



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

COLECCIÓN EDITORIAL DE FANZINES SOBRE LA EQUIDAD DE GÉNERO
EN EL ECUADOR CASO ESTUDIO: QUITO.

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos por optar por el título de Licenciada en Diseño Gráfico e Industrial

Profesor Guía

Mgs. Silvia Patricia Andrade Marín Rivadeneira

Autora

Roxanne Michelle Pérez Játiva

Año

2016

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Silvia Patricia Andrade Marín Rivadeneira
Magíster en Fotografía y Cultura Urbana
C.I. 1717635740

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Roxanne Michelle Pérez Játiva

C.I. 1720993359

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi mamá quien se ha esforzado por entregarme todo su apoyo y lograr que cumpla cada una de mis metas. A mi hermano por estar a mi lado y apoyarme en esta etapa de la vida. A mi familia por valorar quién soy y reconocer cada uno de mis logros. A mis profesores por todo el conocimiento impartido durante mi carrera. A Silvia, quien me ha entregado más que su tiempo y conocimiento. A todos los que formaron parte de este proyecto, gracias por confiar en mí.

DEDICATORIA

A mi mamá por dejarme ser libre y permitir que descubra el mundo a mi manera. Te amo y gracias por cada enseñanza.

RESUMEN

Este proyecto explica cómo se debe considerar fundamental el enfocar al diseño desde un rol social y participar activamente en el desarrollo de un país. La colección editorial de fanzines sobre la equidad de género tiene el objetivo de orientar al lector mediante la generación y producción de mensajes de significación lingüística y semiótica al conocimiento intelectual mediante la teoría *Queer*, el feminismo y otros estudios de género. El conocimiento intelectual por su lado ayuda a comprender lo universal y necesario mediante la formulación de conceptos, juicios y razonamientos, transforma el conocimiento sensible al intangible. Su fin es pensar por qué aprendemos ciertas cosas, qué son y para qué nos sirven. Por otro lado, este proyecto explica la importancia de la comunicación visual en el diseño, basadas en ilustración, fotografía, tipografía experimental para entregar desde nuevas maneras un conjunto de mensajes a una sociedad que aspire ser más justa y equitativa. Finalmente, lo que se busca es crear un producto enfocado hacia los jóvenes para que respondan a un consumo consiente y activo, y además sean partícipes de una sociedad de inclusión basada en el respeto y oportunidad para todos.

ABSTRACT

This project explains how should be considered the fundamental approaching design from a social role and how it can participate actively in the development of a country. The purpose of the gender equality fanzine collection is to guide the readers to understand the intellectual knowledge of the Queer theory, the feminism and others gender studies by the generation and production of semiotic and linguistic messages. Moreover, the intellectual knowledge helps to understand how the formulations of universal concepts, judgements and reasonings can transform the sensitive cognizance into intangible. The aim is to think why we learn certain things, what are these things and for what are them useful. Furthermore, this study explains the importance of the visual communication in the design based on the illustration, photography, experimental typography in order to spread out a message of a fairer and equal society. Finally, this project is focused on the young people because they can respond to a more conscious and active consumption and to be part of a society based on respect and that gives opportunities to everyone.

ÍNDICE

1. CAPÍTULO I. Metodología de Investigación.....	1
1.1. Introducción	1
1.2. Planteamiento del problema	2
1.2.1 Formulación del problema	2
1.2.2 Delimitación del problema.....	3
1.3. Alcance	3
1.4. Justificación	4
1.5. Variables.....	5
1.6. Objetivos.....	7
1.6.1 Objetivo general.....	7
1.6.2 Objetivos específicos	7
1.7. Tipo de investigación.....	8
1.7.1 Población y muestra	8
2. CAPÍTULO II: Sobre la equidad de género	10
2.1. Introducción a la igualdad y equidad de género	10
2.2. Teoría de Queer y estudios de género.....	13
2.3. Teorías de igualdad: Género, mujer y feminismo.....	18
2.3.1. Feminismo: Historia, etapas y corrientes	18
2.3.2. Género, mujer y feminismo en América Latina	34
2.3.3. Historia de género y feminismo en Ecuador	42
3. CAPÍTULO III. Diseño comunicacional.....	50
3.1. Introducción al diseño comunicacional.....	50
3.2. Diseño, comunicación visual y rol social	53
4. CAPITULO IV: Fanzine	61
4.1. Contextualización del fanzine.....	61

4.2. Objetivos del fanzine: Comunicacional, documental y funcional.....	68
4.3. Características del fanzine.....	69
4.4. Tipologías del fanzine	70
4.5. Fanzine: Género y feminismo	71
4.6. Fanzine en Ecuador.....	75
5. CAPÍTULO IV: Diseño editorial.....	77
5.1. Conceptualización del diseño editorial.....	77
5.2. Tendencias en el diseño editorial.....	85
5.3. Diseño editorial: Teoría conceptual y herramienta social	93
5.4. Implementación de técnicas	95
5.4.1. Cromática: La importancia y uso del color	95
5.4.2. Tipografía experimental y lettering.....	97
5.4.3. Ilustración y fotografía.....	99
6. CAPÍTULO V: Propuesta de diseño y validación.....	104
6.1 Propuesta conceptual.....	104
6.2 Diseño preliminar (bocetaje inicial y edición inicial).....	115
6.3 Etapa de digitalización y edición.....	121
6.4 Producto final	150
6.5 Validación de la propuesta.....	154
7. Conclusiones y recomendaciones de la propuesta	172
7.1 Recomendaciones	172
7.2 Conclusiones.....	172
Referencias.....	174

1. CAPÍTULO I. Metodología de Investigación

1.1. Introducción

En el Ecuador existe poco interés sobre proyectos orientados a la equidad de género, además de encontrar una escasa difusión a nivel académico y cultural sobre estos temas, ya que son pocos los colectivos o entidades que tratan la problemática o que trabajen dentro del marco de equidad. Por lo tanto, en el país los problemas que se han identificado sobre la equidad de género se enfocan principalmente en las ideas que en la actualidad sostienen la desigualdad y discriminación creadas por la sociedad. Es importante mencionar que muchas de estas ideas constituyen a un pensamiento conservador el cual se ha reflejado desde la educación, el trabajo, las leyes y supuestas normas basadas en tradiciones e influencias que han marcado una generación a otra, afectando el comportamiento de una sociedad. Como se mencionó anteriormente en el Ecuador a pesar de que existen campañas o movimientos de apoyo, no se logra responder a la problemática de inequidad. Por lo que se ha encontrado la necesidad de responder mediante otras disciplinas a problemáticas sociales desde la comunicación. Finalmente, la generación de productos comunicacionales y el diseño como su disciplina contribuyen a la comunidad interés, conocimientos prácticos y teóricos sobre estas y nuevas temáticas que se plantean en la sociedad actual, permite descubrir efectos y causas reales del problema, además de ser objetivos y generar concientización intelectual, social y física.

“La sexualidad forma parte de nuestro comportamiento. Forma parte de nuestra libertad en este mundo. La sexualidad es algo que nosotros mismos creamos — es nuestra propia creación y no el descubrimiento de un lado secreto de nuestro deseo. Tenemos que entender que con nuestros deseos, a través de nuestros deseos, podemos establecer nuevas formas de relaciones, nuevas formas de amor, nuevas formas de creación. El sexo no es una fatalidad: es una posibilidad de vida creativa” (Foucault, 1966).

1.2. Planteamiento del problema

¿Cómo desde el diseño gráfico se puede contribuir a la comunicación de mensajes que promuevan la equidad de género en el Ecuador?

1.2.1 Formulación del problema

La jurista costarricense y activista del feminismo, Alda Facio, sostiene que en el Ecuador se determinan grandes diferencias psicológicas y sociológicas entre géneros desde muy temprana edad. En cuanto al sexo masculino, se espera que proyecten características de rudeza, toma de poder, ser activos, entre otras. Y, en cuanto al sexo femenino deben proyectar características de dulzura, ser emocionales, hogareñas, entre otras (Facio citado en Córdova, 2011 p.3).

Actualmente en el país los medios de comunicación masiva, y la publicidad presentan supuestas realidades en cuanto a la identidad y equidad de género, el problema surge ante la poca información que recibe la sociedad y lo poco o nada que las instituciones educativas aportan sobre el tema. Además, tampoco se utiliza un diálogo consciente, incluso estas “realidades” han sido presentadas desde un punto de vista satírico, y en especial machistas. Esto a su vez, ha incrementado que la sociedad establezca los roles y cree modelos de hombres y mujeres.

Por último, en el país a pesar de que existen numerosos planes y campañas que abordan la temática de equidad de género como es el caso de “ÚNETE”, la campaña del secretario general de la Naciones Unidas para poner fin a la violencia contra la mujeres, o “ConVivir sin violencia” el Plan Nacional para la erradicación de la violencia de género hacia la niñez, adolescencia y mujer, son campañas y movimientos que se rigen a un solo ámbito sea violencia o discriminación y especialmente se refieren sólo al género femenino.

1.2.2 Delimitación del problema

A través de este proyecto basado en la teoría del diseño comunicacional se busca la adecuada producción de mensajes que promuevan la equidad, igualdad y eliminen la discriminación y estigmatización de género dentro del país. Por lo tanto, se propone el desarrollo de un recurso editorial, en este caso una colección de fanzines como medio de publicación independiente para formar nuevos vínculos con el lector a través de la comunicación visual y el diseño multidisciplinario, el uso de herramientas gráficas para proponer un concepto editorial, e implementación de métodos estructurales, teorías de investigación y la aplicación de técnicas para crear un recurso funcional, estético y atractivo. Ya que el trabajo del diseñador también implica desplazarse a otras áreas en la búsqueda del conocimiento visual, artístico y sobre todo cultural.

En cuanto al diseño editorial, se propone un formato experimental donde la contribución de estos mensajes se evidencie principalmente en la innovación tanto en contenido como forma, mostrando algo fuera de lo común en términos conceptuales pero que cumplan con características del fanzine y principios de comunicación basados en el estudio de la semiótica y lingüística. Para finalizar dentro del proceso creativo se aspira proyectar conocimiento al lector, especialmente en los jóvenes ya que son quienes más buscan difundir principios de justicia y equidad.

1.3. Alcance

El alcance del proyecto se basa en una investigación de tipo descriptiva que permita registrar, cómo el fenómeno estudiado se desenvuelve en ámbitos históricos, sociológicos antropológicos, psicológicos, jurídicos y sociales sobre los derechos humanos en el país.

El proyecto además se alterna con una investigación exploratoria, cuyo objetivo es examinar la temática e identificar conceptos de estudio en cuanto a la equidad de género desde un comportamiento social y cultural de una determinada comunidad. Por lo tanto, en este caso es importante buscar manifestaciones sobre la igualdad de género en el Ecuador y responder la investigación inicial.

Además, se especificarán propiedades importantes dentro del proceso de diseño de fanzines como: cromática, forma, tamaño, material, y en respuesta a las variables de diseño, su historia origen, tipología, etc. De igual manera entender el diseño comunicacional, el rol social, la interacción con el usuario, su entorno y comportamiento.

1.4. Justificación

El presente tema se ajusta al Plan Nacional del Buen Vivir.

“Objetivo 2. Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad.”

“El reconocimiento igualitario de los derechos de todos los individuos implica la consolidación de políticas de igualdad que eviten la exclusión y fomenten la convivencia social y política. El desafío es avanzar hacia la igualdad plena en la diversidad, sin exclusión, para lograr una vida digna, con acceso a salud, educación, protección social, atención especializada y protección especial.” (PNBV, 2013 - 2017).

Por lo tanto, el fanzine como producción alternativa editorial contribuye a la comunicación de mensajes que promueven la equidad de género en el Ecuador ya que resulta ser un medio en el que el diseñador aplica procesos perceptivos para filtrar la información y permite crear esa información en imágenes funcionales mediante simbolismos gráficos, a su vez esto hace que se

desarrollen nuevos sistemas de información mucho más a fines con la juventud, donde puedan interactuar con la comunidad promoviendo esta igualdad a través de estos procesos creativos.

Esto facilitará la creación de un diálogo intercultural, entendiendo de la mejor manera a las personas: mujeres y hombres que integran una comunidad, sus construcciones sociales y culturales e integrales para poder aportar a una nueva construcción de desarrollo social.

Además, es preciso proponer una ruptura de estereotipos en el ámbito cultural y principalmente por parte de los medios de comunicación. Los cuales como se mencionó anteriormente muchas veces abarcan contenidos altamente sexistas sin ser directamente percibidos (Moscoso, 2010). Razón por la que el diseñador tiene el objetivo crear canales estratégicos de interpretación, con resultados que refuercen la identidad visual del producto para que su difusión sea objetiva.

Finalmente, de esta manera lograr responder un fin social y colectivo, fomentando la equidad y justicia social, pues el objetivo es interpretar y percibir las distintas realidades de la equidad e identidad de género en el Ecuador sin causar estigmatización ni discriminación.

1.5. Variables

A continuación se presenta la tabla de las variables a las cuales se rige el proyecto:

Tabla 1 Variables

Variable	Dimensión	Indicador	Instrumentos
Gráfico - Editorial	Fanzine	Tipologías	Referencias bibliográficas
		Cromática	Observación estructurada
		Materiales	
		Morfología	
		Funcionalidad	
Estudios de género	Identidad	Proceso histórico	Referencias bibliográficas
Equidad	Relación de poder	Leyes y normativas	Observación estructurada
		Experiencias ciudadanas	Entrevistas - Cuestionarios - Focus group

Nota: Las variables presentadas presentan instrumentos de investigación que deben irse desarrollando durante el estudio de cada una.

Referencias bibliográficas: Son todos los datos que otorgan una identificación sobre publicaciones o estudios científicos de un tema. Ayudan al desarrollo de la investigación, sobre todo en la etapa de definición de la propuesta mediante una contextualización o un análisis tipológico del tema. (Historia, referencia, casos, aplicaciones, entre otros). La referencia bibliográfica contribuye a la solución de la problemática planteada para la formulación de pruebas, conclusiones y resultados.

Observación estructurada: Es una actividad enfocada a descubrir las características sobre las variables de estudio. El método de verificación consiste en la observación, descubrimiento, explicación y predicción de las variables. Se utiliza como estrategia para obtener información de una manera más dinámica y además permite realizar un análisis de relación de causalidad. Dentro de problemas sistematizados permite la investigación de campo, en los trabajos creativos permite intervenir mediante nuevas aplicaciones para descubrir y mostrar resultados originales dentro del grupo de investigación.

Entrevistas: Instrumento de investigación que consisten en formar un diálogo entre 2 o más personas con la finalidad de obtener información a través de una estructura de preguntas. Las preguntas pueden ser formuladas de dos maneras. Abiertas que son preguntas que entregan libremente la opinión personal del entrevistado y las semi-abiertas que son preguntas concretas con respuestas de sí o no.

Cuestionarios: Instrumento de investigación basado en una serie de preguntas y otras indicaciones con el fin de obtener resultados, contribuyen a un análisis estadístico, cuantitativo y ayudan a la valoración numérica de una propuesta (como se valora un objeto). Además permite realizar un análisis cualitativo dependiendo del enfoque del cuestionario, entrega información única basada en el interés de la persona.

Focus group: Método de investigación para recolectar información, consiste en trabajar con un público objetivo o reunir un pequeño grupo de 6 a 12 personas para evaluar un tema. El método radica en que los participantes expresen sus ideas, opiniones, anécdotas, entre otros. Al momento de probar un producto se piden observaciones, comentarios y sugerencias.

1.6. Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Fomentar la equidad de género a través de una propuesta de diseño basada en una colección editorial de fanzines para jóvenes entre los 20 a 30 años de Quito a partir de la temática identidad de género enfocado en rasgos complementarios y feminismo sobre la base de la relación de poder.

1.6.2 Objetivos específicos

1. **Contextualizar** la temática sobre la equidad de género desde los ámbitos histórico, sociológico, antropológico, psicológico y jurídico.

2. **Desarrollar** las tipologías de mensajes y el proceso de representación visual del contenido mediante la aplicación de metodologías del diseño comunicacional.
3. **Generar** una propuesta de diseño editorial que tome en cuenta la funcionalidad, significación estética, conceptual y semántica del fanzine.
4. **Validar** la propuesta de diseño con el público objetivo mediante un cuadro de pertinencias.

1.7. Tipo de investigación

De acuerdo al enfoque de investigación será tipo cualitativa sobre la equidad de género y las sub categorías presentadas. El estudio cualitativo pretende desarrollar preguntas e hipótesis de cómo se han dado fenómenos de comportamiento cultural mediante la recolección y análisis de datos sobre la equidad de género en el Ecuador.

De tal manera el estudio cualitativo determinará cuáles son las preguntas más importantes para el proceso de investigación. A su vez, estos datos cualitativos responderán detalladamente situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y manifestaciones de cómo el diseño propuesto intenta inducir cambios sociales mediante el fanzine para concientizar acerca de la igualdad de género en el país (Sampieri, 2010).

1.7.1 Población y muestra

En Quito se ha registrado a una población total de 2'239.191 habitantes.

Quito es una ciudad en la que existe una alta migración interprovincial a la capital debido al desarrollo, su área de observación presenta alto movimiento económico, social y cultural. Durante el Censo 2010 se registraron 2'239.191 habitantes en Quito y se estima que para el 2020 Quito será el cantón más poblado del Ecuador con un registro aproximado de 2'781.641 habitantes. Según el Instituto Nacional de Estadísticas (INEC) durante el Censo de

Población y Vivienda 2010, en Quito el 16,65% de los habitantes está constituido por jóvenes entre los 18 a 29 años valor que equivale a 372.825 habitantes (INEC, s.f.).

Después de encontrar una unidad de análisis delimitada por la población total, se logró determinar el target. Todos los jóvenes de la ciudad Quito desde los 20 hasta los 30 años son el target representativo para definir los datos a recopilarse durante el proceso de investigación y a su vez será el mismo target que funcionará como público objetivo del proyecto de diseño.

En el siguiente cuadro se explica el porcentaje para obtener el tamaño de muestra a usarse.

Tabla 2. Tamaño de una muestra

CALCULADORA PARA OBTENER TAMAÑO DE UNA MUESTRA		
¿Qué porcentaje de error quiere aceptar? 5% es lo más común	5 %	Es el monto de error que usted puede tolerar. Una manera de verlo es pensar en las encuestas de opinión, este porcentaje se refiere al margen de error que es el resultado que obtenga debería tener, mientras más bajo por ciento es mejor y más exacto.
¿Qué nivel de confianza desea? Las elecciones comunes son 90%, 95%, o 99%	95 %	Es el nivel de confianza, es el monto de incertidumbre que usted está dispuesto a tolerar. Por lo tanto, mientras mayor sea el nivel de certeza más alto deberá ser este número, por ejemplo 99%, y por tanto más alta será la muestra querida.
¿Cuál es el tamaño de la población? La elección más conservadora es 50%	372.825	Este es un término estadístico un poco más sofisticado, si no lo conoce usted use siempre 50% que es el que provee una muestra más exacta.
La muestra recomendada es de	190	Este es el monto mínimo de personas a testear para obtener una muestra con el nivel de confianza deseada y el nivel de error deseado.

Adaptado de: (Universidad Nacional de Nordeste, s.f.)

Nota: De acuerdo al cuadro anterior la muestra total para trabajar el proyecto consta de 190 jóvenes que sean habitantes de la ciudad de Quito.

2. CAPÍTULO II: Sobre la equidad de género

2.1. Introducción a la igualdad y equidad de género

El género y la equidad dentro de la sociedad es algo que se ha aceptado, más no comprendido. Por lo cual, es necesario entender al género como una respuesta que da lugar al rol social que cada individuo estructura y construye en el entorno. En la sociedad actual se entiende al género desde varios ámbitos, pero uno de los errores del concepto de género está basado en el estereotipo, el cual plantea respuestas determinadas acerca de las propiedades compartidas por un colectivo humano. Muchas veces, el estereotipo no tiene nada que ver con la realidad, pues sus respuestas planteadas suelen ser formadas por un pensamiento único.

Actualmente, el género ha sido recreado, su dependencia reside en las circunstancias de dónde y cómo intervienen las normas, costumbres, prácticas, que definen comportamientos para formar una identidad. Al igual que sus ámbitos, sean estos específicos o no dentro de una organización, cultura, o grupo que conforma esta relación de género en la experiencia de vida colectiva e individual, contribuyendo a que un sujeto sea lo que es (Pinto, 2003).

Entonces, para poder comprender el concepto de género y su participación ante la equidad, se debe comprender que antes de las teorías de género, primeramente existió una etapa direccionada al reconocimiento del mismo. Por ejemplo, John Money, psicólogo especializado en sexología, utilizó por primera vez en 1951 el concepto de género para referirse al componente cultural de la identidad del sujeto. Money, mediante un estudio a transexuales, asignó papeles que no corresponden al sexo biológico y estableció que dicho rol no debe estar determinado en el componente biológico del individuo. Dicho estudio fue publicado después en su libro *Transsexualism and sex reassignment*, en 1969 (Money & Green, 1969).

Luego, en la década de los 60 durante el auge del movimiento feminista se empezaron a desarrollar las primeras teorías hacia el concepto de género, buscando explicar el origen y no la diferencia. Autores de la época como Betty Friedan, teórica estadounidense, quien en su publicación *La mística de la feminidad*, en 1963 estableció como el primer programa de estudio de género que integra la visión interdisciplinaria hacia la asignación de roles basados en la construcción social de identidad y no en el estereotipo que debía tener la mujer en dicha época (Brizuela, 2010).

Estos referentes ayudan a entender el concepto de género actual desde la sociología, donde se explica que el género está vinculado a los valores y conductas que pertenecen a un conjunto de características para distinguir entre lo masculino y lo femenino, las cuales pueden o no estar relacionado con el sexo biológico, sino con la construcción de identidad y de género.

Otro referente en cuanto al estudio de género es la teoría de Robert Stoller, psiquiatra estadounidense especializado en identidad de género. Stoller determinó que el género debe tener una separación inicial del sexo. Propone que todos los rasgos fisiológicos y biológicos del hombre y la mujer son totalmente distintos a la construcción social de las diferencias sexuales de género. Explica que el sexo es algo que se hereda mientras que el género es algo que se aprende (Stoller, 1968).

Esta teoría estaba basada en la explicación del libro *Tres ensayos sobre una teoría sexual* del psicoanalista Sigmund Freud, quien planteó una diferencia entre la naturaleza biológica y la construcción social y cultural del género, afirmando que el sexo no tiene nada que ver con el género.

Ya en 1986 la antropóloga y teórica influyente en políticas de sexo y género Gayle Rubin estableció el sistema sexo/género en varias de sus publicaciones. Define al sistema como: "Conjunto de disposiciones por el cual la materia prima biológica del sexo y la procreación humanas son conformadas por la

intervención humana y social, satisfechas en una forma convencional, por extrañas que sean algunas de las convenciones” (Rubin, 1975).

Básicamente el sistema de Rubin proporciona una explicación de los procesos hacia la división sexual y a la reproducción del género. Dichos procesos constan desde antes del nacimiento siendo así tan complejo e invisible ante las múltiples formas y contenidos de socialización pues no responden a un antes natural (Rubin, 1975).

Es así como Marta Lamas, antropóloga mexicana explica que el género se debe entender porque esto ayuda a distinguir cómo el orden cultural produce percepciones específicas sobre las mujeres y los hombres, y además cómo dichos mandatos sociales intentan normar hacia la convivencia. Pero para Lamas la normatividad encasilla a la persona y suele ponerla en contradicción de sus deseos. Finalmente define al género como filtro hacia el desarrollo de nuestra vida (Brizuela, 2010).

De igual manera Marcela Lagarde una de las principales representantes del feminismo latinoamericano también establece la importancia del conocimiento de género en la sociedad. Por medio de su publicación *Género y feminismo* permite examinar y visualizar las relaciones de desigualdad en el género. Lagarde establece que el género es la relación en la sociedad. Usa al género como sistema de ideas hacia lo representacional desde el plano subjetivo individual. Es decir lo que cada persona quiere y desea construir en la sociedad (Brizuela, 2010).

Adicionalmente, si mencionamos el concepto de género de Isabel Martínez Benlloch, psicóloga, nos explica que género es un proceso por el que cada individuo establece la diferencias ante los demás. Es lo que llama “plantearse como yo y no como el otro” De tal modo que se entiende al género como herramienta hacia la creación de la identidad mediante expresiones dinámicas de origen interno y externo del sujeto.

Además la autora propone un sistema de género en la construcción de la subjetividad, basada en la fundamentación psicosocial del sexo al rol de género formando conceptos constructivos de identidad, estereotipo, género y subjetividad (Benlloch, 2010).

Margaret Mead explica al género desde la ciencia de la antropología presentando un cuestionamiento de los papeles sexuales donde supuestamente están originados en la diferencia biológica descrita etnográficamente y cómo se busca mediante la antropología establecer al género transculturalmente. Lo que quiere decir es entender al género desde nuevas perspectivas en una comunidad o en una sociedad aceptando los nuevos cambios en cuanto al rol establecido de hombre y mujer (Brizuela, 2010).

Como podemos ver, los estudios de género corresponden a las temáticas de la equidad, identidad, orientación, sexo, rol de género, etc. Además, se concluye de manera general que entender género se basa en diferenciar que la condición biológica de un individuo no necesariamente debe corresponder a su expresión individual y que dicha comprensión está justificada desde un desenvolvimiento psicológico, sociológico, antropológico, y otros aspectos desde varias disciplinas que se irán tratando en el desarrollo del capítulo.

