

UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANIDADES Y EDUCACIÓN

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

SEDE QUITO

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERA EN DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

“CREACIÓN DE ELEMENTOS GRÁFICOS EDITORIALES PARA LA VISIBILIZACIÓN  
DEL APOORTE DE LA MUJER EN EL DISEÑO GRÁFICO CONTEMPORÁNEO EN LA  
CIUDAD DE QUITO”

AUTOR:

ANA FERNANDA QUINTERO CUBERO

TUTOR:

ING. ANDRÉS ALEXIS CEVALLOS MÁRQUEZ MGS.

QUITO – 2023

## **CERTIFICADO DEL ASESOR**

Ing. Andrés Cevallos Mgs., en calidad de Asesor del Trabajo de Investigación designado por disposición de la Cancillería de la UMET, certifico que Ana Fernanda Quintero Cubero, ha culminado el trabajo de investigación, con el tema: Creación de elementos gráficos editoriales para la visibilización del aporte de la mujer en el diseño gráfico contemporáneo en la ciudad de Quito, quien ha cumplido con todos los requisitos legales exigidos por los que se aprueba la misma.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso de la presente, así como también se autoriza la presentación para la evaluación por parte del jurado respectivo.

Atentamente,

Ing. Andrés Cevallos Mgs.

## CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Ana Fernanda Quintero Cubero, estudiante de la Universidad Metropolitana del Ecuador "UMET", carrera de Diseño Gráfico, declaro en forma libre y voluntaria que el presente trabajo de investigación que versa sobre: **Creación de elementos gráficos editoriales para la visibilización del aporte de la mujer en el diseño gráfico contemporáneo en la ciudad de Quito**, y las expresiones vertidas en la misma, son autoría de la compareciente, las cuales se han realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al referirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,

**Ana Fernanda Quintero Cubero**

**C.I. 0104107081**

**AUTOR**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Yo, Ana Fernanda Quintero Cubero, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación, **Creación de elementos gráficos editoriales para la visibilización del aporte de la mujer en el diseño gráfico contemporáneo en la ciudad de Quito**, modalidad (Proyecto de Investigación) de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, cedo a favor de la Universidad Metropolitana del Ecuador una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Metropolitana del Ecuador para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

**Ana Fernanda Quintero Cubero**

**C.I. 0104107081**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis hijos: Arturo y Juliana, por ser mis compañeros en este camino; por su amor y paciencia. Por inspirarme con su pasión, resiliencia y tenacidad. A mis padres abuelos Emilio y Ana por enseñarme que el mejor legado es la compasión, el trabajo duro y el amor a Dios.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios por ser mi fortaleza, por no dejarme caer, por susurrarme al oído todos los días que soy una campeona.

A mis hijos por su paciencia, por formar parte de este camino profesional sin desfallecer ni un solo instante a pesar del cansancio y los obstáculos.

A mis docentes por compartir sus conocimientos conmigo, por su amistad y paciencia.

A mis amigos Angie, Vane, Adriano y Andrés porque a pesar de la distancia siempre me han acompañado, en lo bueno, en lo malo; nunca me soltaron.

A mi mamá abuela Ana por creer en mí, por no dudar ni un segundo de mi capacidad, por apoyarme sin importar los obstáculos.

A mí por no rendirme, por darme otra oportunidad, por trabajar cada día hasta llegar a la meta.

**INDICE**

|   |            |
|---|------------|
| <b>CERTIFICADO DEL ASESOR .....</b>   | <b>II</b>  |
| <b>CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN .....</b>                    | <b>III</b> |
| <b>CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR .....</b>  | <b>IV</b>  |
| <b>DEDICATORIA.....</b>   | <b>V</b>   |
| <b>AGRADECIMIENTO.....</b>  | <b>VI</b>  |
| <b>RESUMEN .....</b>  | <b>XIV</b> |
| <b>ABSTRACT.....</b>  | <b>XV</b>  |
| <b>INTRODUCCIÓN.....</b>  | <b>1</b>   |
| <b>SITUACIÓN PROBLEMÁTICA .....</b>   | <b>1</b>   |
| <b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA CIENTÍFICO.....</b>                                   | <b>3</b>   |
| <b>OBJETO DE ESTUDIO .....</b>  | <b>3</b>   |
| <b>CAMPO DE ACCIÓN .....</b>  | <b>3</b>   |
| <b>OBJETIVO GENERAL .....</b>   | <b>3</b>   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>  | <b>3</b>   |
| <b>IDEA A DEFENDER.....</b>   | <b>4</b>   |
| <b>POBLACIÓN Y MUESTRA SELECCIONADA.....</b>                                      | <b>4</b>   |
| <b>MÉTODOS CIENTÍFICOS .....</b>  | <b>4</b>   |
| <i>Métodos Teóricos: .....</i>  | <i>4</i>   |
| <i>Métodos Empíricos: .....</i>   | <i>4</i>   |
| <b>APORTE DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>   | <b>5</b>   |
| <b>APORTE PRÁCTICO.....</b>   | <b>5</b>   |
| <b>CAPÍTULO I .....</b>   | <b>6</b>   |
| <b>1. MARCO TEÓRICO .....</b>   | <b>6</b>   |
| <b>1.1 LA COMUNICACIÓN VISUAL COMO MEDIO INFORMATIVO Y DE VISIBILIZACIÓN.....</b> | <b>6</b>   |
| <b>1.1.1 Comunicación Visual.....</b>   | <b>6</b>   |
| <b>1.1.2 Modelo de comunicación de Palo Alto.....</b>                             | <b>7</b>   |
| <b>1.1.3 ¿Qué son los códigos visuales?.....</b>                                  | <b>8</b>   |
| <b>1.1.4 Diseño Gráfico y cultura visual .....</b>                                | <b>10</b>  |

|   |  |           |
|---|--|-----------|
| 1.1.5                                     | <i>La Comunicación Visual como medio de Visibilización.....</i>  | 11        |
| 1.1.6                                     | <i>Herramientas de comunicación gráfica para la visibilización .....</i>   | 12        |
| 1.2                                       | ENFOQUE AL APORTE DE LA MUJER DENTRO DEL CAMPO DEL DISEÑO GRÁFICO  | 13        |
| 1.2.1                                     | <i>Las diseñadoras en el mundo un contexto de expansión .....</i>  | 13        |
| 1.2.2                                     | <i>Retrospectiva de la Mujer en el contexto del Diseño Gráfico</i>   |           |
| Internacional                             |  | 15        |
| 1.2.3                                     | <i>Retrospectiva de la Mujer en el contexto del Diseño Gráfico Ecuatoriano</i>                                   |           |
|   |  | 21        |
| 1.2.4                                     | <i>El aporte gráfico de la mujer en el contexto: investigativo, laboral, educativo y no formal en Quito.....</i> | 24        |
| 1.3                                       | MEDIOS EDITORIALES COMO HERRAMIENTA DE VISIBILIZACIÓN .....  | 25        |
| 1.3.1                                     | <i>Editorial Layout (Boceto de compaginación) .....</i>  | 27        |
| 1.3.2                                     | <i>Productos Editoriales .....</i>   | 28        |
| 1.3.3                                     | <i>Composición editorial.....</i>  | 30        |
| 1.3.4                                     | <i>Diagramación.....</i>   | 31        |
| 1.3.5                                     | <i>Tipografía.....</i>   | 32        |
| 1.3.6                                     | <i>Color .....</i>   | 34        |
| 1.3.7                                     | <i>Psicología de los colores.....</i>  | 35        |
| 1.3.8                                     | <i>Imágenes .....</i>  | 36        |
| 1.3.9                                     | <i>Ilustración.....</i>  | 37        |
| 1.3.10                                    | <i>Infografía.....</i>   | 40        |
| 1.4                                       | INTERACTIVIDAD EN MEDIOS DIGITALES .....   | 45        |
| 1.4.1                                     | <i>Elementos interactivos para un medio digital .....</i>  | 46        |
| 1.4.2                                     | <i>Elementos multimedia para un medio digital .....</i>  | 46        |
| <b>CAPITULO II</b>                        |  | <b>48</b> |
| <b>2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> |  | <b>48</b> |
| <b>TABLA 6: CONSTRUCTO.</b>               |  | <b>48</b> |
| 2.1                                       | ENTREVISTA.....  | 53        |
| 2.2                                       | ENCUESTAS .....  | 58        |
| 2.3                                       | RESUMEN EJECUTIVO .....  | 63        |
| <b>CAPITULO III</b>                       |  | <b>65</b> |
| <b>3. PROPUESTA</b>                       |  | <b>65</b> |
| 3.1                                       | PLANTILLA.....   | 66        |
| 3.1.1                                     | <i>Diagramación (retícula).....</i>  | 66        |

|       |  |            |
|-------|--|------------|
| 3.1.2 | <i>Diagramación de Portada</i> .....                                   | 67         |
| 3.1.3 | <i>Diagramación de Menú</i> .....                                      | 67         |
| 3.1.4 | <i>Diagramación de Infografías</i> .....                               | 68         |
| 3.1.5 | <i>Diagramación Interior</i> .....                                     | 70         |
| 3.1.6 | <i>Diagramación Elementos interactivos</i> .....                       | 73         |
| 3.1.7 | <i>Diagramación menciones especiales</i> .....                         | 76         |
| 3.1.8 | <i>Contraportada</i> .....   | 77         |
| 3.2   | TIPOGRAFÍA.....  | 77         |
| 3.3   | CROMÁTICA.....   | 78         |
| 3.4   | ELEMENTOS GRÁFICOS.....  | 79         |
| 3.5   | ICONOGRAFÍA .....  | 79         |
| 3.6   | DESARROLLO GRÁFICO DE LIBRO INTERACTIVO.....                           | 80         |
| 3.6.1 | <i>Portada del Libro</i> .....   | 80         |
| 3.6.2 | <i>Menú</i> .....  | 80         |
| 3.6.3 | <i>Infografías</i> .....   | 81         |
| 3.6.4 | <i>Portada de Inicio de Secciones - Diseñadoras Ecuatorianas</i> ..... | 83         |
| 3.6.5 | <i>Secciones</i> .....   | 85         |
| 3.7   | MENCIONES ESPECIALES.....  | 93         |
| 3.8   | CONTRAPORTADA.....   | 94         |
| 3.9   | VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA.....  | 94         |
| 3.9.1 | <i>Evaluadores</i> .....   | 95         |
|       | <b>CONCLUSIONES</b> .....  | <b>97</b>  |
|       | <b>RECOMENDACIONES</b> .....   | <b>98</b>  |
|       | <b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....  | <b>99</b>  |
|       | <b>ANEXOS</b> .....  | <b>103</b> |

**INDICE DE IMAGENES**

|  |    |
|--|----|
| Imagen 1:Niño blanco siendo amantado por mujer negra, 1989. ....         | 8  |
| Imagen 2:Olympic Games, 1992. ....                                       | 9  |
| Imagen 3:Campaña Dream Crazier, 2019. ....                               | 11 |
| Imagen 4:Boceto de Compaginación.....                                    | 28 |
| Imagen 5:Tipos de Diagramación. ....                                     | 32 |
| Imagen 6:Partes de la tipografía.....                                    | 34 |
| Imagen 7:Tipos de Tipografía.....  | 34 |
| Imagen 8:Experimento de la Luz de Newton. ....                           | 35 |
| Imagen 9:Diagramación proporción Aurea. ....                             | 66 |
| Imagen 10:Diagramación de Portada. ....                                  | 67 |
| Imagen 11:Diagramaciónde Menú.....                                       | 67 |
| Imagen 12:Diagramación de Infografía General.....                        | 68 |
| Imagen 13:Diagramación de Infografía Europa. ....                        | 68 |
| Imagen 14:Diagramación de Infografía Estados Unidos.....                 | 69 |
| Imagen 15:Diagramación de Infografía América Latina.....                 | 69 |
| Imagen 16:Diagramación de Infografía Ecuador. ....                       | 70 |
| Imagen 17:Diagramación Inicio de Secciones. ....                         | 70 |
| Imagen 18:Diagramación Página Inicio de sección (Nombre). ....           | 71 |
| Imagen 19:Diagramación Página Imagen de diseñadora. ....                 | 71 |
| Imagen 20:Diagramación Página Habilidades Profesionales. ....            | 72 |
| Imagen 21:Diagramación Texto 1.....                                      | 72 |
| Imagen 22:Diagramación Texto 2.....                                      | 73 |
| Imagen 23:Diagramación Texto Aporte. ....                                | 73 |
| Imagen 24:Diagramación Video.....  | 74 |
| Imagen 25:Diagramación Trabajos Diseñadoras (Botones interactivos). .... | 74 |

|   |    |
|---|----|
| Imagen 26:Diagramación Colaboración (Botones interactivos). .....       | 75 |
| Imagen 27:Diagramación Colaboración 1 (Movimiento). .....               | 75 |
| Imagen 28:Diagramación Colaboración 2 (Movimiento). .....               | 76 |
| Imagen 29:Diagramación Menciones Especiales. ....                       | 76 |
| Imagen 30:Diagramación Contraportada.....                               | 77 |
| Imagen 31:Lemon Milk Bold. ....   | 77 |
| Imagen 32:Adega Serif. ....   | 78 |
| Imagen 33:Louis George Café.....  | 78 |
| Imagen 34:Elementos gráficos. ....                                      | 79 |
| Imagen 35:Íconos para expertiz de diseñadoras. ....                     | 79 |
| Imagen 36:Íconos Interactivos. ....                                     | 80 |
| Imagen 37:Portada. ....   | 80 |
| Imagen 38:Menú.....   | 81 |
| Imagen 39:Mujeres en el diseño (Infografía General 1).....              | 82 |
| Imagen 40:Diseñadoras Bauhaus – Europa (Infografía 2).....              | 82 |
| Imagen 41:Diseñadoras de Estados Unidos (Infografía 3). ....            | 83 |
| Imagen 42:Diseñadoras de América Latina (Infografía 4). ....            | 83 |
| Imagen 43:Ecuador (fin de recorrido infográfico).....                   | 84 |
| Imagen 44:Portada de Inicio de secciones Diseñadoras Ecuatorianas. .... | 84 |
| Imagen 45:Portada inicial Pilar Bustos. ....                            | 85 |
| Imagen 46:Portada Individual María Mercedes Salgado. ....               | 86 |
| Imagen 47:Portada interna María Luz Calisto. ....                       | 86 |
| Imagen 48:Página texto 1 Gisela Calderón. ....                          | 87 |
| Imagen 49:Página texto 2 Gisela Calderón. ....                          | 87 |
| Imagen 50:Página texto 3 - Aporte Gisela Calderón.....                  | 88 |
| Imagen 51:Video incorporado en Libro – Paula Barragán.....              | 89 |

|   |    |
|---|----|
| Imagen 52:Video a Pantalla completa – Paula Barragán. ....  | 89 |
| Imagen 53:Obra María Mercedes Salgado (Botones interactivos). ....  | 90 |
| Imagen 54:Obra Pilar Bustos (Botones interactivos). ....  | 90 |
| Imagen 55:Obra PuntoyMagenta-Colaboraciones (Botones interactivos). ....                                      | 91 |
| Imagen 56:Libro del Diseño Gráfico 1970-2005. ....  | 92 |
| Imagen 57:Premio Grammy 19ª Entrega - Paula Barragán. ....  | 92 |
| Imagen 58:Campaña Renacer Juan Valdéz (Colaboración Paula Barragán,<br>Belén Mena, Olga Fisch Floklore). .... | 93 |
| Imagen 59:Menciones Especiales (Sozapato, Belén Mena, Olga Fisch<br>Floklore). ....                           | 93 |
| Imagen 60:Contraportada. ....   | 94 |
| Imagen 61:Cuadro de evaluación del Ábaco de Regnier. ....   | 96 |

**INDICE DE TABLAS**

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1:Imágenes de las campañas.....  | 26 |
| Tabla 2:Productos Editoriales.....     | 29 |
| Tabla 3:Tipos de Ilustración.....      | 38 |
| Tabla 4:Técnicas para ilustración..... | 38 |
| Tabla 5:Tipos de Infografía.....       | 42 |

## RESUMEN

El presente proyecto de titulación tiene como objetivo la creación de elementos gráficos editoriales para visibilizar el aporte de la mujer dentro del diseño gráfico contemporáneo en la ciudad de Quito, para lo cual, se recopiló la información necesaria sobre herramientas editoriales, la comunicación como medio de visibilización y los aportes de las diseñadoras a través de la historia hasta llegar a Ecuador, también se utilizó herramientas de investigación pertinentes como: la encuesta y la entrevista, contando así con el material necesario para desarrollar una propuesta gráfica editorial basada en un sustento teórico e investigativo, que desemboca en un libro digital interactivo donde se expone el trabajo de las diseñadoras.

**Palabras clave:** Diseño gráfico, mujeres diseñadoras, Ecuador, Quito.

## ABSTRACT

The objective of this titling project is the creation of editorial graphic elements to make visible the contribution of women within contemporary graphic design in the city of Quito, for which the necessary information on editorial tools, communication as a means of visibility and the contributions of the designers through history until reaching Ecuador, relevant research tools were also used such as: the survey and the interview, thus having the necessary material to develop an editorial graphic proposal based on a theoretical and investigative, which leads to an interactive digital book where the work of the designers is exposed.

**Keywords:** Graphic design, women designers, Ecuador, Quito.

## **Introducción**

El propósito del presente trabajo es exponer la importancia del trabajo de la mujer dentro del ámbito del Diseño Gráfico, desde el inicio de los tiempos la mujer a demostrado su potencial; sin embargo, ha debido cursar un largo camino para que la sociedad reconozca su aporte en cada área de la cual a formado parte. Es importante generar este tipo de precedentes investigativos para que el legado femenino sea visible, en otras palabras reconocer su trabajo dándole la importancia que merece.

Con respecto al primer punto el enfoque estará direccionado en la trayectoria profesional de las diferentes diseñadoras a nivel mundial, profundizando en las mujeres ecuatorianas que han permitido el crecimiento del diseño en Ecuador, como resultado de su trabajo esta rama informal en sus inicios paso de ser un “arte publicitario” a ser una profesión seria que cambiaría el modo de ver la producción gráfica dentro del país.

En cuanto a la metodología se empleó la Histórico – lógica, misma que permite un recorrido en el tiempo acorde con cada actividad y cambio que se ha ido dando a través del desarrollo del Diseño, teniendo en cuenta los aportes femeninos, sobre todo la gran producción gráfica que se ha creado como consecuencia del paso de la mujer por los diferentes espacios de Diseño.

Habría que decir también que su trayectoria ha influenciado en las presentes y futuras generaciones; nuestras diseñadoras han traído sus conocimientos con influencia europea, estadounidense y latinoamericana para sumarle el contexto ecuatoriano y crear una producción gráfica netamente nacional. Su recorrido es amplio, no solo en el desarrollo profesional; sino también, en el aporte académico formando parte del profesorado de varias Instituciones educativas, convirtiéndose así en las mentoras de muchos diseñadores que a su vez forman parte de esta noble profesión.

### **Situación Problemática**

La mujer es un claro ejemplo de lucha constante, perseverancia y logros. Su rol en la sociedad ha sido dictado por el contexto en el cual le ha tocado

desarrollarse; a que se refiere esto, pues su “rol social” es ser hija, madre, esposa y ama de casa, a pesar de ello, la historia contaría otra realidad en la cual muchas mujeres cambiarían este papel para convertirse en pioneras según sus diferentes aportes en la ciencia, el arte, la educación, etc., marcando así un antes y un después.

Como prueba de lo manifestado antes, es importante mencionar a estas grandes mujeres que se permitieron ver el mundo desde otra perspectiva; así la historia ha grabado el paso de la mujer a través de los diferentes espacios del conocimiento, como ejemplo de ello se puede mencionar a: Simone de Beauvoir, Marie Curier, Margaret Thatcher, Malala Yousafzai, Gabrielle “Coco” Chanel, Manuela Saénz, Matilde Hidalgo, todas ellas han influenciado con sus diferentes aportes a la ciencia, la literatura, la física, la química o formando parte de un cambio social significativo.

Ante lo expuesto cabe destacar la famosa frase referida por Sócrates: “El conocimiento te hará libre”, misma que, define perfectamente el cómo las mujeres en el mundo han ganado su lugar en una sociedad gobernada por hombres. Las diseñadoras también forman parte de esta lucha, su aporte ha sido significativo, a pesar de ello, han tenido que superar varios contratiempos. Un enunciado que no se puede olvidar es lo que en su tiempo manifestó el fundador de la Bauhaus, Gropius: "Es necesaria una estricta selección, sobre todo en cuanto al número demasiado elevado del sexo femenino [...]. No debemos hacer experimentos innecesarios" (Arantxa, 2019); esta realidad aún está presente en el diseño a nivel mundial.

Ecuador dentro del campo del Diseño Gráfico cuenta con el aporte de grandes diseñadoras, pero, mucha de su obra y trascendencia no ha sido reflejada con la amplitud que debería tener, debido a diferentes aspectos como:

- No hay una investigación seria sobre el aporte femenino dentro del diseño ecuatoriano.
- El segmento de diseñadoras gráficas no ha tenido la iniciativa de visibilizar el aporte de su género en esta profesión.
- No hay estudios de relevancia del aporte de las diseñadoras en ámbitos de la formación académica, técnica y profesional en el Ecuador.

- Dentro de las escuelas de diseño no se considera como parte del conocimiento de formación aspectos del aporte de la mujer en la gráfica ecuatoriana.

### **Formulación del Problema Científico**

¿Cómo la creación de elementos gráficos editoriales permitirá visibilizar el aporte de la mujer dentro del ámbito del Diseño Gráfico contemporáneo en la ciudad de Quito?

### **Objeto de Estudio**

El proceso de diseño de elementos gráficos editoriales para la visibilización de la mujer en el Diseño Gráfico.

### **Campo de Acción**

Desarrollo de elementos gráficos de carácter editorial para la visibilización del aporte de la mujer en el Diseño Gráfico contemporáneo en la ciudad Quito.

### **Objetivo General**

Crear elementos gráficos usando herramientas del diseño editorial para visibilizar el aporte de la mujer dentro del ámbito del Diseño Gráfico.

### **Objetivos Específicos**

- Sustentar teóricamente el aporte de las mujeres dentro del campo del diseño, con el uso de una metodología histórico-lógica y además todos aquellos elementos de carácter gráficos editoriales que sirvan de conceptualización para la creación de elementos gráficos amparados en el diseño editorial.
- Diagnosticar mediante el empleo de métodos empíricos, la problemática de la visibilización de la mujer en el ámbito del Diseño Gráfico, las necesidades de información, conocimientos, estudios.
- Proponer elementos gráficos editoriales de visibilización, mediante el uso del editorial como herramienta de diseño, a fin de exponer el aporte de la mujer en el Diseño Gráfico contemporáneo de la ciudad de Quito.

## **Idea a Defender**

Con la creación de elementos gráficos editoriales, se podría ayudar a la visibilización del aporte de la mujer dentro del ámbito del Diseño Gráfico.

## **Población y muestra seleccionada**

Se pretende realizar un muestreo intencional para el cual se ha contemplado a las carreras de Diseño Gráfico de cuatro Universidades: Pontificia Universidad Católica PUCE, Universidad Técnica del Norte, Instituto Cordillera y Universidad Metropolitana del Ecuador UMET, mismas que dan un total de 60 alumnos para lo cual se tendrá en cuenta a los alumnos que cursan los últimos niveles de formación, ya que ellos tienen una mayor formación y muchos de ellos ya están dentro del ámbito profesional.

A nivel profesional se realizará entrevistas a docentes de las instituciones antes mencionadas de género femenino y masculino para ver la importancia del aporte de la mujer en las diferentes áreas del diseño, el empoderamiento que tienen, si los profesionales han realizado trabajos de investigación sobre estos aportes y para ver cómo se proyectan las mujeres dentro de la profesión.

## **Métodos científicos**

Los Métodos a utilizar en el presente proyecto son:

### **Métodos Teóricos:**

- **Análisis Documental:** Este método permite el análisis de documentos científicos que sean relevantes para la presente investigación.
- **Histórico Lógico:** Este método permite organizar cronológicamente el aporte de la mujer y el diseño a través de la historia de esta disciplina.

### **Métodos Empíricos:**

Se utilizará este método para la obtención de datos desde la realidad, identificando las necesidades y problemática desde la perspectiva de los diseñadores, estos datos se interpretarán de forma estadística para realizar una valoración cualitativa; las herramientas que se pretenden utilizar son la encuesta y la entrevista.

## **Aporte de la investigación**

### **Aporte Práctico**

Esta tesis aporta a una problemática presente a través de la historia del diseño ecuatoriano, la mujer como profesional en el diseño Gráfico ha realizado grandes aportes al mismo, por este motivo es importante visibilizar su contribución, sacando a flote las vicisitudes que han debido y deben pasar las mujeres dentro de esta disciplina; esta investigación aporta al contenido científico en materia de diseño gráfico, ya que, se conoce muy poco del trabajo de las diseñadoras ecuatorianas. Además, es un proyecto a corto plazo que permitirá poner el grano de arena sobre este tema y su posterior extensión. Es importante recordar que Ecuador no cuenta con investigaciones de este tipo, son pocos los artículos, y en su mayoría internacionales, hay que seguir aportando al histórico científico en la disciplina del diseño gráfico ecuatoriano.

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO TEÓRICO

“Una imagen vale más que mil palabras”

Antiguo Proverbio Chino

### 1.1 La Comunicación visual como medio informativo y de visibilización

#### 1.1.1 Comunicación Visual

Según (Luhmann & De Georgi, 1998), Todo lo que es comunicación es sociedad: La comunicación se instaura como un sistema emergente, en el proceso de civilización. Los seres humanos se hacen dependientes de este sistema emergente de orden superior, con cuyas condiciones pueden elegir los contactos con otros seres humanos. Este sistema de orden superior es el sistema de comunicación llamado *sociedad*.

