audio y/o video) de 6 preguntas aproximadamente, que se enmarca en el desarrollo de la investigación y publicación de Proyecto de Título, a cargo del académico de la carrera de Diseño de la Universidad de Chile, Rodrigo Dueñas.

La información entregada en esta instancia, se utilizará únicamente con fines académicos, no descartando la publicación o difusión del trabajo de título, en este caso un libro.

Firma Entrevistado/a

Tamara García

** Al poner tu nombre y RUT queda validado como firma.



Por medio del presente documento, la estudiante de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile, Tamara García, RUT: 18.538.154-4, se dirige a usted Pierrro Rivadeneira, RUT: 11.833.581-3 solicitando su consentimiento para la realización de una entrevista (con registro de audio y/o video) de 6 preguntas aproximadamente, que se enmarca en el desarrollo de la investigación y publicación de Proyecto de Título, a cargo del académico de la carrera de Diseño de la Universidad de Chile, Rodrigo Dueñas.

La información entregada en esta instancia, se utilizará únicamente con fines académicos, no descartando la publicación o difusión del trabajo de título, en este caso un libro.

Firma Entrevistado/a

Tamara García

** Al poner tu nombre y RUT queda validado como firma.



Por medio del presente documento, la estudiante de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile, Tamara García, RUT: 18.538.154-4, se dirige a usted Paula Celedón Cariola, RUT: 9.665.831-1, solicitando su consentimiento para la realización de una entrevista (con registro de audio y/o video) de 6 preguntas aproximadamente, que se enmarca en el desarrollo de la investigación y publicación de Proyecto de Título, a cargo del académico de la carrera de Diseño de la Universidad de Chile, Rodrigo Dueñas.

La información entregada en esta instancia, se utilizará únicamente con fines académicos, no descartando la publicación o difusión del trabajo de título, en este caso un libro.

Paula Celedón Cariola
9.665.831-1

Firma Entrevistado/a

Tamara García Parada
18.538154-4

Tamara García



Por medio del presente documento, la estudiante de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile, Tamara García, RUT: 18.538.154-4, se dirige a usted Constanza Gaggero Silva, RUT: 10833035-k, solicitando su consentimiento para la realización de una entrevista (con registro de audio y/o video) de 6 preguntas aproximadamente, que se enmarca en el desarrollo de la investigación y publicación de Proyecto de Título, a cargo del académico de la carrera de Diseño de la Universidad de Chile, Rodrigo Dueñas.

La información entregada en esta instancia, se utilizará únicamente con fines académicos, no descartando la publicación o difusión del trabajo de título, en este caso un libro.

Constanza Gaggero Silva
10833035-K

Firma Entrevistado/a

Tamara García Parada
18538154-4

Tamara García

Documentación de imprenta

FICHA DE IMPRESIÓN

CLIENTE / PIEZA	Libro Maestras de la gráfica chilena	
TIRAJE	X 1500 unidades X 3000 unidades	
FORMATO Y EXTENSIÓN	100 páginas + guardas + tapas Formato cerrado: 17 x 23,5 cm Formato extendido: 34 x 23,5 cm	
PAPEL / IMPRESIÓN	Interior: hilado de 120g a 4/4 colores Guardas: Hilado 120g 4/0 Tapa opción 1: Cartón de 2 mm. forrado en Hilado 140 grs. a 4/0 Tapa opción 2: Cartón de 2 mm. forrado en tela roja, serigrafía 1/0. Recomendar propuesta para tapas (referencia Editorial UV)	
TÉCNICA	offset <input checked="" type="checkbox"/>	digital <input type="checkbox"/>
ENCUADERNACIÓN	Costura al hilo con lomo descubierto, tipo cadeneta Color hilo: rojo	
OTROS		
CONTACTO DISEÑADO	Tamara García / holatamagarcia@gmail.com /+56988071971	
FECHA	vb prueba coordinar	entrega coordinar