2.2. Teoría de Queer y estudios de género

“El derecho a ser tratados iguales pero diferentes.” (Fonseca & Quintero, 2009)

El término *Queer* nació a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX. Su traducción del inglés que significa extraño, raro, poco usual se usaba de manera peyorativa hacia los homosexuales e individuos que conforman la comunidad LGBTI (Lesbian, Gay, Bisexual, Transexual, Intersex). Como se mencionó, *Queer* era un término para referirse a las minorías que no corresponden a los heterosexuales, o de género binario.

A medida que pasaron los años su concepto fue cambiando y evolucionando. En 1990 se consideró al término *Queer* como la primera teoría por parte de estudios feministas hacia reconocimientos de orientación sexual, identidad de género y expresión de género.

La teoría *Queer* hace relación a que la identidad de una persona no es fija y no determina quién es, rompe con el mundo binario de femenino/masculino formulado por esquemas y normas dentro de una sociedad. *Queer* no tiene significado fijo, busca crear una nueva identidad alimentada por sí misma. Su objetivo es deshacer analíticamente los elementos que constituyen una estructura conceptual del “debe ser” de los individuos. *Queer* no busca fortalecer ningún tipo de identidad en especial, pues cuestiona esa estigmatización y discriminación formada en el entorno, además de eliminar al estereotipo.

La teoría *Queer*, introducida por la teórica feminista Teresa de Lauretis, explica que la percepción determinada sobre género y sexualidad son el resultado de una construcción social (ficticia) y, por lo tanto, la interacción del individuo al mostrar su identidad y orientación sexual dentro del género deja fuera los cuadros o reglas sociales, ya que no están establecidos esencial o biológicamente en la naturaleza humana, siendo la clasificación por género un rechazo en la teoría (Worsnip, 2008).

Podemos ver que en los estudios de Michel Foucault, mediante una “hipótesis represiva”, explica que *Queer* es algo que está en el interior de las personas que no se representa por el orden cultural (Foucault, 1977). Y por otro lado, Nancy Armstrong, en su “hipótesis productiva”, dice que el término *Queer* equivale al género desde un discurso sociopolítico donde la representación del rol no busca mostrar ausencia en su relación con el sexo biológico, sino que mediante el uso de *Queer* mostrar que es un conjunto de elementos activos que se integran en cada individuo (Armstrong, 1991).

En la actualidad, la teoría de *Queer* se entiende como desarrollo del modelo tradicional hacia la identificación sexual y de género en la cultura. *Queer* conocida como “la zona de posibilidades”, busca ser una categoría hacia los procesos de formación ante el reconocimiento de sexo e identidad de género; elimina por completo la identidad estigmatizada mediante la justificación de que la elección sexual es un derecho humano, por lo tanto declara el derecho a la existencia (Fonseca & Quintero, 2009).

Carlos Fonseca, especialista en género mediante su publicación *Teoría de Queer: Des-construcción de las sexualidades periféricas*, propone dentro de la teoría *Queer* un estudio de cómo la sociedad solo acepta manifestaciones de género heterosexuales. El autor explica que estas ideas están basadas en valores tradicionales de una sociedad, y que dichos valores crean estigmatización, discriminación y desigualdad social. Por lo tanto, el autor pretende eliminar esta exclusión del sistema para que cada individuo recree su identidad en la base de sus deseos y satisfacciones (Fonseca & Quintero, 2009). Es como diría Butler, “Género es la manifestación pública del significado cultural y político del deseo.” (Butler, 1999).

Por otro lado, la periodista Daniela Rendón, realiza un análisis llamado *El ABC de la teoría de Queer*, donde se detalla un acercamiento hacia el concepto de la teoría desde la perspectiva de los autores más representativos.

Por ejemplo, Jaris Mujica, antropólogo peruano en su libro *Economía política del cuerpo*, explica que la sociedad siempre intenta plantear una única posibilidad normal desde la dicotomía hombre/mujer y que si no existe correspondencia total entre el sexo biológico y su identidad, para la sociedad es considerado un desvío. A esto el autor lo llama “micro política del control del cuerpo”, criticando la idea de que está controlado y limitado por la sociedad como una persona debe actuar y lucir (Mujica, 1981).

Otro ejemplo es el de Ricardo Llamas, en su libro *Teoría torcida: Prejuicios y discurso en torno a la homosexualidad*. Expone ideas de representación y liberación hacia la construcción sexual de una persona y mediante una crítica en la cual explica que la sociedad se basa en modelos establecidos de roles e identidad que no permiten diferenciar las nuevas posibilidades que constituyen en la vida sexual y afectiva de todos los individuos (Llamas, 1998).

Posteriormente, Judith Butler, filósofa que contribuyó hacia a el surgimiento de la teoría cuestiona en su texto *El género en disputa*, por qué la sociedad crea paradigmas extremos en el que el sexo condiciona el género basados en el modelo binario de ser hombre o ser mujer. Butler explica, mediante una matriz heterosexual la cual llama “conjunto de discursos y prácticas culturales relacionadas con la diferenciación de sexos encaminados a producir heterosexualidad”, cómo la sociedad produce patrones que definen en una determinada cultura la idea predominante de lo que es el género. Dice que esta idea está impuesta en todos desde muy temprana edad. “Niños deben vestir azul, deben ser fuertes física y emocionalmente, no pueden usar maquillaje, ni vestidos y sobre todo no debe gustarles personas del mismo sexo.” Ella critica estas reglas diciendo que son igual de limitantes para las niñas. Por último propone un concepto de género *gender performance* donde establece que el género no es universal, es cambiante y varía dependiendo del contexto y tiempo en el que nos encontramos (Butler, 1999).

De igual manera, la filósofa Eve Kosofsky Sedgwick en su publicación *Epistemology of the closet*, define que la teoría *Queer* es un tercer género que contrapone al conjunto binario que ha creado la sociedad. Sostiene el concepto del tercer género por medio de uno de los tres de principios:

1. Las personas son diferentes entre sí.
2. El estudio del sexo no sigue la misma directriz que el de género.
3. El paradigma sexual puede oscurecer nuestra identidad sexual.

Básicamente, establece que una sociedad no puede encadenar lo que el tiempo nos ha enseñado sobre género, y que debe existir un desarrollo y avance según el tiempo (Kosofsky, 1990). De la misma manera, se relaciona al concepto de Teresa de Lauretis quien en su libro *La tecnología del género* determina que el género es una representación social, que lo femenino y lo masculino son ficciones culturales y, por último, que la identidad de una persona está constantemente en movimiento y por lo tanto muta (Lauretis, 1989). En definitiva la teoría de *Queer* critica la normalización y el tabú cultural hacia la supresión determinada de identidad.

Finalmente, para ejemplificar los estudios de género y cómo estos han ido cambiando. En el año 1976, el Dr. Adrián Vander en su libro “Enfermedades y trastornos de la vida conyugal”, que trata el aspecto patológico de género desde perspectivas que se consideraban erróneas. La crítica del autor en cuanto al rol de hombre, es que no debía proyectarse afeminado y en cuanto a la mujer, no se podía considerar ningún aspecto de masculinidad incluso en la forma de caminar. Básicamente Vander construye una barrera separando a los dos géneros mediante estereotipos de roles y además consideraba que si alguno presentaba ciertos “síntomas” era una enfermedad que necesitaba cura.



Figura 1. Patologías en cuanto al rol de género
Tomado de (Vander, 1976, p. 36)

Por lo tanto, comprender que el género es ahora una categoría de análisis que permite construir la primera idea de variabilidad del hombre y la mujer dentro de la construcción sociocultural presentado por las diferencias sexuales. Es decir, se debe presentar al género como un conjunto y una diversidad de elementos que forman la identidad de cada individuo permitiendo conocer la realidad y la posibilidad al cambio del mismo (Gamba, 2008).

2.3. Teorías de igualdad: Género, mujer y feminismo

2.3.1. Feminismo: Historia, etapas y corrientes

La historia del feminismo comienza mucho antes de lo previsto. Las culturas dominadas por el hombre tendían hacia la marginación de la mujer. Por lo tanto, nació esta necesidad de manifestar la desigualdad de géneros.

En la antigüedad, durante los siglos IV y V, muchas culturas estaban ya afianzadas hacia discursos de religión, ley y ciencia proclamando la inferioridad de la mujer con respecto al hombre. Siendo así, el origen del feminismo, la respuesta a la crítica ante la desigualdad que la mujer tenía y tiene desde los aspectos del género.

Pero, antes de continuar con la historia del feminismo es necesario destacar las diferencias de los movimientos de mujeres y el feminismo. El feminismo nació para la búsqueda del derecho social, laboral, civil e individual entre sexos, o mejor dicho entre géneros. Una de las grandes diferencias es que el feminismo generalmente tiene base teórica y una organización estructurada. Por el contrario, los movimientos de mujeres son posturas e ideologías creadas en una sociedad. Expresan la lucha de las mujeres contra cualquier forma de discriminación, a través de corrientes filosóficas, o corrientes de pensamiento social e integral, aquellas que estudian los fenómenos sociales (De Miguel, 2007).

Feminismo premoderno

Este feminismo reacciona ante la categoría de lo femenino como inferior a lo masculino, critica la exclusión de las mujeres ante la iglesia católica y se incursiona un mundo literario donde se proponen nuevos cánones (ONU-MUJERES, s.f.).

Entonces, en el siglo XIII, Guillermine de Bohemia, una de las máximas representantes del inicio del feminismo, comenzó con la idea de crear una iglesia solo para mujeres. Cabe resaltar que durante la época las doctrinas religiosas no participaban en el ámbito femenino, pues el protestantismo reforzó la autoridad patriarcal influenciada por los grupos de la reforma religiosa y no permitían que las mujeres tengan derechos dentro de lo religioso. Dentro de esta iglesia Guillermine, mediante sus conocimientos de vida espiritual, logró que a las mujeres se les conceda dignidad, además de proporcionarles un escape intelectual y emocional que dificultosamente podían hallar en otro lugar. Para esa época no se podía considerar a este tipo de conocimientos como elementos de desarrollo para la sociedad, aún más para la Iglesia, así que Guillermine finalmente fue acusada de hereje y perseguida por la inquisición a comienzos del siglo XIV. Después de su muerte, su cuerpo fue quemado (Muraro, 1995).

Para la historia del feminismo este antecedente fue de suma importancia, ya que en el siglo XVII en Francia, las mujeres ya tenían un gran protagonismo dentro del movimiento literario y social conocido como preciosismo. Las llamadas preciosas consiguieron que la participación femenina en la sociedad pase a ser un tema de opinión pública. En consecuencia, hoy este movimiento es conocido como la mejor reacción ante el modelo patriarcal. Además de mencionar que la literatura feminista de la época contribuyó a las investigaciones de la teoría, ya se presentaban perspectivas de género (De Miguel, 2007).

Más adelante, en la Edad Media, Christine de Pizan, filósofa italiana, poeta y además considerada la primera escritora profesional de la historia, en 1405 publicó su libro llamado *La ciudad de las damas*, reivindicando la posición de las mujeres en el Estado a través del conocimiento filosófico, donde discute la naturaleza de la mujer y la posición subordinada del orden social, económico y político. Da énfasis a la ruptura de roles donde explica que la mujer aporta con aspectos sustanciales desde la condición humana (Lemarchand, 1995).



Figura 2. La ciudad de las damas, Christine de Pizan

Tomado de (Pizan, s.f.)

A partir del siglo XV al XVII existieron numerosas autoras que se dedicaron a la escritura en defensa de las mujeres. Partían de la idea de que la educación que gozaban los hombres debía ser igual para ambos géneros por la necesidad natural de perfección. Estas ideas tomaron origen en los movimientos artísticos, culturales e intelectuales, como el humanismo y el Renacimiento. Aquí se respondía a la importancia del hombre en sentidos de la razón, conocimiento, virtud, entre otros. Tanto así que se creó una visión

antropocéntrica, defendiendo intereses de la naturaleza y condición humana como medida de todas las cosas (Haya, 2008).

Feminismo moderno

Este feminismo nació con un proyecto político que buscaba construir un sujeto revolucionario. La configuración del feminismo moderno se basa en hitos teóricos y prácticos. El hito teórico propone el abandono de la comparación de hombre y mujer, y el práctico expone la idea de que los seres humanos nacen libres e iguales donde hombre y mujer forman parte del proyecto igualitario (ONU-MUJERES, s.f.).

Posteriormente a la mitad del siglo XVII y principios del siglo XIX, se dio la revolución Industrial, la producción industrializada y mecanizada fue una de las consecuencias hacia la transformación social, política y sobre todo económica en la humanidad. La expansión del comercio y relaciones laborales experimentaron un rápido crecimiento y dieron creación a nuevas divisiones sociales sobre todo a la clase obrera. Esto hizo que el proceso de marginación hacia la mujer creciera y nuevamente las mujeres ocuparan un rol tradicional en la sociedad (Haya, 2008).

En 1743, durante los inicios de la Ilustración, movimiento cultural e intelectual que tuvo influencia en ámbitos sociales, políticos y económicos, sostenía que la razón humana lograba lidiar la ignorancia y la tiranía para conseguir un mundo mejor. Así salió a la luz el primer hombre en participar protagónicamente ante la lucha de los derechos femeninos. Nicolás de Condorcet, reconocido como el *filósofo universal* por Voltaire, reclamó el reconocimiento del papel social de la mujer mediante su obra *Bosquejo de una tabla histórica de los progresos del Espíritu Humano* (Canela, 2015).

Luego, durante la época de la revolución Francesa, en el año 1789, existió una evolución al concepto de los derechos humanos, se presentaron documentos

como la *Declaración de los Derechos de Virginia*, *Independencia de los Estados Unidos*, y la *Declaración de los Derechos del Hombre y la Ciudadanía*, pero en ninguno se tomaba en cuenta a la mujer. Por ello, mujeres presentaron lo que llaman *Cahiers de Doléances*, el *Cuaderno de quejas*. Por lo que la política francesa Olympe de Gouges, creó la *Declaración de los Derechos de la Mujer y de la Ciudadanía*, en la que consta de 17 artículos que defendían a la mujer mediante la condición de que nace libre y que debe permanecer igual al hombre en derechos y expresión de voluntad en general (Gouges, 1789).

Al mismo tiempo, en Inglaterra la escritora Mary Wollstonecraft, en su ensayo *Vindicación de los derechos de la mujer* (1792), rechazó la postura de que las mujeres no deberían tener educación argumentando que la mujer es igual de racional que el hombre, adicionalmente criticó la idea de que la mujer solo está en la sociedad como elemento decorativo, comercial y para el matrimonio. Finalmente defendió la idea de que la mujer es un humano al igual que el hombre y merece los mismos derechos (Wollstonecraft, 1792).

Posteriormente en Nueva York, Estados Unidos se da la primera convención de los derechos de la mujer, *Convención de Séneca Falls*, la cual se creó el 19 de julio de 1848. Dicha convención fue dirigida por Lucretia Mott y Elizabeth Cady, quienes promovieron una declaración de sentimientos de ambos géneros. Este documento denunciaba: “Las restricciones, sobre todo políticas, a las que estaban sometidas las mujeres: no poder votar, ni presentarse a elecciones, ni ocupar cargos públicos, ni afiliarse a organizaciones políticas o asistir a reuniones políticas”. (Miyares, 1999).

Veinte años después en 1868 las seguidoras de Mott y Cady fundaron la Asociación Nacional Pro Sufragio de la Mujer (*National Woman Suffrage Association NWSA*). Susan Anthony dentro de su participación propuso el voto como símbolo de libertad e igualdad, pues todas estaban seguras de que por medio del voto las condiciones de las mujeres cambiarían. Sin embargo, no fue

hasta 1920 cuando las mujeres consiguieron el voto y, a su vez, formar parte de las primeras elecciones presidenciales (Miyares, 1999).

Sería absurdo pensar que las feministas podrían formular un marco de análisis totalmente novedoso, dado que al construir la teoría y la metodología, siempre se parte de un estado dado del conocimiento. Las categorías utilizadas a menudo por estas investigadoras, tales como género, reproducción y patriarcado, ya existían desde antes; pero lo significativo de este uso más reciente reside en la re conceptualización, la elaboración y el refinamiento que se ha dado de estos términos. (Barbieri, 1991).

En 1907, Clara Zetkin, política alemana fue una de las mujeres más importantes para la historia del feminismo. Zetkin organizó la *Primera Conferencia Internacional de la Mujer*, en la cual participaron 58 mujeres. Clara Zetkin también en representación de su lucha por la mujer exigió que se conmemorara el Día de la Mujer Trabajadora, o conocido ahora como el Día Internacional de la Mujer, propuesto en una de sus conferencias un 8 de marzo, día en que se celebra en la actualidad (ONU-MUJERES, s.f.).

La Primera Guerra Mundial, iniciada en 1914 significó el mayor avance para la mujer de todos los siglos. Las exigencias de la guerra hicieron que la mujer desarrollara nuevos papeles dentro del sistema, el campo femenino funcionaba con nuevas responsabilidades. Fue aquí donde las mujeres salieron adelante e inclusive existieron reconocimientos a la mujer como heroína. Numerosas mujeres durante la guerra se convirtieron en enfermeras para atender a los militares y las industrias civiles adquirieron una gran cantidad de mano de obra femenina. A finales de la guerra en 1918, 1.345.000 mujeres habían conseguido trabajo, se había reconocido la capacidad de la mujer para trabajar, y finalmente la imagen de la mujer se hizo imprescindible y fuerte (Solórzano, 2014).

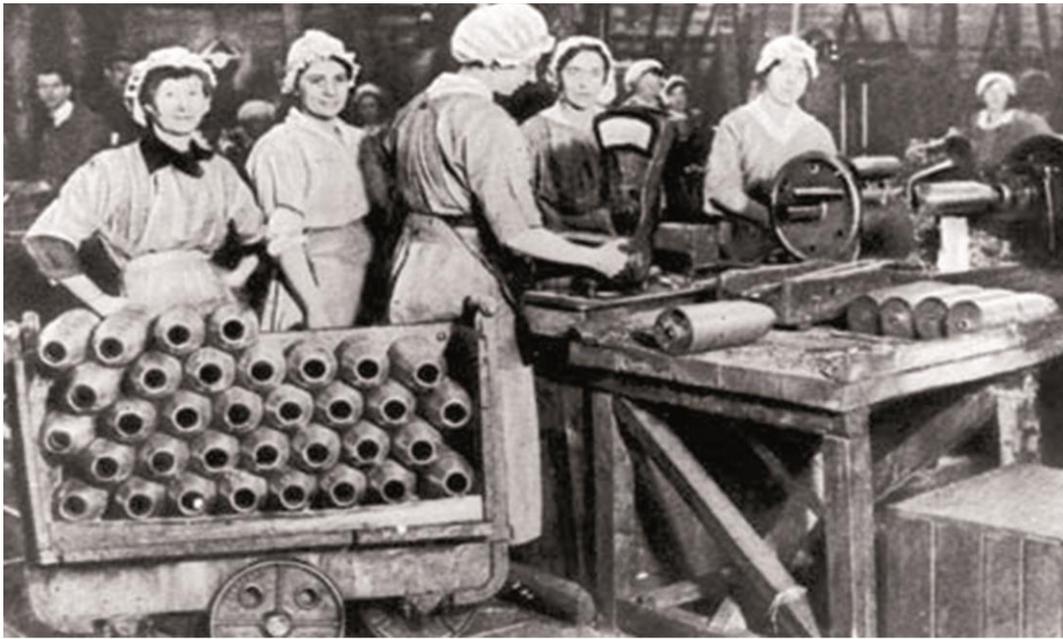


Figura 3. Mujeres trabajando en la Primera Guerra Mundial

Tomado de (Dominguez, 2014)

Posteriormente en Estados Unidos en 1920, se creó el *foxtrot*, un baile que se comenzó a popularizar después de la Primera Guerra Mundial con un fin de entretenimiento, especialmente en Charleston, Carolina del Sur. Consecuentemente surge el *charleston* como tendencia de moda, donde el concepto era la extravagancia y elegancia. La vestimenta de las mujeres crea una transformación en la imagen, proyectándose como “la mujer independiente”. Esto les permitió encontrar espacios de socialización ante el rol que ocupaban en la sociedad (Canela, 2015).



Figura 4. Mujeres en los años 20, (Charleston)

Tomado de (Martínez, 2013)

Después de este antecedente grandes cambios aparecieron, factores ya mencionados como la educación, la industrialización, la democracia en el sistema y otros influyeron hacia la participación de hombres y especialmente de mujeres, quienes ya habían logrado avances en cuanto a la protección de sus derechos. Fue entonces que en 1960 ya se consolidaron los movimientos feministas formando marcos conceptuales. Incluso comenzaron a haber estudios de la mujer y su lugar en la sociedad, donde en muchos se mostraba una nueva imagen, participación e integración del género femenino (Pinto, 2003).

A partir de esto aparecieron tendencias que buscaban reflejar la nueva postura femenina. Por ejemplo, en 1956 dentro de la sociedad del consumo era muy común que se utilizara a la mujer para publicidad, diseños comerciales, etc. Esta iconicidad femenina empezó por medio el movimiento artístico *Pop Art*, justamente caracterizado por representar objetos culturales en los medios de comunicación con un fin popular como explica su nombre (Canela, 2015)



Figura 5. Pop Art, Andy Warhol. Mujer en la cultura de masas y sociedad del consumo
Tomado de (Turcott, 2012)

Otro ejemplo del movimiento artístico es el de Richard Hamilton, quien en sus obras utilizó una sátira para representar la nueva realidad de los hogares, alterando estereotipos y valores de la sociedad. Convirtiéndose en un referente ejemplar de lo que la mujer ya tenía predestinado como rol, Hamilton muestra un cambio en los géneros y el rol (Canela, 2015).

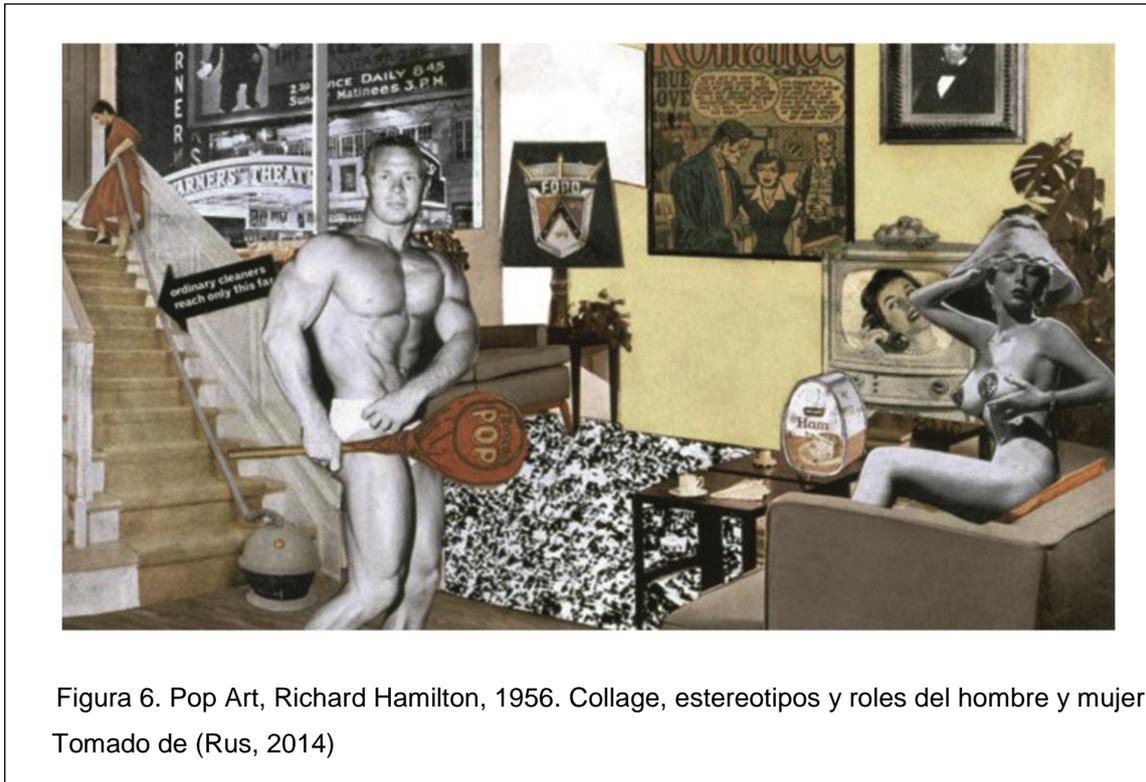


Figura 6. Pop Art, Richard Hamilton, 1956. Collage, estereotipos y roles del hombre y mujer
Tomado de (Rus, 2014)

Feminismo: nuevas tendencias

Retomando la historia del feminismo, es importante estudiar la evolución que obtuvo durante la década de los 60. Como se mencionó anteriormente ya existían grupos sólidos con bases teóricas, pero durante su expansión y orígenes del movimiento feminista se presentaron tres tipos de avances:

a) Feminismo liberal o reformista

Su principal planteamiento se enfocaba en la crítica hacia la opresión y desigualdad que reside en lo biológico. No presenta un desarrollo teórico elaborado. Sin embargo, de aquí nace la propuesta de las *esferas separadas*, la cual consta de demandas que giran a la igualdad de sexos, presentando la idea de que la mujer es un elemento privado al igual que el hombre (Gamba, 2008).

b) Feminismo radical o socialista

Muestra un avance metódico y de profundidad teórica. Todos sus análisis se basan en las relaciones de las clases trabajadoras y el lugar de la mujer en el Estado, al igual que por el lado económico y movimientos de producción. Su objetivo principal era lograr la igualdad para todos en ámbitos políticos, sociales y económicos (Gamba, 2008), (RAE, s.f.).

c) Feminismo de vanguardia

Tenía un marco estructural en el cual el marxismo y el socialismo utópico eran sus elementos de apoyo teórico. Lo que buscaba este segundo movimiento buscaba lograr que dentro del sistema se elimine la desigualdad social que existía a través de un estándar económico (Gamba, 2008).