Bajo esta premisa debemos estar conscientes de que la comunicación está directamente ligada a la sociedad y la cultura, sin esta, las dos antes mencionadas no existirían. El comunicar es en sí el acto de compartir, hacer partícipe al entorno de lo que sucede, va más allá de un simple elemento informativo, mismo que quedaría en el aire si no contara con un emisor y un receptor que tienen algo en común de lo que participan y comparten.

El 70% de la comunicación es visual, de hecho, las personas prefieren el mensaje meramente visual, ya que este ingresa directamente en el cerebro de la persona y es sensible a la interpretación personal, sin embargo, todos los mensajes tienen una determinada información oculta que el emisor desea compartir con el receptor. Este tipo de estímulos inconscientes definen muchas de las creencias que el entorno profesa, de aquí, la importancia de una correcta forma de comunicar visualmente, que quiero y como lo quiero decir, sin necesidad de palabras y dejando una huella profunda en el subconsciente de quien recepta esta información.

Es importante tomar en cuenta cada elemento de la composición visual ya que de esto dependerá el impacto que tenga sobre la audiencia expuesta a él. Pero ¿Cómo esto realmente funciona? Si al ver algo se almacena directamente en el cerebro y se interpreta según la realidad del individuo.

En el contexto del aporte de la mujer en el entorno del Diseño Gráfico hay muchos mensajes implícitos de manera visual que han dejado huella en la sociedad, y que aún siguen formando parte de la misma, no obstante, si bien su trabajo se lo ha visto o se lo sigue viendo en el entorno, mucho se desconoce sobre la o los autores del mismo.

La comunicación visual es una práctica que se encarga de utilizar los elementos visuales para expresar un mensaje, inspirar cambios o evocar emociones.

### **1.1.2 Modelo de comunicación de Palo Alto**

Premisas básicas: los “Axiomas de la Comunicación”, desde su comprensión de la comunicación en términos contextuales, las premisas fundamentales de la Escuela de Palo Alto se pueden resumir como sigue:

1. La esencia de la comunicación reside en procesos de relación e interacción.
2. Todo comportamiento humano tiene un valor comunicativo.
3. Los trastornos psíquicos reflejan perturbaciones de la comunicación entre el individuo portador del síntoma y sus allegados.

De estas premisas se infiere, por tanto, el concepto de comunicación del que parten los autores de la Escuela de Palo Alto: la comunicación es un proceso social permanente que integra múltiples modos de comportamiento, tales como la palabra, el gesto, la mirada y el espacio interindividual. (Rizo, 2021)

Todo es una constante de comunicación, no solo por lo que se escucha o dice, sino también por lo que el cuerpo expresa, sin embargo, hay otra manera de comunicar y es a través de la gráfica, los diseñadores están en una constante de información que viene y va. De aquí la importancia de esta teoría de la comunicación que propuso la Escuela de Palo Alto, en ella, engloban toda la comunicación sin importar la arista de la cual venga; dejan en claro que la interacción, la relación entre humanos así sea sin emitir un sonido dice mucho. No se debe olvidar que toda comunicación está expuesta a ruido, que ya sea directa o indirectamente interfiere en la información.

Esto es claro en la comunicación gráfica, tan solo con el uso de signos, se puede dar a conocer la información; a pesar de ello, no se debe olvidar que la sociedad juega un papel muy importante al momento de comunicar, lo que para una

mujer es agresión para otra será normal, todo dependerá del contexto en el cual hayan crecido. La interacción es fundación al momento de comunicarse, no solo basta con una acción y una reacción, si no hay interés en el contenido no será de importancia y pasará desapercibido.

### 1.1.3 ¿Qué son los códigos visuales?

Los códigos visuales nos permiten llevar un mensaje, la unión de elementos que llevan a un todo para manifestar algo a un público determinado; un gran ejemplo del buen uso de códigos visuales en el contexto comunicacional son las famosas campañas de Benetton; si bien, esta marca se dedica a la comercialización de prendas de vestir básicas, sus campañas, son todo menos un anuncio de ropa.

Benetton ha impactado a la sociedad con sus campañas de fuerte crítica ya sea social, religiosa, política o simplemente para empoderar a la sociedad; un claro ejemplo de su impacto fue la campaña de 1989 en donde visibilizó la importancia de implementar un nuevo tipo de familia, ya que para aquel momento era mal visto que un niño blanco tenga padres negros o viceversa, una de las imágenes que más impacto fue la de los pechos de una madre de raza negra amantando a un bebé blanco.

Imagen 1: Niño blanco siendo amantado por mujer negra, 1989.



Fuente: (Infobae, 2018)

Otro ejemplo de impacto a través del uso correcto de códigos visuales es la campaña de 1992 que fue lanzada en los juegos olímpicos, aquí Benetton uso condones de los colores de las olimpiadas para forma el logo de estas, con esto pretendía hacer un llamado a la responsabilidad para prevenir el VIH y sida. Los elementos aquí expuestos están colocados de manera estratégica, el uso del color

acorde al evento masivo del momento, hicieron de esta campaña un detonante perfecto que puso nuevamente a Benetton en el ojo del huracán.

Se podría decir que Benetton es experto en visibilizar contextos actuales, reales y de importancia para el mundo. Sus códigos visuales son claros venden ropa para todos, no importa la familia, el color de piel, la religión, el trabajo, etc. Siempre se puede usar Benetton, además, el receptor del mensaje se lleva la importancia de vivir en un mundo donde las cosas que están pasando deben ser vistas.

Imagen 2: Olympic Games, 1992.



Fuente: (Infobae, 2018)

Probablemente este tipo de impacto visual, podría ser de gran ayuda al momento de elegir los elementos visuales que se desea generen un alto grado de interés hacia lo que se desea comunicar, un mensaje duradero en la mente colectiva sin importar la sociedad en la que fue lanzado, es decir, que traspase fronteras.

Estas campañas de incidencia cuentan una historia, esto junto a una distribución estratégica de cada elemento es la receta perfecta, va directo a las emociones del consumidor, volviéndose parte del mismo y de sus intereses.

Feijoo (2004) citado por (Sancho, 2007) expone: Cuando se le preguntó a Luciano Benetton, en 2003, acerca del propósito de su publicidad, respondió:

“Elegí hacer un tipo de publicidad que no deje indiferente, porque no vendo ropa en mis campañas, sino una ideología. Los productos son cada vez más parecidos.

Deben ser otras cosas las que marquen la diferencia. Y una de ellas es la comunicación. Con las campañas denunciamos lo que ocurre con el mundo".

Las fotografías de Benetton atienden a un mecanismo humano básico: la curiosidad, puesto que representan un espectáculo exhibicionista que se ofrece para ser mirado y así atraen a primera vista. (Sancho, Benetton: análisis de la imagen publicitaria y el papel del espectador, 2007)

#### **1.1.4 Diseño Gráfico y cultura visual**

La comunicación visual está implícita en cada actividad que realizamos, todo a nuestro alrededor tiene información que nos bombardea constantemente, el celular, la televisión, una revista, el periódico, una valla publicitaria, etc. Constantemente estamos expuestos a signos que nos transmiten información; por este motivo, como diseñadores es importante entender la identidad visual como una necesidad proyectual que forma parte y actúa en conjunto con la estrategia de comunicación de la organización. (Sgarbossa, 2020)

Ahora bien, no solo es el hecho de comunicar, sino que voy a comunicar, cual es el mensaje que deseo transmitir, por este motivo la comunicación puede darse de forma: emotiva (una emoción), fáctica (llamar la atención), informativa (informar), exhortativa (convencer) o estética (artístico o estético). El Diseño Gráfico engloba cada uno de los aspectos antes mencionados; al momento de elaborar una pieza gráfica se debe tomar en cuenta cada detalle y a donde se quiere llegar con el mensaje a transmitir a través de esta pieza, como influirá en el accionar del entorno donde será expuesta y el porqué de su valor comunicacional.

La comunicación no es solo un proceso de influencia. La comunicación tiene una función general – y podríamos decir residual – de autodidáctica, o mar de cultura. Por eso los seres humanos aprenden cosas cotidianas y prácticas a través de los medios y de las relaciones con los demás, pero también con las empresas y los servicios (Costa, 1992);

Como lo menciona Costa no solo se trata de influenciar mediante la comunicación, sino de la influencia que el entorno tiene en ella.

Así se puede observar en la publicidad que circula por determinadas calles del mundo, en las cuales, si bien se vende, promueve o denuncia; su contexto respeta al público objetivo, sus costumbres, religión, política, cada uno de estos

elementos son importantes para la creación de piezas gráficas que responden a una sociedad y la informan:

Sin embargo, es difícil evaluar la aceptabilidad de esos marcos, dado que el consenso cultural que los define está creado por las comunidades mismas. Este consenso cultural está en constante estado de cambio, y las fronteras de lo aceptable en constante desplazamiento. (Frascara, 1999)

### 1.1.5 La Comunicación Visual como medio de Visibilización

Según (Acaso, 2006): “La imagen es la estructura que transmite un conocimiento”, la forma en que se mira algo es importante, pero hay una diferencia entre mirar y observar; de aquí la diferencia que lleva a visibilizar y mostrar algo. Todos los días, el entorno está bombardeado de imágenes que pueden ser relevantes, sin embargo, hay determinadas imágenes perpetuas que se quedan en la mente del consumidor y se vuelven parte de su realidad, marcan un antes y un después. Son estas las que pueden ofrecer un importante contraste entre visibilizar una realidad o simplemente mostrar algo.

Un claro ejemplo de visibilización es la campaña lanzada por Nike “Dream Crazier” lanzada en 2019, en esta propone el no tener miedo. La campaña es narrada por Serena Williams, en esta se expone los prejuicios que existen hacia las mujeres en el deporte.

Imagen 3: Campaña Dream Crazier, 2019.



Fuente: (González, 2019)

La importancia que ha dado Nike a visibilizar a la mujer y como debió romper estereotipos son un claro ejemplo de la importancia al momento de comunicar a través de la visibilización efectiva.

Si bien han existido muchas campañas que hablen sobre la mujer, pocas han causado un impacto real. También es importante tomar en cuenta que las grandes marcas han decidido no solo mostrar una realidad que ya se conoce desde hace varias décadas, sino también, mostrar que no solo son una marca, sino que forman parte palpable de una realidad que se impone a cada paso con más fuerza.

El humanizar una marca es dar paso a una visibilización que impacta efectivamente, es decir, se fusiona con una realidad. Esto se ve en otra campaña protagonizada por Nike “Your’re it” en esta pretende llegar a las niñas a través de eso que todas tienen, eso que les hace cumplir sueños empoderando así al género femenino.

Estos son algunos ejemplos de la importancia de una comunicación visual que visibilice la realidad, dándole una voz, un lugar y un espacio para decir, “hey mírame existo y soy parte de tu entorno”.

#### **1.1.6 Herramientas de comunicación gráfica para la visibilización**

Cuando se habla de comunicación gráfica, se expone la forma de dar un mensaje usando medios visuales; pero estos medios no son solo adornos para hacer agradable el mensaje, sino más bien son, herramientas que permiten hacer visible el mensaje para el receptor.

La comunicación gráfica permite solucionar determinados problemas comunicacionales, a través, del uso de elementos tecnológicos y sistemáticos que al unirse transmiten un mensaje concreto, claro y legible. Las herramientas gráficas que se usen para comunicar deben permitir un contenido con una estructuración argumentada sólidamente.

Existen varias herramientas que pueden usarse mediante la comunicación gráfica para hacer visible determinada información, entre estas herramientas tenemos: medios editoriales, videos, infografías, banners, etc.

Dependiendo de la realidad a ser expuesta se selecciona la herramienta a ser usada, se debe ser muy estratégico a la hora de seleccionar una herramienta comunicacional, de esto dependerá el éxito o el fracaso del mensaje a difundir. Y lo más importante llegar a visibilizar el mismo.

## **1.2 Enfoque al aporte de la mujer dentro del Campo del Diseño Gráfico**

### **1.2.1 Las diseñadoras en el mundo un contexto de expansión**

Si bien el diseño a crecido constantemente con sus inicios en Europa hasta llegar a Latinoamérica y el resto del mundo, su enseñanza llego a los diferentes rincones del mundo, las mujeres han jugado un papel fundamental en la expansión del diseño, sus conocimientos recorrieron las aulas y los estudios gráficos del mundo.

El Diseño gráfico es:

Un arte capaz de transmitir (sutilmente o a puñetazos) mensajes de todo tipo y que también nos sirve para repasar la historia del último siglo, ya que el diseño gráfico, con su síntesis de imagen e ideas, siempre ha captado el espíritu de cada era. Y es que también es un arte que se redefine constante e instintivamente, siempre reflejando la sociedad contemporánea. (Jimenez, 2018)

Tomando en cuenta este aporte según su época y su continua transformación, las mujeres dieron paso a los nuevos experimentos que ahora se aplican en el diseño.

La migración y la posibilidad de estudiar en otras partes del mundo han permitido que el aporte de la mujer se expanda como llama ardiente, es por eso que las mujeres de la Bauhaus han vivido en la memoria colectiva de los diseñadores trascendiendo al tiempo. Marie Albers sentó las bases del diseño industrial con un manejo sutil y perfecto de piezas basadas en la geometría. Lucía Moholy dio paso a la nueva objetividad con sus fotografías retocadas. Anni Albers a través de sus textiles propuso la apropiación de las culturas indigendistas, además de fusionar el arte geométrico con el textil; estas nuevas formas de hacer diseño cruzaron el Atlántico llegando a Estados Unidos y América Latina.

La fusión de estos mundos con las formas de interacción social de cada país ha enriquecido al diseño; de ahí, se dieron nuevas tendencias y usos de la gráfica. Es importante no olvidar y a pesar de que en Europa la Bauhaus y otras escuelas crecían al experimentar con el arte para llegar al diseño como lo conocemos hoy. Al otro lado del mundo, en Estados Unidos Pamela Colman Smith ya estaba haciendo gráfica al ilustrar su famoso tarot de Smith e

incursionar en la editorial al formar parte de la portadas de Bram Stoker; no fue sino hasta la creación de la escuela de Chicago que la Nueva Bauhaus llegaría a América, esto permitió refrescar al diseño existente en Estados Unidos dando paso a grandes aportes como los de Jane Dogget creadora de la Tipografía Alfabeto A y de la iconografía para aeropuertos marcando un antes y un después en el manejo de la señalética a nivel mundial, sus iconos han permitido entender el manejo de la simplicidad y la exactitud al momento de crear la señales.

En la actualidad vivimos una era tecnológica, motivo por el cual el diseño UX es indispensable. La experiencia con el usuario está ligada al éxito o el fracaso de las plataformas que se usan en la actualidad; la MIT lo sabe bien pues fue en sus instalaciones donde Muriel Cooper empezó a experimentar con interfaces de software en una época donde la web estaba aún en pañales, sus estudios en la tridimensionalidad sentaron las bases para el diseño UX que conocemos hoy en día.

En Latinoamérica, el diseño no se conocía como tal de hecho se tenía la percepción de que era solo para los adinerados de la época, este pensamiento llegaría a cambiar gracias a Clara Porset quién puso al diseño al alcance de todos, ella propuso que este debía ser funcional y accesible, popularizando así a esta disciplina. En Argentina todas ellas tuvieron la posibilidad de viajar o estudiar con grandes artistas que trajeron la influencia del exterior y cada uno le sumo su sello personal.

Ecuador no fue la excepción al momento de manifestar sus cualidades artísticas, pero no fue hasta los años 80 hasta que se conoció a la disciplina como tal, produciendo grandes diseñadoras que cambiarían la forma de hacer diseño en Ecuador. Entre las más destacadas esta Gisela Calderón quien se especializó en Francia, donde adquirió sus influencias gráficas; en su país natal fundó Magenta una de las agencias más conocidas y posteriormente se unió a la también conocida María Luz Calisto, dando luz al primer libro que recopila la historia del diseño gráfico ecuatoriano e influyendo en las nuevas generaciones a través de la docencia.

Este es solo un poco del recorrido del diseño, a pesar de creer que cada aspecto que lo ha transformado en lo que es hoy se diera en diferentes lugares del mundo, es importante entender que el diseño está ligado estrechamente en sus bases; siendo los aportes personales y culturales los responsables de su constante evolución. Es importante tener presente que la disciplina del diseño tiene una diferencia de cinco a diez años de desarrollo y crecimiento según la región en donde se encuentre, es decir, lo que se vivió en Europa a penas se estaría desarrollando en Ecuador después de diez años, dando así una perspectiva muy diferente de diseño en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica.

### **1.2.2 Retrospectiva de la Mujer en el contexto del Diseño Gráfico Internacional**

“El conocimiento te hará libre” famosa frase referida por Sócrates, define perfectamente el cómo las mujeres en el mundo han ganado su lugar en una sociedad gobernada por hombres; claro ejemplo de un lugar en la sociedad es Matilde Hidalgo ecuatoriana que mucho antes de que existiera como tal el diseño en Ecuador citó la constitución convirtiéndose así en la primera mujer latinoamericana en votar, ser profesional y altruista.

"Para poder ejercer el derecho al voto el único requisito es ser mayor de 21 años y saber leer y escribir".

Matilde Hidalgo

Si bien ya por el hecho de ser mujer su posición en la sociedad ha sido dictada por un círculo meramente masculino, relegándola a la casa, al cuidado de los niños, a una vida dictada por lo que su esposo o padre digan; más, este contexto lo cambiaría, la guerra fría marcando un antes y un después en la sociedad, la falta de hombres, dio lugar a la “emancipación” de muchas mujeres ocasionando un cambio de entornos, transformándolas en la cabeza del hogar, el sustento económico y científico de la nación.

Este giro dio lugar a que las mujeres ingresaran a escuelas, trabajaran, e incluso que el círculo familiar cambiara por completo; de pronto la mujer era quien estudiaba, lo que generó un cambio de mentalidad en las futuras generaciones. Gracias a estos acontecimientos el Diseño no volvería a ser el mismo; en sus inicios

todo estaba basado en la experimentación, esta disciplina nace con la propuesta de profesionalizar la mano artesana; concepto que la Bauhaus supo manejar de manera magistral, de la mano de su creador Gropius, convirtiéndose así en la escuela más representativa del Diseño.

Pero la escuela más famosa del mundo no sería la misma sin el enriquecedor aporte de grandes mujeres que impusieron su carácter y propuestas en un círculo que profesaba la equidad al admitir a todas las personas que desearán formarse académicamente; a pesar de ello, en las filas masculinas del profesorado se manifestaría que “no eran necesarios los experimentos” al ver la gran cantidad de mujeres que ingresaban.

Según Linda Nochlin en su artículo ¿Por qué no existen grandes mujeres artistas? La falta de mujeres sobresalientes en el arte no trata: “ni sobre la naturaleza del genio individual ni sobre la ausencia de genio, sino sobre la naturaleza de instituciones sociales precisas y sobre las prohibiciones o estímulos que éstas prodigan a diversas clases o categorías de individuos”. La imposibilidad de una educación, de mantener un contacto directo con los procesos artísticos y de diseño, así como la falta de consideración social de las aptitudes de las mujeres, las mantuvieron durante siglos en el ostracismo de la creación. (Esclapés, 2018)

El diseño alemán se segmentó, considerando que la cerámica y el textil iban bien con las damas por su naturaleza “delicada y sutil”, formar parte de otra parte del diseño sería imposible; de forma paralela algo parecido sucedía en Estados Unidos al otro lado del continente donde mujeres como Mary Louise McLaughlin (1847-1939) creaba plantillas de reproducción, Adelaide Alsop Robineau (1865-1929) quien creó figuras japonesas con tendencia art nouveau, pero más tarde fundaría junto a su esposo un estudio de cerámica y crearía una revista sobre el tema siendo ella la única editora. Ya desde estos inicios las mujeres demostraron su potencial y, a pesar de los obstáculos no se quedarían estancadas en una clasificación impuesta.

Como resultado de su sed de más conocimiento y aporte al diseño, tenemos a las mujeres íconos de la Bauhaus que son:

- Marianne Brant (alemana); la primera mujer en dirigir un taller en la Bauhaus, siendo no solo una clase cualquiera, sino la más importante, la de metalurgia, cambiando así el contexto de la mujer en diseño. Brant es conocida por sus

aportes en el diseño de forma académica y práctica, fue diseñadora, profesora, fotógrafa, pintora; se la conoce mundialmente por sus icónica tetera Modelo No MT49; además de sus colaboraciones con Gropius, y Gotha.

- Lucía Moholy (checa); inmortalizó a la Bauhaus a través de sus fotografías, luchó por recuperar sus obras, pero Gropius nunca se las devolvió; fue historiadora, fotógrafa, artista y escritora. Lucía repintaba sus fotografías para conseguir un efecto de claroscuro y potenciar los ángulos en sus obras fotográficas, su aporte dio lugar a la llamada Nueva Objetividad.
- Anni Albers (alemana); convirtió sus patrones pictóricos en textiles que transformaron a la tejeduría a través de su arte; fue diseñadora, pintora y tejedora; se preocupó por mantener el legado ancestral en sus obras textiles, motivo por el cual alienta su conocimiento en México con las comunidades indígenas de este país, dejando también su legado en el diseño textil en la comunidad mexicana y posteriormente en Latinoamérica.
- Friedl Dicker-Brandeis (austriaca); estudiante becada de la Bauhaus y recomendada de Johannes Itten quien dijo:

La señorita F. Dicker fue una de mis estudiantes entre los años 1919 al 1923 en Viena y en la Bauhaus de Weimar. Artísticamente es una persona extraordinaria a la que tengo en mi más alta estima. No tengo ninguna duda en recomendarla a las autoridades educativas. (Hervás Heras, 2015).

De esta forma Itten reconocía su trabajo; fue artista, arquitecta y educadora judía; su carrera se desarrolla entre Berlín y Viena, trabajó con Singer, Slutzky, Skala y con Anny Wotitz-Moller. Su obra fue reconocida en toda Europa, en especial por sus diseños en arquitectura, mobiliario, juguetes lúdicos, que fueron muy adelantados para la época; tiempo después es capturada por los nazis quienes la envían a Theresienstadt en donde dio clases a los niños de forma clandestina dejando sus conocimientos adquiridos en la Bauhaus a las nuevas generaciones, legado que perduró en el tiempo; mas, su vida se apagó a manos de los alemanes nazis en el Campo de exterminio de Auschwitz.

La guerra nazi no solo apagó la luz de mentes brillantes como lo fue Friedl, sino también provocó la migración de grandes artistas y diseñadoras a América en concreto a Estados Unidos, en donde ya se hacía diseño, pero la creación de la

Escuela de Chicago; a la que posteriormente se conocería como la Nueva Bauhaus, daría un giro al diseño.

En los Estados Unidos el Diseño empezó a manifestarse mediante el arte de la conocida escuela de Artes y Oficios, la Bauhaus no llegó a “inventar el agua tibia”, no solo la cerámica contaba con representantes importantes, la gráfica se manifestaría notablemente dando lugar a mujeres que cambiaron la historia de esta nación como son:

- Pamela Colman Smith (inglesa); si bien vio la luz por primera vez en Inglaterra, su desarrollo académico y profesional lo haría al otro lado del mundo, siendo Estados Unidos su casa profesional; fue ilustradora, directora de arte, editora; Pamela es conocida por sus ilustraciones de las cartas Tarot de Waite-Smith; mismas que durante 112 años han sido las más populares en el mundo, también trabajó en las portadas de los libros del conocido escritor Bram Stoker, además de colaborar con el vestuario y escenografía de la puesta en escena de sus obras; colaboró en la elaboración de carteles de la Cruz Roja en la I guerra mundial y creó su propia revista llamada The Green Sheaf.
- Muriel Cooper (estadounidense); conocida por su gran trabajo en el MIT, así como por promover los conocimientos de la Bauhaus en Estados Unidos; fue docente, diseñadora, programadora y editora; era una mujer adelantada a su época pensaba que el conocimiento se basaba en la experimentación a pesar de no ser una tarea fácil; aún que la web no vería la luz por completo sino muchos años después de su muerte, Muriel crearía las bases del famoso diseño UX y UI, al crear interfaces de software basadas en el diseño, esto le otorgó ser la primera mujer en tener un cargo en el Media Lab MIT; se enfocó en el ciberespacio y la tridimensionalidad de las interfaces.
- Cipe Pineles (austriaca); a temprana edad migró con su familia a Estados Unidos, en donde se formó profesionalmente en el Pratt, se especializó en medios impresos llegando a trabajar para grandes revistas como Seventeen, Charm, Glamour, Vogue y Vanity Fair; desde temprana edad manifestó su amor por la comida en sus pinturas, más tarde ganaría el premio Art Director 'Club por su pintura de patatas; fue directora de arte y

pionera al cambiar la forma de hacer editorial enfocado a mujeres, ella manifestó: “Se podría decir que tratamos de transmitir el atractivo de la realidad, a diferencia del brillo de la tierra de nunca jamás”, con esto se refería a los falsos clichés del glamour que se manejaban en aquella época.

- Dorothy Hayes (estadounidense); originaria de Alabama, se dedicó al diseño gráfico y se mudó a Nueva York para desarrollarse como profesional, sin embargo, sufrió de discriminación por ser negra y mujer, se abrió paso en una profesión dominada por el género masculino de raza blanca; creó el Black Artists in Graphic Communication donde se conoció a grandes diseñadores negros; fundó Drothys Door una empresa de arte y diseño que atiende a grandes empresas estadounidenses.
- Jane Doggett (estadounidense); su formación profesional la realizó en Yale, fue diseñadora, fotógrafa, se especializó en la iconografía; siendo la creadora de toda la señalización de gran parte de los aeropuertos de Estados Unidos; se la considera la pionera en sistemas de orientación. Su trabajo no solo está en los aeropuertos también la vemos en el Metro, Museos, entre otros; patentó y creó la fuente estandarizada llamada el ALFABETO A misma que es muy legible a distancia, considera al iconocromo como una imagen con significado y color.