PRESUPUESTO

SEÑORES N° 221245 -1 Manuel Antonio Maira N° 1253Fecha Stgo., 13 diciembre de 2019 Providencia – ChileATENCIÓN / Tamara Garcia Fono: 22470 8600

CANTIDAD	ESPECIFICACIONES	PRECIO
----------	------------------	--------

1500	Libro Maestras de la Grafica Chilena. Formato cerrado 17 x 23.5 cm. Extendido 34 x 23.5 cm. Tapa dura en cartón de 2 mm. forrada en Nettuno 140 grs. a 4/0 colores. Guarda en Hilado 140 grs. a 4/0 colores. Interior 100 páginas en Hilado 140 grs. a 4/4 colores. Encuadernación costura hilo encolado. Lomo Costura a la vista.	Total \$ 6.504.000.-+ IVA
------	--	---------------------------

3000	Libro Maestras de la Grafica Chilena. Idem anterior.	Total \$ 10.174.000.-+ IVA
------	---	----------------------------

1500	Libro Maestras de la Grafica Chilena. Formato cerrado 17 x 23.5 cm. Extendido 34 x 23.5 cm. Tapa dura en cartón de 2 mm. forrada en Cialux rojo a 1/0 colores. Guarda en Hilado 140 grs. a 4/0 colores. Interior 100 páginas en Hilado 140 grs. a 4/4 colores. Encuadernación costura hilo encolado. Lomo Costura a la vista.	Total \$ 9.435.000.-+ IVA
------	---	---------------------------

3000	Libro Maestras de la Grafica Chilena. Idem anterior.	Total \$ 15.142.000.-+ IVA
------	---	----------------------------

Rodrigo Mena Sanfuentes

OGRAMA IMPRESORES

V° B° CLIENTE FIRMA Y TIMBRE



PRODUCTORA GRÁFICA
 ANDROS LIMITADA
 RUT. 79.957.340-7
 Fono: 2 2555 6282 – 2 2556 9649
contacto@andros.cl

Santiago, 18 de diciembre de 2019

PRESUPUESTO N° 5070-2019

Atención **TAMARA GARCÍA**

Presente

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR NETO
	LIBRO MAESTRAS DE LA GRÁFICA CHILENA *ALTERNATIVA* Tamaño 17x23.5 cm cerrado, 100 páginas a 4/4 color en Bond 106 g. Guardas a 4/0 color en Bond 140 g. <u>Tapa en cartón de 2 mm forrado con Cialux rojo con serigrafía a 1/0 color y cantos cubiertos.</u> Encuadernación costura hilo (rojo) a la vista. Incluye una prueba para VºBº.	
1,000	Unidades	\$ 6,896,000
1,500	Unidades	\$ 9,352,500
3,000	Unidades	\$ 16,707,000
	* Se solicitan archivos empaquetados en InDesign o Illustrator.	
	* Cualquier prueba adicional que se solicite será sumada al valor original del presupuesto.	

Condiciones de venta

Forma de pago: 50 % AL INGRESAR - 50 % CONTRA ENTREGA.

VALOR NETO NO INCLUYE IVA

Plazo de entrega: consultar al momento de aceptar el presupuesto.

- Una vez aceptado el presupuesto se requiere orden de compra.
- Presupuesto válido por 15 días corridos desde la fecha de emisión.
- No se considera costos de pre prensa como montajes, armado de originales, paginación, retoque fotográfico o digitalizaciones.
- Los valores están sujetos a las alzas de insumos que se produzcan al momento de la recepción de archivos y a las características técnicas de estos.
- Por procesos técnicos inherentes a la impresión, el cliente acepta desde ya que la cantidad de ejemplares finales puede sufrir una variación de un 3 % en relación al número de ejemplares ordenados facturándose solo la cantidad efectivamente entregada.
- Considera solo un despacho dentro de área urbana de Santiago (perímetro Américo Vespucio) para otros destinos se cotizará costo adicional.

MARGARITA VERA GIUSTI



UNIVERSIDAD
DE CHILE