Como se mencionó, el crecimiento del feminismo lo convirtió en un movimiento que proyectaba historia, desde los estudios y procesos de la liberación de la mujer. Donde al principio se presentaban análisis culturales, literarios, filosóficos, posturas de género, entre otras. Sin embargo, al formarse teóricamente, el feminismo ya consta como una teoría que buscaba la igualdad para todos. A su vez, los estudios de género fueron aumentando cada vez más y se crearon nuevas corrientes para soportar las teorías de igualdad y equidad en una sociedad.

Parte de la historia del feminismo es examinar cómo la teoría desarrolló análisis conceptuales y procesos hacia la de creación del feminismo como teoría de género e igualdad, se crearon nuevas corrientes cuyo objetivo era plantear distintas perspectivas que se integraran al concepto de equidad de género.

Por ejemplo, se estableció una diferencia entre los estudios de género y una nueva rama que era la perspectiva de género. Es importante comprender lo que cada una de estas categorías de análisis proporciona ya que son la base para la comprensión de la teoría.

Los estudios de género empezaron con la *teoría papel de género*, la cual establecía la diferencia conceptual de sexo/género, propuesta por el psicólogo ya mencionado John Money en 1955. Posteriormente se formaron estudios feministas, teorías de género, como la teoría *Queer*, entre otras. La importancia de los estudios de género radica en que en todas estas teorías emergieron de distintas disciplinas, como la sociología, psicología, antropología, y todo lo que comprende al capítulo de introducción de género (Gamba, 2008).

Mientras que, la perspectiva de género como corriente de la teoría propone entender la diferencia metodológica de los estudios de género. La perspectiva de género está basada en reconocer que una parte es el componente sexual, y otra son las representaciones, ideas y atribuciones sociales. Algo muy importante que propone esta corriente, es qué implica la perspectiva de género para referencia de marcos teóricos, desarrollo de políticas, investigaciones y programas.

- a) Reconocer las relaciones de poder que se dan entre los géneros, en general favorables a los varones como grupo social y discriminatorio para las mujeres.
- b) Dichas relaciones han sido constituidas social e históricamente y son constitutivas de las personas.
- c) Estas relaciones atraviesan todo el entramado social y se articulan con otras relaciones sociales, como las de clase, etnia, edad, preferencia sexual y religión.
- d) Es una construcción social e histórica (por lo que puede variar de una sociedad a otra y de una época a otra).

- e) Es una relación social (porque descubre las normas que determinan las relaciones entre mujeres y varones).
- f) Es una relación de poder (porque nos remite al carácter cualitativo de esas relaciones).
- g) Es una relación asimétrica; si bien las relaciones entre mujeres y varones admiten distintas posibilidades (dominación masculina, dominación femenina o relaciones igualitarias), en general éstas se configuran como relaciones de dominación masculina y subordinación femenina.
- h) Es abarcativa [sic] (porque no se refiere solamente a las relaciones entre los sexos, sino que alude también a otros procesos que se dan en una sociedad: instituciones, símbolos, identidades, sistemas económicos y políticos, etc.).
- i) Es transversal (porque no están aisladas, sino que atraviesan todo el entramado social, articulándose con otros factores como la edad, estado civil, educación, etnia, clase social, etc.).
- j) Es una propuesta de inclusión (porque las problemáticas que se derivan de las relaciones de género sólo podrán encontrar resolución en tanto incluyan cambios en las mujeres y también en los varones).
- k) Es una búsqueda de una equidad que sólo será posible si las mujeres conquistan el ejercicio del poder en su sentido más amplio (como poder crear, poder saber, poder dirigir, poder disfrutar, poder elegir, ser elegida, etcétera)." (Gamba, 2008).

Por último, el enfoque de género funciona de dos maneras, la primera como eje transversal de propuestas y la segunda como área específica dentro de

programas y proyectos de género. Además tiene como objetivo analizar las relaciones entre mujeres y hombres dentro y fuera de su entorno. Este análisis es aquel que pone en evidencia la diferencia entre beneficios, desarrollo, el acceso y control de recursos, entre otros factores que aun expresan inequidad (ONU-MUJERES, s.f.).

La segunda ola del feminismo tuvo su origen desde los años 70, fue conocida como el *Movimiento de la mujer*, donde se registró una actividad femenina estructurada. Aparecieron algunos cambios, por ejemplo, en el ámbito legal 22 Estados agregaron mejoras a sus constituciones ante la desigualdad de género. La mujer comenzó a formar parte de la cultura y se evidenció la inclusión y oportunidad laboral, social y política de ambos géneros, pues nacieron las primeras generaciones de abogadas, doctoras, ejecutivas, etc. Finalmente nació el post-feminismo (Gamba, 2008).

El post-feminismo se relaciona al estudio de todos los cambios que hubo durante la lucha de las mujeres ante la ideología patriarcal que no otorgaba igualdad para todos. El término no es más que una postura de la época, un discurso complejo que criticaba cómo el feminismo había sido integrado en el sistema con una imagen negativa. Cabe mencionar que esta postura hizo que muchos concordaran con la idea de que el feminismo había llegado a un fin, por lo prácticamente las mujeres lograron una libertad de elección y derechos iguales que el hombre. No obstante, el post-feminismo otorgó una nueva fuerza al feminismo como teoría, reformulando y cuestionando la importancia y su influencia en la sociedad (Bonorino, 2010).

Feminismo cultural

Su origen fue en la década de los 70; este feminismo plantea que para llegar a la igualdad, hay que lograr una transformación en la cultura. Presenta nuevos temas de integración política y pública como el acceso a servicios de salud, igualdad salarial y vida libre de violencia (ONU-MUJERES, s.f.).

Ecofeminismo

En 1974, La obra *primavera silenciosa*, de Rachel Carson, tomó un protagonismo en la historia del feminismo. En la obra se presentaba ideas del activismo ambiental, alterando la dirección del pensamiento del hombre hacia la concepción holística de la naturaleza. Por lo tanto, al ser una mujer la autora del libro, las feministas buscaron apoyarse como ecologistas mediante la relación del medio ambiente y la humanidad (ONU-MUJERES, s.f.).

Feminismo institucional

Estados asumen compromisos internacionales como convenciones, planes de acción, etc., con el fin de garantizar la igualdad de género. Las mujeres exigieron la creación de mecanismos y herramientas para la gestión pública con visión de equidad. Finalmente en este período se crearon instituciones como El Ministerio de la Mujer, mostrando el compromiso hacia la igualdad (ONU-MUJERES, s.f.).

Feminismo de la diversidad

Se presentan ideas donde la mujer deja de ser la representación única. Las diferencias de origen, territorio, etnias, de lengua, etarias o de orientación sexual, se convirtieron en parámetros específicos que se consideraron para la reivindicación de los derechos (ONU-MUJERES, s.f.).

Ciberfeminismo [sic]

Aquí se expone la necesidad de que las mujeres utilicen y se apropien de las nuevas tecnologías de información y comunicación. El Internet, o ciberespacio, se ve como un nuevo ámbito público y político para el feminismo. Con el pasar de los años y el uso del Internet, se convierte en una etapa que representa la

tercera ola del feminismo, donde las mujeres encontraron un lugar hacia posibilidades de cambio.

Es importante mencionar que el ciberfeminismo tiene dos etapas. La primera etapa o llamada etapa de las teóricas corresponde a las décadas de los 80 y 90. Sady Plant y Sandy Stone definen al ciberfeminismo como “una cooperación entre mujer, máquina y nuevas tecnologías” (Plant & Stone, 1998), donde se podía plasmar una cantidad enorme de estudios de género, artículos, documentales sobre igualdad, equidad, entre otros. Además de presentarse virtualmente a debates, foros, discursos del mundo para romper la cultura binaria hombre/mujer que se mantienen en muchas sociedades. Pues el objetivo es comunicar mediante la teoría del feminismo que las sociedades deben ser igualitarias y la equidad de género debe cumplirse como parte de los derechos humanos (ONU-MUJERES, s.f.).

La segunda etapa, es decir, desde los inicios del año 2000 hasta la actualidad el término del ciberfeminismo ha tomado una doble significación. En la web, existen una infinidad de sitios que promueven el feminismo, con la diferencia de que el contenido y el perfil que muchas mujeres adoptan desde esta plataforma es un poco agresivo, incontrolado, irreverente para algunos e incluso políticamente incorrecto. El antropólogo Néstor García lo define como “identidades híbridas”, donde las mujeres muestran identidades alternativas. (García, 2001).

Para ellas esto es un conjunto de estrategias y acciones con el objetivo de llamar la atención, en especial a los medios de comunicación. Su identidad es un grito de guerra, el cual lo llaman *Grrl*, cuya definición proviene de la significación escrita de la fonética de un gruñido y la composición de la palabra *girl* (mujer). *Girl* es utilizado como muestra de un nueva era, se deja atrás la palabra *woman* como referente a los inicios del feminismo (Wilding, 1997).



Figura 7. Ciberfeminismo. Fanzine Riot Grrrl
Tomado de (Kessler, 2013)

2.3.2. Género, mujer y feminismo en América Latina

Primeramente la historia de la mujer y el feminismo en Latinoamérica no radica en los saberes indígenas. Su origen ha sido influenciado por modelos externos, especialmente porque la mujer latinoamericana comenzó a construir su nueva imagen desde el camino hacia la independencia. Como se sabe, el colonialismo en América implicó la desaparición de los imperios Inca y Azteca en particular (Gallardo, 2012).

Por lo tanto, el papel de la mujer latinoamericana durante la conquista es una cuestión que hasta la actualidad se mantiene prácticamente desconocida. Durante este periodo algunas mujeres indígenas fueron maltratadas, esclavizadas, discriminadas y humilladas. Sin embargo, hubo mujeres que consiguieron un protagonismo histórico, gracias a la lucha de sus derechos obtuvieron cargos importantes los cuales no fueron reconocidos por cronistas (Galduf, 2012).

Los conquistadores inculcaron nuevas prácticas religiosas y políticas. Por lo que en la mayoría del continente latinoamericano no existía el reconocimiento

igualitario a la mujer. Una de las razones fue el racismo heredado de la Colonia. Muchas mujeres no podían participar en espacios sociales, pues en ese entonces el ser indígena, mestiza o negra era formar parte de otra clase social. Esto, a su vez, hizo que la violencia racista creciera y, sobre todo, machista (Gallardo, 2012).

Para ese entonces las primeras ideas del feminismo llegaron a finales del siglo XIX, las cuales se formaron gracias a los diversos aportes filosóficos, literarios, políticos y culturales. Mujeres de varios países, como México, Venezuela, Argentina, entre otros se reunían para publicar periódicos en los que daban a conocer mediante poemas y escritos su lugar en la sociedad. Al mismo tiempo exigían educación, control de la economía y el voto. “Las indígenas amazónicas y andinas del Ecuador y Venezuela están denunciando la relación entre el colonialismo, el racismo y las desigualdades económicas, de oportunidades y de acceso a los servicios públicos que las marginan.” (ibíd.).

Siendo así, los primeros registros oficiales del feminismo latinoamericano en Argentina en el año 1896. Por medio de un grupo conformado por exiliadas, obreras, anarquistas e inmigrantes fundaron un periódico comunista llamado *La voz de la mujer*, en el que manifestaban las diferentes formas de opresión, represión estatal, explotación patronal, violencia contra las mujeres, entre otros temas. Uno de los primeros artículos del periódico publicó lo siguiente: “Queremos libertarnos, rompiendo, deshaciendo y destrozando, no sólo nuestras cadenas, sino también al verdugo que nos las ciñó. No tenemos Dios ni ley.” (ibíd.).

Años después, en 1906, se da el primer encuentro mundial de mujeres llevado a cabo en América Latina por medio del Centro Feminista de Buenos Aires. En el que mujeres convocaron al Congreso Internacional del Libre Pensamiento para tratar temas sobre el acceso de la mujer a la educación superior, la lucha por la paz hacia mejoras sociales, y la libertad en general (ibíd.).

Luego en el año 1910, se registró el estudio de Asunción Layrin, *Mujeres, feminismo y cambio social en Argentina, Chile y Uruguay*. En el que se explica como la política ha determinado la historia de las mujeres. Esto dio lugar a que en México en 1917, se lleve a cabo el Primer Congreso Feminista de Yucatán, el que hubo propuestas de separación del Estado y la Iglesia. Promoviendo la educación laica, derecho al trabajo, y plena ciudadanía (ibíd.).

Durante el mismo año se presentó una reforma del Código Civil de 1870 de México en el cual se declaraba:

“La igualdad de obligaciones y derechos personales entre la mujer y el hombre al interior del matrimonio. Igualmente, garantizaba el derecho de las mujeres casadas a mantener y disponer de sus bienes, a ser tutoras de sus hijas e hijos, a extender contratos, a participar en demandas legales, a establecer un domicilio diferente del cónyuge en caso de separación, a volverse a casar después del divorcio y a comparecer y defenderse en un juicio”. (Macedo, s.f.).

Por su parte, Lucila Gamero, en 1927, afirmaba que el ser feminista no debe poner en duda la postura inherente del sexo ante la exigencia de derechos civiles iguales que el hombre (Gallardo, 2012). Más adelante en 1929, las mujeres ecuatorianas consiguieron el voto, y en 1933 lo consiguieron las mujeres de Nicaragua. Finalmente en 1950 se reconoció el derecho de las mujeres al sufragio activo y pasivo en todos los países de América.



Figura 8. Sufragistas latinoamericanas, México, 1939

Tomado de (Tunón, 2012)

Regresando a la historia, en 1936, Ana Belén Gutiérrez, por medio de su lucha de los derechos laborales de mineros y campesinos durante la revolución Mexicana, propone una cultura feminista e indigenista (Gallardo, 2012).

Este antecedente es de suma importancia en América Latina ya que deja a un lado a la mujer como única representación del feminismo. De aquí en adelante a partir del año 1940 al 1980 se presentaron un sinnúmero de textos y grupos que ayudaron a la expansión y desarrollo del feminismo en América Latina. Se encontraron publicaciones y documentos en los que se enumeraban injusticias y opresiones marcadas por las sociedades del patriarcado. Por lo que se comenzaron a crear planes de igualdad representativa entre ambos sexos con fines de equidad, desestructurando el machismo latinoamericano, el cual se evidenciaba desde cuentos, novelas, e inclusive programas de televisión, etc., que marcaban un pensamiento determinado en la sociedad, sobre todo de la mujer (Gallardo, 2012).

Mujeres se presentan mediante organizaciones, grupos de autoconciencia, publicaciones libertarias y colectivas donde se hablaba del rol social, la sexualidad, las costumbres religiosas, y la liberación de deseos. Sin embargo, existieron muchos desacuerdos entre las mujeres religiosas y mujeres feministas. Básicamente lo que buscaban las mujeres en este periodo de emancipación, era la participación igualitaria en las toma decisiones, dejar de ser sub-representadas. Tanto así que en los inicios de la década de los 90, el pensamiento político y religioso de ese entonces comprendía desde las relaciones sociales y culturales hasta las afectivas y sexuales (Guzman & Medina, 2009).

En Colombia, en 1981 se creó un grupo sólido de mujeres llamado *Encuentro Feminista Latinoamericano y del Caribe*, en el cual se reúnen más de 1500 mujeres de todo el continente para la práctica y participación activa del feminismo (Guzman & Medina, 2009). La última reunión registrada por este movimiento internacional fue el 25 de noviembre de 2014 en Lima, Perú.



Figura 9. Encuentro Feminista Latinoamericano y del Caribe, Lima – Perú, 2014
Tomado de (Indiegogo, s.f.)

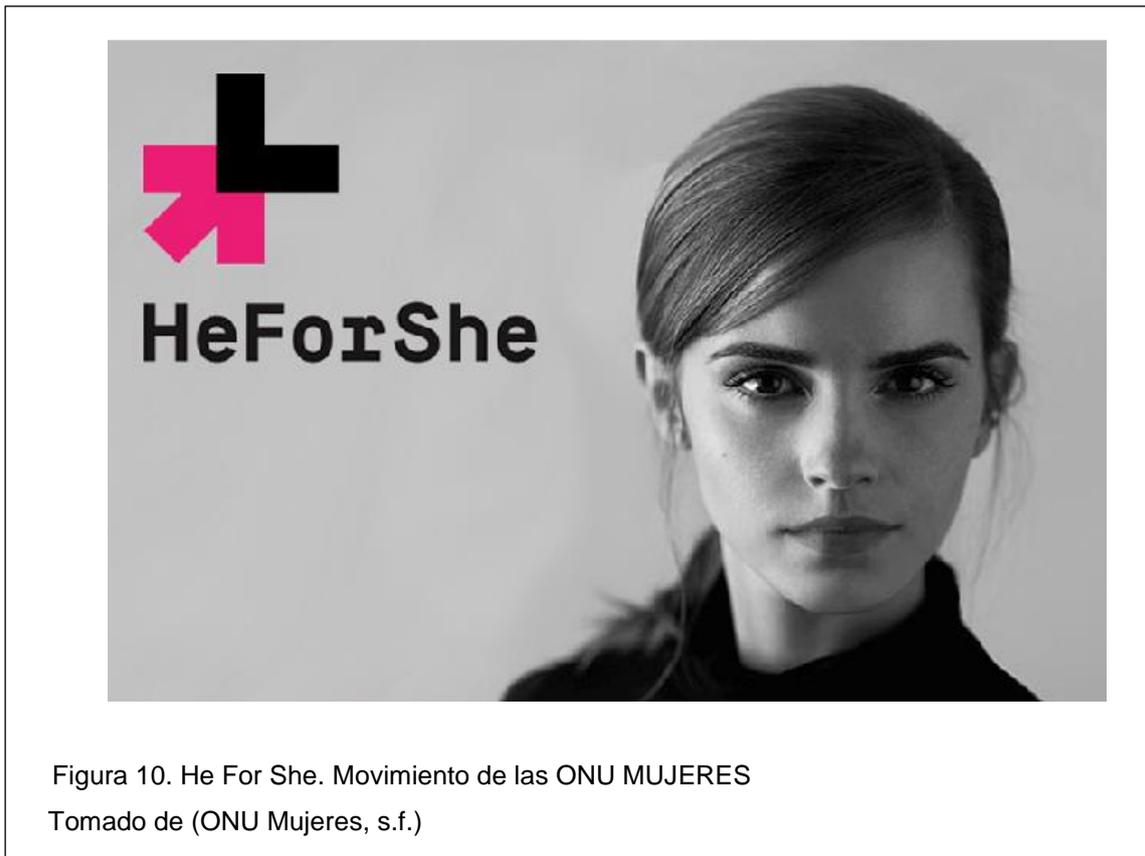
Posteriormente, en 1995, se creó la primera Marcha Mundial de las Mujeres, movimiento internacional frente a la crítica del capitalismo y sus consecuencias en la vida. Se lograron avances como la autonomía económica, en la que sus objetivos eran el bienestar colectivo y la sustentabilidad de la vida humana (Guzman & Medina, 2009).

Al igual que en la historia del feminismo mundial, se presentaron etapas y corrientes. La más influyente fue la del feminismo igualitario, el cual se originó del feminismo radical, su ideología está basada en la teoría de Giulia Adolfini (1980), quien planteó la “subcultura de género”, en la que se explica que la construcción social no debe estar sujeta a la esencia biológica. Por lo tanto, esta corriente busca la igualdad de ambos sexos. Propone además que el rol social y el rol de género no se deben ajustar a la concepción de hombre y mujer que se presenta en la sociedad (Jimeno, 2007).

A partir de esta corriente se formaron otras que aún están en duda de si sus términos son correctamente utilizados. Por mencionar algunos ejemplos: feminismo introspectivo, de la diferencia sexual, post y des-colonialista, de las estructuras de poder, de posicionamiento, y posmoderno (Gallardo, 2012).

Por último, el feminismo dentro de América Latina fue institucionalizándose por medio de marcos teóricos procedentes de la academia (Gallardo, Wordpress, 2012). Por ejemplo, *Hacia una pedagogía feminista*, propuesto por un colectivo de educación popular en el 2007, contribuyen a la búsqueda de relaciones sociales emancipadoras por medio de la reflexión y prácticas de interiorización y exteriorización feministas. (Korol, 2007).

He For She: Es la primera campaña de la ONU MUJERES entidad de las Naciones Unidas que promueve la igualdad de género. Se creó el 20 de septiembre de 2014.



Además, gracias al reconocimiento político de la sexualidad y relaciones, se dio paso a la separación del establecimiento sexo igual género. Por lo que muchos homosexuales y personas de la comunidad LGBTI participaron en el crecimiento del feminismo y estudios de género. La experiencia del cuerpo sexuado hacia la formación propia de la identidad pasó a ser un gran tema hacia la consideración de los derechos humanos.

Si mencionamos uno de los más recientes avances hacia el reconocimiento de género como derechos del ser humano, se dio el 23 de mayo de 2012 por El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina se estableció la Ley 26.743 IDENTIDAD DE GÉNERO, donde se reconoce el derecho a la identidad de género de las personas. Además en esta ley se estableció lo siguiente:

1. Identidad de género: Debe estar reflejada en la socialización por cada individuo.
2. Rol: El cual debe ser una expectativa de comportamiento no determinada.
3. Asignación: No participa pues consta de una apariencia externa basada en estereotipos.

A partir de esto se presentan 15 artículos cuyos objetivos principales están enfocados hacia el libre desarrollo y reconocimiento de una persona conforme a su identidad de género, además de ser tratada e identificada de acuerdo a la misma.

En el Art. 2 se menciona la identidad de género como la vivencia interna e individual de género y de cómo cada persona la siente; además esta puede o no corresponder con el sexo asignado de nacimiento (Cámara de Diputados de la Nación Argentina, 2012).

Finalmente, se sostiene así la idea de que se puede crear una sociedad donde la inclusión esté presente no por un prejuicio de un individuo al manifestar su identidad de género, sino como en Argentina, Uruguay, Estados Unidos, Canadá, España, Francia, Alemania, El Reino Unido, y 58 países a través de la Organización de las Naciones Unidas están:

“A favor de la declaración sobre la orientación sexual, identidad y equidad de género como parte de los derechos humanos y a la condena hacia la privación de derechos económicos, sociales y culturales, la discriminación, la exclusión, la estigmatización, la violencia, el acoso, y el prejuicio basado en la orientación sexual, identidad y equidad de género” (ONU,s.f.).

2.3.3. Historia de género y feminismo en Ecuador

Ahora bien dentro de nuestra sociedad el proceso de origen, desarrollo y evolución de la teoría de género junto a la equidad se basa en el presente análisis, el cual consiste en un estudio sobre la participación de las mujeres ecuatorianas. Contextualizando el entorno sociocultural de los siglos XIX y XX, en los que se pretende reconocer la presencia de las mismas como sujeto histórico en lo político, económico, social y cultural. Es importante mencionar que este estudio se ha profundizado sobre cómo el género ha marcado las relaciones socio culturales y ha definido la estructura social en el país.

Martha Moscoso, investigadora, propone 11 líneas temáticas que primeramente corresponden a la historia sobre género y la mujer en el Ecuador, y además explica con qué herramientas la mujer se ha ido desarrollando en la búsqueda de su emancipación e igualdad (Moscoso, 2009).

- a) Mujeres y sociedad patriarcal: Sociedad que restringía y limitaba las posibilidades de las acciones propias de las mujeres. Las mujeres en la Real Audiencia entraron en una etapa de sumisión y resistencia.
- b) Mujeres y economía: Durante el Quito colonial en los siglos XVI y XVII, las mujeres indígenas y mestizas participaron informalmente en el sistema económico el cual estaba conformado por canales y subterráneos. De igual manera las mujeres de Cuenca en la Colonia participaron de actividades comerciales. Natalia León estudió las relaciones de género en la sociedad colonial cuencana. Cuestiona como la modernización a finales del siglo XVII separa a las mujeres en dos. Clase alta: donde la mujer era símbolo de mercancía en el eje de la organización social. Clase popular: código de virtud flexible con normas religiosas y morales.
- c) Mujeres y esclavitud: Durante el siglo XVIII, mediante el uso de recursos legales de la sociedad colonial las mujeres afro descendientes y

esclavas pudieron sobrevivir para liberarse de ser “sujeto dominante subalterno”.

- d) Mujeres indígenas: Se analiza la presencia del factor étnico y su relación en el sistema. Se evidenció la participación de las mujeres en el comercio, donde la mujer facilitó y creó condiciones de producción de fuerza en el trabajo a través de la venta de productos y tierras. Además algunas mujeres participaron en la construcción de obras públicas y tareas que beneficiaban a la comunidad.
- e) Mujeres y la educación: Como se sabe la educación de la época era conservadora y recibida en el hogar, se transmitían valores religiosos y morales a los hijos. Pero, con el liberalismo la escuela adquirió independencia del hogar y dio paso a una institución educativa laica, gratuita y obligatoria. Al encontrarse con maestras, se crearon espacios femeninos más amplios donde la participación de la mujer ya constaba en la literatura, prensa y política.
- f) Mentalidades, representaciones e imaginarios colectivos: Como se mencionó, el liberalismo representó para las mujeres una nueva condición para la participación en el espacio público. Nació una diversidad de imágenes y representaciones femeninas por medio de la literatura, la pintura (en especial el retrato), moda y periódicos. En 1905, un grupo de mujeres crearon una revista llamada *La mujer*. En el contenido se mostraban la nueva representación ante lo tradicional, se presentó la “conciencia femenina” como complementario y no inferior a lo masculino. Además María Ángela Cifuentes (1999) recupera representaciones de lo femenino a fines del siglo XIX y comienzos del siglo XX. Añade que la moda, pintura, retrato y publicidad se convierte en una representación visual que construye una identidad femenina diferente “la mujer moderna”, ejemplo de cambio de nuevos roles, hacia la construcción social y de su identidad.