Al mismo tiempo que el diseño creció en Estados Unidos, en Latinoamérica empezó a crecer, de la mano de los diseñadores que viajaban y llevaban esta disciplina a los nuevos países dando lugar a grandes mujeres latinas como son:

- Clara Porset (cubana); Nació en Cuba pero gracias al trabajo político de su padre estudiaría en Estados Unidos y posteriormente se establecería en México donde su obra es considerada la quinta esencia del funcionalismo nacional mexicano; fue diseñadora, profesora, arquitecta, revolucionaria; introdujo a la clase popular, rompiendo la idea de que el mismo solo estaba para los adinerados de la época. A pesar de su gran aporte en el diseño por mucho tiempo su trabajo fue atribuido a Luis Barragán y Mario Pani, sin embargo, más tarde se encontrarían los bocetos originales, por este motivo la UNAM de México otorga una beca

como reconocimiento a su trabajo; una de sus obras más reconocidas es el asiento Butaque.

- Renata Irma Schussheim (argentina); a muy temprana edad manifestó su amor por el arte desarrollándose como pintora desde los 8 años, es diseñadora, escenógrafa, artista plástica, ilustradora; estudió en el Instituto de Bellas Artes Augusto Bolognini; su obra se ha expuesto en Europa y América, ha trabajado con grandes estrellas de rock como Charly García, Luis Alberto Spinetta, en la creación de sus portadas, puestas en escena de sus videos y fotografía; realizó grandes puestas en escena de obras teatrales como fue Boquitas Pintadas; también hizo cine colaborando en el Buenos Aires Rock.
- Marta Granados (colombiana); estudió en la Universidad Javeriana de Bogotá y en la Universidad de los Andes, se especializó en el cartel siendo uno de los más conocidos el de la película No Futuro, sobre el diseño ella dice: “El diseñador está centrado en una sociedad y su trabajo tiene una consecuencia social. Tiene que pensar en lo que hace para que esa consecuencia social no sea solo de funciones estéticas sino de funciones educativas e informativas”; su obra es sobria “Su trabajo tiene una dosis poética grande, de una sensibilidad tremenda”, así lo manifiesta el publicista y fotógrafo Carlos Duque; en Colombia se la considera una leyenda del diseño por su trabajo colorido, sobrio, sensible y por su trayectoria nacional e internacional.
- Collette Boccara (francesa); aunque nació en Francia su carrera se desarrolla en Argentina, es considerada pionera del movimiento moderno en Argentina, fundó Gres Cerámico Colbo en donde dio paso a la primera fábrica que producía vajilla en serie; también era arquitecto por lo cual formo parte de varios proyectos arquitectónico argentinos, de los cuales se destaca el proyecto del Aeropuerto Internacional de Buenos Aires del cual es coautora.
- Beatriz Feitler (brasileña); sus padres emigraron a Brasil por causa de la Segunda Guerra mundial, Feitler nace en Brasil, fue una reconocida diseñadora de productos editoriales, trabajo para grandes revistas como: Rolling Stone, Vanity Fair y Harper’s Bazaar, también fue directora de arte

y fundó Estudio G, murió joven a causa de cáncer pero su visión para la gráfica es conocida hasta la actualidad.

### **1.2.3 Retrospectiva de la Mujer en el contexto del Diseño Gráfico Ecuatoriano**

Cuando se habla de diseño gráfico en el Ecuador se habla de arte; polémica afirmación dirán muchos profesionales, sin embargo, el diseño ecuatoriano es joven, empezó a manifestarse en los años 70 (aunque en los 60s ya se hacía gráfica) de la mano de artesanos y arquitectos que en aquella época eran los encargados de dar vida a la publicidad a través de afiches e ilustraciones aplicadas en imprenta. En aquel período el Ecuador vivía una realidad distinta a la que conocemos hoy; era una sociedad patriarcal, católica (con inicios de manifestaciones laicas) basada en el status social.

La situación económica lo dictaba todo, sin olvidar la postura de la cabeza del hogar, el padre, era quien según su ideología social decía si se tenía o no acceso a la educación, es decir, si en el círculo familiar habían mujeres, eran pocas las afortunadas que tenían acceso a leer, escribir, o en el mejor de los casos, tener una profesión, claro sin olvidar que no todas las “actividades profesionales admitían a damas”.

Bajo este contexto, se puede decir, que tanto el diseño como las mujeres han tenido un desarrollo complejo desde sus inicios, ambos han tenido que pasar por múltiples procesos sociales, culturales, científicos y experimentales no solo en el país de las Galápagos sino en el mundo.

De aquí nacen las diseñadoras ecuatorianas que permitieron al Diseño Gráfico ver la luz en un país que no entendía en sí a esta disciplina; Quito fue la ciudad que tuvo el privilegio de ver a estas mujeres que dejaron su huella, ellas son:

- Gisela Calderón (guayaquileña); aunque nació en la perla del Pacífico su desarrollo profesional lo hizo en la capital ecuatoriana, es diseñadora, artista, docente, escritora e investigadora; fue socia y fundadora de la ADG (Asociación de Diseñadores Gráficos), formó parte de las Bienales de Diseño y del Afiche en Ecuador; trabajó con grandes marcas, fundó una de las primeras Agencias de Diseño Magenta, además de ser una de las autoras del primer libro que recopila 35 años de Diseño en Ecuador; como ella dice “Nosotras no

tuvimos miedo y por eso se dio la primera Bienal del Afiche en Ecuador, fue la primera Bienal hecha solo por mujeres”.

- María Luz Calisto (quiteña); nació en la carita de Dios, quiteña apasionada por el diseño, sus estudios los curso en México, desde 1984 dirige Punto Diseño; es autora del Libro “Diseño Gráfico en Quito-Ecuador 1970-2005”, es fundadora de la Asociación de Diseñadores Gráficos del Ecuador, formó parte de las Bienales del Afiche y de Diseño realizadas en Quito; fue coordinadora de comunicación en El Instituto Nacional del niño y la familia, el Museo de la Ciudad; también fue docente de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador PUCE. Posterior a esto se asocia con Gisela Calderón con quien fundan Punto Magenta, agencia que aún sigue vigente y en donde continua su trabajo.
- Paula Barragán (quiteña); nació en la capital ecuatoriana, desde pequeña estuvo inmersa en el arte, estudió en París y obtuvo su título en el Pratt Institute de New York. Su trabajo es reconocido tanto nacional como internacionalmente, cuenta con una gran trayectoria desde 1987 cuando fundó su taller en la ciudad de Quito, elaboró grandes obras en textil, identidad corporativa, ilustración y editorial; se desarrolló en la pintura, el grabado, y el dibujo, motivo por el cual ha expuesto su obra en grandes ciudades como: Estados Unidos, Nueva Zelanda, España, etc. Ganadora de muchos galardones entre los que están las bienales de Quito (diseño y afiche), soportes no convencionales; además, en 2019 crea el arte para los premios Grammy de ese año.
- Pilar Bustos (quiteña); artista de corazón, nace en Quito, pero vive y se forma en la Habana, llega a Cuba en una época de revolución, donde ayuda a la alfabetización y se hace acreedora de una beca para estudiar en la Escuela Nacional de Arte. Sus pinturas fueron tan excepcionales que lograron conmover al conocido pintor del pueblo Guayasamín quien en su ausencia y con ayuda de su madre monto una exposición con sus obras. Años más tarde Pilar regresa a Ecuador un país aún atrasado en el arte, al llegar se ve obligada a formar parte

de las agencias de publicidad que en ese entonces contrataba a artistas para crear logos y crear publicidades; formando así parte de las mujeres que han hecho diseño en este país. Ella manifestaría luego: “Por comunista no me daban trabajo, hasta que, llegó la ocasión en que el maestro Guayasamín vio los dibujos y me hizo una exposición en la casa de la cultura, digo me hizo porque yo estuve ausente, fue mi madre quien le entregó todo el material”.

- María Mercedes Salgado (quiteña); creció en el seno de una familia dedicada al diseño y el arte, se formó en la ciudad que la vio nacer y crecer Quito. Aquí empezó ilustrando y en publicidad, pero no fue hasta que la contrataron en el periódico El Comercio que encontró su pasión por la editorial; se especializó en el diseño editorial, luego de contraer nupcias, viajó a París en donde trabajó en Le Monde donde ilustró, poco tiempo después se desarrolló como diseñadora independiente, ha sido jurado en múltiples bienales tanto nacionales como internacionales, gestiona intercambios estudiantiles entre Francia y Ecuador, a sido expositora y conferencista en Argentina, México y Cuba. Comparte su arte a través de la ilustración con UNICEF ya que es representante y coordinadora en Ecuador para el programa “Gráfica por la infancia”.
- Belén Mena (quiteña); artista de corazón nació en Quito, es conocida por crear más de 40 libros, el más representativo el Pachanga donde explora a la polilla, con esta obra editorial rompió barreras llegando a Alemania, Japón y Corea; recibió el premio Gold Award en el IF (International Forum of Design) en 2008, también fue nominada al mejor libro del mundo por el por el Art Directors Club en 2007; formó parte de la Asociación de Diseñadores Gráficos del Ecuador entidad que dirigió. Fue nominada en la 14ª entrega de los Grammy Latinos por su portada “De taitas y mamas”, obtuvo el primer lugar a la Innovación Comunicacional en Alemania 2008.

Otra diseñadora que si bien no es ecuatoriana desarrollo su carrera en Quito es Olga Fisch, fue una diseñadora húngara que llegó a Ecuador para quedarse, maravillada por los bordados de la culturas indígenas y su iconografía, creó Olga

Fisch Folcklore un espacio en donde potencializó los bordados, el textil basado en las culturas indígenas, las artesanías. Actualmente aún existe su estudio donde se dictan cursos de bordado y es manejado por sus descendientes.

Las diseñadoras gráficas ecuatorianas han pasado por un proceso de aprendizaje extenso, entre prueba y error han logrado posicionarse como referentes del diseño ecuatoriano. Gracias a su constancia y trabajo duro, abrieron paso a las diseñadoras que actualmente se destacan o empiezan a formar parte de esta disciplina.

Por mencionar a algunas de las diseñadoras que están haciendo historia tenemos a: Sofía Zapata (Sozapato); quien es escritora e ilustradora de libros infantiles, Vanesa Zúñiga; diseñadora conocida por su tipografía e iconografía basadas en las culturas precolombinas; Isabel Espinoza; diseñadora gráfica dedicada a la identidad corporativa y los patrones para textil, Vanesa Jaramillo; diseñadora gráfica dedicada al Design Thinking además de enfocarse en el pensamiento del diseño y la creatividad, tiene su propio negocio VAYECA, Johana Valdivieso; diseñadora gráfica es la creadora de Botero (diseño de cuadernos y libretas para diseño); estas son solo algunas de las muchas diseñadoras que están construyendo una nueva historia en la disciplina. Constantemente se puede ver algo nuevo en el diseño, algo que es producto de la creación e ingenio de las mujeres ecuatorianas que aman el arte de diseñar.

#### **1.2.4 El aporte gráfico de la mujer en el contexto: investigativo, laboral, educativo y no formal en Quito**

Las diseñadoras en el Ecuador se han caracterizado por su gran variedad de trabajos y su desempeño en las diferentes áreas del diseño; como ya se manifestó en los inicios del diseño se hicieron grandes cosas siendo la experimentación una de las más importantes que les permitió explorar técnicas nunca antes realizadas en Ecuador.

En relación a la experimentación en el área de la publicidad, usando la ilustración y la fotografía con el collage como medio de unión, se generaban publicidades para revistas y periódicos en una época cuando la tecnología era arcaica y aún estaba iniciando algunos productos digitales.

Según Gisela Calderón comentó que cuando inició con su agencia, lo que más contrataba eran ilustradores ya que para ese momento era lo más solicitado en el mercado publicitario, además, muchos de los logos eran realizados por artistas plásticos o pintores.

También se pudo iniciar con muchos proyectos nuevos entre los cuales está la Asociación de Diseñadores Gráficos de la cual formaron parte Gisela Calderón, María Luz Calisto, Belén Mena, entre otras; esta entidad dio paso a la Bienal del Afiche y la Bienal de Diseño Gráfico, estos dos eventos permitieron que el diseño ecuatoriano se posicionara de forma internacional al invitar a diseñadores de renombre, para luego invitar a diseñadores y diseñadoras ecuatorianos a eventos y concursos internacionales.

Además, las diseñadoras ecuatorianas han formado parte de la instrucción académica tanto nacional como internacional en el ámbito del diseño; dando clases en Universidades como la Pontificia Universidad Católica del Ecuador PUCE, al formar parte de talleres y conferencias en México, Argentina, Cuba, propiciando el intercambio estudiantil entre Francia y Ecuador.

También han aportado a enriquecer los contenidos literarios con la creación de libros que enriquecen a la disciplina del diseño gráfico, entre los más conocidos están Diseño Gráfico en Quito-Ecuador 1970-2005, Pachanga (Libro de la polilla), los cuentos infantiles de Sozapato. A esto se debe mencionar los aportes en la ilustración, el grabado y la pintura.

### **1.3 Medios editoriales como herramienta de visibilización**

Los medios escritos son fuente inagotable de comunicación, además de facilitar y volver inmortal tanto la palabra como la obra visual. Gracias a estos medios, la mujer ha logrado posicionarse de forma profesional y personal en la sociedad a través de sus diversas actividades como las campañas impresas para visibilizar a la mujer, la han puesto en el ojo del huracán.

Un claro ejemplo de visibilización del género femenino es la campaña lanzada por Anmístía Internacional del 2013 en la que a través de artículos se da a conocer a las mujeres que han revolucionado el mundo, además, contaba con un formulario en el que se preguntaba sobre qué mujer se han inspirado, aunque no todo el mundo las conozca.

Otra campaña de impacto, es Dream Gap que ha logrado visibilizar a la mujer desde los inicios de su vida para demostrar y poner en tela de juicio social por qué las niñas dejan de seguir sus sueños profesionales por causa de los estereotipos. Esta campaña ha llegado a medios de comunicación digitales convirtiéndose en un debate constante de blogs, artículos de periódicos y revistas.

El uso de la ilustración también ha formado parte de las campañas que pretenden empoderar a la mujer, un claro ejemplo de ello es Dove, que uso a un artista gráfico para que las personas describieran como ven a determinadas mujeres mientras el ilustrador plasmaba sus ideas y luego la mujer describía como se ve mientras la dibujaban. De esta forma se usó la gráfica para demostrar que son más grandes los complejos que lo que los demás ven.

Estos son solo algunos de los ejemplos de visibilización a través del uso de medios editoriales y los elementos que lo componen.

Tabla 1: Imágenes de las campañas.

| Tema              | Característica  | Imagen   |
|-------------------|---|--|
| Campaña Dream Gap | Su vida para demostrar y poner en tela de juicio social por qué las niñas dejan de seguir sus sueños profesionales por causa de los estereotipos  |  |
| Dove              | Las personas describieran como ven a la mujer mientras el ilustrador plasmaba sus ideas y luego la mujer describía como se ve mientras la dibujaban. De esta forma se usó la gráfica para demostrar que son más grandes los complejos que lo que los demás ven de la mujer. |  |

Elaborado por: Ana Quintero

El estudio del diseño editorial observa, la forma, el formato, efectividad y funcionalidad del medio para transmitir un mensaje. No solo es importante el contenido de un artículo u historia, todos los elementos de diseño y producción determinan que tan bien recibido es nuestro mensaje (Manjarrez de la Vega, 2013)

La producción de los medios editoriales ha cambiado, como lo menciona (Frascara, 2000):

Este cambio ha incrementado la necesidad de reflexionar sobre tiempo, movimiento e interactividad. Aun así, la práctica profesional de diseño no ha tenido cambios esenciales. Mientras que las formas de producción han cambiado, los canales de comunicación se han extendido

### **1.3.1 Editorial Layout (Boceto de compaginación)**

Las composiciones editoriales están determinadas por una gran cantidad de hojas, por lo cual, es importante incorporar un bocetaje del producto, dicho borrador debe mostrar la disposición de los elementos, el texto, los colores, la ubicación de las imágenes. Este boceto será usado por todos los involucrados en la producción editorial y servirá de guía para la correcta disposición de las páginas en caso de ser un producto impreso. Este proceso se conoce como editorial layout que no es más, sino la diagramación del contenido que se desea presentar en la futura obra editorial, esta terminología se utiliza para los entornos bibliográficos.

En las últimas décadas, el sector editorial ha vivido una revolución en sus procesos de edición y producción, la velocidad con la que se ha producido la mutación de los soportes y formatos de lectura, debido a la implantación de las nuevas tecnologías, ha cambiado los hábitos de lectura ya aprendizaje de las personas. (Redondo, 2014)

Estos cambios han permitido que se incorporen nuevos programas para la creación del editorial, facilitando así el tan llamado editorial layout, mismo que puede ser bocetado directamente en los programas digitales o si se desea de forma manual a través del conocido machote.

Sobre las posibilidades que el desarrollo y cambios tecnológicos han producido en término de refinamiento y aplicación de la creatividad a través de técnicas, herramientas y procesos de producción diferentes, innovadores y progresivos en el objeto libro y que lo han hecho más atractivo. Varios de sus procesos de ejecución, como resultado de diferentes avances en el campo de las artes gráficas, que permitieron a los diseñadores acceder a formas modernas de visualizar e imprimir sus ideas, y la posibilidad de diseñar con mayor precisión y aún más creatividad. (Redondo, 2014)

Imagen 4: Boceto de Compaginación.



Fuente: (Milk Design Studio, 2018)

### 1.3.2 Productos Editoriales

Los productos editoriales son varios, estos pueden ser impresos o digitales; sea cual sea la forma en como el colectivo disfrute de ellos, permiten informar, educar, aportan conocimientos a las diferentes disciplinas científicas, etc. Entre los medios editoriales más conocidos tenemos:

**Libro:** Según la 13ª Conferencia General de la Unesco: “Se entiende por libro una publicación impresa no periódica que consta como mínimo de 49 páginas, sin contar las de cubierta, editada en el país y puesta a disposición del público” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 1965)

A pesar de los avances tecnológicos el libro no ha podido ser reemplazado, es decir, su estructura es tan importante que su uso es perenne. Cada elemento lo convierte en un eterno proveedor de determinado conocimiento científico, poético, filosófico, etc.

Debido a la importancia del legado literario al que el libro está expuesto es importante mencionar que todo lo escrito en este medio servirá para las siguientes generaciones ya sea para saber el contexto del momento en el que fue escrito o como fuente de información para continuar la investigación alimentándola con datos recientes.

**Periódico:** El periódico es un medio que facilita información de primera mano, se produce ya sea de forma impresa con tirajes o de forma digital. Es un medio que causa impacto al momento, sin embargo, al ser producido diariamente mucho del contenido se esfuma rápidamente.

A pesar de lo efímera que es la información en la mente del consumidor, hay artículos, campañas o eventos de alto impacto que trascienden. El periódico es considerado el primer medio informativo, la facilidad para llegar a las masas lo ha convertido en el preferido por muchas décadas; más, la tecnología a hecho que se transforme a una producción también digital, que, aunque moderna, no ha podido desbancar su producción impresa.

El periódico esta creado para todas las edades, con varias secciones y diferentes áreas del gusto de grandes y pequeños.

**Revista:** Este medio editorial al igual que el libro puede ser impreso o digital, su contenido está ligado a un tema en particular, con artículos que van según el enfoque de la revista, contiene publicidad y puede ser puesta en circulación de forma periódica dependiendo de la información que en ella se exponga (semanal, mensual, semestral o anual).

La revista responde a la necesidad de su público objetivo, puede ser de carácter científico, entretenimiento, deportivo, finanzas, etc. No importa cuál sea la información que contenga, al estar dirigida a un público en específico la convierte en fuente de interés específico; su estilo es más elegante.

**Brochure:** Este medio sirve para exponer contenido visual específico dirigido a un nicho determinado, su contenido debe ser claro y específico; este documento gráfico puede ser impreso o digital. Su estilo varía según la necesidad del producto o servicio que se exponga, siendo estos: folleto, tríptico, díptico.

Es importante tener en cuenta el material en cual será impreso, considerar una tipografía adecuada y legible, además, la diagramación que se utilice será según los elementos gráficos a usar y la fuerza jerárquica que se quiera dar a estos.

Tabla 2:Productos Editoriales.

| Tema | Característica | Imagen |
|------|----------------|--------|
|------|----------------|--------|

|           |   |   |
|-----------|---|---|
| Libro     | El libro no ha podido ser reemplazado, es decir, su estructura es tan importante que su uso es perenne. Cada elemento lo convierte en un eterno proveedor de determinado conocimiento científico, poético, filosófico, etc. |    |
| Revista   | La revista responde a la necesidad de su público objetivo, puede ser de carácter científico, entretenimiento, deportivo, finanzas, etc.   |    |
| Periódico | El periódico es un medio que facilita información de primera mano, se produce ya sea de forma impresa con tirajes o de forma digital.   |   |
| Brochure  | Este medio sirve para exponer contenido visual específico.  |  |

Elaborado por: Ana Quintero

### 1.3.3 Composición editorial

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos, incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción. Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación. (Ghinaglia, 2009)

La composición es la reunión de diferentes elementos que forman un todo, mediante el, se expresa una idea. Esta idea en el diseño gráfico es meramente

relacionada con la parte visual, misma que, debe cumplir con determinadas reglas para llegar a su destinatario de forma clara y concisa.

Montalvo agrega que se trata de una “estrategia compositiva”, es decir, el diseño editorial no es una actividad improvisada o arbitraria —o al menos no debería serlo—, sino que parte de un conjunto de reglas y principios de formación tipográfica y de composición del espacio, con los cuales el diseñador se asegura de tomar la decisión óptima en cada momento del diseño. En tanto a estrategia, el diseño editorial persigue un objetivo: comunicar. (Jan & Durán Pinto, 2018)

Un código es un conjunto de elementos que forman un mensaje; a esto le debemos añadir la parte visual, es decir, como se expresa este mensaje sin necesidad de palabras; pero no se debe confundir que lo visual es solo fotos o dibujos, la tipografía también forma parte de la misma, llegando así a un todo con información que se desea comunicar.

Bajo el interés de una fácil decodificación, (Steele & Iliinsky, 2011) mencionan como a veces los diseñadores proponen visualizaciones o códigos complicados de entender, bajo la intención de hacer que los datos luzcan tan bien como sea posible. Los autores son enfáticos en comentar como cada punto, línea o palabra debe servir a un propósito comunicativo, por tanto, parece necesario que el diseñador utilice las formas visuales de forma consciente e intencionada, donde cuentan los elementos usados y el público al cual se dirigen.

Ahora bien, el manejo de un medio editorial nos permite avanzar generosamente en conocimientos, su importancia lo convierte en la principal fuente de información para la disciplina hacia la cual está dirigido. No solo es importante para el conglomerado, sino muchas de las ocasiones es el inicio para una investigación más profunda o el principio de un número determinado de tomos, números, o tirajes, mediante los cuales se pretende ampliar su contenido e importancia. Para comprender de mejor manera una composición editorial es importante mencionar los elementos que la componen.

#### **1.3.4 Diagramación**

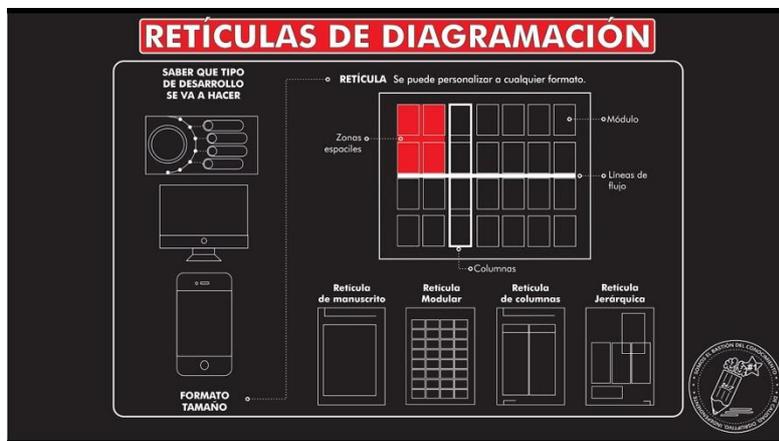
La correcta distribución de las partes que conforman una estructura editorial va directamente relacionada a la diagramación, es aquí, donde se usan los diferentes componentes visuales y tipográficos, bajo un recorrido visual que el

usuario pueda comprender, la ubicación de cada elemento debe ser pensar estratégicamente para causar un impacto e interés por el contenido expuesto.

Se debe trabajar pensando en que el principal objetivo debe ser acercar el contenido de la publicación al lector, por lo que dos cosas serán fundamentales: construir una retícula o anatomía que atraiga y nos ayude a transportar por las diferentes secciones que componen la publicación y escoger un abanico tipográfico que brinde un entorno visual que sea el mejor anfitrión (Rueda, 2006)

La diagramación no es una sola, hay diferentes tipos de la misma; estos son utilizados según las necesidades del producto en cuestión.

Imagen 5:Tipos de Diagramación.



Fuente: (Design Thinking, 31)

### 1.3.5 Tipografía

La importancia de la tipografía va más allá de la simple elección por el “se ve bonita” que muchos usan, si bien los lectores están acostumbrados a leerla sin prestarle atención a su forma o estilo; esta es pensada cuidadosamente antes de ser incluida en cualquier contexto editorial.

Desde el punto de vista del diseño, la elección de una fuente tipográfica no puede darse en principio de manera arbitraria, pues involucra un proceso cuidadoso de selección en el que se tienen en cuenta factores como tema, contexto, público hacia quien se dirige el mensaje, composición, color, entre otros. Esta situación otorga al diseñador la gran responsabilidad de elegir la fuente tipográfica adecuada, para lograr transmitir eficazmente un mensaje. (Peña, 2010)

Una simple nota puede tomar un giro completamente inesperado con solo el uso de diferentes elementos tipográficos, es decir, una nota de amor fácilmente

podría convertirse en una nota de un acosador. Los elementos que forman parte de una composición escrita deben estar bien pensados para no cansar al lector sin salirse del ámbito en el cual se está desarrollando la narrativa. La tipografía puede tener diferentes variantes, aunque tenga los mismos rasgos, a esto se le conoce como familia tipográfica.