- g) Vida cotidiana y prácticas sociales de hombres y mujeres: Conjunto de prácticas cotidianas durante el siglo XX para formar un “modelo femenino”.
- h) La familia y roles de género: Para la década de los 90 se consideraba que la familia era el núcleo de la sociedad. Ximena Sosa (1987), presenta un análisis llamado *Familia y revolución liberal*. Su análisis se centra en la relación conflictiva que presenta la Iglesia Católica y el régimen liberal. Analiza la generación de leyes como: el matrimonio civil y divorcio (1902), la exclusión de bienes de la mujer de la sociedad conyugal (1912) y, finalmente, de la mujer y la maternidad en capacidad total (1910 - 1945).
- i) La visibilidad de las mujeres en los espacios masculinos: En el estudio de Ketty Romoleroux (1983), *La mujer dura, lucha por la igualdad*, se rescata el rol activo de la mujer ante la participación en hechos políticos. Esto además de otorgar presencia femenina, ubicó a las mujeres en un plano de igualdad con los hombres. Por lo que Romoleroux hace énfasis en los elementos de identidad masculina que presentaban estas mujeres para la época, como la capacidad de mando y liderazgo propio.
- j) Mujeres líderes: Comprende un estudio que permite ubicar a las mujeres en la historia. Se reconoce a la mujer y su relación con el espacio de marginación o explotación que presentaba. Por ejemplo, Dolores Cacuango (1881 – 1971), quien luchó por los derechos de los indígenas y campesinos. Además, esta mujer participó en la creación de la primera organización indígena del Ecuador. Al igual que Tránsito Amagüaña (1909 – 2009), mujer que trabajó un rol fundamental para la defensa de las campesinas e indígenas. Juntas crearon escuelas bilingües indígenas con el apoyo de Luisa Gómez de la Torre una dirigente política y docente.

- k) Los feminismos: Se analiza el discurso de las mujeres a inicios del siglo XX, como el primer discurso feminista. Aquí se inició la construcción del concepto de feminismo, pero con múltiples designaciones. Se definió al feminismo por relación de los derechos y roles de las mujeres, vinculado con el movimiento laboral, derechos laborales, y derecho al sufragio. Y al feminismo doméstico, que cuestionaba el lugar de la mujer en la sociedad y el derecho a la educación. Finalmente el feminismo como capacidad de organización y desarrollo de acciones para formar valores cívicos, y sentido de la patria.

Entre el Consejo Nacional de Mujeres y La Carta Iberoamericana de la Cultura acordaron en mayo de 2008 juntar esfuerzos para la “promoción de la perspectiva de género como un eje transversal de las políticas públicas a través de acciones, planes programas y proyectos orientados a incorporar la igualdad de derechos entre hombres y mujeres en el ámbito cultural” (CONAMU, s.f.).

Además, el CONAMU en el marco “Plan e Igualdad de oportunidades 2005-2009”, tiene entre sus prioridades, la aplicación del enfoque de género en las políticas culturales; se considera a la cultura como un factor estratégico que viabiliza el ejercicio de los derechos sociales, económicos, y culturales ya que desde la perspectiva de género los derechos a la libertad, identidad, expresión, conocimiento y su uso, espiritualidad, cosmovisión, patrimonio (lingüístico, de creación saberes, memoria histórica) arte y estética, salvaguarda de modos institucionales propios, son consustanciales a la autonomía de la calidad de la vida de las mujeres, niñas y adolescentes (CONAMU, s.f.).

Ahora, el ámbito legal sobre la equidad de género en el Ecuador ha sido estudiado durante un período de 11 años aproximadamente, en el cual se han establecido cinco artículos que promueven el desarrollo de proyectos e incluyen a la equidad de género como parte de derechos humanos en el marco jurídico (Constitución de la República del Ecuador - Asamblea Nacional , 2012).

Acontinuación, se mostrará una tabla con el detalle de cada uno de los artículos.

Tabla 3. Artículos de la Legislación Ecuatoriana (Equidad de género)

Registro Oficial	Artículo	Etapas / Año
REGLAMENTO ORGÁNICO FUNCIONAL DEL CONSEJO NACIONAL DE MUJERES	<p>Art. 2. - Los fines y objetivos del Consejo Nacional de las Mujeres son los siguientes:</p> <p>a) Formular, promover y evaluar las políticas públicas con enfoque de género para garantizar a la mujer la igualdad de oportunidades, y derechos; promover su acceso a las instancias de decisión del poder público y asegurar su incorporación a los programas y beneficios de desarrollo social y cultural.</p> <p>k) Fomentar acciones y regular procesos de comunicación favorables a la equidad de género.</p> <p>Art. 63. - La misión de Educación y Género es promover la industrialización de políticas de educación que garanticen la igualdad de derechos y oportunidades y fomenten la equidad entre hombres y mujeres.</p>	15 de enero del 2003
LEY DE EDUCACIÓN PARA LA DEMOCRACIA	Art. 4. - En los programas de los dos primeros años de todas las modalidades del bachillerato se incluirá la enseñanza de Educación en Valores, con temas como ética, autoestima, equidad de género, educación sexual y culturas juveniles.	2006 (Última reforma) 31 de marzo del 2011
CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR	Art. 27. - La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco respecto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias para crear y trabajar.	30 de enero del 2012
LEY DE LA JUVENTUD CONVENCIÓN INTERAMERICANA DE LOS DERECHOS DE LOS JÓVENES	Art. 6. - Derecho a la igualdad de género. Esta convención reconoce la igualdad de género de los jóvenes y declara el compromiso de los Estados Parte de impulsar políticas, medidas legislativas y presupuestarias que aseguren la equidad de género entre hombres y mujeres en el marco de la igualdad de oportunidades y el ejercicio de los derechos.	07 de julio del 2014

Adaptado de: LEXIS S.A. (s.f.)

Nota: El resultado encontrado fue de 5 artículos

La Fundación Ecuatoriana de Equidad, es una organización no gubernamental sin fines de lucro creada el 10 de octubre del año 2000. Su objetivo es trabajar desde dos áreas, primero en la incidencia social y política hacia la promoción de los derechos de personas GLBTI, y por último trabajan hacia la prevención y salud sexual.

Actualmente cuentan con un plan estratégico para el 2020 en el que pretenden generar comunicación estratégica y sensibilización de género, interacción con la sociedad civil, universidades y coordinación de organismos públicos, privados, nacionales e internacionales, además de mejorar su infraestructura y talento humano.

La fundación cuenta con centro comunitario en el que todas las semanas hay cine foro y talleres de desarrollo para la vida. Entregan a la comunidad un servicio gratuito médico y psicológico. Finalmente ofrecen el servicio de clínica jurídica y voluntariado.



Cascos Rosa: Una red de jóvenes en contra del machismo, basado en la construcción de cambios culturales entre las relaciones de mujeres y hombres ecuatorianos. Fue fundada por la psicóloga Carolina Félix en el 2011.

Actualmente existen alrededor de 70 colaboradores fijos en la red de jóvenes.



En conclusión, a pesar de que en la actualidad se han creado una gran cantidad de entidades que abordan la temática y promueven la equidad e igualdad de género para el crecimiento de hombres y mujeres. Lastimosamente, la mayoría no se conocen y no han podido participar con mayor alcance en la sociedad, ya sea por falta de recursos, apoyo e incluso aceptación y comprensión del tema. El acercamiento a instituciones públicas y privadas ha sido un reto, y es por eso que surge la necesidad de encontrar y sobre todo fomentar nuevos espacios con fines de reflexión, de crítica justa pero sobre todo social.

Por otro lado, estos estudios han demostrado la variedad de los procesos en razón de los contextos específicos en los que las mujeres y hombres actuaron desde su pertenencia social y étnica, a las relaciones que establecieron en los

diferentes sectores de la sociedad. Al igual que sus prácticas y compartimientos. Se demuestra que existe una diversidad de situaciones que construyeron estas identidades feministas y sus diferentes respuestas. Además, estos estudios cuentan con elementos que permiten entender las relaciones de género como procesos complejos y que dan lugar a una experiencia diferente para las mujeres y para los hombres.

3. CAPÍTULO III. Diseño comunicacional

3.1. Introducción al diseño comunicacional

El diseño actualmente ha presentado una gran influencia dentro de la sociedad. Hoy se conoce al diseño como un constructor de nuevas visualidades durante su intervención. Por su lado, el diseño comunicacional tiene un profundo efecto a la hora de estimular reacciones en la sociedad, utiliza el diseño como recurso estratégico pero también otras disciplinas para analizar cómo los medios de comunicación presentan requerimientos del mercado y la necesidad de consumir mediante imágenes.

Para esto, se debe comprender la importancia del diseño comunicacional, la cual radica en construir miradas teóricas y prácticas hacia la formación de un análisis concreto en el que se integren temas y se plantean problemas para la producción de mensajes comunicacionales (Longinotti, s.f.).

Es importante mencionar que dentro del diseño comunicacional se busca que sus proyectos sean efectivos e innovadores desde una visión multidisciplinaria (Burbano, 2014).

Por ejemplo, el modelo de diseño comunicacional que la Universidad de Buenos Aires (UBA) propone está estructurado en cuatro etapas:

1. Diseño: Es la interacción multidisciplinaria del diseño y la comunicación en la sociedad contemporánea. Las actividades de diseño deben estar direccionadas hacia lo conceptual y pragmático por medio de métodos que contribuyan a la solución de problemas con un contenido, enfoque y estudio hacia la dimensión cultural.

Es decir, trabaja desde circunstancias y contextos específicos, aunque sujetos a cambios para que de esta manera se pueda generar significación e interpretación de un determinado contexto.

2. Teoría: Trabaja el aspecto teórico por medio de seminarios, *workshops*, talleres y visitas con el fin de desplazarse a otras áreas y contribuir hacia el desarrollo investigativo mediante nuevas técnicas. Por lo tanto, el modelo teórico plantea lo siguiente:

- Seminarios: Deben estar orientados a la formación en teoría y metodología del diseño comunicacional. Sus dos ejes son: diseño y cultura proyectual, y, teoría y crítica cultural.

Es necesario entender que la cultura en el diseño comunicacional funciona como área o campo de estudio.

A su vez, el diseño y la cultura proyectual logran formar la introducción hacia la problemática y permite ser un acercamiento hacia las definiciones e historicidad del tema en el que se está trabajando. En cambio la teoría y crítica cultural por medio de la semiótica, pretende estudiar los campos culturales y visuales de la historia. Estos ejes transforman las críticas desde un pensamiento social y cultural para fortalecer herramientas disciplinares en la teoría del diseño y estimular enfoques para transmitir el contexto (Longinotti, s.f.).

- *Workshop*: Es un modelo teórico y práctico en el cual interviene la crítica del alumno ante la propuesta, bajo la temática que plantea un especialista o profesionales invitados. Los *workshops* profundizan en problemáticas contemporáneas de la cultura y del diseño como el periodismo digital, el diseño interactivo, etc.
- Talleres: Son modulaciones de conocimientos con carga metodológica a la investigación a través del estudio de casos o reflexiones teóricas. Los talleres forman investigación, trabajo en equipo y, finalmente, destacan el concepto grupal como facilitador de aprendizaje.

- Visitas: Intervención por parte de expertos, invitados nacionales e internacionales que proponen una clase magistral.
3. Comunicación: Debe presentar la siguiente estructura:
- Proyectual 45%
 - Sociológico 35%
 - Histórico 12%
 - Semiótico 8%
4. Lenguajes y medios: Aproximación a las artes, tecnologías y medios de comunicación. De esta manera se pretende descubrir la historia para la comprensión de mecanismos narrativos a diseñarse (ibíd.).

De tal modo, el trabajo del diseñador aparte de la creación de imágenes, debe ser el desarrollar mensajes comunicacionales para diferentes medios. Mediante la elaboración de estrategias y modelos teóricos, prácticos y técnicos que brinden soluciones adecuadas para el entorno. A más de establecer una comunicación eficaz con el público, su objetivo es formar un espacio de análisis y crítica que refuerce la propuesta de proyectos de diseño desde perfiles de investigación y experimentación que se vinculen con nuevos espacios de lenguaje, medios contemporáneos y nuevas tecnologías que existen en la cultura (ibíd.).

Entonces, gracias a que el diseño comunicacional es un análisis que permite observar transformaciones en la cultura, es necesario interpretar al diseño desde dimensiones externas e internas. Externamente, el diseño es un productor de conocimiento que otorga datos de investigación específica al proyecto. Como productor de significación permite la creación de imágenes e ilustra las ideas significativamente. Y, como productor de historia, proyecta un lenguaje para poder generar visualidad iconográfica (ibíd.).

Internamente, el diseño funciona como dimensión comunicacional, comprende la acción del diseño y la acción de argumentación. Permite que la información se organice de una manera particular. Es decir, el diseño es quién genera la información para el usuario, mostrando que la solución de problemas se conviertan en un conjunto de sensaciones y funciones hápticas o manuales, que permitan comunicar y establecer vínculos de interpretación entre el objeto y el usuario. Además, como se explicó anteriormente puede lograr una transformación en el comportamiento social y cultural (ibíd.).

Por último, el diseño presenta un lenguaje de transmisión interna de los objetos, en el que de manera intrínseca se forman esquemas para prefigurar el contenido y a su vez permite escoger las herramientas que se utilizarán durante los procesos perceptivos, ya sean estos elaborados en su edición o presentados en color, morfología, interfaz, etc. (ibíd.).

Finalmente el diseño comunicacional también trabaja desde las artes liberales, busca integrar la creatividad con la sociedad mediante la investigación y desarrollo de proyectos de comunicación visual. Convierte los datos de investigación en formas visuales de lectura e imágenes funcionales que comunican todo este proceso perceptivo del diseño (Burbano, 2014).

3.2. Diseño, comunicación visual y rol social

Dentro de la comunicación visual, se debe enfocar al diseño desde un rol social y participar activamente en el desarrollo de un país. Por ello, se presenta una propuesta editorial sobre una colección de fanzines basados en ilustración, fotografía y tipografía, su objetivo es orientar a la sociedad ecuatoriana al conocimiento intelectual sobre la equidad de género mediante la teoría de *Queer* y feminismo. Es decir, para el proyecto lo que se quiere lograr es que la sociedad adquiera este tipo de conocimiento donde su objetivo es pensar por qué aprendemos ciertas cosas y para qué.

Por lo tanto, el diseño visual es aquel que coordina, gestiona y administra los sistemas que el diseño comunicacional ya generó en la etapa de investigación. En primer lugar, categoriza las variables visuales. Es decir, si el campo de acción del diseño visual es fijo, móvil, ambiental o digital. Luego, se interviene en el proceso perceptivo hacia la nueva visualización conceptual del proyecto, para entender, interiorizar e interpretar la información de una manera más dinámica y activa. Por último, evalúa las metodologías de diseño, y aspectos analíticos y estéticos del proyecto (Pedroza, 2014).

Además, la comunicación visual genera sistemas de integración en la comunidad, y forma papeles activos en el campo social por medio de la etnografía dando lugar al rol social del diseño (Pedroza, 2014).

El rol social del diseño busca comunicar cómo podemos vivir mejor y a su vez a contribuir como profesionales a plantearse problemas de una sociedad, desde el compromiso con el tiempo y espacio para reflejar una identidad de acuerdo al contexto social. Para esto se proponen dos modelos. Primero, el modelo estructural del diseño debe ser flexible y totalmente participativo. Y segundo el modelo pedagógico debe incluir diálogos creativos que reflejen valores sociales, sostenibilidad, igualdad social, oportunidades, etc. Estos pueden ser servicios o productos que mejoren el entorno y la convivencia social (Hernandez, 2010). Es como dice el diseñador francés, Pierre Bernard, “el diseño gráfico no convertirá el mundo en un paraíso, pero puede contribuir a conseguir un mundo más humano” (Bernard, 2006).

Entonces, es ahí donde el diseño tiene la capacidad de relacionar diferentes lenguajes, gracias a que se convierte en el punto de encuentro entre la cultura, el arte y la realidad social, formando estilos de vida e identidades sociales por medio de transformación, experimentación e innovación creativa de un espacio (Hernandez, 2010).

Es importante entender cómo el rol social del diseño trabaja con la expresión artística y cultural de una comunidad, ya que termina siendo el elemento de cohesión para poder incrementar la responsabilidad social. Además, gracias al uso de metodologías transversales en las que su base colaborativa es el garantizar la equidad e igualdad por encima de los intereses individuales se puede conocer una dimensión activa que muestra cuánta gente se favorece (Subirats & Badosa, 2007).

Por lo que se menciona como ejemplo ideal a IDEO, una firma de diseño global fundada en 1991 por los diseñadores David Kelley, Bill Moggridge y Mike Nutall quienes a través de la organización buscan crear impacto por medio del diseño hacia el compromiso social.

“En IDEO, creemos que la innovación ocurre a través de las redes de personas inspiradas, y consideramos que nuestra comunidad sea uno de nuestros activos más fuertes. Con una red que incluye a las ONG, fundaciones, organizaciones no lucrativas, entidades gubernamentales y grupos de salud pública -, así como las personas afiliadas a instituciones académicas como la Universidad de Stanford y el Royal College of Art - IDEO es capaz de colaborar en un cambio significativo de escala y efecto más rápido y mucho más sistémico que los que lo hacen solos [sic.]. IDEO también mantiene un programa de becas para un puñado de pensadores influyentes y profesionales que contribuyen a nuestra cultura de la innovación” (IDEO, s.f.).

IDEO tiene como objetivo el ayudar a las organizaciones del sector público y privado a innovar y crecer para una comunidad otorgando beneficios a las personas que la integran. Utiliza la metodología *human-centered design* como modelo de trabajo, donde su fin es identificar nuevas formas de vivir, apoyar a las personas mediante el descubrimiento de necesidades latentes, comportamientos y deseos. Busca construir una cultura creativa con sistemas internos para mantener la innovación social y que los individuos o comunidades

actúen para resolver dichos problemas o generar oportunidades. La metodología, *human-centered design* presenta enfoques para que los diseñadores tengan la posibilidad de transformar la manera de cómo una organización desarrolla sus productos, servicios y estrategias (ibíd.).

IDEO usa herramientas generativas de carácter analítico y técnico que incluye un prototipo del modelo de negocio, visualización de datos, estrategias de innovación, diseño organizacional, investigación cualitativa y cuantitativa para que sus resultados muestren una evaluación del diseño ofreciendo estrategias adecuadas, viables y tangibles (ibíd.).

La investigación social primeramente, se divide en la evidencia cualitativa, evidencia cuantitativa y fenómenos sociales que corresponden a un análisis estadístico (evidencia cuantificable) y un análisis directo (comunicación y observación). Mientras que la etnografía como método cualitativo, nos ayuda a entender y aprender los fenómenos culturales que reflejan el conocimiento y el sistema de significados que guían la vida de un grupo cultural (ibíd.).

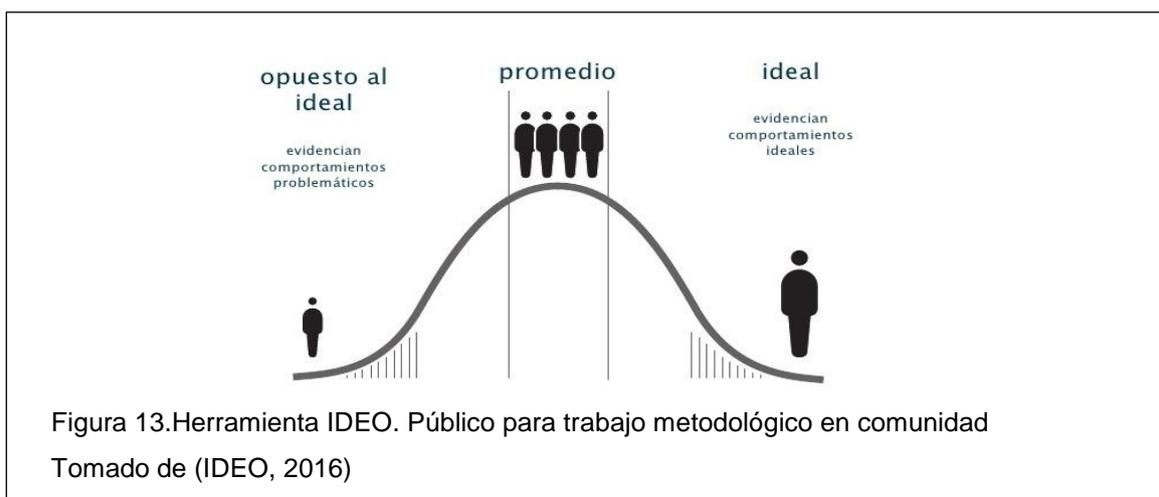
Ahora bien, los principios para realizar una investigación etnográfica constan en lo siguiente:

1. Los grupos deben combinar los significados simbólicos con los patrones de interacción.
2. Observar el mundo desde un punto de vista del sujeto, mientras se mantiene la distinción entre las percepciones de la vida cotidiana y científica de la realidad.
3. Enlace de los símbolos del grupo y sus significados con las relaciones sociales.
4. Registrar todos los comportamientos.
5. La metodología debe destacar las fases del proceso, el cambio y la estabilidad.

6. El acto debe ser un tipo de interacción simbólica.
7. Utilizar conceptos que eviten explicaciones causales (ibíd.).

“Escuchar” de *human-centered design* hace un énfasis en conocer bien las necesidades o expectativas que los individuos de una comunidad presentan. Mediante herramientas de investigación como la entrevista individual, grupal, inmersión en el contexto (observación dinámica), auto-documentación (identificar y recopilar lo que se quiere comunicar), descubrimiento impulsado por la comunidad (talleres de diseño para generar soluciones), entrevista a expertos (día a día), y finalmente buscar inspiración en otros contextos para desarrollar una manera más factible de entrevistar (ibíd.).

¿Cómo identificar con quien hablar?



Entonces, el desarrollo de la entrevista propone 3 pasos a seguir:

1. Guía de entrevista: Debe ser una entrevista semi-estructurada para promover el diálogo y la participación del entrevistado mientras se mantiene el enfoque de un tema determinado. Hay que estructurar las preguntas para poder llevar al entrevistado desde un estado aspiracional a un estado tangible.

2. Conceptos de sacrificio: Pueden ayudar preguntas o escenarios hipotéticos más fáciles de entender. Es una idea o solución creada para entender el tema. Un buen concepto promueve la conversación, permite ser más específico en las historias y ayuda a retar nuestras ideas previas.
3. Técnicas de entrevista: Muchas veces no es lo mismo decir qué se hace a cómo se hace, es por eso que las técnicas de recolectar historias o relatos son muy importantes.

Mostrar: Si se está entrevistando en el lugar donde se sitúa la historia, se debe pedir a la persona que muestre cosas con las que interactúa en el relato sean estos objetos, lugares, herramientas, etc. Se debe tomar fotos y notas.

- a) Dibujar: Se debe pedir al entrevistado que visualice su relato o experiencia a través de dibujos o diagramas.
- b) Cinco ¿Por Qué?: Se debe preguntar ¿Por qué? a cinco respuestas consecutivas. La idea es encontrar las verdaderas razones de ciertos comportamientos y actitudes.
- c) Pensar en voz alta: Mientras el entrevistado lleva a cabo una tarea o proceso se debe pedir que explique el proceso en voz alta lo que está pensando. Esto busca descubrir motivaciones, preocupaciones, percepciones y razonamientos (ibíd.).

Después de desarrollar la entrevista se debe desarrollar una manera de pensar para poder codificar la información recopilada.

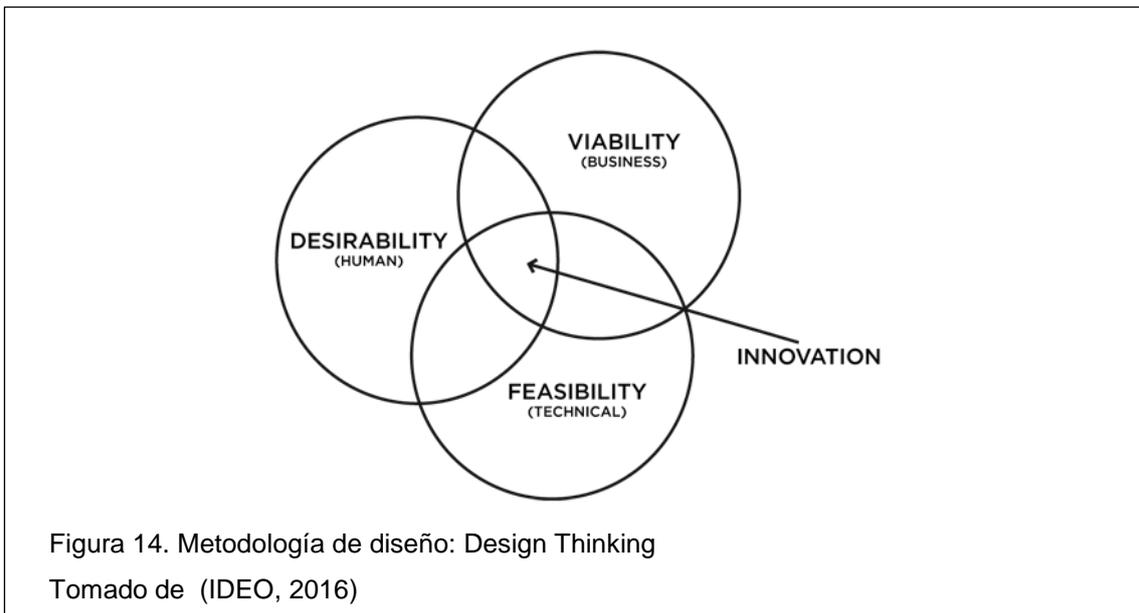
Observe vs. Interprete: Es una manera de construir empatía con la gente y entender su comportamiento y motivaciones. Este ejercicio busca relevar nuestros prejuicios y enfoques con los que vemos el mundo.

¿Qué se ve en esta imagen? Solo describa no intérprete.

¿Cuál es la razón para que ocurra este comportamiento? Piense en cinco distintas razones para dicho comportamiento.

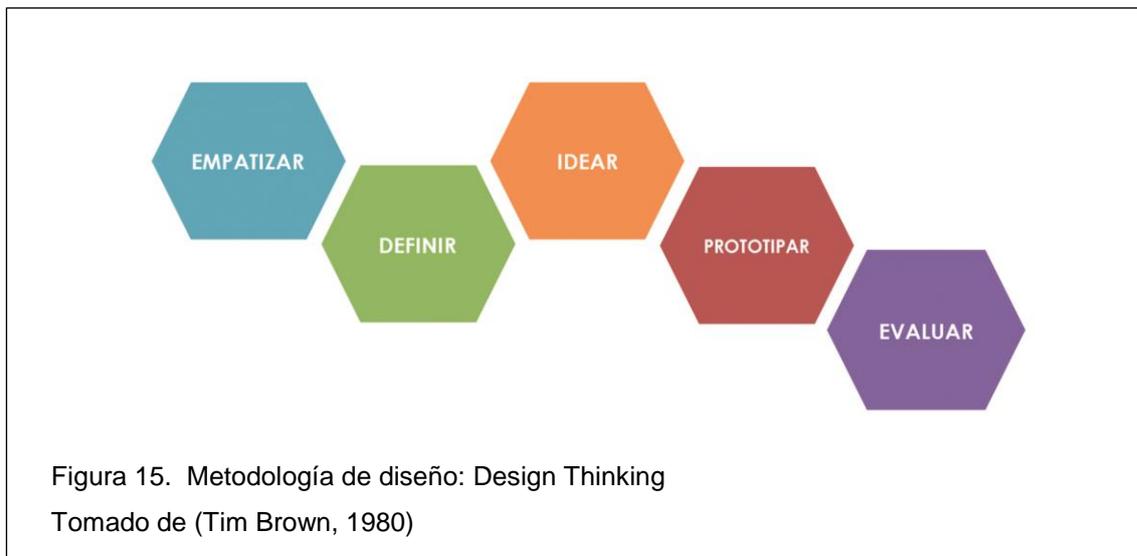
¿Cómo encontraría la respuesta correcta? Escriba cinco preguntas para determinar cuál explicación es correcta (ibíd.).

Por último, IDEO utiliza adicionalmente la metodología de Tim Brown, *Design Thinking*, donde el enfoque de innovación radica en recoger lo que es deseable desde un punto de vista humano (innovación y retroalimentación del grupo), con lo que es tecnológicamente factible (qué se puede producir, qué posibilidades hay a nivel local) y económicamente viable (estudio del perfil de las personas, disponibilidad del usuario). Esto permite que las personas que no están capacitadas como diseñadores utilicen estas herramientas creativas hacia soluciones efectivas (ibíd.).



Design Thinking se forma de un proceso profundamente humano el cual se nutre de las capacidades que todos tenemos, es decir, se basa en encontrar el talento propio para ser intuitivo y poder reconocer patrones, construir ideas y expresar más allá de los medios.

“*Design Thinking*: Se presenta como una metodología para desarrollar la innovación centrada en las personas (empatizar) los retos, (definir) las necesidades, (idear y prototipar) y finalmente, solucionarlas (evaluar). Esta metodología sirve desde la sensibilidad del diseñador y su método en observar, comprender al usuario, idear, construir prototipos y estudiar la información para la resolución de problemas”. (Brown, 1980)



Proporciona un sistema de espacios:

1. Inspiración: Acercamiento al problema o oportunidad que motiva la búsqueda de soluciones.
2. Ideas: Proceso para generar, desarrollar y probar ideas en el campo de acción.
3. Aplicación: Camino que conduce el proyecto a la vida de las personas.

Finalmente, el enfoque comunicacional, visual y de rol social en el diseño no busca que la comercialización sea una prioridad, sino busca un desarrollo creativo de proyectos que incluyan una comunicación multifacética, como es este recurso de publicaciones editoriales. Además estos proyectos tienen fines socialmente responsables para crear conciencia en la cultura y que, a su vez, se convierta en un espacio más justo y sostenible (Subirats & Badosa, 2007).

4. CAPITULO IV: Fanzine

4.1. Contextualización del fanzine

¿Qué es un fanzine? Fanzine hace referencia a las palabras de vocablo inglés *fanatic* (aficionado) y *magazine* (revista). Friedman, define al fanzine como publicaciones editadas de manera independiente realizadas por un sentido de expresión, en la que muchas veces se crean por cuenta propia. Responden así, a la cultura *DIY (Do It Yourself)* que en su traducción es “Hazlo tú mismo”. Adquieren el carácter de independientes ya que su producción y costeo es particular. Por lo que no responden a protocolos de calidad, no manejan publicidad ni censura de contenidos (Pacheco, 2000).

De igual manera, existen colectivos que muchas veces han sido formados por los creadores y lectores, quienes a parte de ser aficionados a un tema, se dedican a la elaboración de su edición, diseño, contenido, redacción, publicación, distribución, etc. Además, la finalidad de realizar este recurso no es de lucro, sino de beneficio social que pretende alejar a las personas de la sociedad del consumo mediático marcado por la publicidad y propaganda (ibíd.).

Aikman, a su vez, define al fanzine como “un medio para automanifestarse como individuo, es algo propio hecho por uno mismo, la puerta para que un individuo a través de una publicación tenga la plena libertad de exponer sus pensamientos e ideas en una era de comercialización”. Mientras que, Martínez entiende al fanzine como “la necesidad de expresar ideas alejadas de lo convencional (...), de contracultura, con espíritu crítico y permanente.” (ibíd.).

Ahora bien, el fanzine presenta su origen mucho antes de que se lo conozca como tal, la prensa subversiva, alternativa e independiente básicamente ha existido desde la invención de la imprenta. Publicaciones similares al concepto del fanzine se han registrado desde el año 1908. Hugo Gernsback, editor estadounidense y escritor pionero del género de ciencia ficción y nuevas

tecnologías publicó en ese año la primera revista acerca de la electrónica, *Modern Electrics*. Publicaciones sobre asuntos de ciencia ficción continuaron hasta el año 1913 (ibíd.).

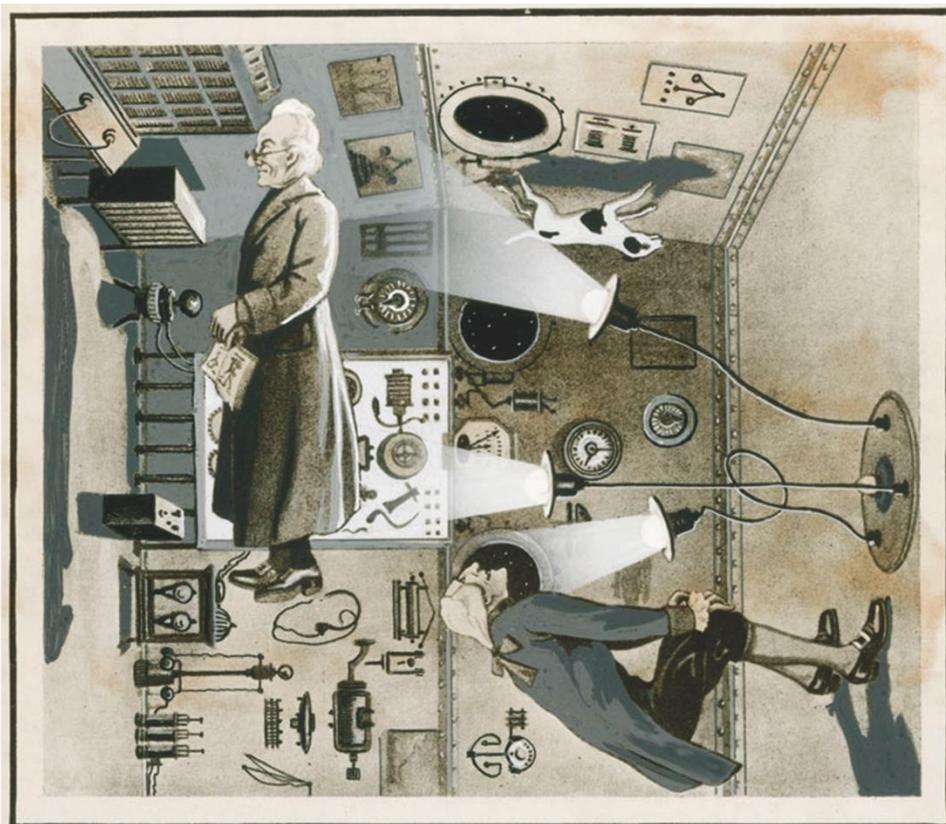


Figura 16. Illustration template for Hugo Gernsback. New York, USA
Tomado de (Arttle, 2013)

Luego, en 1926 Gernsback crea el primer fanzine, *Amazing Stories*. Su aceptación fue tan grande que el editor comenzó a recibir cartas de sus aficionados. Posteriormente, en 1930 se formó un grupo de *fans* conocido como *Science Correspondence Club*. Donde se fomentaba el intercambio de ideas para producir publicaciones relacionadas al fanzine. Pues estos eran en realidad pequeños tirajes editados conocidos como *cheapbooks*, o libros baratos, factor que se relaciona el concepto original del fanzine. En el mismo año, el club de *fans* publica su primer fanzine llamado *The Comet*, eran *fanzines* que integraban la poesía, literatura y ciencia ficción (ibíd.).

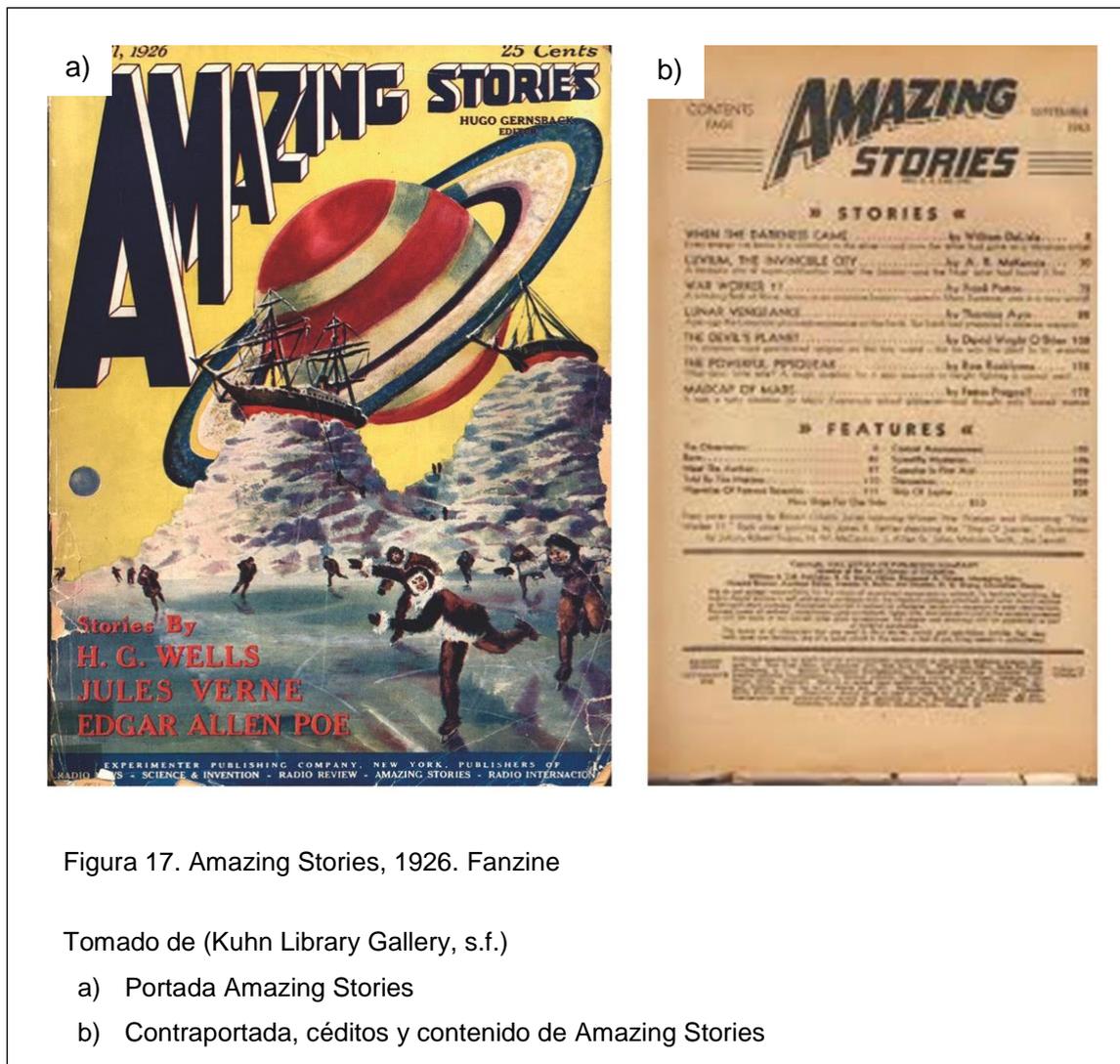


Figura 17. Amazing Stories, 1926. Fanzine

Tomado de (Kuhn Library Gallery, s.f.)

a) Portada Amazing Stories

b) Contraportada, créditos y contenido de Amazing Stories



Gunderloy junto con Friedman, crearon *FACTSHEET FIVE*, el fanzine convertido en la principal fuente de historial de *fanzines*. En cada una de sus ediciones se publicitaban otros fanzines por medio de un índice que además incluía elecciones del editor con el fin de compartir nuevos proyectos y nuevas temáticas. Actualmente la colección de más de 20 mil fanzines fue donada a la *New York State Library*, lo cual despertó un gran interés en coleccionar fanzines por parte de bibliotecarios y público en general (ibíd.).



Figura 19. Ejemplares FACTSHEET FIVE: Fanzines de ciencia ficción y otros contenidos:

Tomado de (Zinewiki, s.f.)

- a) FACTSHEET FIVE, Fanzine, #29
- b) FACTSHEET FIVE, Fanzine, #30
- c) FACTSHEET FIVE, The Definitive guide to the zine revolution, #50
- d) FACTSHEET FIVE, The Definitive guide to the zine revolution, #54
- e) FACTSHEET FIVE, The Definitive guide to the zine revolution, #25
- f) FACTSHEET FIVE, The art of zines, #63

Es importante mencionar que el fanzine, desde sus inicios ha experimentado en su redacción, y edición, pues presenta diferentes aportes a su contenido. Por ejemplo, durante los años 40 y 50, surgió la *Generación beat*, un movimiento literario que se basaba en ideas de la contracultura, y aficiones a temas como el uso de drogas, libertad sexual, naturaleza, estudio de filosofía, movimientos hippies, entre otros. Fue un recurso utilizado para fanzines, en la que influenciaron personajes de la cultura musical como Bob Dylan, Jim Morrison, Janis Joplin, etc. (ibíd.).

Esto fue de gran influencia para que el fanzine se convierta en un medio alternativo, que promete la participación activa de una sociedad. Los editores buscaban que sus publicaciones que tengan contenidos trascendentales para que de esta manera sus lectores encuentren nuevos espacios de reflexión, crítica y desarrollo en ámbitos sociales y culturales (ibíd.).

Más adelante, en la década de los años 70 y 80 nace el auge del fanzine conocido como “el arte de producir”, este crecimiento fue basado en bandas, seguidores y géneros musicales, en especial del *punk/rock* ya que se buscaba comunicar corrientes ideológicas como el anarquismo, sindicalismo y otros movimientos liberales. Razón por la que se conoce al fanzine como herramienta de protesta y manifestación de un entorno social y político. John Holmstrom en 1976, publicó su primer fanzine *PUNK*, el cual llegó hasta 25 000 ejemplares (ibíd.).



Figura 20. Ejemplares PUNK: Fanzines de bandas y género punk

Tomado de (Boo-Hooray, s.f.)

Cartensen explica que el surgimiento del fanzine también proviene de las denuncias y protestas en contra de los medios de comunicación establecidos, pues estos mostraban a la sociedad la información de una manera predestinada, pre-empacada y categorizada para consumir. Por lo que, el fanzine siempre ha mostrado comunicar nuevas posturas y gustos personales como contenido (ibíd.).

Ahora bien, el fanzine refleja ser un producto artesanal y de producción independiente. Sus métodos iniciales consistían en “cortar, pegar, fotocopiar” pero todo depende de los recursos que use el creador. Siendo así, la producción la razón de que existen fanzines de única edición o bien sea de varios ejemplares. Normalmente su tiraje constaba de 50 a 500 ejemplares los cuales eran distribuidos de manera personal. Dentro de los métodos de producción artesanal constan textos hechos a mano, ilustraciones, uso de lenguaje coloquial, *collage*, entre otros.

Se considera que el público ideal del fanzine siempre han sido jóvenes de 15 a 30 años quienes se identifican con el mensaje, apoyan este recurso y participan en su difusión y algunas colaboraciones. Ahora en la actualidad, se cuenta con el uso de nuevas herramientas gráficas, editores asociados, cuerpo editorial, fotógrafos e incluso patrocinadores para la creación de fanzines.

Muchas de estas herramientas están ligadas a las nuevas tecnologías y a la facilidad en el acceso a estas. Por ejemplo, ahora se publican fanzines en el Internet y para poder responder a plataformas digitales se usan programas como *Adobe InDesign*, *Illustrator*, *Photoshop*, *ISSU*, entre otros. Además, existen tutoriales de todos estos programas y esto hace que no se limite su creación. Cabe mencionar que sirven de igual manera para su producción en físico, pues se busca que los fanzines respondan desde varios ámbitos y disciplinas como es el diseño gráfico.

4.2. Objetivos del fanzine: Comunicacional, documental y funcional

Si hablamos del objetivo comunicacional de un fanzine hay que tomar en cuenta lo que se mencionó anteriormente, todas sus publicaciones se desenvuelven en ambientes independientes donde no existe censura de contenidos. Por ende, la persona es quien establece un canal comunicacional mediante este recurso el cual está dirigido a un público específico. Muchos expertos concuerdan que el *fanzine* está dirigido a pequeñas comunidades y organizaciones no gubernamentales ya que tienen una relación más estrecha con quién lo produce y además proporcionan resultados inmediatos y evidentes (Barreiro, 2001).

Estos canales activos no buscan dominar al lector, sino alcanzar una aceptación responsable. Como dice Dewey, "Si no es bien recibido no es porque no sirve o porque sea algo marginal, sino por la fragmentación que igualmente ocurre en otras esferas de la sociedad y esto hace que su desarrollo se considere hermético." (Pacheco, 2000).

Ahora, el objetivo documental de un fanzine se muestra con el fin de comunicar, representar y difundir lo que una sociedad proyecta a nivel histórico, político, sus necesidades sociales, movimientos culturales, entre otros (Barreiro, 2001).

Esto hace que el fanzine trabaje como representante de una institución, no en espacio físico ni geográfico sino por el fanzine mismo. Es considerado un recurso documental e incluso bibliográfico, pues al igual que una fotografía, pintura, literatura, obra musical, etc. estudia contextos históricos, sociales o incluso geográficos (Pacheco, 2000).

Mientras que, el objetivo funcional del fanzine busca posicionarse como un medio de difusión individual y colectiva, donde el objetivo es romper esa atadura entre la cultura del consumo y lograr que su utilización entregue factores positivos para promover la participación social, y homogeneización

cultural. Es decir, se amplifica para formar vínculos con las “culturas populares” mediante la colaboración directa del desarrollo social y participativo que cada individuo o grupo entrega a este recurso (ibíd.).

Siendo así, el fanzine el representante de conferencias y encuentros sobre nuevas temáticas, las cuales no han sido abordadas en otros medios. Es por lo tanto, un material público e independiente que maneja un contenido alternativo para crear un espacio a los lectores y formar intereses meramente culturales. DeGraff 1997, añade que el fanzine es una fuente para el estudio de la historia contemporánea de la cultura de masas (ibíd.).

Además, es necesario mencionar que esta relación entre el productor y el público al cual está dirigido, tiene como meta el comunicar desde una perspectiva más humana los asuntos sociales e incluso políticos, por lo que se plantea un discurso narrativo y lenguajes visuales basados en una investigación de experiencias personales y cotidianas con la intención de analizar, opinar, examinar, etc. (ibíd.).

4.3. Características del fanzine

Este componente humano que comprende el fanzine nos acerca a algunas de las características que presenta dicho recurso:

1. **Identidad:** Busca enfatizar la opinión o postura, ya que el fanzine al poseer múltiples orígenes, entrega un escena plural y abierta a las ideologías o corrientes que existan.
2. **Originalidad:** Ocupa un papel importante dentro del fanzine pues radica en la búsqueda de crear algo nuevo dentro de una sociedad en la que parece que todo ya está hecho. Flipside dice que en el fanzine se puede encontrar información que difícilmente se logre encontrar en otro medio.

3. Control: Debe ser integral, activo y participativo en cada proceso. El resultado final es crear una cultura que no se base en pérdidas o ganancias, sino en formar criterios ya sean de comunicación personal, o abierta (ibíd.).

4.4. Tipologías del fanzine

Los fanzines tienen una inmensa categoría la cual llaman “*The rest*”, sin embargo se ha encontrado una división de géneros que presenta el *fanzine*:

Sci-Fi zines: Vienen a ser los primeros fanzines, nacen en el año 30 y presentan temáticas de ciencia ficción.

Music zines: Enfocados en bandas, géneros musicales, cultura musical y entrevistas.

Films and television zines: Contenido basado en el entretenimiento popular, utilizan mucho el género de horror y drama *kitsch*.

Scene zines: Contienen noticias, entrevistas, y aportes de expertos de la música local, escena cultural y underground.

Fringe culture zines: Presentan nuevas teorías como de ovnis, filosofías, etc., con argumentos de estudio y un poco de humor.

Personal zines: Son diarios personalmente abiertos, cuentan anécdotas, historias personales, crisis, entre otros, normalmente son basados en experiencias y pensamientos.

Travel zines: Contienen descripciones de viajes, colección de piezas, es muy parecido al diario o al personal zine.

Literary zines: Incluyen cuentos, poesía, géneros literarios y ensayos.

Art zines: La temática se basa en las artes, busca que su publicación sea una galería visual que contenga obras, piezas, fotografía, y uso de técnicas.

Sex zines: Abordan temáticas de género, homosexualidad, identidad, entre otros.

Political zines: Se dividen en dos:

Political (Con P. mayúscula): Abarcan ideologías y movimientos liberales, anarquismo, socialismo, fascistas y además incluyen categorías de identidad como feminismo.

political (Con p. minúscula): No especifica ninguna teoría en general, solo presenta críticas políticas y culturales como enfoque.

DIY zines: El propósito de este *fanzine* es inspirar y enseñar cómo hacer algo.

24 hours zines: Fanzines realizados en 24 horas de manera individual o colectiva.

Network zines: Se concentran en publicitar otros *fanzines*, eventos culturales, y entrevistas.

Web zines: Fanzines en formato digital, también conocidos como **ezines**, comenzaron en los 80, con la ayuda del Internet. En los 90 se utilizaban programas diseñados en ese tiempo por *Macromedia* (Adobe) como *Flash Player* y *Dreamweaver* (ibíd.).

4.5. Fanzine: Género y feminismo

La inclusión de temas de género y feminismo en el *fanzine* surgió de publicaciones en las que se tratan artículos de estos temas o bien sean relacionados a ellos. Por ejemplo, en Columbus la *Minnesota Library*

Association, presenta un *Newsletter*, en el cual se publican aproximadamente 40 fanzines mensuales con temas involucrados en movimientos pro de los derechos humanos, como feminismo, género, cultura homosexual y trans, movimientos liberales, medio ambiente, etc. Al igual que *Sipapu*, un *Newsletter* semi-anual de California que está disponible para coleccionistas y bibliotecarios interesados en la prensa alternativa. Estos tratan temas del tercer mundo, corrientes pacifistas y feminismo (Pacheco, 2000). Por mencionar un ejemplo:

Lucha de mujeres sin fronteras libertarias: Contiene un artículo sobre la condición de las mujeres en la sociedad de consumo en el que se expone el papel de objeto sexual que representa la mujer en la sociedad capitalista, quien difunde e impone el estereotipo de mujer bella, esbelta y graciosa como el ideal de la mujer para tener éxito en una sociedad predominantemente machista. Se cita a Susan Sontag, Herbert Marcuse (Pacheco, 2000).

Ahora bien, los fanzines dedicados a estas temáticas surgen en la década de los años 70 con los *fagzine*. Su nombre proviene de la palabra *faggot* que significa maricón, y *zine* que abrevia la palabra revista. Los *fagzines* vienen a ser publicaciones independientes basadas en la cultura gay alternativa y género *Queer*, que igualmente buscan alejarse de lo comercial desde su estética hasta su contenido (Martínez, 2001).