Una familia tipográfica es un programa capaz de contener las variables tipográficas necesarias para la realización de un proyecto de diseño. Es un conjunto de tipos basados en una misma variable principal con algunas variaciones, pero manteniendo características comunes. (Kane & Imirizaldu, 2012)

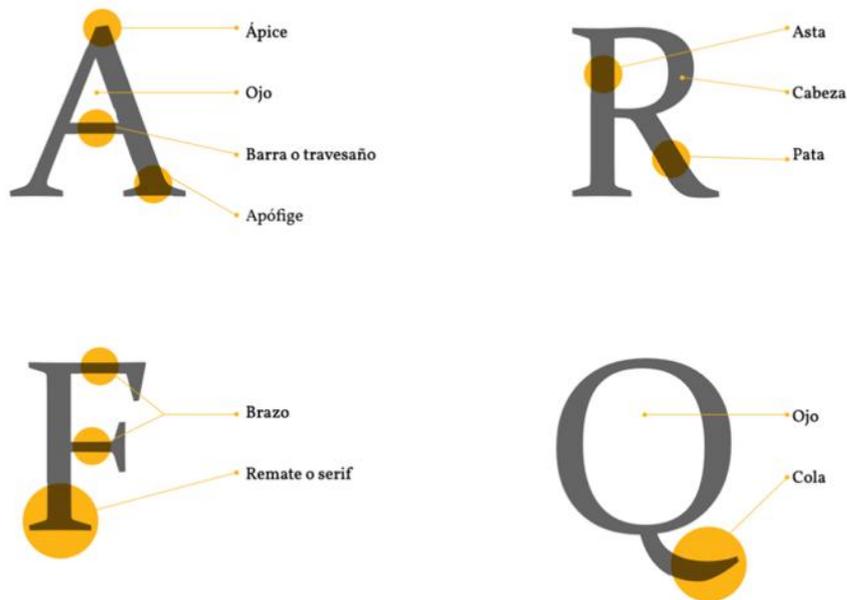
Hay que tomar en cuenta algunas variables al momento de hablar de una familia tipográfica, como, por ejemplo: el peso (light, regular o bold), inclinación o eje (roman o italic) y la proporción o ancho (regular, condensed o extended).

Los miembros que integran una familia se parecen entre sí desde un punto de vista estructural, pero pueden variar de estilo y de peso, manteniendo rasgos comunes de la familia. El objetivo de una familia tipográfica es proveer a la comunicación visual de variables para optimizar la efectividad del mensaje. (Kane & Imirizaldu, 2012)

Las diferentes características tipográficas son las que permiten armonizar de manera perfecta una composición editorial, pero no solo el estilo o la forma son importantes, al momento de enfatizar un contenido se puede usar tipografía de caja alta (mayúsculas) o de caja baja (minúsculas) esto permite enfatizar el contenido y jugar con las jerarquías.

Es importante reconocer las diferentes partes que acompañan a las letras esto permite manejar de forma adecuada el estilo que se va a usar; es decir, si va a ser sin serifa o palo seco y con serifa.

Imagen 6: Partes de la tipografía.



Fuente: (Ungurean, 2019)

Imagen 7: Tipos de Tipografía.



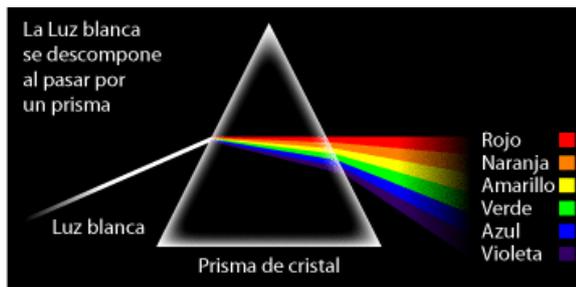
Fuente: (Ungurean, 2019)

### 1.3.6 Color

Teóricamente el color es considerado como una función de la luz, es decir, las ondas de energía pasan por el sol, forman una frecuencia que atraviesa la retina y convierten esta frecuencia en el color que los seres captan. En otras palabras, son la interpretación de nuestro cerebro como resultado de esta acción.

Como bien se sabe ningún ser es igual; por esta razón, si bien los colores son muy parecidos no todos lo captan de misma manera, más bien su cerebro los recepta a través de los ojos en una frecuencia lo más parecida posible. Esto solo variará si el individuo en cuestión tiene alguna anomalía.

Imagen 8: Experimento de la Luz de Newton.



Fuente: (Manzo, Flores, Macias, & Cortez, 2015)

El color es uno de los principales elementos en la composición, la cromática afecta directamente a quien la mira esto se lo puede observar a través de la psicología del color, sus emociones, son alteradas directamente; pero no solo se lo relaciona con el sentir, sino también, con su significado.

Al momento de escoger que tono acompañará una composición que inflencie en el sentir del receptor de dicha composición, en el significado que tiene esta cromática en su entorno, es por este motivo, que es de suma importancia usar colores acordes a la composición, al lugar en el cual va a circular y en especial el mensaje que se desea comunicar.

Ahora bien, en el Diseño el color juega un papel principal, gracias a la cromática esta disciplina logra desarrollarse y comunica en todos los aspectos y medios extendiendo su mensaje de forma clara, rápida y eficaz. Según (Fisher & Zelansky, 1989): “Quienes se interesan por el diseño tratan de determinar el modo en que afecta el color a los factores compositivos, como unidad, énfasis, equilibrio, contraste y conciencia espacial”.

Muchas veces los compradores eligen qué comprar basándose en el color. De hecho, según Color Marketing Group, una firma especializada en el uso de los colores, éstos equivalen a cerca del 85% de la razón por la que una persona elige un producto sobre otro. Además, el color tiene una gran importancia en el branding, un ejemplo de ello es cuando se piensa en: Coca-Cola es rojo, UPS café e IBM azul.

### 1.3.7 Psicología de los colores

#### 1.3.7.1 Primarios

**Amarillo:** Es considerado como un tono alegre y cálido, sin embargo, también propicia el cansancio de la vista y hace llorar a los bebés.

**Rojo:** Atrae rápidamente la atención, evoca emociones fuertes e incrementa el apetito; también se asocia con la pasión, la intensidad y el amor, no obstante, estudios demuestran que el rojo puede afectar tu rendimiento al hacer tareas de concentración como resolver exámenes o tomar decisiones, ya que se asocia con el peligro.

**Azul:** Es el color preferido por los hombres. Propicia la calma, la productividad y la serenidad, por lo que es el más usado en las oficinas. También es sinónimo de confianza y seguridad, por lo que es ideal para aseguradoras, bancos e instituciones financieras.

### 1.3.7.2 Colores secundarios y terciarios

**Verde:** Se asocia a la salud, a la tranquilidad, al dinero y a la naturaleza. Está comprobado que los trabajadores que laboran en un ambiente de este tono tienen menos dolores de estómago, sin embargo, el efecto del verde depende mucho de su tonalidad; los tonos profundos evocan abundancia, mientras que los claros, calman.

**Morado:** Significa lealtad, bienestar, éxito y sabiduría. Ésta es la razón por la que reyes y otros líderes usan atuendos morados.

**Rosa:** Es un color que tranquiliza y evoca al amor. Los tonos oscuros se usan para expresar diversión, emoción, energía y juventud por lo que son perfectos para accesorios de niñas y mujeres; los rosas claros se asocian al romance.

**Blanco:** Se relaciona a la pureza, a la inocencia y al vacío. Es ideal para usar en espacios pequeños ya que da una sensación de amplitud.

**Café:** Este color evoca a la tierra, a la confianza y la practicidad, pero también resulta algo aburrido y puede asociarse con suciedad.

**Naranja:** Este tono es sinónimo de entusiasmo, emoción, calidez y precaución. Por eso es usado para atraer la atención y provocar alegría.

### 1.3.8 Imágenes

Las fotos son lo primero que se ve cuando se llega a una página. Son rápidas, emocionales, instintivas, y provocan la curiosidad. Por eso, predisponen al lector a recibir información. Deben ser usadas deliberadamente, no solo para romper el texto y hacerlo menor aburrido. (White & White, 2021)

Al hablar de imagen hablamos de fotografía, la foto juega un papel importante en la composición esta define el éxito o el fracaso de la misma, no solo se la selecciona por ser estéticamente agradable sino porque tiene algo que decir.

En el diseño gráfico la fotografía es el primer plano de la composición, jerárquicamente está en primer lugar, es lo primero que ve el consumidor; por esto, las imágenes que se van a utilizar deben tener una intención, ser colocadas de manera estratégica como elementos primarios dentro del contexto comunicacional.

Las imágenes son informativas (contienen toda la información que queremos contar y se entienden por sí mismas, sin necesidad de leer el texto que las acompaña), son documentales (cuando certifican y dan constancia de algo, sirven para demostrar que algo es de la manera que se está contando), son ilustrativas y estéticas (ya que su finalidad es ilustrar un reportaje) y de entretenimiento. (García Fernández, 2022)

### **1.3.9 Ilustración**

La ilustración es la forma de representar algo de manera visual, usando como elemento principal al dibujo, la estampa o el grabado; en sus inicios, era usado para crear los primeros carteles de carácter publicitario, mismos que eran elaborados por los artistas de la época. Se podría decir que la ilustración fue la primera fuente de publicidad pública; paralelo a ello, en los monasterios se desarrollaban los famosos libros ilustrados, piezas editoriales desarrolladas por los monjes escribas, quienes creaban todo el documento editorial de forma artesanal.

La ilustración ha dado otro contexto al editorial, gracias esta rama se ha podido dar vida a personajes ficticios o reales, explicar elementos científicos de manera más visual, dando paso a una forma más amigable al momento de realizar un elemento editorial. Gracias a los beneficios de la ilustración y sus diferentes aristas gráficas los medios editoriales han dejado de ser “aburridos” para aquellos lectores principiantes o personas que se cansan fácilmente con la lectura de contenido netamente tipográfico.

Un dibujo no aumenta ni disminuye los méritos literarios de un texto, su función es dialogar; en todo caso el dibujo ha de ser un intermediario entre el lector y el texto, sin tomar partido, aunque ha de ocupar también un sitio de preferencia o cuando menos de paridad con el texto; esta paridad dignifica la parte escrita y reivindica al dibujo de cualquier indeseable servilismo. (Belda Vázquez, 2012)

La ilustración se clasifica en dos grandes grupos:

**Ilustración Conceptual:** Son las representaciones no realistas (metafóricas) de textos, historial que van más hacia la ficción o la imaginación no convencional como por ejemplo la historieta, los dibujos abstractos.

**Ilustración Literal:** Son representaciones que se basan en hechos reales o que se aproximan completamente o lo más exacto a la realidad, un ejemplo claro de esto es el realismo.

Actualmente hay dos formas de ilustrar, ya sea de forma tradicional (dibujo a mano) o de forma digital (usando alguna herramienta tecnológica).

Tabla 3:Tipos de Ilustración.

| Tema                    | Característica   | Imagen   |
|-------------------------|--|--|
| Ilustración Tradicional | Son representaciones que se basan en hechos reales o que se aproximan completamente o lo más exacto a la realidad, un ejemplo claro de esto es el realismo.                                    |   |
| Ilustración Digital     | Son las representaciones no realistas (metafóricas) de textos, historial que van más hacia la ficción o la imaginación no convencional como por ejemplo la historieta, los dibujos abstractos. |  |

Elaborado por: Ana Quintero

Las técnicas que se utilizan para la ilustración tradicional y digital son:

Tabla 4:Técnicas para ilustración.

| Tema   | Imagen  |
|--------|---|
| Dibujo |  |

|                    |   |
|--------------------|---|
| Tinta              |    |
| Rotuladores        |    |
| Lápices de colores |    |
| Pastel             |  |
| Acuarela           |  |

Elaborado por: Ana Quintero

Es importante mencionar los tipos de ilustración existentes ya que como se ha manifestado la ilustración engloba varias aristas siendo usada de la siguiente manera:

**Conceptual:** Está ligada a la imaginación del ilustrador y su propia interpretación sobre el texto.

**Narrativa:** Se basa en el texto que lo acompaña y describe de manera visual lo expresado de manera verbal.

**Decorativa:** Como su nombre lo dice sirve específicamente para embellecer.

**Ilustración para cine:** Este tipo de ilustración permite visualizar las escenas y los espacios a utilizar para la puesta cinematográfica, también soluciona problemas de producción como lo realizado en películas de Star Wars.

**Infantil:** Son ilustraciones en las que se utiliza diferentes técnicas para sumergir a los infantes dentro de una historia creada netamente para ellos.

**Ilustración infográfica:** Es una gráfica con información añadida, aquí se trabaja en el texto que acompaña la imagen de forma más profunda, o la misma gráfica está pensada para acompañar al texto.

### 1.3.10 Infografía

Las infografías son representaciones muy visuales de la información. La finalidad de los datos, información y puntos de vista que se incluyen es proporcionar al lector una visión sencilla de lo que en realidad es una materia muy amplia y compleja. (Edward, 2016)

La infografía ha facilitado la forma en que se explican o se expresan determinados temas; está a permitido volver más dinámica la forma de exponer los contenidos. Gracias a la infografía una biografía por ejemplo puede ser más dinámica y fácil de asimilar ya que contiene la información necesaria y exacta que acompañada de imágenes representativas puede mostrar la vida y obra del personaje en cuestión.

(Steele & Iliinsky, 2011) proponen una diferencia clara entre infografía y visualización de información desde la forma de creación de la imagen, la primera de manual y discreta, solo funcional para un grupo de datos, y la segunda, automatizada y adaptable a cualquier grupo de datos.

Si bien la infografía facilita el entendimiento de diferentes temas a presentar, por sí sola no es un objeto de visibilización, sin embargo, si a esta se la expone en el medio adecuado y con la información exacta puede llegar a diferentes entornos visibilizando así el contenido que en ella se exponga.

Según las necesidades del exponente y el consumidor hay algunos tipos de infografía como son:

**Infografía informativa:** Facilita la asimilación de información compleja, como estadísticas.

**Infografía de producto:** Sirve para describir las cualidades de un producto o servicio, aquí lo principal es la imagen del producto en cuestión con tipografía grande y legible.

**Infografía secuencial:** Sirve cuando se quiere indicar pasos a seguir o funciones de determinado servicio, actividad o producto.

**Infografía científica:** Sirve para facilitar la explicación de determinados temas más complejos con términos poco comunes.

**Infografía biográfica:** Sirve para contar la vida y obra de determinado personaje de una forma más rápida y simple.

**Infografía geográfica:** Facilita la exposición de una zona o zonas geográficas con datos básicos y específicos según el contexto a exponer del lugar.

**Infografía de proceso:** Este tipo de infografía permite entender el paso a paso de un proceso en cuestión, a través de un recorrido bien definido y fácil de asimilar.

**Infografía cronológica:** Esta infografía se la conoce como línea del tiempo, cuenta a través de años o épocas una historia o tema en particular.

**Infografía estadística:** Simplifica la información numérica haciéndola más amigable para su comprensión.

**Infografía comparativa:** Permite ver las diferencias entre elementos para resaltar sus ventajas o desventajas.

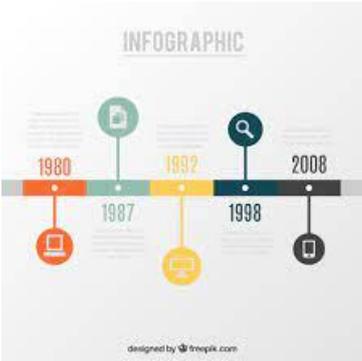
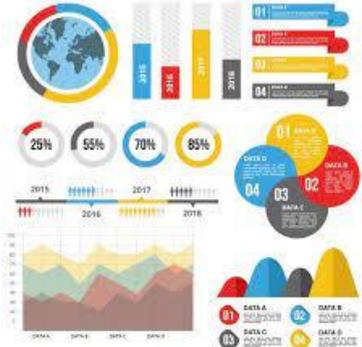
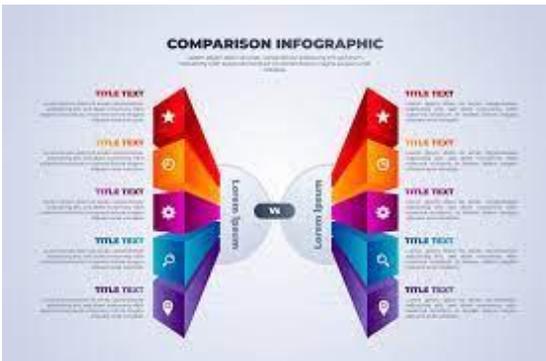
**Infografía periodística o de investigación:** Convierte una noticia y a sus actores en elementos más fáciles de asimilar.

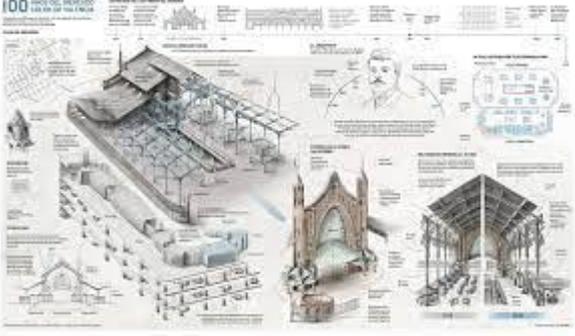
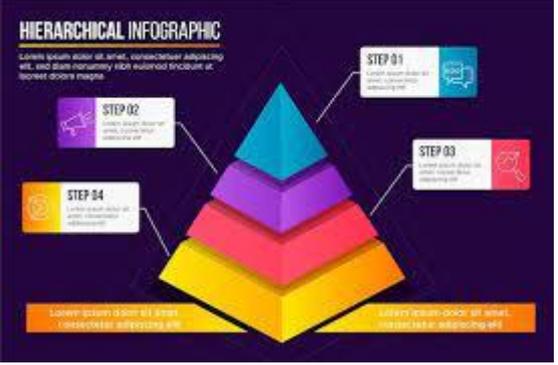
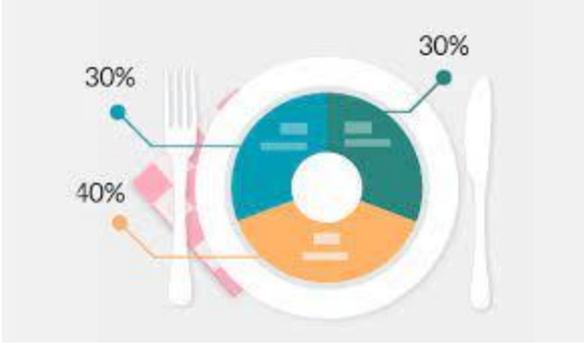
**Infografía jerárquica:** Ordena la información de mayor a menor, de esta manera se genera un mayor impacto.

**Infografía unigráfica:** Es la más sencilla y resalta un aspecto o punto en particular que se desee potenciar.

Tabla 5:Tipos de Infografía.

| Tema        | Característica  | Imagen   |
|-------------|---|--|
| Informativa | Facilita la asimilación de información compleja, como estadísticas.   |    |
| Producto    | Sirve para describir las cualidades de un producto o servicio, aquí lo principal es la imagen del producto en cuestión con tipografía grande y legible. |    |
| Secuencial  | Sirve cuando se quiere indicar pasos a seguir o funciones de determinado servicio, actividad o producto   |   |
| Científica  | Sirve para facilitar la explicación de determinados temas más complejos con términos poco comunes   |  |
| Biográfica  | Sirve para contar la vida y obra de determinado personaje de una forma más rápida y simple  |  |

|                    |  |   |
|--------------------|--|---|
| <p>Geográfica</p>  | <p>Facilita la exposición de una zona o zonas geográficas con datos básicos y específicos según el contexto a exponer del lugar</p>                  |  <p>WORLD INFOGRAPHIC</p> <p>20% 4% 11% 50%</p> <p>2009 2019</p> <p>designed by freepik</p>           |
| <p>Proceso</p>     | <p>Este tipo de infografía permite entender el paso a paso de un proceso en cuestión, a través de un recorrido bien definido y fácil de asimilar</p> |  <p>STEPS IN PRODUCT DESIGN</p>   |
| <p>Cronológica</p> | <p>Esta infografía se la conoce como línea del tiempo, cuenta a través de años o épocas una historia o tema en particular</p>                        |  <p>INFOGRAPHIC</p> <p>1980 1987 1992 1998 2008</p> <p>designed by freepik.com</p>                   |
| <p>Estadística</p> | <p>Simplifica la información numérica haciéndola más amigable para su comprensión</p>  |  <p>25% 55% 70% 85%</p> <p>2015 2016 2017 2018</p> <p>DATA A DATA B DATA C DATA D DATA E DATA F</p> |
| <p>Comparativa</p> | <p>Permite ver las diferencias entre elementos para resaltar sus ventajas o desventajas</p>  |  <p>COMPARISON INFOGRAPHIC</p> <p>VS</p> <p>Left System Right System</p>                            |

|              |   |   |
|--------------|---|---|
| Periodística | Convierte una noticia y a sus actores en elementos más fáciles de asimilar            |   |
| Jerárquica   | Ordena la información de mayor a menor, de esta manera se genera un mayor impacto     |   |
| Unigráfica   | Es la más sencilla y resalta un aspecto o punto en particular que se desee potenciar. |  |

Elaborado por: Ana Quintero

La infografía se enfoca en lograr atrapar al receptor, mediante un recorrido simple, preciso y claro del tema que se expone. Al ser fácil de comprender y asimilar facilita la exposición, debido a que el cerebro humano retiene el 80% de lo que ve es más fácil asimilar este tipo de contenido. El recorrido infográfico va a depender del tipo de contenido, puede ser línea, en zigzag, o de forma jerárquica.

La infografía en el caso de esta investigación se enfocará en un contexto histórico (línea del tiempo) y bibliográfico que permitirá exponer aspectos referentes a la vida, obra y aporte de las mujeres dentro del campo del diseño gráfico en Ecuador.

## 1.4 Interactividad en medios digitales

La tecnología ha facilitado en gran medida la interacción entre los usuarios y los medios digitales, si bien los medios editoriales funcionan de la misma manera en temas de estructura, en la parte digital se producen determinados cambios que los vuelven más atractivos.

El término interactividad ya se usa desde épocas pasadas, se considera que la evolución de los diferentes medios ha permitido una interacción, dando paso a una evolución de los medios tradicionales, si bien no se da una interactividad tecnológica al 100% se puede ver como los medios tradicionales cambiaron sus formas de comunicar a través del uso de llamadas, talk shows, columnas para comentarios del público, etc.

En la actualidad se entiende a la interactividad más como la acción entre un individuo y el medio, el último es normalmente desarrollado con la ayuda de un computador, usando un programa determinado que da una experiencia intuitiva en el uso del producto.

Un medio digital debe ser fácil de usar, legible, contener elementos de fácil comprensión y de ser posible repetir los patrones o desarrollo permitiendo al usuario una navegación fluida a través de dicho producto.

La interactividad nos manifiesta pautas de levedad, visibilidad, multiplicidad, rapidez, exactitud y consistencia, una nueva visión de liviandad, transportable, efímera. Una comunicación multidireccional, fragmentada, hipertextual, en múltiples realidades alternas que se construyen y se entretienen entre sí. El sentido de instantaneidad, reducción y división de tiempo, todo a la vez. (Frisiello, y otros, 2013)

Con lo antes manifestado se puede decir que:

La interactividad es una cualidad intrínseca de los medios digitales que ofrece inéditas y múltiples formas de interrelación social en las que la participación activa de los usuarios es una constante, a través de ella se generan perspectivas y nuevas miradas del conocimiento, de la comunicación, de la tecnología y del arte, que nos llevan a encontrarnos en nuevos modos de convivencia. (Frisiello, y otros, 2013)

Los productos editoriales digitales forman parte de los medios digitales más usados en la actualidad, la incorporación de interactividad hace que el usuario se sienta más identificado, formando parte activa del producto.

### 1.4.1 Elementos interactivos para un medio digital

Los medios digitales cuentan con elementos estándares, mismos que son usados dependiendo de la necesidad:

- **Botones:** Facilitan la navegación en el medio digital, son fáciles de identificar y muestran la continuación en el recorrido, los diferentes accesos o elementos a visualizar.
- **Menú:** Muestra una lista opciones a las cuales el usuario puede acceder.
- **Mensajes:** Según la necesidad se puede usar mensajes estáticos o mensajes en respuesta a las acciones generadas por el usuario.
- **Íconos:** La iconografía es importante en un medio digital ya que en estos los mensajes deben ser breves y de fácil comprensión.
- **Efectos:** Son elementos que permiten incorporar movimiento, generan sensaciones y emociones para el usuario, entre algunos de los efectos que se usan tenemos: roll over, zoom, fly, move, spring, rotate, appear, fade.

### 1.4.2 Elementos multimedia para un medio digital

Para que un medio digital se más atractivo y permita desarrollara de mejor manera la información es importante el uso de elementos multimedia como:

- **Gráficos:** Son representaciones visuales que permiten mostrar la información de forma más dinámica.
- **Imágenes:** Son representaciones visuales estáticas que cuentan una historia o dan una información en particular.
- **Animaciones:** Son elementos en movimiento que muestran la información de forma más rápida.
- **Videos:** Son medios visuales comúnmente usados para informar a través de imágenes en movimiento, que manejan recorrido y dan énfasis a lo más relevante.
- **Audio:** Es un medio que da sonoridad al medio volviéndolo más interesante y atractivo para el usuario.

En los últimos años se ha popularizado el uso de la interactividad en los medio editoriales digitales, esto ha dado mayor facilidad al usuario para leer sus obras preferidas, a la vez que interactúa con el libro o medio de su elección.

Cabe destacar que al ser más fácil de crear, genera más publicaciones en el menor tiempo posible y llega a un gran número de usuarios que solo necesitan tener acceso a internet, además, es más atractivo para las nuevas generaciones que constantemente están buscando experiencias diferentes.

## CAPITULO II

## 2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Tabla 6: Constructo.

| Objetivos específicos   | Necesidades de Información                               | Variables (medición) | Preguntas  |
|---|--|----------------------|--|
| <p>Recopilar información del aporte de las mujeres dentro del campo del diseño, con el uso de una metodología histórico-lógica y además todos aquellos elementos de carácter gráfico y comunicacional que sirvan de conceptualización para una estrategia gráfica amparada en la ilustración editorial.</p> | <p>Aporte de las mujeres dentro del campo del diseño</p> | <p>Clasificación</p> | <p>¿En qué áreas del diseño crees que las mujeres han aportado en el Ecuador?</p> <p>a) Gráfico<br/>b) Industrial<br/>c) Textil<br/>d) Ilustración<br/>e) Fotografía</p> |
|   |  |                      | <p>¿Has escuchado sobre el aporte de las mujeres en el Diseño Gráfico en Ecuador?</p>  |
|   |  |                      | <p>¿Conoces los trabajos generados por las diseñadoras ecuatorianas?</p>   |
|   |  |                      | <p>¿Considera que el aporte de la mujer dentro del diseño gráfico es</p>   |

|  |   |                    |   |
|--|---|--------------------|---|
|  |   |                    | importante?   |
|  | Historia del diseño y el aporte de la mujer dentro de esta disciplina | Evolución          | ¿Consideras que la mujer ha cambiado la historia del diseño gráfico en Ecuador?   |
|  |   |                    | ¿Cree que las diseñadoras gráficas han dejado su legado en el Ecuador?  |
|  |   |                    | <p>Selecciona a las diseñadoras que conoces:</p> <p><b>a)</b> María Luz Calisto<br/> <b>b)</b> Gisela Calderón<br/> <b>c)</b> Paula Barragán<br/> <b>d)</b> Pilar Bustos<br/> <b>e)</b> María José Salgado<br/> <b>f)</b> Belén Mena<br/> <b>g)</b> Otras</p> |
|  |   |                    | ¿Considera que en un inicio el diseño generado por mujeres, fue importante para la evolución de la disciplina?  |
|  | Evidencias gráficas del aporte de la mujer dentro del diseño          | Cantidad por autor | ¿Seleccione los aportes gráficos que conozca generados por diseñadoras ecuatorianas?  |

|  |  |                          |  |
|--|--|--------------------------|--|
|  |  |                          | ¿Conoces sobre los aportes gráfico producidos por mujeres en el diseño gráfico ecuatoriano?  |
|  | Evidencias comunicacionales del aporte de la mujer dentro del diseño     | Cantidad por autor       | ¿Seleccione los aportes publicitarios que conozca generados por diseñadoras ecuatorianas?  |
|  | Recopilación de textos que contengan ilustración y gráfica ya publicados | Cantidad por publicación | ¿Sabe usted quién escribió el Libro 35 años de Diseño Gráfico en Ecuador?<br>¿Seleccione el tipo de premio que ganó el Libro de la Polilla?<br>Grammy<br>Mejor libro de Naturaleza de National Geographic<br>Gold Award en el IF |
|  |  |                          | ¿Conoce sobre la ilustración para niños? Mencione a una diseñadora ecuatoriana que se dedique a ello   |

|   |  |                      |   |
|---|--|----------------------|---|
| <p>Investigar mediante el empleo de métodos empíricos, la problemática de la mujer en el ámbito del Diseño Gráfico, las necesidades de información, conocimientos, estudios y delinear una posible propuesta canalizada hacia dicha visibilización.</p> | <p>La visibilización del aporte de la mujer en el diseño gráfico</p> | <p>Trascendencia</p> | <p>¿Ha tenido conocimiento de algún espacio que hable sobre la mujer dentro del diseño gráfico?</p>   |
|   |  |                      | <p>¿Consideras que sería importante hacer visible el trabajo de la mujer en el Diseño gráfico?</p>  |
|   | <p>La elitización del diseño gráfico</p>                             | <p>Divisiones</p>    | <p>¿Cree usted que la mujer tiene menos oportunidades en Ecuador por su género?</p>   |
|   |  |                      | <p>¿Considera que la posición económica permitió el acceso de determinadas mujeres a un estudio internacional de Diseño Gráfico en sus inicios como disciplina?</p> |
|   |  |                      | <p>¿Crees que el machismo tenga que ver con la poca visibilización del aporte de la mujer en</p>  |

|   |   |                            |  |
|---|---|----------------------------|--|
|   |   |                            | el diseño gráfico?   |
|   | Problemas de la visibilización del aporte la mujer en el diseño gráfico | Espacios de visibilización | ¿Consideras que el trabajo de la mujer dentro del diseño gráfico no es expuesto como se debería?   |
|   | Problemas entre la industria gráfica y las mujeres                      | Preferencias               | ¿Crees que se ha delimitado los campos de desarrollo del diseño gráfico, dejando así de lado a la mujer en determinadas áreas como la imprenta?              |
| Proponer una estrategia gráfica de visibilización, mediante el uso de la ilustración informativa como herramienta de Diseño, a fin de exponer el aporte de la mujer en el Diseño Gráfico contemporáneo de la ciudad de Quito. | Conocer los medios de difusión a utilizar                               | Alternativas               | ¿Qué medio considera es más efectivo para visibilizar el aporte de la mujer en el diseño gráfico?  |
|   |   |                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Libro (impreso u Online)</li> <li>b) Folleto</li> <li>c) Exposición pública (museo)</li> <li>d) Otro...</li> </ul> |
|   |   |                            | ¿Considera usted que presentar las piezas gráficas, comunicacionales y   |

|  |                               |            |   |
|--|-------------------------------|------------|---|
|  |                               |            | editoriales creadas por mujer en el diseño ayude a visibilizar este aporte?                             |
|  | Validar la estrategia gráfica | Aceptación | Si te entregan un libro que hable sobre el aporte de las mujeres dentro del diseño gráfico ¿lo leerías? |

Elaborado por: Ana Quintero

## 2.1 Entrevista

Se entrevistó a 9 diseñadores entre el género femenino y masculino que son docentes de Universidad Pontificia Católica PUCE, Universidad Técnica del Norte, Instituto Cordillera y a las diseñadoras que son parte de este estudio, obteniendo la siguiente información:

### 1 ¿Qué piensa sobre una investigación que hable sobre el aporte de las mujeres dentro del diseño gráfico?

Según la relevancia o importancia de una investigación de este tipo tanto los profesionales docentes como las diseñadoras consideran que es de suma importancia visibilizar el aporte de la mujer ya que en esta disciplina se ha dejado su trabajo un tanto relegado a pesar de haber hecho grandes cosas, otros opinan que más que a las mujeres es importante exponer el trabajo gráfico ecuatoriano ya que no se le da mucha importancia.

En cuanto a las diseñadoras ellas consideran que su trabajo no ha sido visibilizado, creen que a pesar del gran aporte que han dejado en el diseño ecuatoriano no se le ha dado la relevancia adecuada, también consideran que en algunos de los casos la tecnología las ha ganado y han dejado de ser visibles en los medios tecnológicos.

## **2 Como profesional ¿Cree que hay diseñadoras que con su legado han logrado influenciar en su vida profesional?**

Como profesionales docentes y sus influencias profesionales los entrevistados manifiestan en su mayoría que efectivamente el aporte de diseñadoras ecuatorianas han sido de relevancia para su crecimiento y formación profesional, además algunos exponen que aún se siguen alimentando de estos aportes por nuevas diseñadoras que van haciendo trabajos de importancia, sin embargo, aún son de mayor peso las influencias extranjeras.

En relación a las diseñadoras consideran que efectivamente han tenido influencias de otras mujeres, en su caso más de extranjeras ya que ellas son las pioneras en relación al diseño ecuatoriano, mas, su influencia para la gráfica que han realizado también tiene tintes ecuatorianos pero de la mano de artistas femeninas pictóricas que en sus inicios hacían gráfica para la publicidad.

## **3 Le voy a mencionar temas a continuación, cuénteme cuáles le parecen relevantes sobre la visibilización del aporte de la mujer en el diseño gráfico**

- Retrospectiva de la Mujer en el contexto del Diseño Gráfico Internacional
- Las diseñadoras en el mundo un contexto de expansión
- Retrospectiva de la Mujer en el contexto del Diseño Gráfico Ecuatoriano
- El aporte gráfico de la mujer en el contexto: investigativo, laboral, educativo y no formal en Quito

Los profesionales docentes entrevistados tanto hombres como mujeres manifiestan que todos los temas son relevantes, ya que es importante poner en contexto la evolución de la mujer y su historia en el diseño gráfico. Manifiestan que es importantísimo dar a conocer que ha pasado en el Ecuador en relación a la mujer y el diseño gráfico, además del entorno en el que le toco desarrollar su profesión.

En cuanto a las diseñadoras creen que estos temas son importantes ya que las mujeres han tenido una historia difícil a lo largo de su camino como profesionales en el diseño, y es importante devolverles en muchas de las ocasiones sus trabajos que han sido mal asignados a hombres que las acompañaban o eran sus colegas en el momento. Además consideran que las nuevas generaciones

deben conocer sobre que pasó en los inicios del diseño para empoderarse en esta disciplina.

#### **4 ¿Qué medio considera es el adecuado para visibilizar el aporte de la mujer dentro del diseño gráfico?**

Según los profesionales docentes entrevistados son muchos los medios que se pueden usar, pero, consideran que sea cual sea la forma se debe tomar como principal herramienta al internet ya que es un recurso indispensable en la actualidad; consideran que se debe usar el transmedia una función de varios medios para poder visibilizar este aporte.

Según las diseñadoras consideran que es importante visibilizar el aporte de la mujer en esta disciplina mediante el uso de las nuevas tecnologías tomando en cuenta al editorial como medio de exposición de su obra.

#### **5 ¿Cree usted que hay una elitización dentro del diseño gráfico en relación a la mujer?**

En relación a la elitización hay muchas opiniones, los profesionales docentes consideran en su mayoría que efectivamente existen preferencias según el género, otros toman a la elitización como algo en relación a lo explicado según las posibilidades económicas y los conocidos de poder que se tengan, la gran mayoría coincide en que a pesar de que la sociedad ha evolucionado aún se manejan estas predilecciones por eso desde las aulas dan el mismo valor tanto a hombres como mujeres y los ponen en equidad de condiciones.

Las diseñadoras consideran que si efectivamente hay elitización de hecho ellas mismo han tenido que abrirse camino para darse a conocer y entrar en ese medio de los privilegiados, también consideran que por su género ha sido más difícil hacerse de un lugar en esta disciplina.

#### **6 Considera que es un problema la difusión al momento de visibilizar los aportes de la mujer dentro del diseño gráfico**

En cuanto a la difusión para visibilizar los aportes de la mujer los profesionales docentes consideran que si hay un problema de difusión pero no solo en relación al aporte de la mujer sino más bien en relación al diseño en Ecuador, ya que como profesión aún no es bien recibida, a esto se le debe sumar lo efímero del

diseño, ya que se hace una presentación o se lo expone en su momento es de interés pero pasa el tiempo y se lo olvida. Algunos consideran además que al momento de difundir en trabajo gráfico aún se da prioridad al género masculino.

En cuanto a las diseñadoras consideran que si es un problema la difusión de su trabajo ya que es muy poco lo que se dice o a veces no se dice nada a pesar de ser trabajos relevantes; piensan que lo poco o nada que se habla de ellas está en muchos de los casos no es la información adecuada en relación a lo que han hecho.

## **7 Le voy a mencionar algunas diseñadoras, ¿Quiénes cree que son las mejores representantes de la disciplina?**

- María Luz Calisto
- Gisela Calderón
- Paula Barragán
- Pilar Bustos
- María Mercedes Salgado
- Belén Mena
- Otras ...

Según las representantes de la disciplina los profesionales docentes consideran que las diseñadoras expuestas son grandes referentes dentro del diseño gráfico ecuatoriano, a pesar de no saber mucho sobre ellas algunos si conocen a la gran mayoría o su trabajo. También exponen que es importante empezar a incorporar a esta lista a las nuevas generaciones que están haciendo nuevos aportes en el diseño. Algunos consideran a Sozapato, Mónica Acosta, Cuca como diseñadoras que deben estar dentro de esta lista.

Las diseñadoras consideran que, si son exponentes en el diseño ecuatoriano ya que han abierto el camino para las nuevas generaciones, además en su momento ellas pudieron generar gráficas completamente nuevas, experimentar con sus conocimientos traídos del extranjero y fusionarlos con la cultura ecuatoriana; además han podido unir el arte con el diseño generando así una nueva forma de diseñar y usar el color.

## **8 Está de acuerdo con que el trabajo de las mujeres ha permitido una evolución del diseño a lo largo de su historia en Ecuador**

En relación a la evolución del diseño con los aportes femeninos en Ecuador, los profesionales docentes exponen que es innegable el aporte y la evolución del diseño ecuatoriano gracias a la mujer, coinciden en que la percepción femenina y sus detalles son los que hacen del diseño ecuatoriano una gráfica de excelencia; consideran, además, que si no fuera por las mujeres lo que conocemos hoy como diseño en Ecuador no tendría la misma calidez y sensibilidad que tiene.

En cuanto a las diseñadoras coinciden con los profesionales docentes en que la mujer siempre ha tenido el detalle en todo lo que hacen, más aún en el diseño, por este motivo consideran que la mujer es una pieza fundamental en la disciplina.

**9 Como profesional docente ¿Considera que exponer el trabajo de las diseñadoras dentro del diseño gráfico es importante para la formación académica?**

Como profesionales docentes manifiestan que se esfuerzan constantemente porque los estudiantes conozcan todos los aportes ecuatorianos en relación al diseño, y más aún el de las mujeres para empoderar a las mismas estudiantes que van por el mismo camino, consideran además que analizar las piezas gráficas realizadas por el género femenino son enriquecedoras gracias a la sensibilidad que ofrecen las mismas, y no solo eso, sino la estructura y detalle que muestran.

Las diseñadoras como tal manifiestan que ellas en su momento fueron docentes y les parece indispensable enseñar el aporte ecuatoriano en las aulas y darle el valor que se merece.

**10 Seleccione los aspectos en los cuales considera la mujer ha hecho aportes relevantes en el diseño gráfico**

- Editorial
- Fotografía
- Identidad Corporativa
- Ilustración
- Otro...

Según los profesionales docentes la mujer ha aportado en todas la áreas, sin embargo, aún consideran que medios como la identidad corporativa, fotografía aún son aspectos dominados en su mayoría por el género masculino, sin embargo,

dicen, que la mujer está empezando a ganar terreno pero consideran que aún muestran miedos impulsados por comentarios sociales. Creen que en la ilustración y el editorial son las mejores exponentes; además, consideran que están abriendo terreno en el área multimedia de manera extraordinaria.

En cuanto a las diseñadoras coinciden con los profesionales docentes en que las mujeres han sido relevantes tanto en el editorial como en la ilustración y consideran que en la actualidad la parte digital en el diseño se está volviendo un fuerte para el género femenino.

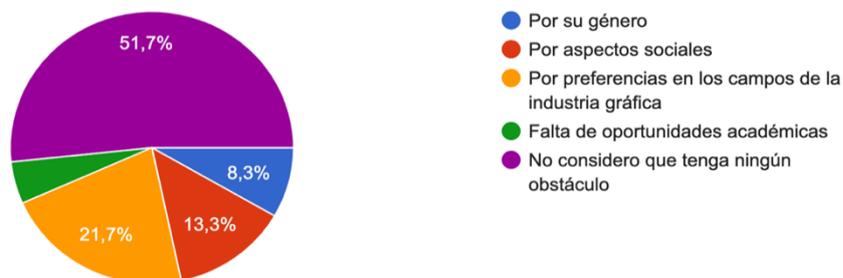
## 2.2 Encuestas

Según la encuesta realizada a 60 estudiantes de la Universidad Pontificia Católica PUCE, Universidad Metropolitana UMET, Universidad Técnica del Norte, en proceso académico en la disciplina de Diseño Gráfico, se ha obtenido la siguiente información:

Gráfico 1: Obstáculo en el desarrollo de la mujer

1. ¿Cuál de los siguientes aspectos cree usted que se podría considerar como obstáculo en el desarrollo de la mujer dentro del diseño gráfico?

60 respuestas

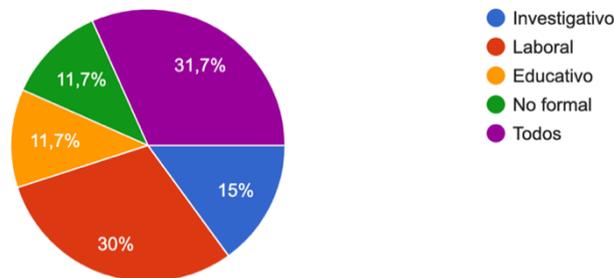


Según los resultados expuestos se puede identificar que aún se considera hay obstáculos para el desarrollo de la mujer en el diseño gráfico, debido a que, la diferencia de quienes no lo consideran es mínima; esto expone la importancia de mostrar el aporte de las diseñadoras en la gráfica para que se pueda ver su relevancia dentro de esta disciplina.

## Gráfico 2: Legado de las mujeres en Diseño Gráfico

2. Seleccione en que contexto considera que las mujeres han dejado su legado en el Diseño Gráfico

60 respuestas

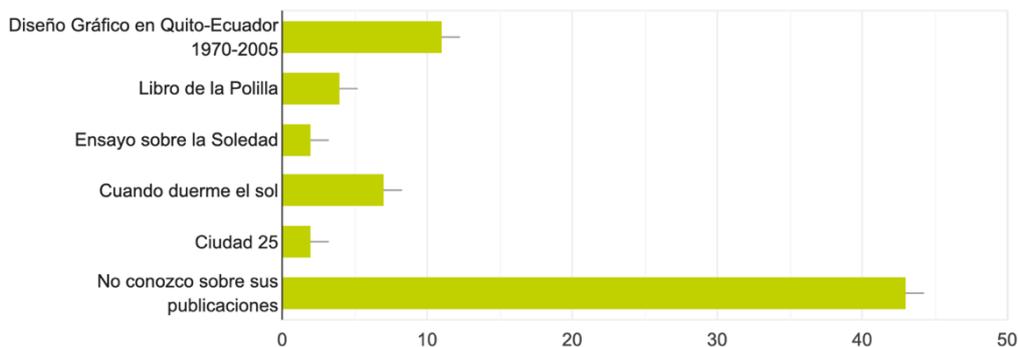


En relación al legado que han dejado las mujeres en el Diseño Gráfica se puede observar que si bien hay un aporte en todos los ámbitos, es importante dar relevancia al trabajo que se ha realizado para que se conozca con exactitud el legado de las diseñadoras.

## Gráfico 3: Selección de libros escritos por diseñadoras

3. De los siguientes libros seleccione los que fueron publicados por diseñadoras ecuatorianas

60 respuestas

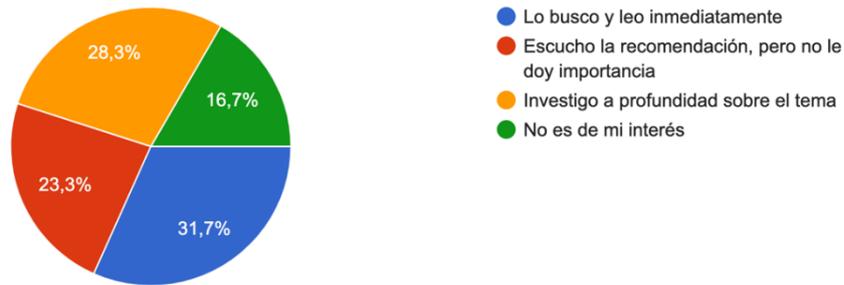


En relación a las publicaciones editoriales se puede observar una confusión y un conocimiento en las minorías sobre las obras editoriales de las diseñadoras, esto demuestra la importancia de visibilizar el aporte que la mujer ha hecho dentro del Editorial.

Gráfico 4: Recomendación de medio editorial

4. Si le recomiendan un medio editorial que visibilice el trabajo de la mujer dentro del diseño gráfico ¿Qué hace?

60 respuestas

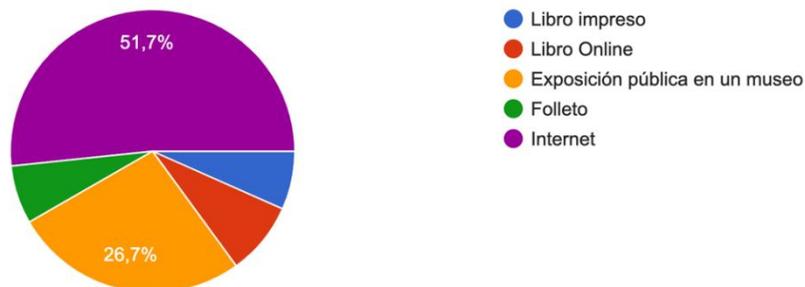


En relación a las recomendaciones de medios editoriales que visibilicen, se expone una falta de interés por la investigación, de aquí, la importancia de un medio que sea atractivo visualmente e interactivo.

Gráfico 5: Medio efectivo para visibilización

5. ¿Qué medio considera es más efectivo para visibilizar el aporte de la mujer en el diseño gráfico?

60 respuestas

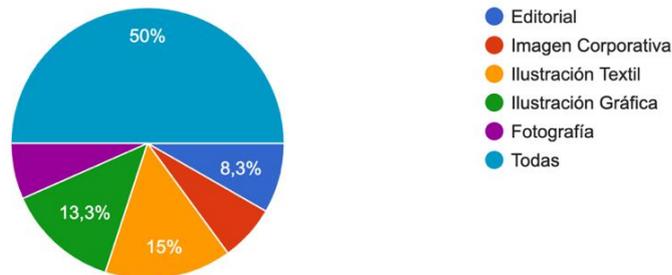


Tomando en cuenta un medio de visibilización, se puede observar que las preferencias son amplias, sin embargo, predomina la importancia de un producto digital fácil de acceder a través de internet.

Gráfico 6: Áreas de aporte de la mujer en el diseño

6. ¿En qué área del diseño gráfico cree que las mujeres han aportado en el Ecuador?

60 respuestas



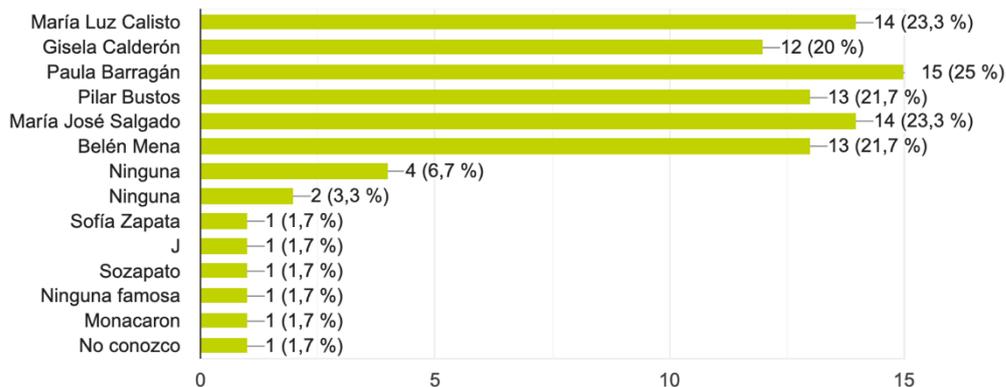
Al haber un predominio que manifiesta que las mujeres han aportado en todas las áreas, da a entender que los aportes no son conocidos con exactitud, demostrando así la importancia de visibilizar estos trabajos junto a su respectiva área y diseñadora.

Gráfico 7: Diseñadoras conocidas

7. Seleccione a las diseñadoras que conoce o sobre las que ha escuchado hablar:



60 respuestas



Si bien se observa un conocimiento de las diseñadoras, no se ve un conocimiento extenso sobre las diseñadoras relevantes dentro del diseño gráfico, esto muestra que es importante exponerlas ante el ojo público para de este modo visibilizarlas y a su trabajo.

Gráfico 8: Medio por el que se conoce el aporte de las diseñadoras

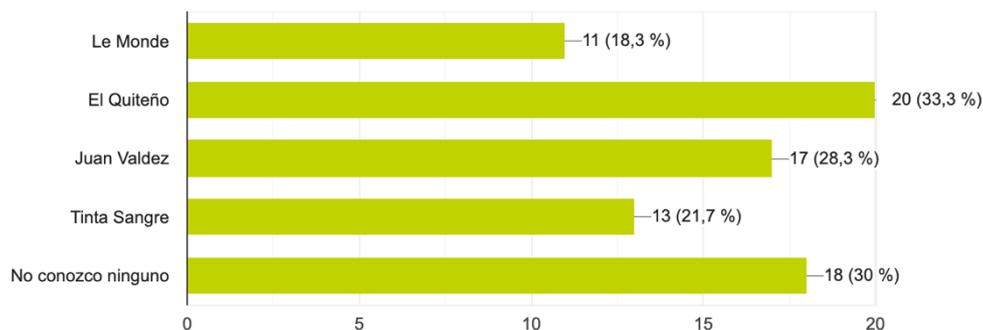
8. Seleccione el medio por el que conoce el aporte de la mujer en el diseño gráfico ecuatoriano  
60 respuestas



En relación al medio por el que los encuestados han conocido sobre el aporte de la mujer en el diseño gráfico, se puede palpar la necesidad de un medio digital, debido a que el internet es una de las herramientas más usadas en la actualidad como se manifiesta en esta encuesta.