Straight to Hell Magazine fue el primer *fagzine* hecho por Boyd McDonald en 1971 en New York. Este *fagzine* se caracteriza por su diseño simple, y en cuanto al contenido trataba la estética de la pornografía y artículos sobre la homosexualidad desde puntos de vista políticamente radicales, uno de los mejores ejemplares fue *The Manhattan Review of Unnatural Acts* (Martínez, 2001).

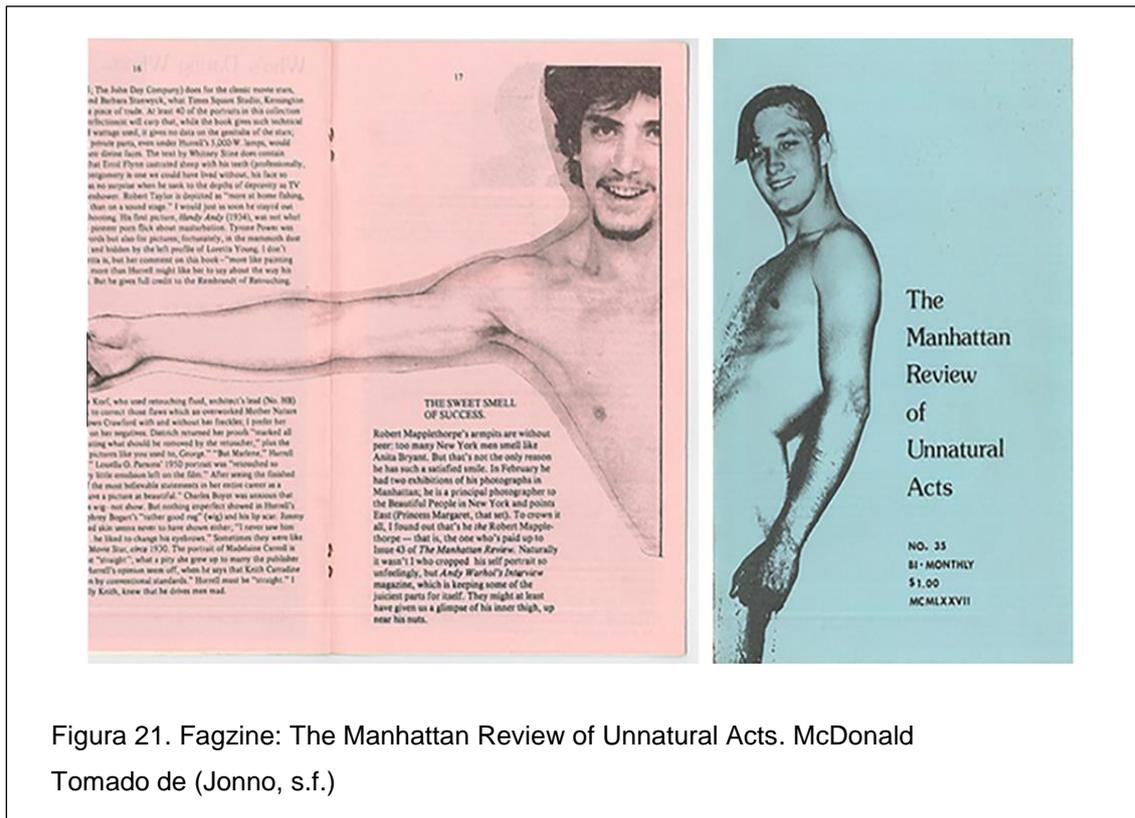


Figura 21. Fagzine: The Manhattan Review of Unnatural Acts. McDonald Tomado de (Jonno, s.f.)

Luego, en 1980 en San Francisco, Jim Moss publicó su *fagzine Folsom*, el cual fue considerado un aporte para las *Magazines* de esa época con aspectos del diseño gráfico, fotografía y tipografía (Martínez, 2001).



Figura 22. Fagzine Tomado de (Vintage Magazines, s.f.)
a) Folsom

De aquí en adelante nacen miles de fanzines y colectivos dedicados a la publicación experimental y alternativa de temas relacionados a género y feminismo. Al igual que en la prensa y radio, se crean artículos, entrevistas, fotografías, ilustraciones, y otros recursos que comuniquen estos mensajes de igualdad y equidad en la sociedad. Por mencionar algunos están:

Queer Fanzine Explosion: Colectivo de fanzines que tienen como objetivo el difundir *fanzines queer* y *grrrl fanzines*. Además publican mini-comics gays-lesbianos y otros *fanzines* con contenido de género.

Queer Ultraviolence: Se consideran un colectivo insurreccionalista que se enfoca a la autodefensa de las personas con sexualidades no heterosexuales como pueden ser gays, lesbianas, transexuales, transgénero, intersex, entre otros. Fue creado por Severio Di Giovanni en el 2008.

Feminizine: Fanzine feminista creado por Andrea Galaxina, editora, diseñadora y coordinadora. Su publicación inició en el año 2012 a través de una micro-editorial llamada *Bombas para desayunar*, promueve proyectos feministas hacia una cultura alternativa. Galaxina define a *Feminizine* como: "Feminismo en el *fanzine* tiene que ser colaboración, creación e inspiración. Hay muchas maneras de ser y hacer feminismo pero creo que estas tres son básicas."

Abriendo espacios: Fanzine colectivo de mujeres feministas y *punks*. Trata temas como el machismo y opresión de género para las mujeres.

Hacia la insurrección + Queer: Fanzine creado por Mary Nardini en el 2013 que critica desde perspectivas anarquistas los movimientos de liberación sexual y conceptualizaciones *Queer*.

Sangre Fucsia: Colectivo que nació en Madrid en el 2013, su trabajo es de forma horizontal, investigan y publican temas de realidad cultural y política a

través de una mirada feminista. Su propósito es entregar factores positivos a sus lectores por trasmisión de conocimiento, empoderamiento, visibilidad, hermandad, libertad social y derechos humanos para formar igualdad en el espacio.

Blusa (La Tribu): Espacio de publicaciones experimentales cuyo fin es dar a conocer el feminismo por medio de creaciones artísticas y ensayos hacia una mejor visibilidad y agitación cultural. “Creemos que el feminismo es la lucha cotidiana para construir una sociedad en la que todos tengamos los mismos derechos, obligaciones y oportunidades.” (Martínez, 2001).

4.6. Fanzine en Ecuador

Aquí es donde nace una nueva problemática a nivel de difusión editorial, el *fanzine* en Ecuador no ha sido muy abordado. Los proyectos sobre *fanzine* en el país son poco conocidos, existen alrededor de diez colectivos que se dedican exclusivamente a publicaciones experimentales en tal sentido.

En el año 2009 inició el primer proyecto haciendo una convocatoria a nuevos autores, ilustradores, diseñadores, músicos entre otros a que presenten publicaciones hechas especialmente para la primera edición de la *Fanzinoteka*, una colección de archivadores de *fanzines* y publicaciones independientes. Fue creada por dos ecuatorianos, Diego Lara Saltos y José Luis Jácome. Lara, quienes hasta la actualidad, como especialistas, consideran que tal campo visual se mantiene fértil (Camarena & Magán, 2014).

Por lo tanto, es importante comprender como mediante el recurso editorial de *fanzines* se puede contribuir hacia la difusión sobre la problemática de equidad de género al público objetivo. El *fanzine* es un medio de comunicación alternativa que brinda espacios para encontrar nuevas o distintas personalidades, ideas y opiniones, en las que se abarcan determinados temas, como pueden ser música, literatura, cine o cualquier otra manifestación cultural.

Termina siendo un producto representativo del mercado independiente editorial y de prensa que gracias a su difusión se logra explotar una cantidad de opiniones que a su vez ofrece una visión más amplia para la cultura de una sociedad.

Ante lo expuesto, las publicaciones experimentales pueden tener una gran acogida ya que el hecho de construir un fanzine establece ser un nuevo producto, y además constituye un valor agregado para todos pues se consideran como piezas de colección (Santa, 2014).

De manera que el trabajo del diseñador es lograr publicaciones factibles y eficaces, logrando atraer a lectores potenciales los cuales serán el resultado para que este proyecto ocupe su lugar de responder a un problema social. Pues, el lector es quién validará la eficacia del proyecto, y, luego de su lectura se comenzará a hablar de dicha publicación creando conciencia y cultura sobre la equidad de género en el Ecuador, aunque este comience por un espacio pequeño.

5. CAPÍTULO IV: Diseño editorial

5.1. Conceptualización del diseño editorial

Diseño editorial: Proyecto que de la teoría se llega a la práctica

El diseño editorial como herramienta de comunicación busca proyectar nuevas ideas de aceptación por medio de un proceso visual estratégico, en el que se crea conceptualización gráfica para comprender la estructura de un contenido. Editorial como la “divulgación visual de información” está vinculado con la creación y organización de la forma. Su propósito es transferir mensajes por medio de elementos técnicos para perfeccionar aspectos de legibilidad. Para esto, durante el proceso de creación de la propuesta editorial se debe usar correctamente herramientas que proporcionen equilibrio entre el texto y la parte gráfica. Por ejemplo, el uso de una retícula, cajas tipográficas, fundamentos de la imagen, composición, cromática y tipografía entregan dinamismo al campo visual del lector.

Siendo así, el diseño editorial una rama del diseño gráfico especializada en publicaciones. Por mencionar algunos ejemplos están libros, periódicos, revistas, catálogos, *brochures*, portadas, afiches, dípticos, trípticos, entre otros. El diseño editorial se dedica a la estética y arquitectura interior como exterior de una publicación, por lo que es considerado un verdadero arte ya que se compone tanto de creatividad como de conocimiento estético, conceptual y técnico en términos de producción. (Zappaterra, 2008)

La retícula dentro de lo editorial responde como un principio que organiza y centra el significado a transmitirse. Es el “pensamiento estructural” del diseño que da orden, precisión y claridad. La retícula es un sistema de planificación que relaciona la escala y la ubicación de los elementos que se encuentran en un espacio, hace que la información sea accesible para el lector actuando como señales indicativas. Actualmente, la retícula es una exploración de

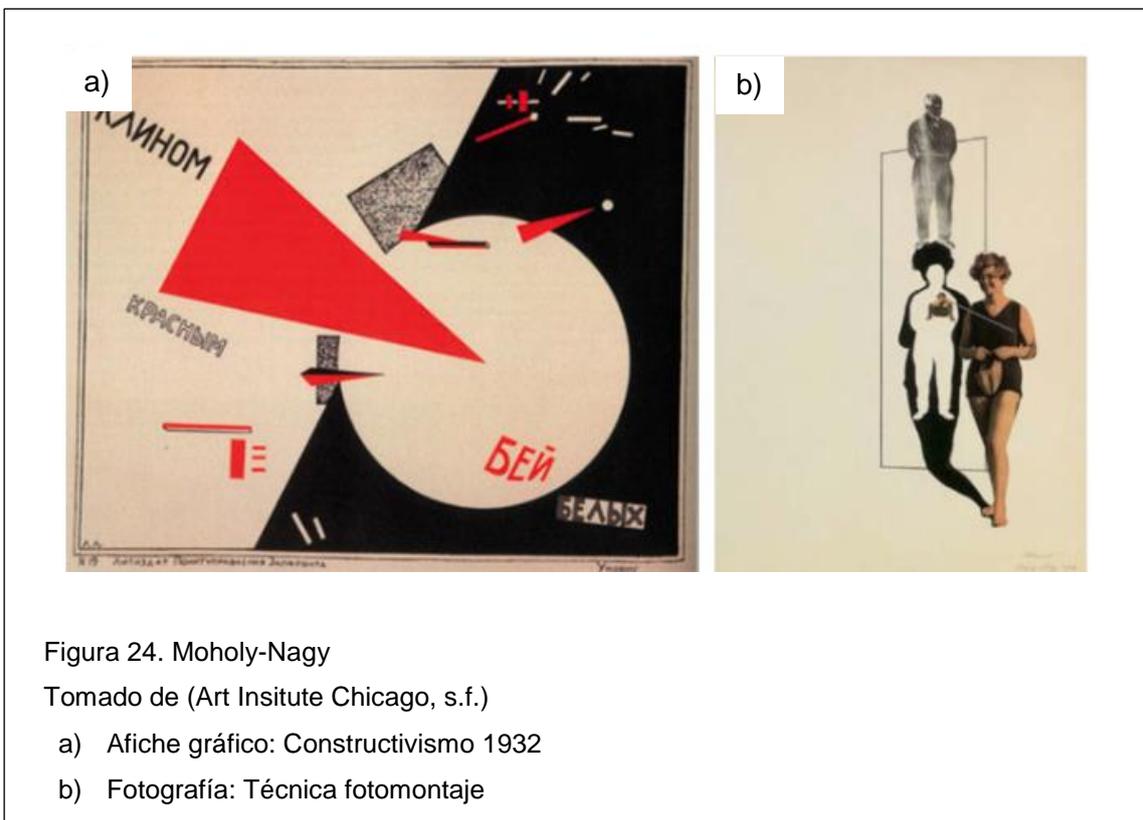
alternativas de composición, donde no siempre se busca el orden, sino a través de métodos como la desconstrucción y la asimetría crear nuevas formas de representar y expresar contenidos (Samara, 2006).

La historia de la retícula y el diseño editorial tienen su origen en el movimiento inglés *Arts and crafts*, que comprendía la creación y el diseño en toda su extensión. William Morris, máximo representante de la integración estética, utilizó el valor social y artístico de la producción en serie e industrial, creó en 1891 *Kelmscott Press*, una editora en la que sus seguidores Arthur Marckmurdo y Sir Emery Walker enfocaron su interés en el diseño de libros y tipografía. Juntos, publicaron trabajos de ornamentación tipográfica y grabados utilizados como ilustraciones, los cuales otorgaron principios fundamentales a la estructura y análisis de la composición visual (ibíd.).



Figura 23. Kelmscott Press. Ornamentación tipográfica y retícula de William Morris
Tomado de (Cody, 2014)

Más adelante, el constructivismo de 1932 en la Bauhaus dio paso a la composición dinámica y organizada geoméricamente. El fotógrafo y pintor Moholy-Nagy, plasmó en sus obras arte abstracto con el fin de crear nuevas formas de maquetación asimétrica, fotomontaje y elementos de la caja tipográfica (ibíd.).



Josef Hoffman, arquitecto y diseñador industrial fundador del movimiento del modernismo, consiguió que sus obras comuniquen un lenguaje funcional y claro por medio de la pureza abstracta que usaba. Su estilo comprendía un método de composición intuitiva, el cual estaba basado en la forma simbólica y contrastes ópticos de la abstracción (claro-oscuro, curva-ángulo, orgánico-geométrico, fondo-figura) Por último, Hoffman definía a la estructura reticular como un sistema de integración general tipográfica y de imagen (ibíd.).



Luego en 1960, la era de la nueva gráfica y el deseo de orden aparecen. La creación de retículas era mucho más compleja, pues ya utilizaban columnas y bandas horizontales para organizar todo el contenido de una zona específica, incluyendo las imágenes. Surge la creación de módulos, conocidos como unidades espaciales que por medio de su repetición integraban todas las partes de una página formando una malla reticular. Massimo Vignelli creó una estructura modular de zonas sistemáticamente diferenciadas para clarificar un material informativo complejo, en el que el ojo humano aprendía a orientarse para encontrar información específica (ibíd.).

The ultimate resource in grid systems.

The Grid System

"The grid system is an aid, not a guarantee. It permits a number of possible uses and each designer can look for a solution appropriate to his personal style. But one must learn how to use the grid; it is an art that requires practice."
Josef Müller-Brockmann

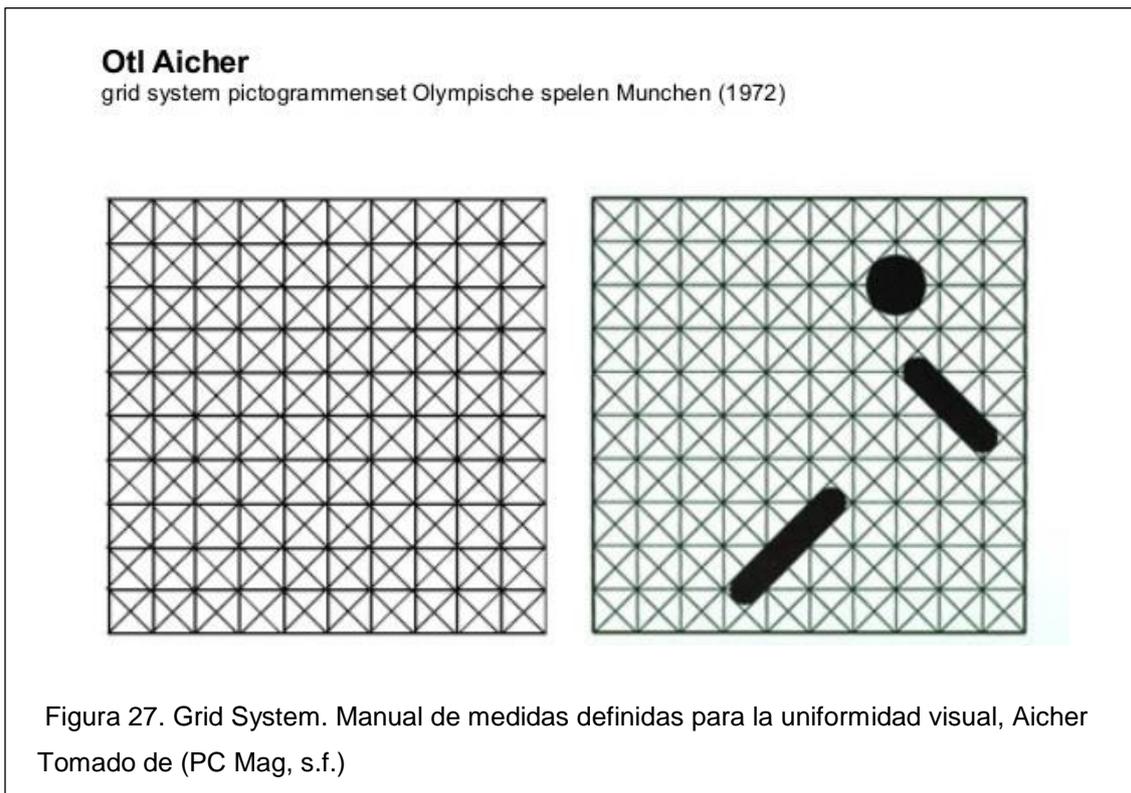
Hide Grid

Search

Articles	Tools	Books	Templates	Blog	Inspiration
<p>Compose to a Vertical Rhythm</p> <p>On the Web, vertical rhythm is contributed to by three factors: font size, line height and margin or padding. All of these factors must be calculated with care in order that the rhythm is maintained.</p> <p>04.Dec.2008</p>	<p>960 Grid System</p> <p>An effort to streamline web development workflow by providing commonly used dimensions, based on a width of 960 pixels. There are two variants: 12 and 16 columns, which can be used separately or in tandem.</p> <p>04.Dec.2008</p>	<p>Geometry of Design</p> <p>The book focuses on the classic systems of proportioning, such as the golden section and root rectangles, as well as systems such as the Fibonacci Series.</p> <p>04.Dec.2008</p>	<p>InDesign 8.5x11 Grid System (12)</p> <p>Adobe InDesign file with a grid system for an 8.5x11" page that is divided into 12 columns and rows using the Rule of Thirds (Golden Ratio). Includes a 12pt baseline grid.</p> <p>29.Nov.2008</p>	<p>UX Magazine</p> <p>A well designed collaborative site, with a very nice grid structure, that focuses on user experience.</p> <p>02.Dec.2008</p>	<p>Ace Jet 170 AisleOne Athletics BBDK Blanka Build Corporate Risk Watch David Airey Dirty Mouse Experimenta Experimental Jetset Form Fifty Five Grafik Magazine Grain Edit Graphic Hug Helvetica Film I Love Typography Lamosca magCulture Mark Boulton Minimal Sites Monocle Neubau NewWork OK-RM</p>
<p>Incremental leading</p> <p>In editorial design, there is a technique used for sidenotes and boxouts that aligns to the baseline grid, or vertical rhythm. It's called incremental leading.</p> <p>03.Dec.2008</p>	<p>Graph Paper by Konigi</p> <p>This graph paper is made for visual designers, interaction designers, and information architects. You'll find styles for wireframing, storyboarding, plotting values and for drafting sitemaps.</p> <p>03.Dec.2008</p>	<p>The Typographic Grid</p> <p>We consider this to be the academic part two to "Grid Systems." Hans Rudolf Bosshard tackles a deeper understanding of the complex grid.</p> <p>30.Nov.2008</p>	<p>InDesign 11x17 Grid System (12)</p> <p>Adobe InDesign file with a grid system for an 11x17" page that is divided into 12 columns and rows using the Rule of Thirds (Golden Ratio). Includes a 12pt baseline grid.</p> <p>29.Nov.2008</p>	<p>Doane Paper Utility Notebook</p> <p>A portable notebook featuring a patent pending Grid+Lines stationery design that combines the benefits of grid and ruled lines onto a single sheet of paper.</p> <p>28.Nov.2008</p>	

Figura 26. The Grid System. Estructura modular para clarificar material informativo, Vignelli Tomado de (PC Mag, s.f.)

Después en los años 60, las instituciones culturales y organizacionales tenían la necesidad de comunicar su imagen públicamente y recurrieron a la idea de utilizar programas que ayuden a mejorar esta imagen en medios impresos. Por lo que el diseñador alemán Otl Aicher creó un programa de estandarización de formatos. Este programa se centraba en fortalecer la retícula para relacionar la comunicación de los elementos que presentaban parámetros de diversos tamaños, material y producción. Aicher lo llamó "manuales de medidas definidas al detalle de la uniformidad visual en cualquier aplicación." (ibíd.).



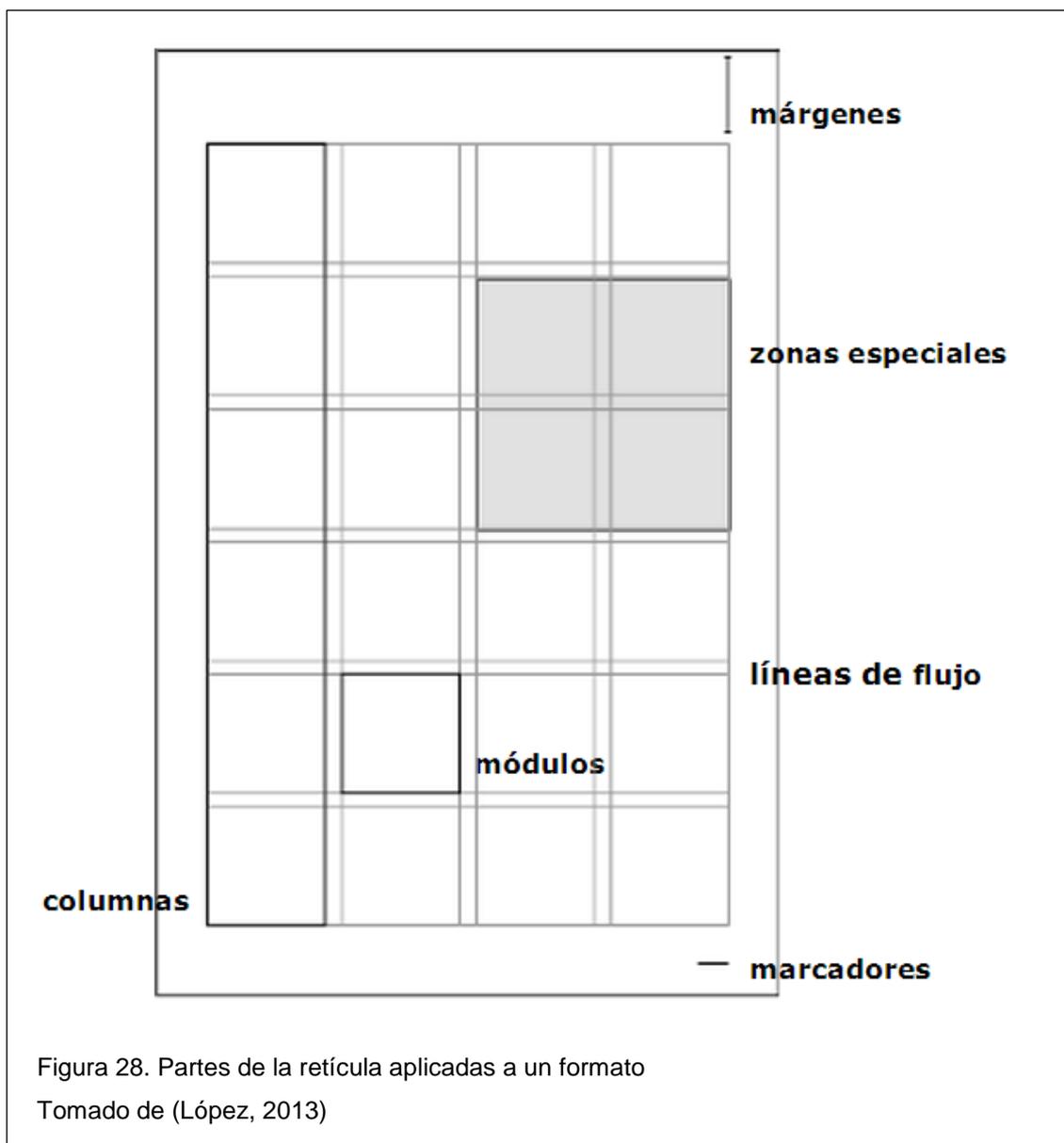
Ahora bien, es importante mencionar que la retícula nació como respuesta ante la solución de problemas a nivel visual como a nivel organizativo. Satisface complejos objetivos de comunicación, concede eficacia, continuidad y aporta maquetación al diseño. Trabaja la escala, desplazamiento y peso de los elementos para aportar jerarquía y orden de información, por medio de características visuales y semánticas. Explica que el límite físico de tipografías o imágenes que se rompen en el espacio, crean el campo de textura estático para influir en la forma de percibir la información (ibíd.).