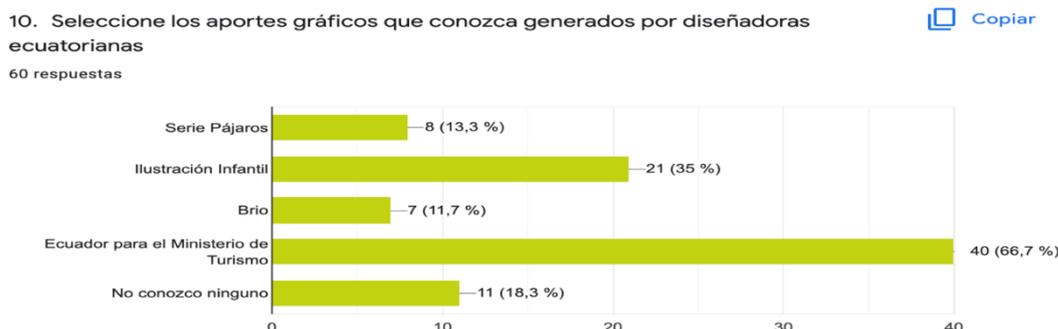
Gráfico 9: Artes publicitarios generados por diseñadoras

9. Seleccione los aportes publicitarios que conozca generados por diseñadoras ecuatorianas  
60 respuestas



Los encuestados demuestran una falta de conocimiento en relación al diseño ecuatoriano en sí, demuestran una confusión entre la publicidad generada por diseñadoras y diseñadores. Esto deja ver la importancia de visibilizar de manera correcta el aporte de las diseñadoras resaltando sus trabajos.

Gráfico 10: Aportes gráficos de las diseñadoras



Esta gráfica demuestra la falta de conocimiento total en relación al diseño gráfico ecuatoriano y sus exponentes ya sean masculinos o femeninos; de aquí la importancia de visibilizar los aportes de las diseñadoras para resaltar sus trabajos de manera adecuada.

### 2.3 Resumen Ejecutivo

En resumen según las encuestas realizadas a 60 estudiantes de la Universidad Pontificia Católica PUCE, Universidad Metropolitana UMET, Universidad Técnica del Norte, en proceso académico en la disciplina de Diseño Gráfico, los estudiantes tanto hombres como mujeres manifiestan en su mayoría siendo este un 51,7% que la mujer no tiene ningún obstáculo, sin embargo, un 30% considera que por su género hay una preferencia en los diferentes campos de la industria gráfica; el 31,7% considera que la mujer ha dejado un legado en todas las áreas; mas, el 30% considera que lo ha hecho en mayor proporción en el área laboral, un 15% en la investigación.

Los estudiantes demuestran una confusión entre libros ya que son de autores masculinos o solo la portada fue ilustrada por una mujer; no hay interés por lo que están produciendo las mujeres; tomando en cuenta que el internet es un medio masivo de exposición pública se muestra que sin importar el recurso a usar este debe ser expuesto mediante internet. Se evidencia que tan solo la mitad del público encuestado considera que todas las mujeres han aportado en varias áreas gráficas; dicen conocer a todas las diseñadoras relevantes, sin embargo, un 15,1% dice no conocer a ninguna diseñadora relevante. A pesar de la facilidad del internet, son pocos los que investigan o ven sobre los aportes femeninos, además, solo un tanto

por ciento mínimo de los centros de estudios le dan importancia a este trabajo; no tienen conocimiento claro de la gráfica ecuatoriana y sus exponentes.

Se entrevistó a 9 diseñadores entre el género femenino y masculino que son docentes de Universidad Pontificia Católica PUCE, Universidad Técnica del Norte, Instituto Cordillera y a 3 de las diseñadoras que son parte de este estudio; tanto los profesionales docentes como las diseñadoras consideran que es de suma importancia visibilizar el aporte de la mujer ya que en esta disciplina se ha dejado su trabajo un tanto relegado a pesar de haber hecho grandes cosas, el aporte de diseñadoras ecuatorianas han sido de relevancia para su crecimiento y formación profesional; exponen que los temas relacionados a la mujer en la presente investigación son importantes para la misma; consideran que se debe usar el transmedia una fusión de varios medios para poder visibilizar este aporte; la gran mayoría coincide en que a pesar de que la sociedad ha evolucionado aún se manejan predilecciones; consideran que si hay un problema de difusión pero no solo en relación al aporte de la mujer sino más bien en relación al diseño en Ecuador, algunos creen además que, al momento de difundir el trabajo gráfico aún se da prioridad al género masculino. Si no fuera por las mujeres lo que conocemos hoy como diseño en Ecuador no tendría la misma calidez y sensibilidad que tiene; les parece indispensable enseñar el aporte ecuatoriano en las aulas y darle el valor que se merece; en la ilustración y el editorial las mujeres son las mejores exponentes; además, se están abriendo terreno en el área multimedia de manera extraordinaria.

## CAPITULO III

### 3. PROPUESTA

El ser humano es un individuo con comprensión visual, por eso al momento de observar retiene más información; de esto podemos destacar que el 70% de la comunicación visual receptada por una persona es visual. Estos estímulos definirán las creencias del entorno; su importancia ante una comunicación visual eficiente, clara y verás; permitiendo así una huella comunicacional perenne en el individuo.

Palo Alto define a la comunicación como una forma de entender a una sociedad a través de su forma de comunicarse, teniendo claro que cada individuo es un mundo con diferentes modos de comportamiento. Los axiomas de la Escuela de Palo Alto definen tres puntos fundamentales para la comunicación:

- Relación e Interacción
- Todo comportamiento humano tiene valor comunicativo
- Los trastornos psíquicos reflejan perturbaciones en la comunicación (entre portadores y allegados)

Es en base a esta premisa se propone un elemento gráfico editorial para comunicar la historia y el aporte de cada una de las diseñadoras ecuatorianas investigadas dentro de este texto; este es el vínculo perfecto entre lo visual y el paso del tiempo, permite plasmar la información no solo textual, convirtiéndose en la herramienta perfecta para llegar a los individuos, haciendo uso de la fácil comprensión que el ser humano tiene por lo visual.

Es importante mencionar que en la actualidad no solo se usan los elementos editoriales de forma física, razón por la cual se propone una publicación a través de un medio digital; si bien, el ámbito generacional de los individuos es diverso, es innegable el hecho de que la era tecnológica llego para imponerse día a día, siendo su principal aliado el internet, medio por el cual las sociedades en la actualidad realizan la mayor parte de actividades, y donde también, leen o se informan de los diferentes elementos editoriales. Por este motivo el presente producto será un libro de visibilización editorial digital interactivo (e-book).

Como el presente proyecto está basado en una investigación histórica-lógica y a su vez es una investigación dedicada a las diseñadoras ecuatorianas, es importante recalcar que en su contenido habrá un breve recorrido de diseñadoras a nivel mundial. Los elementos visuales a ser usados en la presente obra editorial serán elementos básicos del diseño la línea, el círculo, el cuadrado, el rectángulo, el triángulo, la proporción aurea. Para el desarrollo de esta propuesta, se seguirán las siguientes fases:

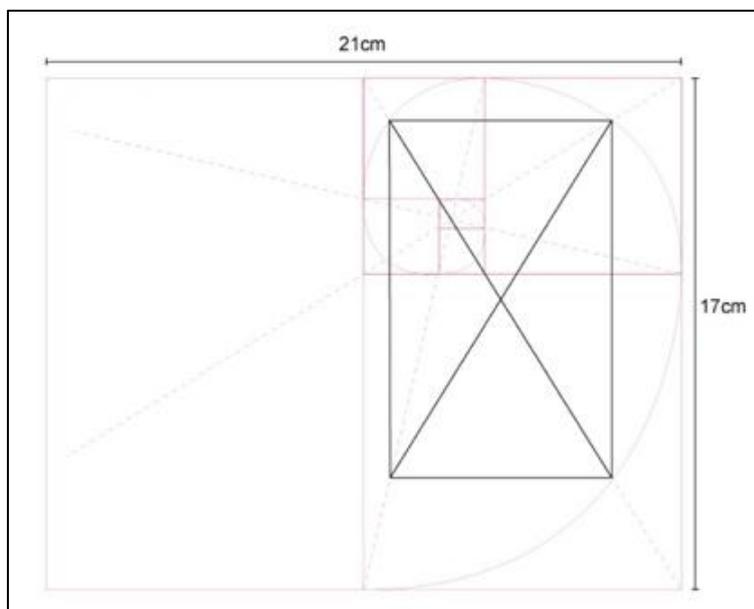
El presente producto es un libro digital (e-book), de ½ de carta (17cm x 21cm) en posición horizontal, contiene varias biografías, razón por la cual está dividido en secciones mismas que muestran la vida y obra de cada diseñadora. Para iniciar se realiza un Editorial Layout, a través del desarrollo de un machote o plantilla, para ver la distribución de los diferentes elementos, número de páginas, texto.

### 3.1 Plantilla

#### 3.1.1 Diagramación (retícula)

Se utiliza una diagramación jerárquica, las composiciones internas están basadas en la proporción aurea.

Imagen 9:Diagramación proporción Aurea.

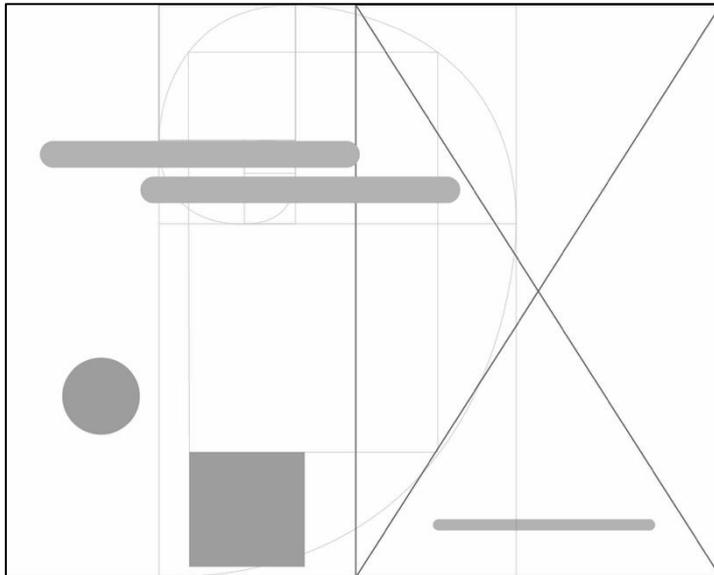


Elaborado por: Ana Quintero

### 3.1.2 Diagramación de Portada

Para la portada se utiliza la proporción aurea como base de la diagramación, dentro de esta se distribuyen imágenes y los elementos básicos a usarse.

Imagen 10:Diagramación de Portada.

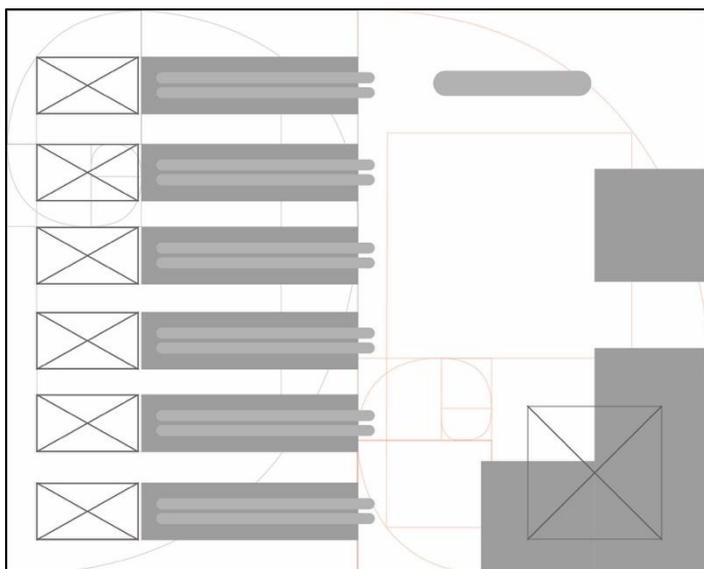


Elaborado por:Ana Quintero

### 3.1.3 Diagramación de Menú

Como base de la estructura se usa la proporción aurea, se distribuye los espacios para botones interactivos y se coloca los elementos a ser usados.

Imagen 11:Diagramación de Menú.

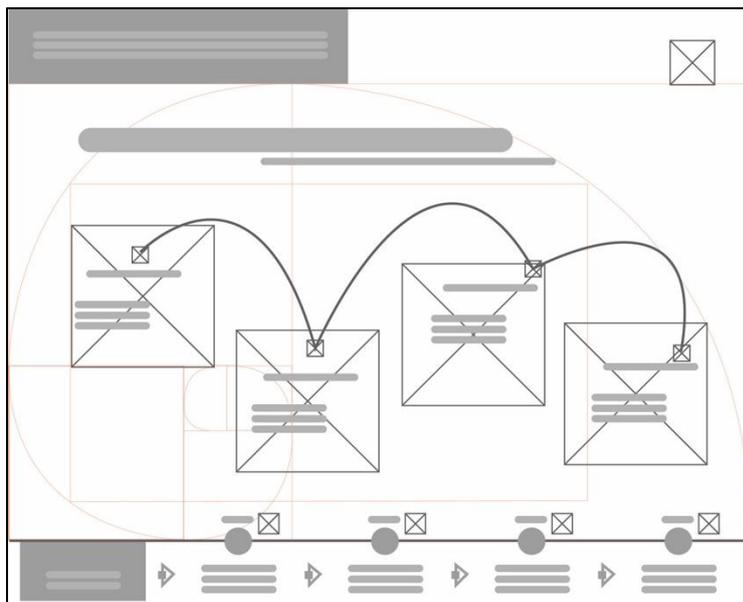


Elaborado por: Ana Quintero

### 3.1.4 Diagramación de Infografías

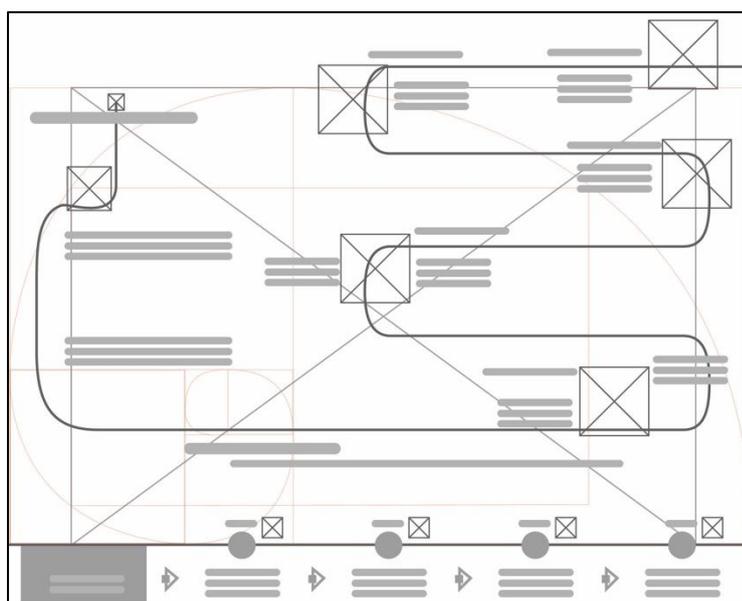
Para la diagramación de las infografías se usa como base la proporción aurea, se da una distribución en zigzag con un recorrido visual que las conecta entre sí de inicio a fin, cuentan con una línea del tiempo en la parte inferior. La infografía principal tiene un recorrido lineal que permite una introducción a las demás infografías.

Imagen 12: Diagramación de Infografía General.



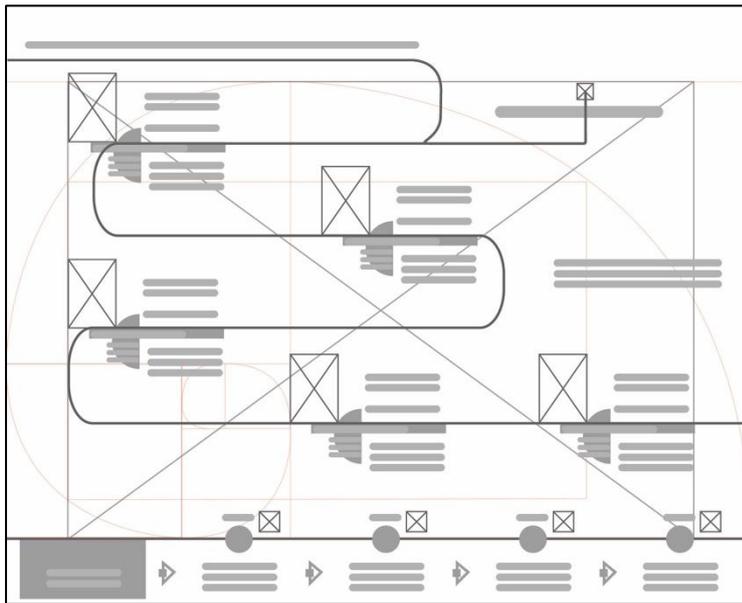
Elaborado por: Ana Quintero

Imagen 13: Diagramación de Infografía Europa.



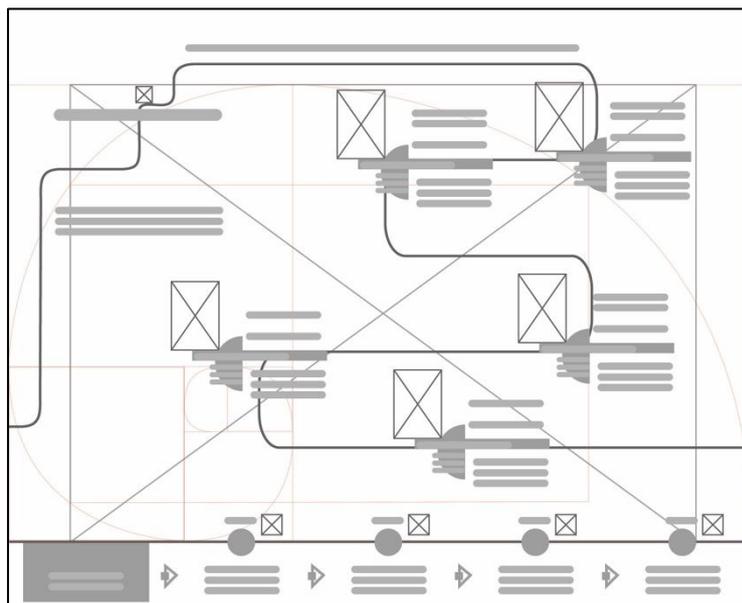
Elaborado por: Ana Quintero

Imagen 14:Diagramación de Infografía Estados Unidos.



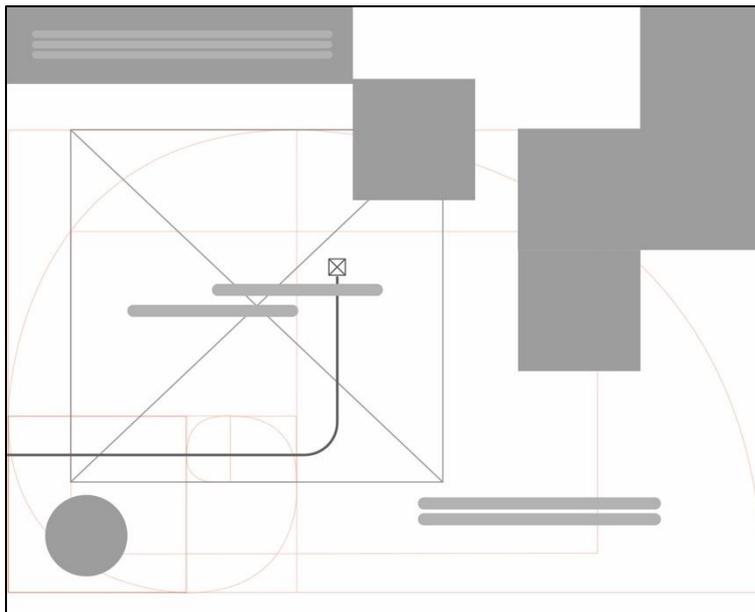
Elaborado por:Ana Quintero

Imagen 15:Diagramación de Infografía América Latina.



Elaborado por:Ana Quintero

Imagen 16:Diagramación de Infografía Ecuador.



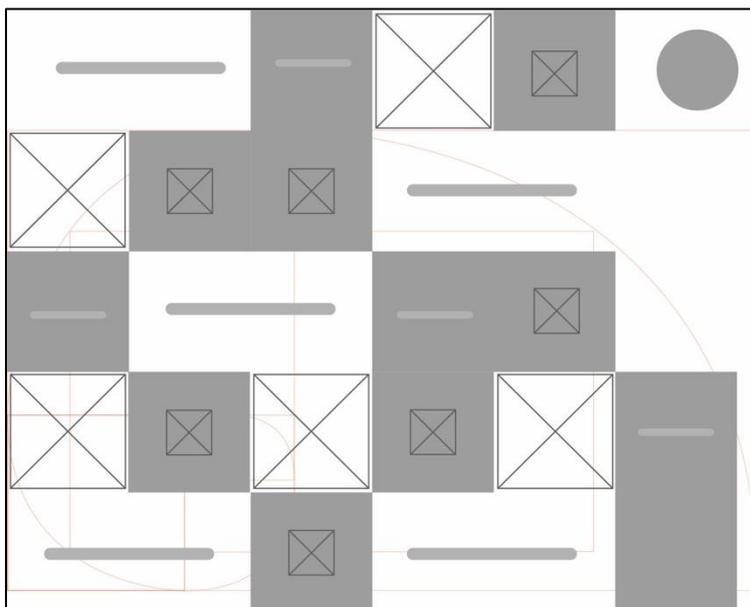
Elaborado por: Ana Quintero

### 3.1.5 Diagramación Interior

#### 3.1.5.1 Página de Inicio para Secciones

Para iniciar las secciones se incorpora una página misma que tiene como base la proporción aurea y sobre ella se han distribuido los diferentes elementos, llenando por completo el espacio.

Imagen 17:Diagramación Inicio de Secciones.

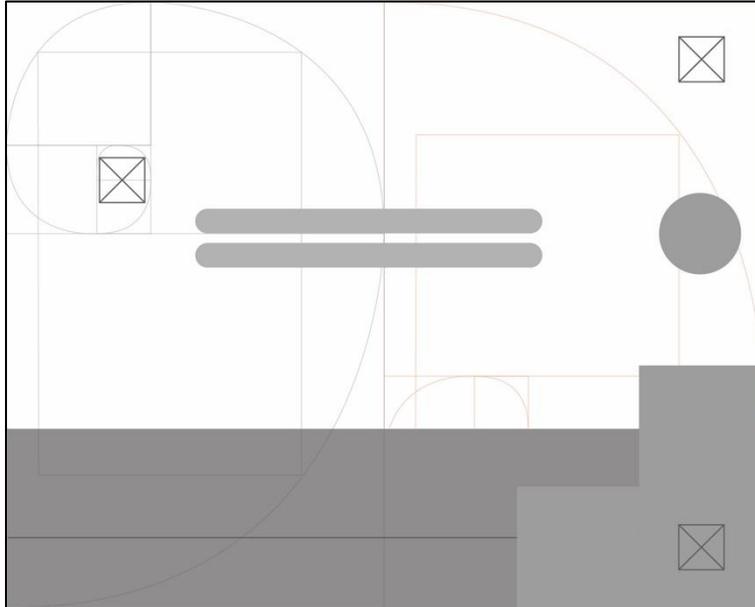


Elaborado por: Ana Quintero

### 3.1.5.2 Páginas Gráficas de Sección

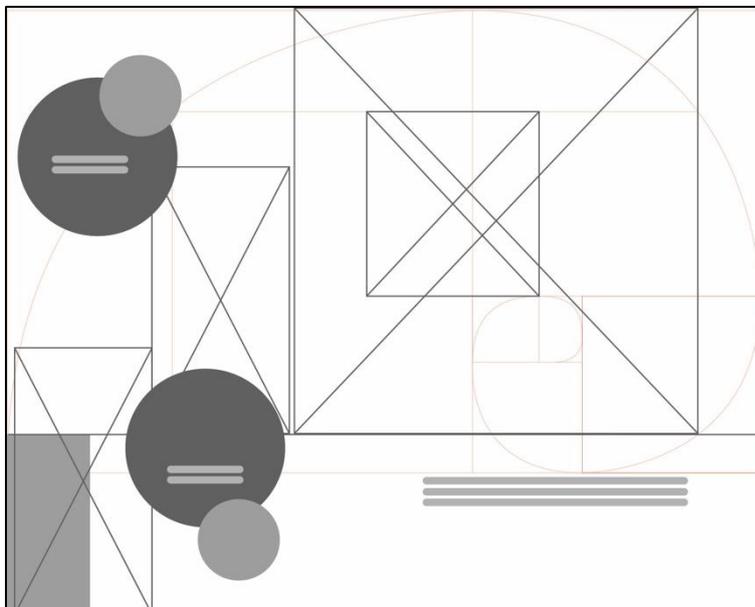
En cada sección se cuenta con tres páginas diagramadas con base en la proporción aurea, dentro se distribuyen imágenes y textos cortos.

Imagen 18:Diagramación Página Inicio de sección (Nombre).



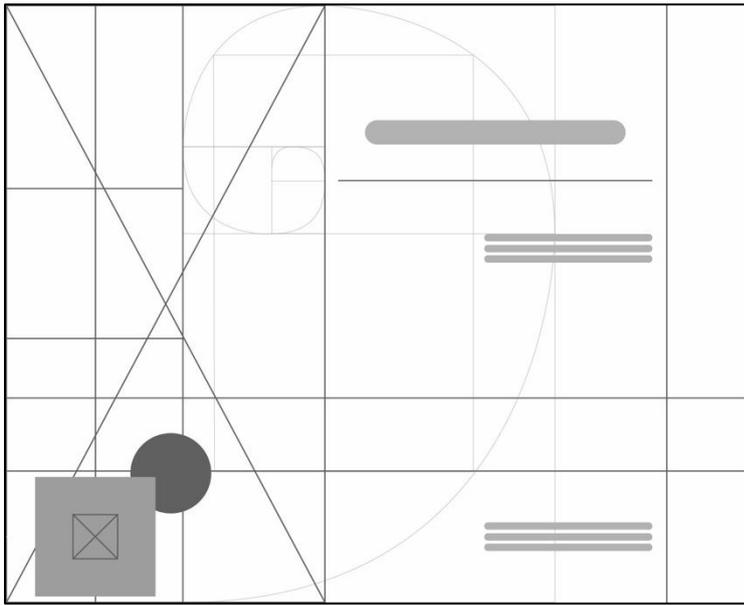
Elaborado por:Ana Quintero

Imagen 19:Diagramación Página Imagen de diseñadora.



Elaborado por:Ana Quintero

Imagen 20:Diagramación Página Habilidades Profesionales.

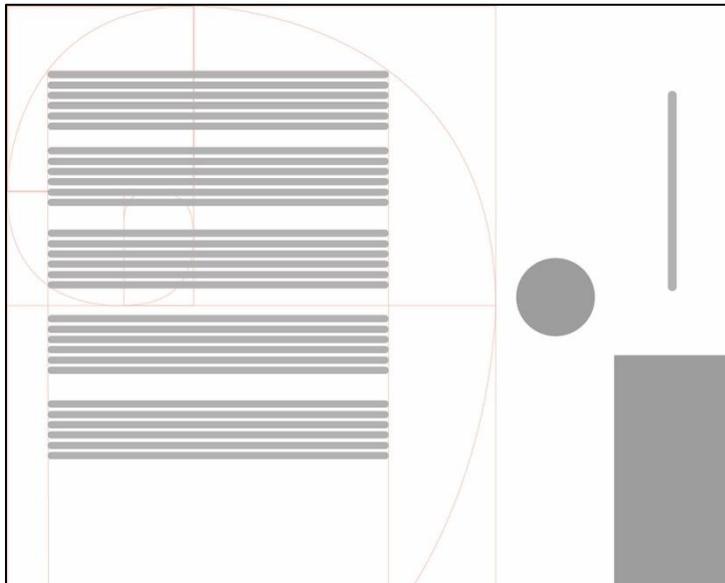


Elaborado por:Ana Quintero

### 3.1.5.3 Diagramación Textos

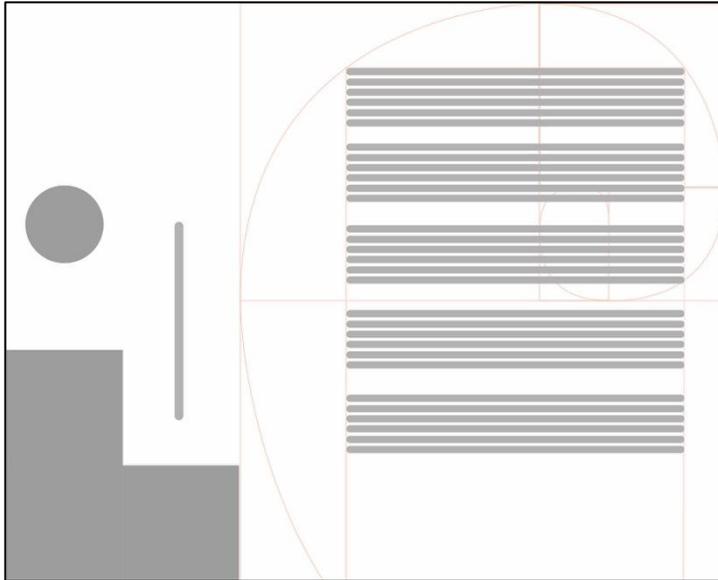
Para la incorporación de la información textual se usa la proporción aurea como base, de donde usa el rectángulo áureo en donde se incorpora el texto y alrededor se colocan elementos gráficos.

Imagen 21:Diagramación Texto 1.



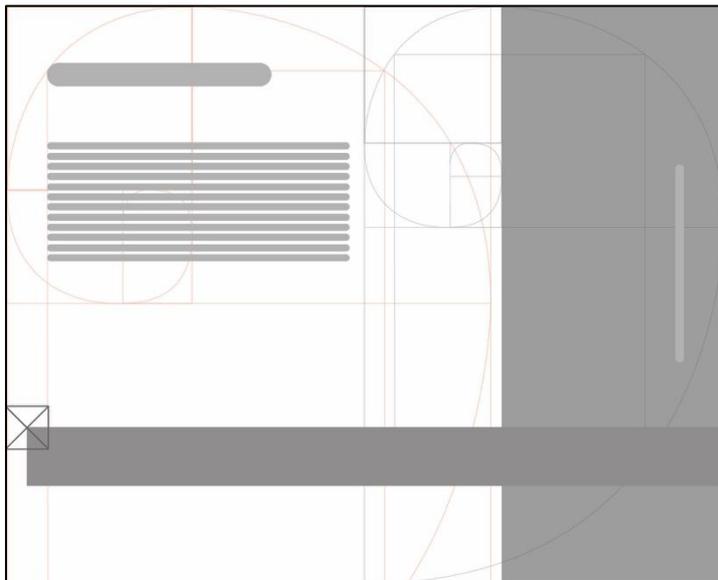
Elaborado por:Ana Quintero

Imagen 22:Diagramación Texto 2.



Elaborado por:Ana Quintero

Imagen 23:Diagramación Texto Aporte.

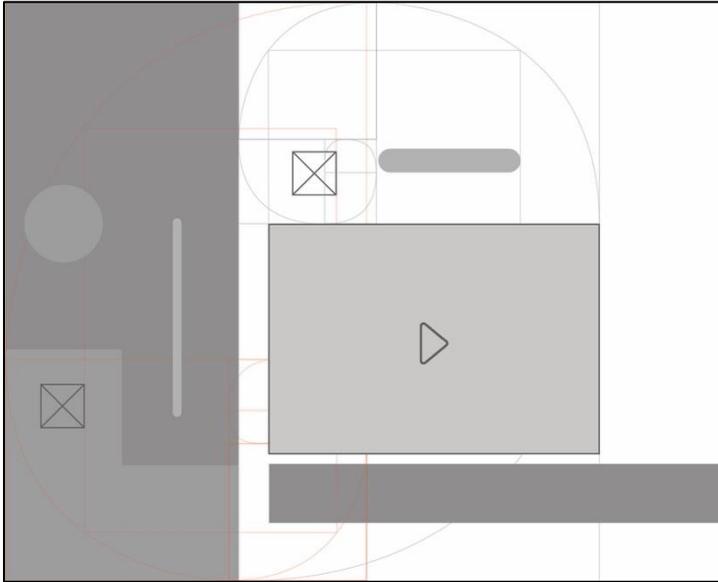


Elaborado por:Ana Quintero

### 3.1.6 Diagramación Elementos interactivos

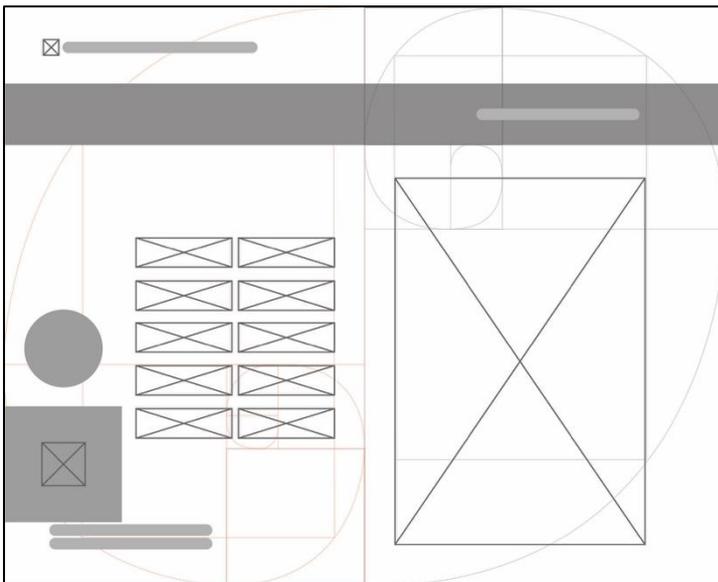
Se usa de base la proporción aurea, se incorpora un espacio para video, espacios para botones e imágenes, textos pequeños e imágenes.

Imagen 24:Diagramación Video.



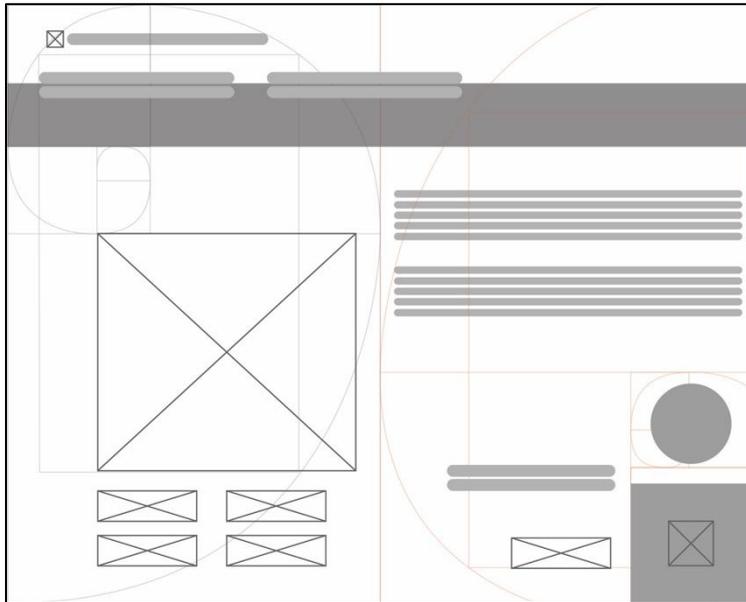
Elaborado por:Ana Quintero

Imagen 25:Diagramación Trabajos Diseñadoras (Botones interactivos).



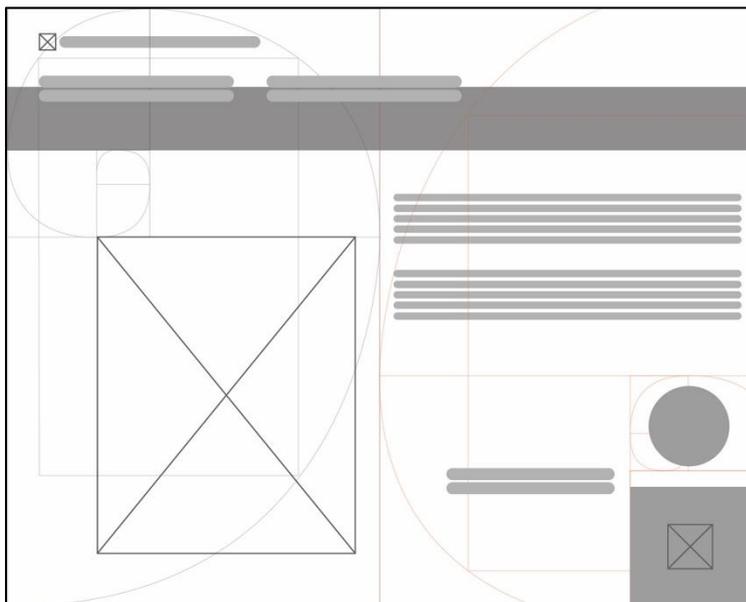
Elaborado por:Ana Quintero

Imagen 26:Diagramación Colaboración (Botones interactivos).



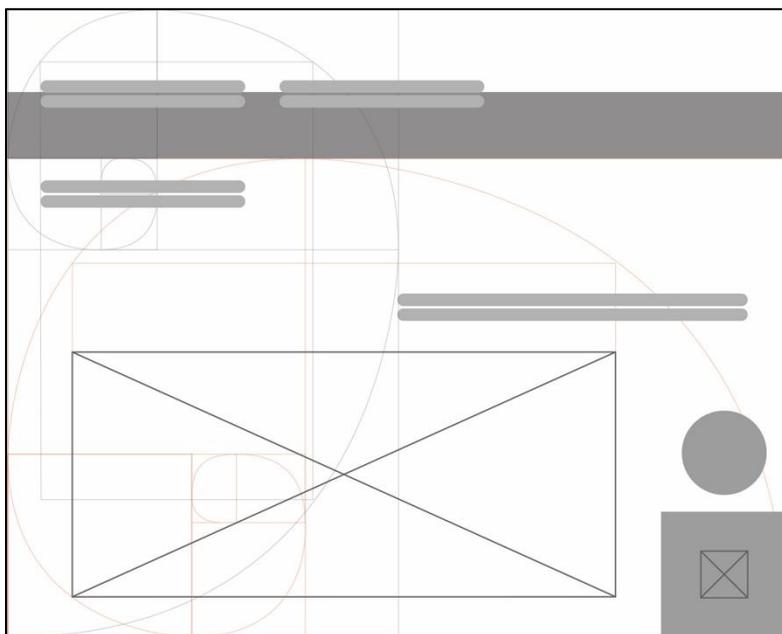
Elaborado por:Ana Quintero

Imagen 27:Diagramación Colaboración 1 (Movimiento).



Elaborado por:Ana Quintero

Imagen 28:Diagramación Colaboración 2 (Movimiento).

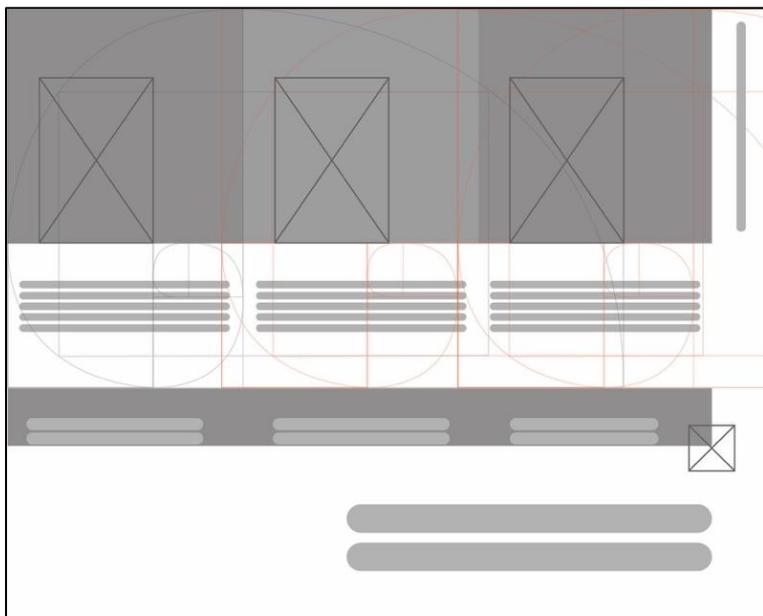


Elaborado por:Ana Quintero

### 3.1.7 Diagramación menciones especiales

Se usa como base la proporción aurea, se da una división de tres secciones, con imágenes y textos pequeños.

Imagen 29:Diagramación Menciones Especiales.

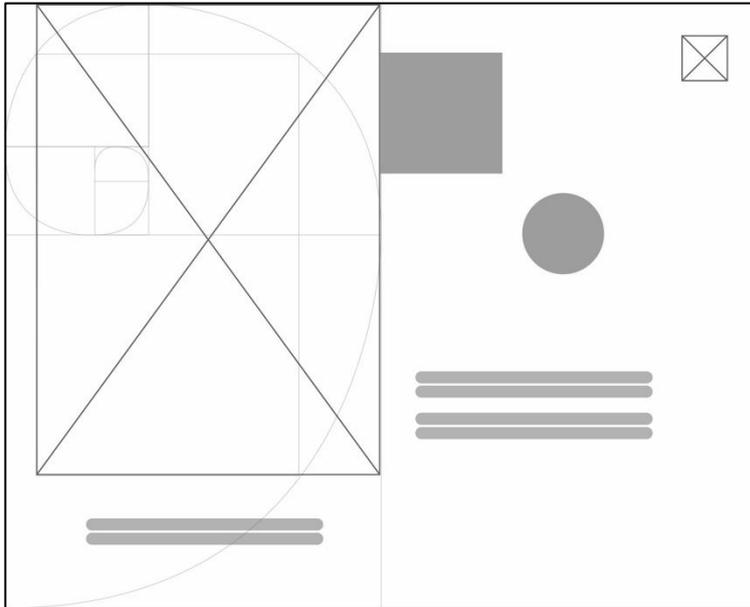


Elaborado por:Ana Quintero

### 3.1.8 Contraportada

Tomando como base a la proporción aurea, se coloca un pequeño texto, imágenes, y elementos gráficos.

Imagen 30:Diagramación Contraportada.



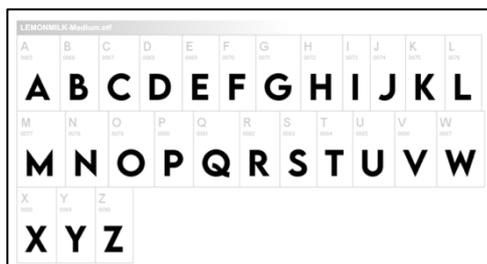
Elaborado por: Ana Quintero

### 3.2 Tipografía

Se utilizan 3 tipografías mismas que permiten una correcta lectura, armonía y denotan formalidad, éstas son:

- Títulos: Lemon Milk, tipografía en palo seco, en mayúsculas.

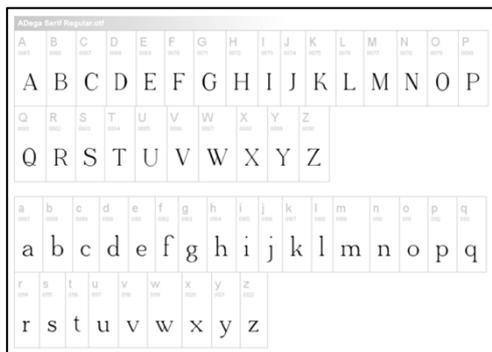
Imagen 31:Lemon Milk Bold.



Fuente: (Marsnev, 2020)

- Subtítulos y pie de imagen: Adegá Serif, tipografía con serifas.

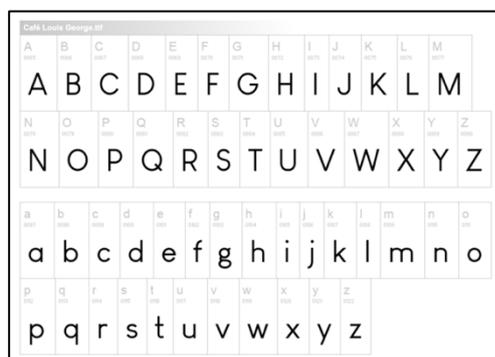
Imagen 32:Adega Serif.



Fuente: (Aniciodega, 2019)

- Textos: Louis George Café, tipografía en palo seco de fácil comprensión.

Imagen 33:Louis George Café.



Fuente: (Yining, 2022)

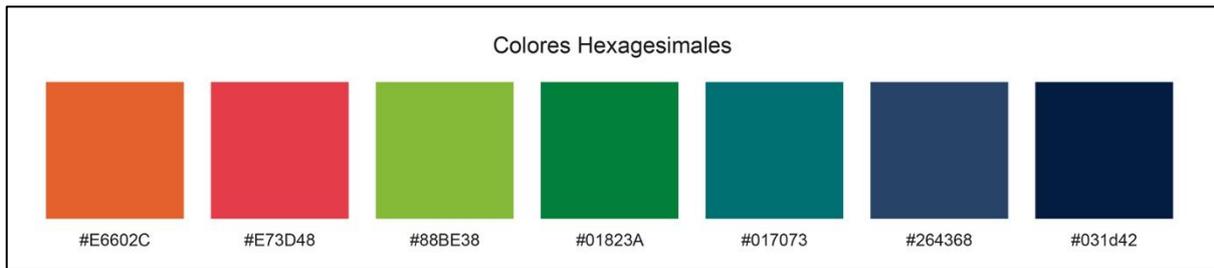
### 3.3 Cromática

El color es fundamental al momento de contar una historia, es por eso que se ha considerado los siguientes colores:

- Naranja: Como símbolo de la creatividad, fuerza, energía y compromiso de las diseñadoras ante la profesión.
- Verde: Como símbolo de la tenacidad y firmeza que las diseñadoras han demostrado a lo largo de su profesión.
- Azul: Como símbolo de confianza, la sensibilidad y el equilibrio en cada uno de sus aportes a la disciplina del diseño gráfico.

Los tonos han sido tomados de las obras de la diseñadora Paula Barragán quien a lo largo de su trayectoria ha logrado el equilibrio perfecto en el uso del color.

Imagen 34: Carta de colores



Elaborado por: Ana Quintero

### 3.4 Elementos Gráficos

Los elementos gráficos usados para este producto editorial son el cuadro, el círculo, el rectángulo, la línea, que son los componentes gráficos básicos.

Imagen 34:Elementos gráficos.



Elaborado por: Ana Quintero

### 3.5 Iconografía

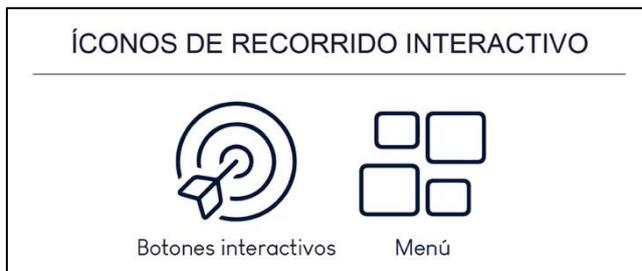
Los íconos seleccionados son minimalistas, lineales, de fácil comprensión y se usan para medios digitales, están divididos en tres íconos que muestran es expertiz de cada diseñadora, íconos que indican movimiento e íconos interactivos.

Imagen 35: Íconos para expertiz de diseñadoras.



Elaborado por: Ana Quintero

Imagen 36:Íconos Interactivos.



Elaborado por: Ana Quintero

### 3.6 Desarrollo Gráfico de Libro Interactivo

#### 3.6.1 Portada del Libro

La portada está realizada con el uso de la retórica visual sinécdoque, para de esta forma hacer referencia al lugar de donde son las diseñadoras. Se usa como elemento la proporción aurea y el texto diseñadoras ecuatorianas.

Imagen 37:Portada.



Elaborado por: Ana Quintero

#### 3.6.2 Menú

En el Menú se encuentra un listado interactivo donde se puede acceder de manera directa a cada diseñadora, las infografías y se puede leer las indicaciones.

Imagen 38:Menú.



Elaborado por: Ana Quintero

### 3.6.3 Infografías

Se realizan 5 infografías que exponen el recorrido de las diseñadoras tomando como base a la Escuela de Diseño Bauhaus, ya que, es considerada la más importante, este circuito comprende 4 zonas, Europa, Estados Unidos, América Latina hasta llegar a Ecuador. Se usan imágenes en blanco y negro cortadas para una composición tipo collage, se incorporan como base los mapas de cada región; además el recorrido está conectado entre cada infografía. También se cuenta con la función roll over para visualizar los textos.

Imagen 39: Mujeres en el diseño (Infografía General 1).



Elaborado por: Ana Quintero

Imagen 40: Diseñadoras Bauhaus – Europa (Infografía 2).



Elaborado por: Ana Quintero

Imagen 41: Diseñadoras de Estados Unidos (Infografía 3).



Elaborado por: Ana Quintero

Imagen 42: Diseñadoras de América Latina (Infografía 4).



Elaborado por: Ana Quintero

### 3.6.4 Portada de Inicio de Secciones - Diseñadoras Ecuatorianas

El recorrido infográfico termina con su llegada al mapa de Ecuador con su respectiva ubicación dando a entender que la historia ha llegado al punto principal de la investigación; en la portada de inicio de secciones se expone a través de una

ilustración lineal a cada una de las diseñadoras, se han utilizado íconos que representan su expertiz dentro de la profesión, además de sus nombres y lugares de nacimiento, se puede observar el mapa del Ecuador con su respectiva ubicación dando a entender que el recorrido histórico ha llegado al punto principal de la investigación.

Imagen 43: Ecuador (fin de recorrido infográfico).



Elaborado por: Ana Quintero

Imagen 44: Portada de Inicio de secciones Diseñadoras Ecuatorianas.



Elaborado por: Ana Quintero

### 3.6.5 Secciones

#### 3.6.5.1 Parte Gráfica

Por cada sección se realiza una división con el nombre de la diseñadora donde se incorpora un botón interactivo y regresa al menú, una portada individual donde se usan elementos como fotografías en blanco y negro cortadas para una composición tipo collage tomando como base la retórica visual sinécdoque, en otra página se coloca la profesión y una descripción rápida de sus habilidades.

Imagen 45: Portada inicial Pilar Bustos.



Elaborado por: Ana Quintero

Imagen 46: Portada Individual María Mercedes Salgado.



Elaborado por: Ana Quintero

Imagen 47: Portada interna María Luz Calisto.



Elaborado por: Ana Quintero

### 3.6.5.2 Texto

En la parte interna de cada diseñadora hay tres páginas que cuentan la historia y el aporte de cada una, estas páginas cuentan con elementos simples y con un fondo blanco para una lectura clara.

Imagen 48: Página texto 1 Gisela Calderón.

Nació en Guayaquil el 20 octubre 1959.

Guayaquileña de nacimiento, pero quiteña de corazón, Gisela vino a la Carita de Dios para dejar su huella. A los 15 años conoció Francia, ciudad que la cautivó, por lo que, a sus 19 años regresó t estudió francés. En un inicio su deseo era estudiar arqueología o restauración, pero fue en uno de sus recorridos por la calles de París, donde se encontró con una carrera llamativa y desconocida en Ecuador, por lo que, decidió arriesgarse y cursar sus estudios en Artes Gráficas y Publicitarias en la "École Supérieure des Arts Modernes (ESAM)".

Luego de 4 años en Francia regresó a Ecuador, siendo una de las primeras en llegar y empieza a trabajar en publicidad. En 1991 fundó "Magenta", en aquel momento todo era de forma manual, se requería mucho de ilustradores y fotografía.

Trabajó con bancos, instituciones financieras, farmacéuticas, y algunas ONG, en estas últimas manejo temas para la protección del medio ambiente. Todo este conocimiento la llevó a trabajar para la revista Diners.