Los diseñadores comenzaron a utilizar la retícula con un fin *per se* y explorar el potencial visual de la forma. Esta experimentación radical de las retículas como estructura de orden llegó a su fin en los 80s donde nacieron nuevas formas de examinar métodos organizativos. Aquí se combinaban en función y necesidad que cada diseñador tiene en su voluntad para encontrar la forma en que sus lectores interpreten los mensajes (ibíd.).

Construir una estructura adecuada radica en el pensamiento racional de la Bauhaus “Objetividad, orden, reducción de elementos hasta llegar a lo esencial, entregar claridad formal y comunicativa”. Por lo que, el diseñador debe proponer un valor a las características informativas y detallar los requisitos de producción del contenido. Es decir controlar los titulares, el texto informativo y la cantidad de imágenes que se usan. Luego el diseñador debe maquetar la información sin perder la fuerza de la composición de cada página. Al igual que el cambio gradual en las páginas depende de la variación y la densidad dinámica para crear interés visual y enriquecer la experiencia de lectura (ibíd.).

Anatomía, partes y clasificación de la retícula

- Márgenes: Espacios negativos entre el formato y el contenido. Su proporción puede variar y regularse en el formato.
- Líneas de flujo: Alineaciones que rompen el espacio, también conocidos como medianiles.
- Zonas espaciales: grupo de módulos que forman un campo activo.
- Módulos: Unidades individuales de espacio separadas en intervalos regulares que se repiten.
- Marcadores: Indicadores, pueden ser números de página, secciones de titulares o cualquier elemento que ocupe una única posición en la maqueta.



Ahora bien, dentro de la clasificación de la retícula podemos encontrar la siguiente clasificación:

Retícula de columnas: Facilita la comprensión de información de extenso volumen, reduce el efecto óptico de gravedad y ayuda a dirigir la lectura con tranquilidad.

Retícula de manuscrito: Su estructura de base es un área grande que ocupa la mayor parte del formato. El propósito es acoger textos largos y la mayor cantidad de información.

Retícula modular: Se centra en que la proporción del módulo puede determinarse de varias formas, por ejemplo un módulo puede tener la achura de un cuerpo de texto de un párrafo y puede variar en su posición.

Retícula jerárquica: Analiza la interacción óptica que provocan los diversos elementos. Es decir, si se sitúan de manera espontánea, en diferentes posiciones y cómo es su continuidad (ibíd.).

5.2. Tendencias en el diseño editorial

Dentro de la práctica actual se debe entender cómo surgió la industria del diseño editorial para ser un recurso en el que gracias al desarrollo tecnológico y cambio de pensamiento se evidencia el uso de nuevos métodos y estilos que se desarrollaron en algunas tendencias (Samara, 2006).

Inicialmente, en la Bauhaus se comenzó a estudiar la estructura y lo intuitivo, donde artistas como Wassily Kandinsky aplicaban dentro de la composición formas abstractas, simbólicas y uso de colores puros en especial colores primarios. El *collage* nació como método de nueva concepción gráfica, en la que parte de su técnica consistía en yuxtaponer imágenes encontradas para crear relaciones dinámicas de composición (ibíd.).

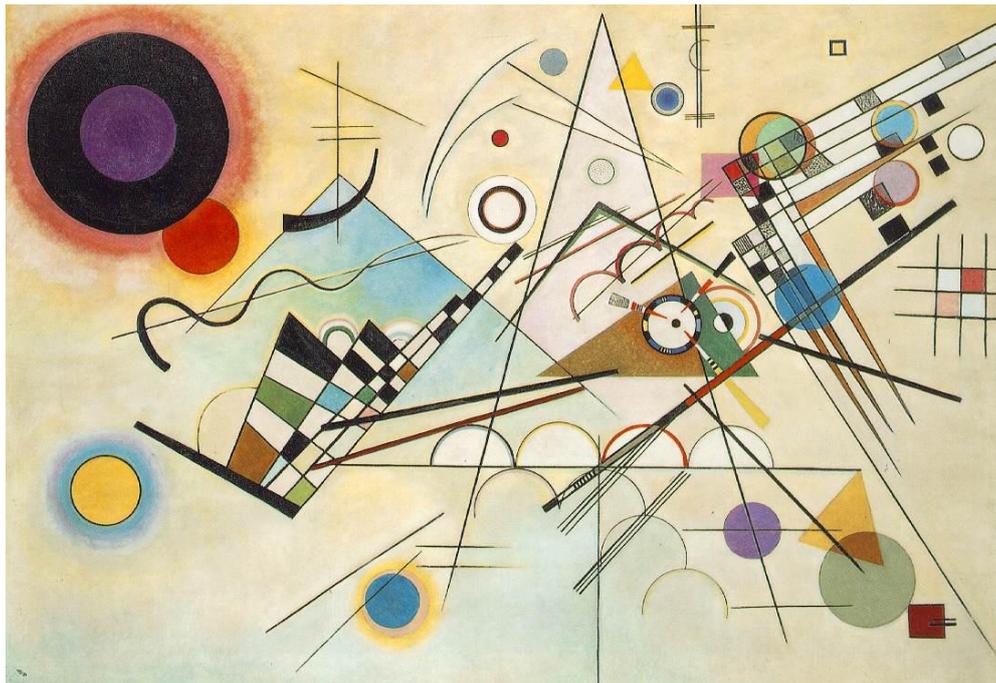


Figura 29. Wassily Kandinsky, 1923
Tomado de (Bauhaus movement, s.f.)

En los años 1916 hasta 1923 artistas, escritores y músicos presentaron un nuevo concepto de lenguaje basado en la abstracción verbal, esta nueva realidad visual fue aplicada por el movimiento de los dadaístas. Marcel Duchamp representaba juegos lingüísticos en sus obras por medio de un lenguaje experimental y el uso de simbolismos para crear disposiciones visuales como parte de la influencia emocional y psicológica (ibíd.).



Figura 30. Obra de Marcel Duchamp. Técnica: Collage
Tomado de (Huffington, s.f.)

Asimismo, en otros movimientos artísticos como el futurismo se presentaron nuevas rupturas en el arte dentro de lo considerado como tradicional y convencional. Por ejemplo, Filippo Marinetti utilizaba la tipografía como un proceso visual, plasmaba una representación sintáctica de la escritura a través de la creación de letras a gran escala. Obras que eran interpretadas por medio de la teoría de Charles Pierce y Ferdinand Saussure, pues presentaban gran influencia de semiótica y estudio de signos (ibíd.).



Figura 31. Obra de Filippo Marinetti
Tomado de (Hiper médula, s.f.)

Mientras que, el modernismo tenía como fin mostrar dentro de lo editorial la expresión narrativa y nuevos lenguajes en el diseño. Weingart, diseñador alemán introdujo la composición semántica para enfatizar características de la tipografía formando una estructura verbal de las palabras ante la forma visual de las mismas. En estos trabajos se observaba una combinación poco habitual del texto, dando paso a la semiótica como campo activo del lenguaje (ibíd.).

Al igual que Müller-Brockmann, diseñador suizo que usaba a la tipografía en posiciones estructurales. Schwitters, por su lado trabajó con una composición pictórica no rectilínea, y en cuanto a la tipografía la usaba como elemento decorativo.

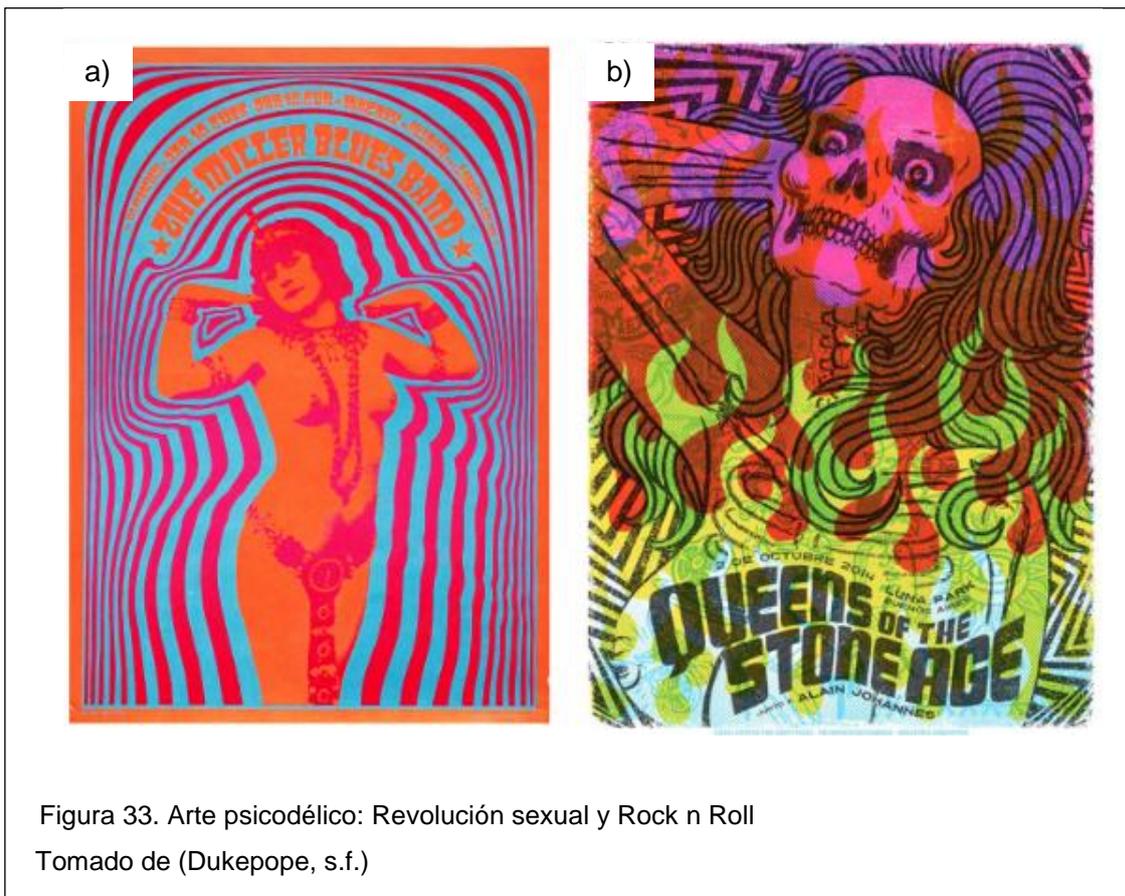


Figura 32. Expresión narrativa y tipográfica

Tomado de (Famous graphic designers, s.f.)

- a) Müller-Brockmann, tipografía en posiciones estructurales.
- b) Kurt Schwitters, composición pictórica no rectilínea.

La búsqueda de la expresión narrativa propone nuevos lenguajes en el diseño, la tipografía estaba orientada a comunicar aspectos visuales inspirados en la cultura popular de los mediados de los años 70 con temas del rock n roll, la psicodelia y revolución sexual (ibíd.).



Posteriormente, Macintosh la línea de computadores de Apple Inc. apareció en 1984 y lograron que los diseñadores confronten la tecnología para que se desarrollen en un nuevo campo, el uso de plataformas digitales logró la manipulación impecable de imágenes y tipografía por medio de programas gráficos (ibíd.).

Aparecen producciones digitales por ejemplo, David Carson diseñó la revista *Surf*, para *Beach Culture*, la cual presentaba maquetas improvisadas basadas en formas intuitivas de situar elementos hacia la interpretación de la experiencia y el contenido, es decir, las imágenes y los elementos tipográficos marcaban el significado del texto (ibíd.).

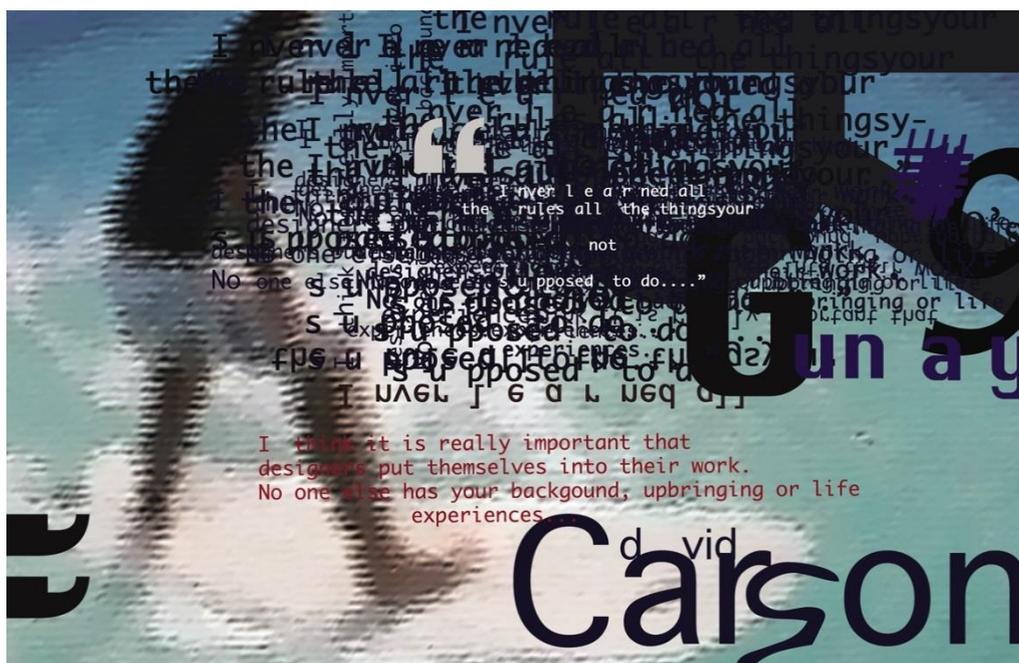
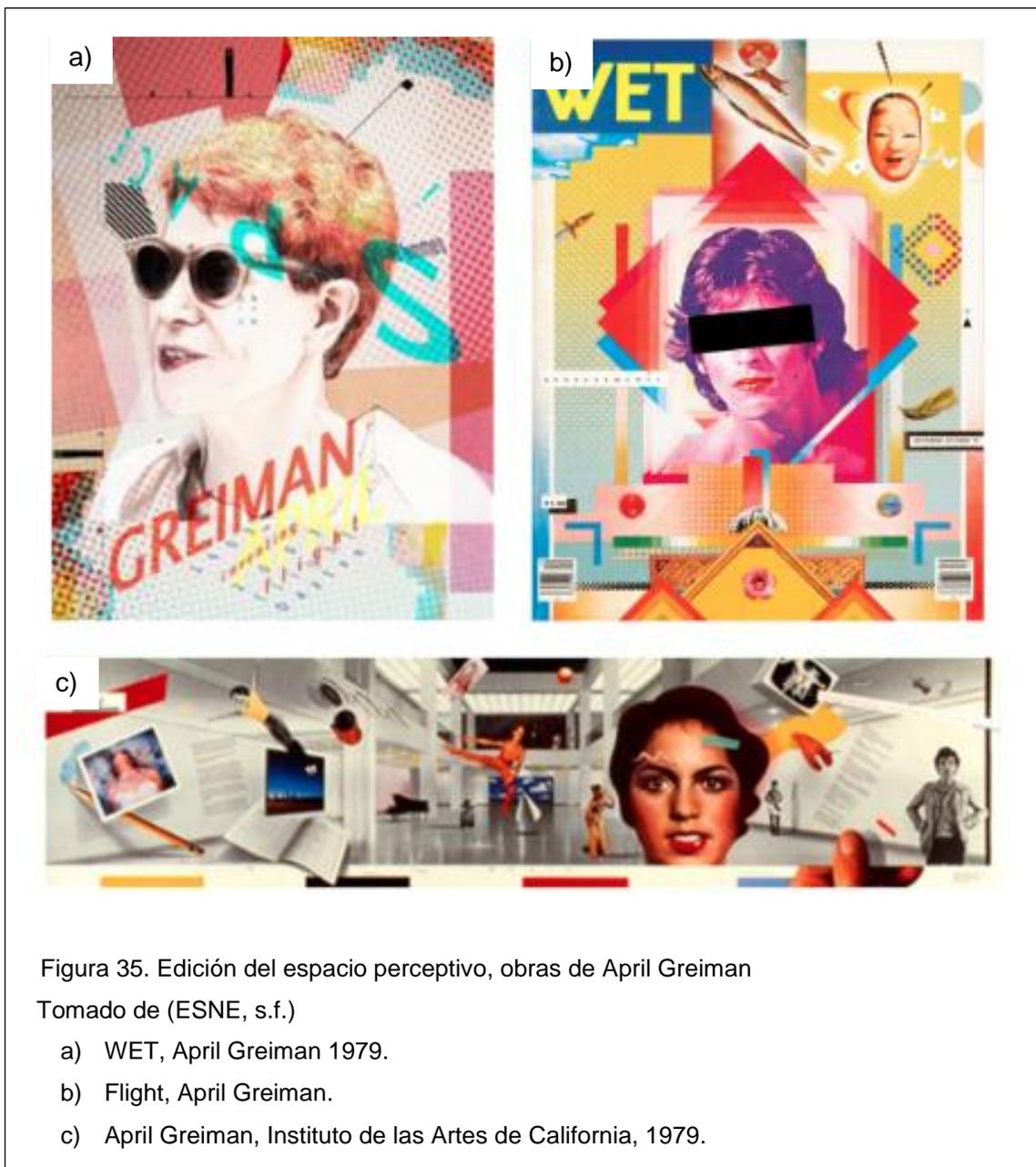


Figura 34. David Carson. Revista Beach Culture

Tomado de (Pinterest, s.f.)

Se comenzó a utilizar la composición óptica espontánea, un método de diseño que forma vínculos con el observador a través de tensiones ópticas como relación compositiva y contrastes. April Greiman, diseñadora estadounidense después de trabajar con técnicas tradicionales de impresión, comenzó a aplicar edición del espacio perceptivo para entregar procesos visuales por medio de características ópticas y conceptuales (ibíd.).



Por último, diseñadores aplicaron una infinidad de prácticas y conceptos para la creación de piezas visuales, donde la idea era formar dentro de lo gráfico alusiones conceptuales basadas en el contenido. Además de usar experiencias sensoriales para la recreación emocional en tiempo y espacio de cada una de sus publicaciones (ibíd.).

5.3. Diseño editorial: Teoría conceptual y herramienta social

La teoría conceptual explica cómo deben funcionar las exigencias de lo práctico en el diseño, por ende estudia el fin emotivo que trata al significante expresado por medio de los sentidos y el fin connotativo que entrega un significado formado desde el interior y explica las relaciones entre el mensaje y el receptor (González, 2002).

Propone los siguientes pasos para la creación comunicativa:

1. Causa primera: Cómo surge la idea para formar un concepto
2. Causa formal: Uso de recursos para el desarrollo de una idea (tipografías, fotografías y cromáticas)
3. Causa técnica y material: Todos los materiales con los que el proyecto serán desarrollados (papel, cartón, madera, etc.)

Por lo que dentro de la comunicación gráfica se establece como principal elemento a la imagen visual ante la necesidad de expresión ya sea por medio de métodos solos o en conjunto para formar un concepto (ibíd.).

A su vez, la comunicación visual interpreta todo lo que capta la vista. Estudia lo eventual, que es la interpretación libremente percibida, y lo causal que entiende los aspectos de estética y práctica. Por ejemplo, podemos decir que una nube es lluvia o que la nube es suavidad, todo depende del contexto y de la interpretación que cada persona forma (ibíd.).

Además, la teoría conceptual del diseño explica los alcances para formar un concepto. Primeramente, el alcance visual responde de manera visible el uso de formas, medias, cromática, texturas, entre otros. El alcance de relación muestra la ubicación e interrelación de formas en el diseño (dirección y medida), busca crear la cercanía en la superficie por medio de la posición y el uso del espacio. El alcance representativo y de significado se forma cuando el

diseño transporta un mensaje. Por último, el alcance funcional se da cuando el diseño tiene un determinado propósito (ibíd.).

Consecuentemente, dentro de lo editorial se puede evidenciar una representación gráfica y visual, basada en una experiencia del entorno hacia la abstracción específica donde el lector reduce los factores como símbolos, signos y señales para organizar, modificar, y orientar la información expuesta (ibíd.).

Ahora bien, la función social se presenta por medio de filtros como principios de influencias en el diseño. Es decir, los filtros sensoriales intervienen directamente en lo biológico como la vista, el olfato y el habla; los filtros culturales funcionan en aspectos de educación, religión, ética y moral, y, por último los filtros operativos proceden en lo mecánico o involuntario dentro de la comunicación (González, 2011).

El diseño editorial como herramienta social ofrece diferentes canales de difusión para entregar un fin comunicativo, uno de estos es funcionar como expresión de ideologías en ámbitos culturales, sociales y políticos. Néstor García, antropólogo y crítico cultural explica como los proyectos editoriales mediante estudios semióticos forman códigos lingüísticos ante la producción de signos y significados (González, 2011).

Además como se mencionó anteriormente, el discurso del diseño editorial brinda un interés colectivo durante la etapa de reproducción. Siempre busca la utilización de un material simbólico de una sociedad para plantear la idea o concepto hacia el fundamento del contenido, y por medio de la utilización de formas evidentes y pragmáticas aplicar el color, fotografía y tipografía, etc.

5.4. Implementación de técnicas

5.4.1. Cromática: La importancia y uso del color

El color es un factor importante dentro del estudio de elementos morfológicos de la imagen. Ante la visión humana se presenta como un principio fisiológico, en el que el ojo y la retina funcionan como receptor específico de una longitud de onda de un espectro electromagnético, el cual se presentan en los objetos como medio que modula esta energía formando cada uno de los colores que se logra percibir (Sanz, 2001).

Al mismo tiempo, el color es un espectro visible que origina el efecto cromático para formar parte de una experiencia sensorial que satisface determinadas funciones plásticas donde se puede encontrar una naturaleza tridimensional. Por ejemplo, el contraste cromático en la imagen se presenta dependiendo del aspecto dinámico que se quiera entregar por medio del color (Granadis, 2006).

Ahora bien, ¿qué implica el contraste? El contraste se conoce como las diferencias o distintos intervalos de los efectos cromáticos, estos pueden estar uno al lado del otro o no. Se entiende por medio del sentido de valor en la composición. Es por eso que, dentro de la composición y gracias al color existen aspectos semánticos que le dan importancia a su aplicación (Granadis, 2006).

En sentido general el color es el lenguaje visual de lo cromático, el cual está constituido por un significante que radica en el campo de expresión y el significado que radica en el campo de contenido, es lo que psicológicamente produce sensaciones del color asociadas con la naturaleza perceptual (Granadis, 2006).

- Sensaciones térmicas: Asociadas con el calor y la luz solar, responden a colores cálidos sean tonos rojos, naranjas o amarillos. Por otro lado, los

colores asociados con el frío, el agua y la luz lunar responden a colores fríos, sean tonos azules, verdes, violetas o grises.

- Sensaciones de tamaño-peso: Se presentan mediante el uso de un contraste cromático. Aquí podemos encontrar contraste de colores puros donde se aplican los colores primarios. Contraste de claro-oscuro en el que se aplica el color blanco y negro en un nivel saturado. Contraste de complementarios basado en el disco cromático y luminosidad armónica de cada color.

Por lo tanto, el color es una relación cuantitativa que dentro de la imagen influye directamente en el mensaje a través de significaciones estéticas, de composición, comunicativo e incluso psicológico. Pues su importancia radica en cómo se aplica la calidad cromática, ya sea en un grado de pureza o desaturación de los colores. Además de entender la relación con los demás elementos dentro de la composición, ya sea su ubicación, tamaño, forma, etc. (Granadis, 2006).

COLOR		SENSACIÓN DE DISTANCIA	SENSACIÓN TÉRMICA	EFFECTOS PSÍQUICOS
AZUL	▶	LEJANIA	FRIO	RELAJANTE · LENTITUD
VERDE	▶	LEJANIA	FRIO - NEUTRO	MUY RELAJANTE · REPOSO
ROJO	▶	PROXIMIDAD	CALIENTE	MUY ESTIMULANTE · EXCITACIÓN
NARANJA	▶	GRAN PROXIMIDAD	MUY CALIENTE	EXCITANTE · INQUIETUD
AMARILLO	▶	PROXIMIDAD	MUY CALIENTE	EXCITANTE · ACTIVIDAD
VIOLETA	▶	PROXIMIDAD	FRIO	EXCITANTE · AGITACIÓN

Figura 36. Ejemplo sobre la relación térmica, distancia y efectos psíquicos del color
Tomado de (3-Buro, s.f.)

5.4.2. Tipografía experimental y lettering

La tipografía experimental y *lettering* surgen ante el diseño tipográfico. Permiten ser un recurso considerado un elemento morfológico de apariencia única que entrega un mensaje específico. Además de presentar un estudio entre la relación de la forma y la función lingüística, la cual presenta un aspecto fundamental en el diseño comunicacional, cuenta con métodos que ayudan a organizar y presentar la información (Pepe, 2015).

Por lo que, la tipografía al funcionar como transcripción gráfica de las emisiones de mensajes verbales crea la reproducción de palabras y textos. Su dimensión técnica, funcional y de elección tipográfica implica la relación del texto, su contexto, y el público al que está dirigido. Esto entrega un espacio abierto al diseñador para crear manifestación visual hacia la comprensión del mensaje aportando un significado, información, ideas y sensaciones al receptor desarrollando nuevos conceptos (Pérez, 2011).



Figura 37. Fuentes tipográficas
Tomado de (Slampxhype, s.f.)