Posterior a esto, y en conjunto con otros diseñadores fundó la "Asociación de Diseñadores Gráficos del Ecuador", en esta Institución se dieron grandes eventos que permitieron poner a Ecuador en el punto de visión de otros países que para ese entonces ya contaban con grandes diseñadores, que además eran conocidos a nivel mundial.

Diseñadoras Gráficas



Elaborado por: Ana Quintero

Imagen 49: Página texto 2 Gisela Calderón.

Pensando en ello, las mujeres que formaban parte de la Asociación deciden hacer la "Primera Bienal del Afiche en Ecuador", este evento fue el inicio para muchas bienales más entre ellas la Bienal del Diseño. Estos proyectos permitieron dar a conocer a muchos diseñadores y diseñadoras a nivel internacional, por lo que Ecuador obtuvo una mayor relevancia e importancia en el medio de la gráfica mundial.

Varios años después tras el cierre de la Asociación, fundó conjuntamente con María Luz, "PuntoMagenta", además compartió con ella la docencia en la "Pontificia Universidad Católica del Ecuador PUCE" y son autoras del libro "Historia del Diseño Gráfico en Ecuador".

Es parte de la consultoría del "Ecuador Poster Bienal", en donde ha realizado la curaduría de varios de los trabajos de diseñadoras y diseñadores que han trabajado en este ámbito.

Gise es una diseñadora de corazón abierto, siempre está dispuesta a colaborar, es apasionada del diseño, en especial, del diseño ecuatoriano. Cree en las capacidades gráficas de los diseñadores ecuatorianos, motivo por el cual siempre le apuesta al trabajo nacional; la investigación es parte fundamental de su vida, es fiel creyente de la conservación a través de contar historias, anécdotas y realidades.

Diseñadoras Gráficas



Elaborado por: Ana Quintero

Imagen 50: Página texto 3 - Aporte Gisela Calderón.



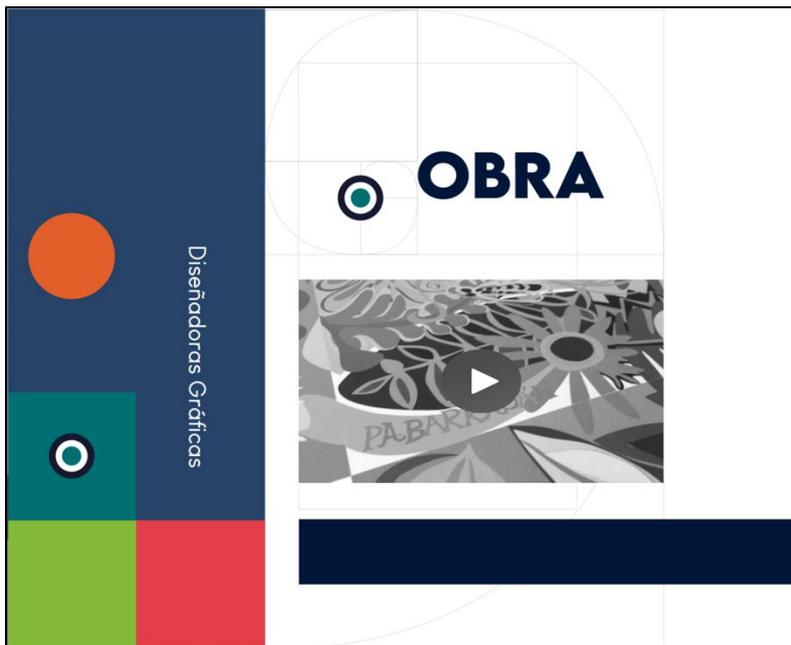
Elaborado por: Ana Quintero

### 3.6.5.3 Interacción

En parte interactiva se cuenta con tres acciones que son:

- Video: Se ha realizado videos para tres de las diseñadoras, en estos se muestran sus espacios de creatividad, se han hecho tomas de recorrido a través de sus obras y algunas con cámara fija, son videos a blanco y negro; estas pequeñas producciones audiovisuales se pueden observar en el libro interactivo, si se desea se pueden ver en pantalla completa, permite retroceder o adelantar y contienen audio.

Imagen 51: Video incorporado en Libro – Paula Barragán.



Elaborado por: Ana Quintero

Imagen 52: Video a Pantalla completa – Paula Barragán.



Elaborado por: Ana Quintero

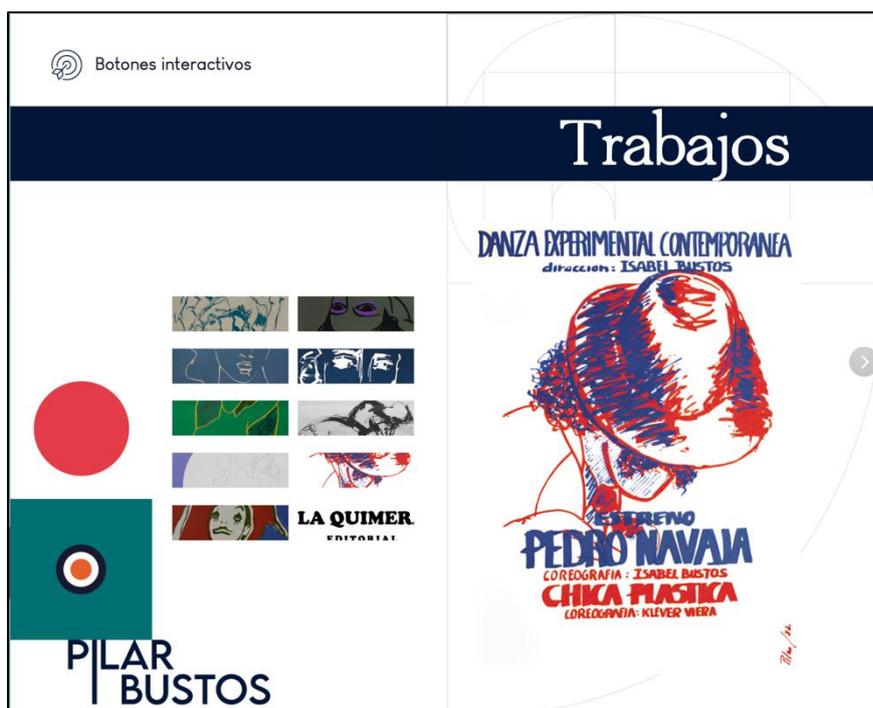
- Botones interactivos: El libro cuenta con botones interactivos que permiten visualizar cada uno de los aportes de las diseñadoras, tanto en su trabajo personal como colaborativo.

Imagen 53:Obra María Mercedes Salgado (Botones interactivos).



Elaborado por: Ana Quintero

Imagen 54:Obra Pilar Bustos (Botones interactivos).



Elaborado por: Ana Quintero

Imagen 55:Obra PuntoyMagenta-Colaboraciones (Botones interactivos).



Elaborado por: Ana Quintero

- Animación predeterminada: Algunos elementos cuentan con una animación, también se puede observar un ícono informativo, además de un pequeño texto, estas páginas se destacan debido a que son obras de aportes con mayor relevancia dentro del trabajo de las diseñadoras en la gráfica ecuatoriana.

Imagen 56: Libro del Diseño Gráfico 1970-2005.



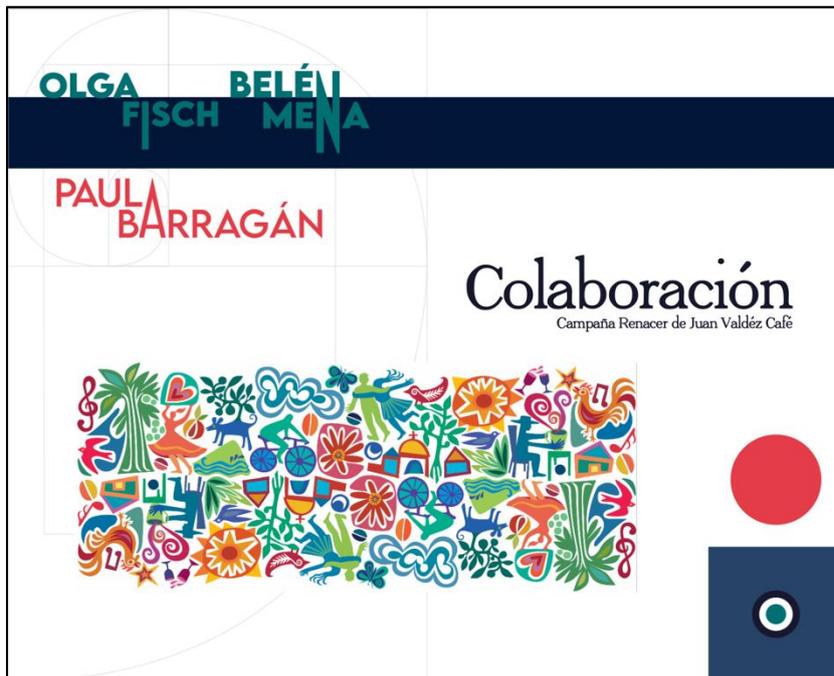
Elaborado por: Ana Quintero

Imagen 57: Premio Grammy 19ª Entrega - Paula Barragán.



Elaborado por: Ana Quintero

Imagen 58: Campaña Renacer Juan Valdéz (Colaboración Paula Barragán, Belén Mena, Olga Fisch Folklore).



Elaborado por: Ana Quintero

### 3.7 Menciones especiales

En esta sección se mencionan a tres diseñadoras que han formado parte del legado gráfico ecuatoriano, se incorpora fotografías a blanco y negro, pequeños textos con lo más relevante de cada una.

Imagen 59: Menciones Especiales (Sozapato, Belén Mena, Olga Fisch Folklore).



Elaborado por: Ana Quintero

### 3.8 Contraportada

La contraportada es una imagen simple en donde se mantiene la la imagen de la portada, tiene un texto. Aquí también se cuenta con un botón para regresar al menú principal.

Imagen 60:Contraportada.



Elaborado por: Ana Quintero

### 3.9 Validación de la propuesta

Para una evaluación pertinente se hace uso del Ábaco de Regnier según el manejo dado por (Vergara Maldonado, 2010) en el cual manifiesta: Como en el resto de las técnicas de interés, esta técnica partirá del hecho de que las alternativas y criterios ya han sido definidos por el decisor, restando la definición de los pesos de los criterios y la evaluación del desempeño de cada alternativa con respecto a cada criterio. Estas alternativas y criterios serán los ítems de la versión original.

La modificación presentada a continuación será denominada “Ábaco de Régnier aplicado a decisiones multicriterio”, y constará de cuatro etapas principales:

- Presentación de la técnica a los participantes
- Definición de los pesos de cada criterio
- Evaluación del desempeño de las alternativas
- Agregación de las evaluaciones

Bajo esta premisa se ha consultado a tres evaluadores quienes han validado el presente trabajo.

### **3.9.1 Evaluadores**

**Evaluadora 1: Ing. Nelly Armas Msc. (Coordinadora de las Carreras de Publicidad, Mercadotécnica y Comunicación de la Universidad Metropolitana UMET)**

- Me parece que hay un buen nivel de investigación, es un documento amigable para la revisión de contenidos y de la historia.

**Evaluadora 2: Lcda. Mónica Acosta Msc. (Diseñadora Gráfica - Docente Universidad Técnica Especializada en Control de Procesos)**

- Considero que el diseño interactivo editorial propuesto, es relevante y acorde a la problemática detectada de la invisibilización de la mujer en el diseño gráfico ecuatoriano, esta investigación presenta el recorrido histórico desde la Bauhaus en Alemania hasta el territorio nacional, lo que me parece pertinente.
- En cuanto al diseño y diagramación modular es equilibrada, ordenada y jerarquizada lo que permite fácilmente navegar por las páginas, inclusive apreciar los videos que son actuales.
- Como posibles mejoras sugiero revisar nuevamente la ortografía para tener un resultado excelente, además al final del material se puede agregar un botón que permita regresar al menú principal y mejorar la navegabilidad.

Extiendo mi felicitación por el desarrollo acertado de la propuesta de diseño, que seguro será de mucha utilidad para toda la comunidad educativa vinculada al diseño en el país.

**Evaluador 3: Ing. Christian Chicaiza (Diseñador Gráfico graduado de la Universidad Metropolitana UMET – Ilustrador)**

- Los colores en el libro interactivo tienen una buena relación con la línea gráfica.
- La interacción con el texto y las imágenes son muy fácil de manejar.
- El uso de los iconos está bien aplicado y representativos.



## CONCLUSIONES

- Se concluye que las teorías utilizadas para el desarrollo de este proyecto fueron: la comunicación basada en la Metodología de Palo Alto, el diseño editorial y sus elementos, el aporte gráfico de las mujeres a nivel mundial y del Ecuador que han permitido sustentar este texto.
- Mediante el uso de la Entrevista y la encuesta se diagnosticó que la mujer si ha aportado en varios campos del diseño gráfico, a pesar de ello es necesario que se visibilice a las diseñadoras y su trabajo.
- Se realizó un libro interactivo (e-book) utilizando elementos gráficos editoriales, como componente de visibilización del aporte de la mujer en el diseño gráfico.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar más investigaciones como la realizada en el presente documento, para de este modo continuar visibilizando los aportes de las diseñadoras que están realizando trabajos relevantes para la disciplina del diseño gráfico.
- Se sugiere el uso de más libros interactivos para que permitan exponer los aportes generados dentro del diseño gráfico de una manera más dinámica y atractiva para las nuevas generaciones.
- Se sugiere una futura estrategia digital para dar a conocer el presente libro interactivo, mediante el uso de redes sociales, sitios web, y publicidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acaso, M. (2006). *El lenguaje visual*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Aniciodega. (23 de Enero de 2019). *Adega Serif*. Recuperado el 11 de Septiembre de 2022, de DaFont: <https://www.dafont.com/adeга-serif.font#null>
- Arantxa, N. (13 de febrero de 2019). *Las mujeres de la Bauhaus que la propia Bauhaus olvidó*. Recuperado el 28 de Junio de 2021, de El País: [https://elpais.com/elpais/2019/02/04/icon\\_design/1549295232\\_577771.html](https://elpais.com/elpais/2019/02/04/icon_design/1549295232_577771.html)
- Belda Vázquez, M. C. (2012). *Teresa, de Miguel de Unamuno : entre la tradición y la renovación*. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de Universitat Pompeu Fabra: <https://www.tdx.cat/handle/10803/97358#page=1>
- Costa, J. (1992). *Imagen pública una ingeniería social*. Madrid: Fundesco.
- Design Thinking. (2022 de enero de 31). Que es y como utilizar "Retículas de Diagramación". Youtube. Recuperado el 2 de enero de 2023, de [https://www.google.com/search?q=Que+es+y+como+utilizar+%22Ret%C3%ADculas+de+Diagramaci%C3%B3n%22&oq=Que+es+y+como+utilizar+%22Ret%C3%ADculas+de+Diagramaci%C3%B3n%22&aqs=chrome..69i57j33i160i5.584j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8#kpvalbx=\\_DrX\\_Y6n0CZ6HwbkP1f6ds](https://www.google.com/search?q=Que+es+y+como+utilizar+%22Ret%C3%ADculas+de+Diagramaci%C3%B3n%22&oq=Que+es+y+como+utilizar+%22Ret%C3%ADculas+de+Diagramaci%C3%B3n%22&aqs=chrome..69i57j33i160i5.584j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8#kpvalbx=_DrX_Y6n0CZ6HwbkP1f6ds)
- Edward. (2016). *Qué es una Infografía*. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de <https://infogram.com/es/pagina/infografia>
- Esclapés, R. T. (2018). *Educación Diseño*. México: Plaza y Valdés, S.A.
- Fisher, M., & Zelansky, P. (1989). *Colour for Designers and Artists*. Londres: A & C Black (Publishers) Ltd.
- Frascara, J. (1999). *El Poder de la imagen: reflexiones sobre comunicación visual*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Frascara, J. (2000). *Diseño Gráfico y Comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Frisiello, A., Piccirillo, C., Zermeño Méndez, S., Contreras Espinosa , R., Olvera Salinas, G., & Urroz Osés, A. (2013). *Interactividad en Medios Digitales*. León: Universida de León.

- García Fernández, I. (2022). *Proyecto II: Diseño Editorial*. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de Universitat Oberta de Catalunya: [http://disseny.uoc.edu/recursos/dis-marca/wp-content/uploads/sites/22/2017/06/proyecto\\_II\\_Dis\\_Editorial.pdf](http://disseny.uoc.edu/recursos/dis-marca/wp-content/uploads/sites/22/2017/06/proyecto_II_Dis_Editorial.pdf)
- Ghinaglia, D. (2009). *Taller de diseño editorial*. Palermo: Universidad de Palermo.
- González, S. (2019). *Dream Crazier: Nike da visibilidad y reconocimiento a mujeres deportistas con su nueva campaña*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2021, de Roast brief: <https://roastbrief.com.mx/2019/02/dream-crazier-nike-da-visibilidad-y-reconocimiento-a-mujeres-deportistas-con-su-nueva-campana/>
- Hervás Heras, J. (2015). Las mujeres olvidadas de la Bauhaus: de lo bidimensional al espacio vital. *Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 13. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de <https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/65035/4564456551851>
- Infobae. (12 de julio de 2018). *Imagen 1: Niño blanco siendo amamantado por mujer negra, 1989*. Recuperado el 4 de Noviembre de 2021, de <https://www.infobae.com/tendencias/estilos/2018/07/12/las-11-campanas-inclusivas-mas-recordadas-de-carlo-benetton-que-generaron-polemica-en-el-mundo/>
- Infobae. (12 de Julio de 2018). *Las 11 campañas inclusivas más recordadas de Benetton que generaron polémica en el mundo*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2021, de <https://www.infobae.com/tendencias/estilos/2018/07/12/las-11-campanas-inclusivas-mas-recordadas-de-carlo-benetton-que-generaron-polemica-en-el-mundo/>
- Jan, R., & Durán Pinto, A. (2018). *Revistas científicas mexicanas: Retos de calidad y visibilidad en acceso abierto*. México: Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.
- Jimenez, J. (17 de marzo de 2018). *Los diseños gráficos que han hecho historia*. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de <https://www.rtve.es/noticias/20180317/disenos-graficos-han-hecho-historia/1695343.shtml>

- Kane, J., & Imirizaldu, D. (2012). *Manual de tipografía*. Barcelona : Gustavo Gili.
- Luhmann, N., & De Georgi, R. (1998). *Teoría de la Sociedad*. México: Triana Editores. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/687/68710210.pdf>
- Manjarrez de la Vega, J. J. (2013). *Diseño Editorial*. Londres: Universidad de Londres.
- Manzo, M., Flores, L., Macias, J., & Cortez, C. (18 de Noviembre de 2015). *Segunda Ley De Newton "Teoría De La Luz"*. Recuperado el 2 de Enero de 2023, de Física para Ingenieros: <http://fisicaparaing.blogspot.com/2015/11/segunda-ley-de-newton-teoria-de-la-luz.html>
- Marsnev. (16 de enero de 2020). *Lemon Milk*. Recuperado el 11 de Septiembre de 2022, de DaFont: <https://www.dafont.com/es/lemon-milk.font#null>
- Milk Design Studio. (30 de abril de 2018). *Kaust University*. Recuperado el 25 de Enero de 2023, de Behance: <https://www.behance.net/gallery/63932545/KAUST-UNIVERSITY>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1965). *Actas de la Conferencia General, 13a reunión, París, 1964: Resoluciones*. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000114581\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000114581_spa)
- Peña, P. (2010). Apuntes Sobre Semiótica en Tipografía. *Revista S*. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de <https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistaS/article/view/1947>
- Redondo, I. (2014). Design Editorial: Layout do manual escolar em Portugal – Transformações gráficas nos manuais de Português e Inglês entre 1980 e 2017. *Convergencias*. Recuperado el 2 de enero de 2023, de <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/110938>
- Rizo, M. (2021). *El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación*. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de Portal de la Comunicación. Universidad de Murcia: <https://www.um.es/tic/LECTURAS%20FCI-I/FCI-I%20Tema%205%20texto%20c%201.pdf>

- Rueda, L. (2006). *Diseño de una Revista Científica para el Departamento de Física de la Facultad de Ciencias de la Universidad de los Andes*. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de Universidad de los Andes: [http://bdigital.ula.ve/storage/pdftesis/pregrado/tde\\_arquivos/13/TDE-2008-10-10T16:47:23Z-371/Publico/ruedalourdes.pdf](http://bdigital.ula.ve/storage/pdftesis/pregrado/tde_arquivos/13/TDE-2008-10-10T16:47:23Z-371/Publico/ruedalourdes.pdf)
- Sancho, L. (2007). Benetton: análisis de la imagen publicitaria y el papel del espectador. *Revista Escena*.
- Sgarbossa, F. (22 de mayo de 2020). *La identidad visual como puente entre Diseño Gráfico y RRPP*. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de Foro Alfa: <https://foroalfa.org/articulos/la-identidad-visual-como-puente-entre-diseno-grafico-y-rrpp>
- Steele, J., & Iliinsky, N. (2011). *Designing Data Visualizations: Representing Informational Relationships*. California: O'Reilly.
- Ungurean, H. (2019). *Tipografía Conceptos Básicos*. La Plata: Universidad Nacional de la Plata.
- Vergara Maldonado, E. (2010). Pautas para la selección de las técnicas AHP, PROMETHEE y Ábaco de Régnier modificado. *Tesis Doctoral*. Ciudad de México, México DF.
- White, J., & White, A. (2021). *Editing by Design: La guía clásica para la comunicación de palabras e imágenes para directores de arte, editores, diseñadores y estudiantes*. Estados Unidos: Allworth.
- Yining, C. (1 de junio de 2022). *Louis George Café*. Recuperado el Septiembre de 2022, de DaFont: <https://www.dafont.com/es/louis-george-caf.font#null>

**ANEXOS**

## Certificado de Validación

Estudiante  
Ana Quintero Cubero  
Estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Metropolitana del Ecuador UMET  
Presente,

De mis consideraciones:

En mi calidad de diseñadora y docente universitaria certifico haber revisado y evaluado la propuesta de diseño del proyecto de titulación denominado "CREACIÓN DE ELEMENTOS GRÁFICOS EDITORIALES PARA LA VISIBILIZACIÓN DEL APOORTE DE LA MUJER EN EL DISEÑO GRÁFICO CONTEMPORÁNEO EN LA CIUDAD DE QUITO".

- Considero que el diseño interactivo editorial propuesto, es relevante y acorde a la problemática detectada de la invisibilización de la mujer en el diseño gráfico ecuatoriano, esta investigación presenta el recorrido histórico desde la Bauhaus en Alemania hasta el territorio nacional, lo que me parece pertinente.
- En cuanto al diseño y diagramación modular es equilibrada, ordenada y jerarquizada lo que permite fácilmente navegar por las páginas, inclusive apreciar los videos que son actuales.
- Como posibles mejoras sugiero revisar nuevamente la ortografía para tener un resultado excelente, además al final del material se puede agregar un botón que permita regresar al menú principal y mejorar la navegabilidad.

Extiendo mi felicitación por el desarrollo acertado de la propuesta de diseño, que seguro será de mucha utilidad para toda la comunidad educativa vinculada al diseño en el país.

Atentamente,



Nombre y Apellido: MSc. Mónica Acosta  
Cargo: Docente Universidad Técnica – Especializada en Control de Procesos  
Cédula: 100301027-7  
Fecha: 22 de enero 2023

Quito, 22 de Enero de 2023

Est.

Ana Fernanda Quintero Cubero

Estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Metropolitana del Ecuador UMET

Presente.

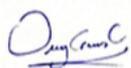
De mis consideraciones:

En calidad de especialista en Mercadotecnia y Docente se me fue asignada el 22 de Enero de 2023 la revisión del libro Interactivo **DISEÑADORAS ECUATORIANAS** para el proyecto de titulación "**CREACIÓN DE ELEMENTOS GRÁFICOS EDITORIALES PARA LA VISIBILIZACIÓN DEL APOORTE DE LA MUJER EN EL DISEÑO GRÁFICO CONTEMPORÁNEO EN LA CIUDAD DE QUITO**", mediante este documento informo de los puntos considerados para su respectiva aprobación:

- Me parece que hay un buen nivel de investigación
- Si es un documento amigable para la revisión de contenidos y de la historia

Muy Atentamente;

Firma:



Nombre y Apellidos: Nelly Armas Castañeda

Cargo: Coordinadora de las Carreras de Publicidad, Mercadotecnia y Comunicación de la Universidad Metropolitana UMET

Fecha: 22 de Enero de 2022

## CERTIFICADO DE APROBACIÓN

### Est.

Ana Fernanda Quintero Cubero con cedula No. 0104107081, estudiante de la carrera de Diseño gráfico de la Universidad Metropolitana del Ecuador.

### Presente.

De mi apreciación como **"ESTUDIANTE GRADUADO DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO"**, se me fue asignado para la revisión del libro interactivo **"DISEÑADORAS ECUATORIANAS"** en la fecha 21 de enero del 2023 para el proyecto de titulación **"Creación de Elementos Gráficos Editoriales para la Visibilización del Aporte de la Mujer en el Diseño Gráfico Contemporáneo de la Ciudad de Quito"**, mediante este documento informo de los puntos que se ha considerado para su respectiva aprobación.

- Los colores en el libro interactivo tienen una buena relación con la línea gráfica.
- La interacción con el texto y las imágenes son muy fácil de manejar.
- El uso de los íconos está bien aplicado y representativos.
- El concepto que se maneja en el libro es muy dinámico y va acorde con el trabajo de las diseñadoras.

### Atentamente.

### Firma

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Christian Modesto Chicaiza Guaña', written over a horizontal line.

**Nombre y apellido:** Christian Modesto Chicaiza Guaña

**Cargo:** Diseñador e Ilustrador

**Fecha de aprobación:** 21 de enero de 2023