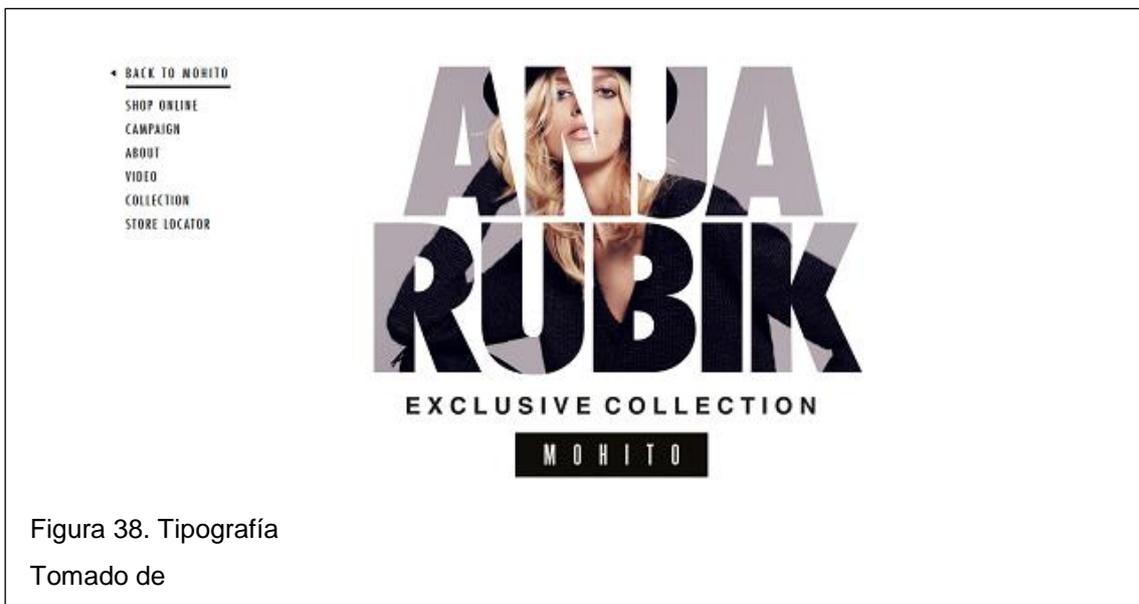


Figura 38. Tipografía

Tomado de

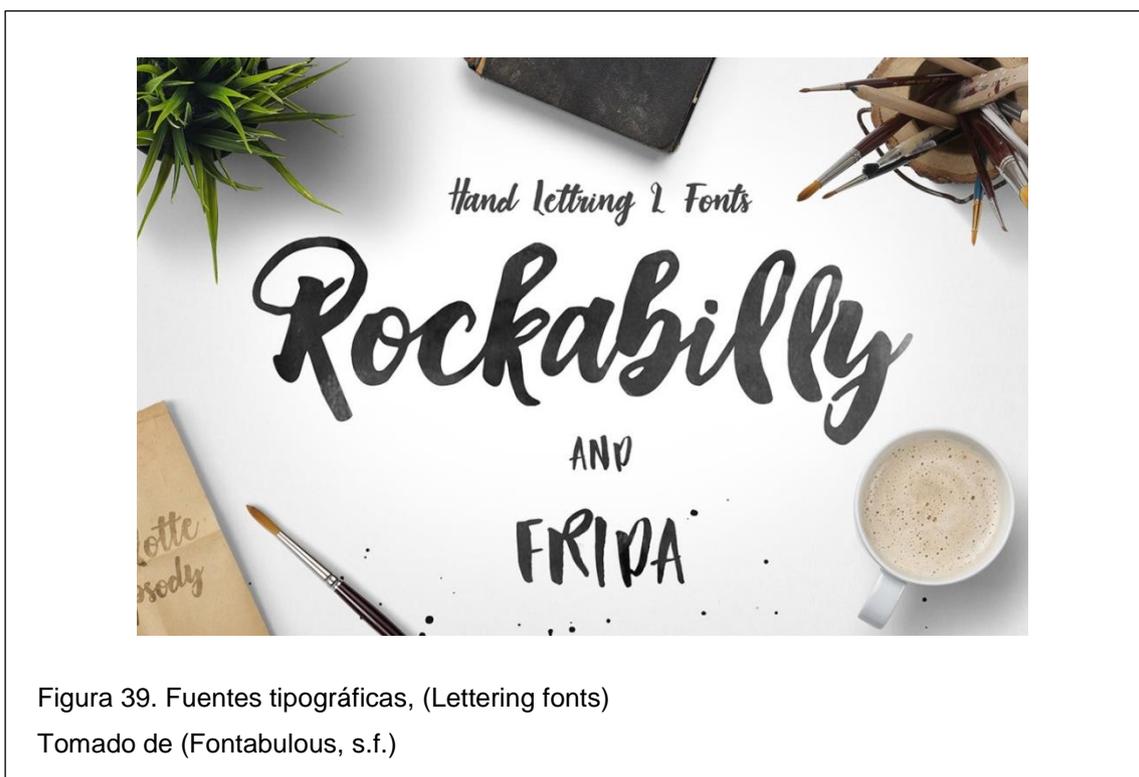


Figura 39. Fuentes tipográficas, (Lettering fonts)

Tomado de (Fontabulous, s.f.)

Ahora bien, estos elementos al presentar una combinación háptica y funcional enriquecen múltiples direcciones del diseño editorial. Primero gracias al valor expresivo del mensaje a través de la referencia formal de la tipografía. Es necesario entender que la imagen es un recurso que muestra y enseña,

mientras que la palabra narra y explica. Segundo porque proyecta relaciones y posibilidades de una estructuración secuencial, y la rapidez para transmitir el mensaje muestra una representación del espacio. Tercero, porque al presentar una existencia lineal en el tiempo permite una versatilidad de significados y conceptos (Álvarez, 2002).

La tipografía experimental y el *lettering* al ser un elemento visual y semántico dentro de las publicaciones editoriales, crean relaciones funcionales basadas en su estética, las cuales comprenden un conjunto de características dinámicas basadas en terminación, dimensión, modulación, cromática, textura y forma. Estos aspectos son importantes para llegar al lector y entregar un modo de percibir el mensaje, pues permiten que el lector experimente la interpretación del mensaje con una carga simbólica en cuestión social, cultural y personal (Pérez, 2011).

El valor comunicacional de la tipografía consiente en recopilar la información y a establecer una reflexión conceptual. Dicho valor está basado en formular una experimentación en un entorno, su método reside una investigación y aprendizaje que permite descubrir un nuevo y desconocido efecto durante el proceso de lectura (Redondo, 2012).

Mientras que el valor comunicacional de lo experimental al ser un proceso no formal y dentro de un contexto específico, libre de estilos y herramientas forma un lenguaje basado en representaciones más humanas y artísticas que establecen altos valores de creatividad, exploración y transformación en el mensaje expuesto al el lector (Contreras, 2014).

5.4.3. Ilustración y fotografía

La ilustración nace con el fin de simbolizar, crear y producir imágenes o formas enfocadas en las artes visuales entregando un análisis de interpretación. Su origen es igual de antiguo que el de la escritura, pues ha sido encontrada por

culturas egipcias, mayas, olmecas, entre otras, mediante la representación de jeroglíficos y pictogramas. Anteriormente, la implementación de técnicas para la ilustración solo consistía en artísticas y tradicionales como la xilografía, litografía, grabados, serigrafía y un sin fin de técnicas manuales (Gutiérrez, 2004).

Actualmente, la ilustración se ha convertido en un medio de suma importancia en la que gracias a su método de exhibición permite transmitir un resumen visual al plasmar la idea fundamental de un tema. Recopila historia del mundo, acontecimientos culturales, y manifestaciones de carácter independiente (Gutiérrez, 2004).

La ilustración como técnica proyectual busca entregar un complemento narrativo gracias al medio analítico y descriptivo que presenta. Dentro de su entorno juega un análisis visual por medio de la forma, el color, y la técnica. Finalmente, ayuda a visualizar y comprender directamente un contenido ya que la ilustración es un refuerzo importante para el complemento de un texto (Albán & Moreno, 2009).

Dentro de sus técnicas más utilizadas se puede encontrar:

- **Lápiz y papel:** Es un técnica en seco, permite hacer dibujos en trazos, puntos, sombreado, tramado, etc. Los principales materiales son lápiz, carboncillo, sanguina pero pueden presentarse otros como marcador, estilógrafo, etc.
- **Acuarela:** Técnica húmeda, los colores funcionan disolviéndose en el agua, su rapidez en el proceso de secado facilita su realización. Esta técnica permite la aplicación de transparencia en el color, efectos de iluminación, intensidad de tonos y sombras.

- Tinta china: Técnica húmeda que consiste en definir la línea del dibujo y aumentar coloreado jugando con la intensidad del color.
- Ilustración digital: Complementa las técnicas clásicas y manuales gracias a un bocetaje inicial y termina con un proceso digital por medio de edición en softwares como *Photoshop*, *Illustrator*, *Corel painter*, etc. (Albán & Moreno, 2009).

Por último dentro de los estilos de ilustración encontramos la ilustración abstracta cuya expresión artística hace que los objetos no sean totalmente reconocidos y cambien la referencia visual ya conocida, y la ilustración artística, que muestra una representación esencial pero tiene una identidad propia (González, 2011).



Figura 40. Ilustración de Laura Callaghan, Pick me up 2015
Tomado de (Callaghn, 2015)

Ahora bien, la fotografía surge como representación de la realidad al igual que la pintura, al ser más objetiva permitía cumplir con un rol documental. Hoy en día durante la creación de imágenes mediante este recurso se logra reflejar aspectos de la vida cotidiana, el realismo callejero, representar a la fotografía como idea, filosofía, elemento político, instrumento de cultura y expresión personal. Logrando así que estas nuevas formas de expresión permitan contribuir a la generación mensajes fijos e instantáneos en las que se evidencien posturas que durante su aplicación salen totalmente de la visión tradicional que se tenía hasta hace unos años (Bahamonde, 2010).

Por otro lado, el principio semiótico de la fotografía nace con el fin de analizar, sintetizar y comparar nuevos lenguajes y estímulos durante el proceso de lectura de la imagen. Consigue que el espectador sea crítico gracias a la percepción y a la creatividad, pues entrega información visual mediante valores estructurados en los que al ser utilizada como medio de comunicación forma un intercambio de conocimientos por denotación y connotación (ibíd.).

La denotación dentro de la fotografía hace que se logren identificar el o los objetos presentados y que se pueda ver con claridad sus características. En este proceso influye todo el aspecto técnico de la fotografía permitiendo distinguir lugares u objetos que ocupan un espacio y se presentan en un plano, además de mostrar su relación con la luminosidad, el tono, su nitidez y textura (ibíd.).

Mientras que la connotación juega un papel importante en la interpretación de la fotografía por parte del espectador. En este plano se puede proyectar desde una vivencia social hasta toda una carga psicológica compuesta de sentimientos y pensamientos con respecto a esa realidad denotada. Es un nivel de conocimiento que muestra una carga cultural y subjetiva de cada persona (ibíd.).



Figura 41. Retrato del fotógrafo Toyan, It's a long story
Tomado de (Toyan, 2014)

Es importante mencionar que ambos procesos suceden de manera inmediata, inconsciente e involuntaria. Crean los primeros códigos para la lectura de la imagen desde un contexto real situado en ese momento hasta una línea de pensamientos formados por el espectador y el fotógrafo desde su proyección (ibíd.).

6. CAPÍTULO V: Propuesta de diseño y validación

6.1 Propuesta conceptual

Evaluación de diagnóstico

Colección de fanzines sobre la equidad de género en el Ecuador

- Análisis interno: Creación de imágenes y textos funcionales para la interpretación correcta del usuario, presentando una lectura coherente del contenido y concepto de diseño.
- Análisis externo: Producir un recurso que ofrezca oportunidades a los jóvenes sobre el conocimiento y reconocimiento de género en las circunstancias reales y situaciones cotidianas de una sociedad y comunidad.
- Validación: Validar la propuesta de diseño con el público objetivo.

Ahora bien, la propuesta conceptual es una herramienta que sirve para el desarrollo de un proyecto, normalmente es realizada por un diseñador o cliente interesado, se presenta en documentos escritos o por medio de un *brief*. Este recurso se desarrolla en base a las necesidades y conocimientos técnicos de la investigación, por último presenta características enfocadas en la viabilidad y funcionalidad del producto o servicio.

El *brief* responde a la parte estratégica ante la propuesta de diseño, es el conjunto de datos que permiten definir el objetivo principal, se considera un documento o portafolio en el que consta toda la información necesaria para dejar las ideas claras y lineamientos a desarrollarse. Algunos puntos importantes que debe contener todo *brief* son:

Producto: Debe especificar todo en cuanto al producto de diseño, describir sus atributos, identificación, logo, y concepto. Además de detallar sus datos técnicos, como pueden ser cromáticas, formato, material, empaque etc.

Presupuesto: Describir en términos monetarios y perceptuales cuánto cuesta la producción y elaboración del producto, finalmente detallar cómo será la adquisición del mismo en el mercado.

Público objetivo: Descripción del público objetivo desde el punto de vista demográfico y si es posible describir sus hábitos y conductas.

Público potencial: Es dar a conocer todas las personas sin importar su edad, sexo, etc. que se sienta atraída y llegue a una acción de compra del producto, sin ser parte del público objetivo.

Canal de distribución: Camino o fabricante que sigue para hacer llegar el producto al usuario. Distribución directa, o alianzas de mercado.

Después de analizar los procesos y puntos que un *brief* debe desarrollar se plantea lo siguiente:

Brief – Fanzine

Propuesta de publicación experimental y diseño conceptual de una colección de fanzines como recurso editorial que desarrolle en su contenido temático sobre la equidad de género. Desarrollo técnico y conceptual de un producto comunicacional basado en el estudio lingüístico y semiótico de la imagen mediante la utilización de recursos y herramientas del diseño gráfico (fotografía, ilustración, cromática, tipografía experimental y *lettering*). Transmitir experiencias a los usuarios a través de características funcionales, hápticas, sensoriales y sensitivas durante el desarrollo creativo del producto. Por último diseñar y presentar un empaque y formato editorial teniendo en cuenta el poco

impacto ambiental, producción, innovación, valores agregados y originalidad del diseño.

Ahora bien, antes de realizar el concepto de la propuesta es importante comprender desde un marco conceptual los términos que se irán trabajando en el proceso de diseño hacia la creación de mensajes y productos comunicacionales.

Equidad de género: Se refiere a la capacidad de ser equitativos y justos en relación al trato de hombres y mujeres, teniendo en cuenta sus diferentes necesidades. En una situación de equidad de género, los derechos, responsabilidades y oportunidades de los individuos no se determinan por el hecho de haber nacido hombre o mujer. El concepto de equidad de género está vinculado a la justicia, imparcialidad e igualdad social (Anzil, 2000).

Rol de género: Es el papel que deben asumir hombres y mujeres de acuerdo a su construcción en la sociedad. El rol de género, en otras palabras, alude a las conductas que se consideran adecuadas para hombres y mujeres. Estos comportamientos dependen de la idea que la comunidad tiene acerca de la masculinidad y de la femineidad o de la propia persona (Money, 1990).

Identidad de género: Es la forma en cómo se identifica la persona, si como hombre o como mujer, como se reconoce a sí misma, basando su conducta y su forma de ser y pensar a ese género con el que se siente identificada, todo esto va indistintamente de su sexo, orientación sexual, edad, nivel socio-económico, etc. Es la conciencia de la persona de sentir pertenencia al sexo masculino o femenino. Una persona puede sentir una identidad de género distinta de sus características fisiológicas innatas (Biblioteca Nacional de Medicina de los EE.UU., 1993).

Feminismo: Movimiento que exige iguales derechos y oportunidades para hombres y mujeres de una sociedad (Real Academia Española, 2015).

Rasgos complementarios: Consistente en establecer dentro de identidad, características, y/o semejanzas de las personas, sus rasgos exteriores, los cuales pueden ser inmutables (cicatrices, tatuajes, verrugas, lunares, etc.), o mutables (bigotes, barbas, cortes y color de pelo, etc.) (Biblioteca Nacional de Medicina de los EE.UU., 1993)

Relación de poder: Se refiere a tratar de entender cómo se crean estas relaciones, y que implicancias se tienen dentro de un grupo con una variedad de líneas incluyendo género, etnicidad, generación, clase, cultura o nivel de experiencia (Reflect-Action, s.f.).

Desarrollo y concepto de la propuesta editorial
(Colección de fanzines de género)

Concepto

Trascendente como la colección editorial de fanzines sobre temáticas de género (Vivir conectado: Fanzine sobre la relación de poder enfocada en el feminismo y estudios de género) (Seres libres: fanzine sobre la identidad de género enfocada en rasgos complementarios).

El término se aplica al hecho que tiene consecuencias muy importantes, más de las que cabría esperar. Trascendente viene de transcendental, que comunica y se extiende a otras cosas, superar las restricciones de un determinado ámbito, pues va desde <<dentro>> a <<fuera>>.

Por otro lado, en la filosofía actual lo trascendente se refiere más a la posibilidad de un conocimiento objetivo de lo real, la posibilidad de ir ampliando los horizontes de nuestro conocimiento basado en la experiencia; las cuales muestran condiciones que organizan la percepción sensible e intuiciones puras

de la experiencia para estructurar y ordenar en un fin los conceptos a la hora de formular juicios.



Vivir conectado primeramente responde a la condición de vivir, la cual se refiere a experimentar en la vida, desenvolverse y actuar de cierta manera en determinadas circunstancias. Mientras que, conectado que viene de conectar, se refiere a enlazar, unir o establecer contacto entre partes donde puede fluir algo material o inmaterial. Finalmente responde al concepto de vivir conectado con el entorno y lo que en él nos rodea.

Seres libres, en parte se refiere a la condición de ser, pertenecer, formar parte, tener origen y ser la causa de lo que expresa como esencia y naturaleza propia. Y libres, que se refiere a la libertad y facultad que tiene el ser humano de obrar o no obrar según su inteligencia y albedío. Por lo tanto, responde al concepto de ser libre en el entorno, mostrando esa libertad en la identidad de cada uno.



Figura 43. Vivir conectado y seres libres, colección editorial de fanzines. (Primera edición)

Cromática

Monocromático, es el uso de la cromática en un mismo tono pero en diferente matiz. La elección de la cromática para cada fanzine busca que su aplicación rompa con el estereotipo de rosa para mujer y celeste para hombre, plasmando el uso cromático en ambos. Se utiliza monocromático para formar una línea que estructure la lectura visual, unificando el concepto de todo el fanzine. Por último, se usan colores puros como el negro, gris, entre otros para neutralizar la cromática, realizar armonía y contraste en la composición de cada publicación interna del folleto.



Figura 44. Ejemplo del uso de cromática, monocromático en el fanzine. (Primera edición)

Tipografía

Para la propuesta inicial y aplicación en la primera edición de la colección de fanzines se realizó una elección tipográfica basada en el concepto de *lettering* y de tipografías con y sin serif que sean legibles y aptas para la aplicación en textos de gran contenido.



Por lo tanto, en la primera edición del fanzine se definió el uso de tipografía de carácter principal y secundario, dando lugar a la jerarquía informativa y poder destacar la información mediante un aspecto visual, aplicado desde el diseño tipográfico.

Brusher ttf.

La tipografía se escogió con el fin de que transmita frescura, ligereza, movimiento, que sea una tipografía basada en los principios del lettering y dibujo de tipos. Esta tipografía es únicamente para títulos, puede o no usarse con mayúsculas, pues el propósito es transmitir mediante la tipografía el concepto de trazo libre y espontáneo.



Figura 46. Elección tipográfica. Brusher ttf. (Primera edición)

Gill Sans ttf.

La tipografía Gill Sans estilo <<Regular>>, se escogió para el desarrollo de textos secundarios, la elección de la tipografía busca la fusión de tipografías con serif pero sin serif, proporcionan tranquilidad gracias al efecto de terminaciones con los extremos de un carácter, los cuales se basan en círculos perfectos y formas lineales equilibradas; permite al ojo seguir la línea fácilmente, sobre todo en los bloques de texto amplio. Finalmente integra su forma con la tipografía principal entregando significado al texto y connotaciones específicas.



Photobook

Photobook es la herramienta que se utilizará para la creación de fotografía y aplicación de la misma en el fanzine. El concepto de *photobook* se centra en ser un libro que contiene un conjunto de imágenes, normalmente fotográficas con un cierto orden y relación, en el que puede existir texto. El contenido tiene un peso relevante, potencializado por el diseño, el grafismo, la tipografía y otros elementos a la hora de crear un recurso gráfico, y más si es un recurso de impresión; por último puede ser creado mediante herramientas digitales y programas de edición.

Brief

Generación de fotografía experimental, donde cada persona puede elegir libremente el vestuario y localidad. La idea hace referencia a la construcción de su propia identidad y rol o lugar que ocupan o buscan ocupar en la sociedad a través del concepto de género, generando así nuevos lenguajes de interpretación. Además pueden elegir entre dos tipos de iluminación que se propone en cada una de las sesiones fotográficas.



Figura 48. Ejemplo photobook, orden y relación fotográfica

VARIABLE

IDENTIFICADOR

Color



Textura

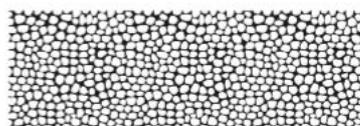


Figura 49. Ejemplo de herramientas gráficas, variables e identificadoras para la edición de un photobook



Figura 50. Ejemplo de edición final, fotografía y uso de lettering

Para el *brief* de ilustración lo que se busca es la creación de un recurso gráfico que sirva como complemento visual y narrativo, por lo tanto se propone la creación de una línea de ilustraciones basadas en trazo lineal, simple y que sean a blanco y negro. La intención es que el lector pueda crear su propio lenguaje de interpretación de la imagen, buscando que a través de la simplicidad en el concepto su significado no sea literal y permita diversas maneras de lectura.

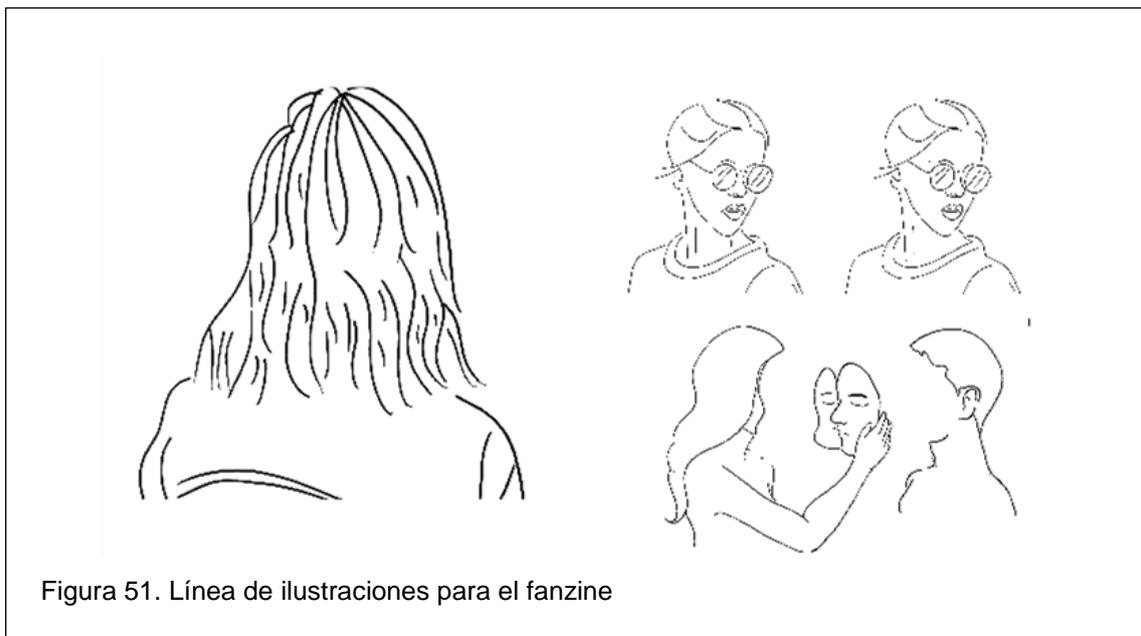


Figura 51. Línea de ilustraciones para el fanzine

6.2 Diseño preliminar (bocetaje inicial y edición inicial)

Bocetaje inicial

Durante esta etapa se realizaron las ilustraciones con referencia al *brief* establecido. La técnica de ilustración utilizada fue lápiz y papel; al ser una técnica en seco, permite hacer trazos y tramado. Los materiales de uso fueron lápiz, estilógrafo, marcado y papel.



Figura 52. Bocetaje inicial, técnica seca en papel. (Parte 1)



Figura 53. Bocetaje inicial, técnica seca en papel. (Parte 2)



Figura 54. Bocetaje inicial, técnica seca en papel. (Parte 3)

Una vez finalizada la etapa de bocetaje de ilustraciones, podemos trabajar en una edición digital de prueba.

Edición inicial

De igual manera, se desarrollan propuestas e ideas para la edición fotográfica e integración de textos.

El concepto gráfico es crear zonas de color que ocupen un espacio dentro de la composición fotográfica, mediante el uso de gráficas, tipografía y cajas tipográficas de gran tamaño, con el uso de colores puros y que dentro de la edición se integren en la imagen, a través del efecto de fusión formar una nueva capa visual con el uso de la herramienta de opacidad de objetos. Por último en la edición fotográfica jugar con los niveles de saturación de color para crear un gran dinamismo en la imagen.



Figura 55. Fotografía, texto y edición N°1

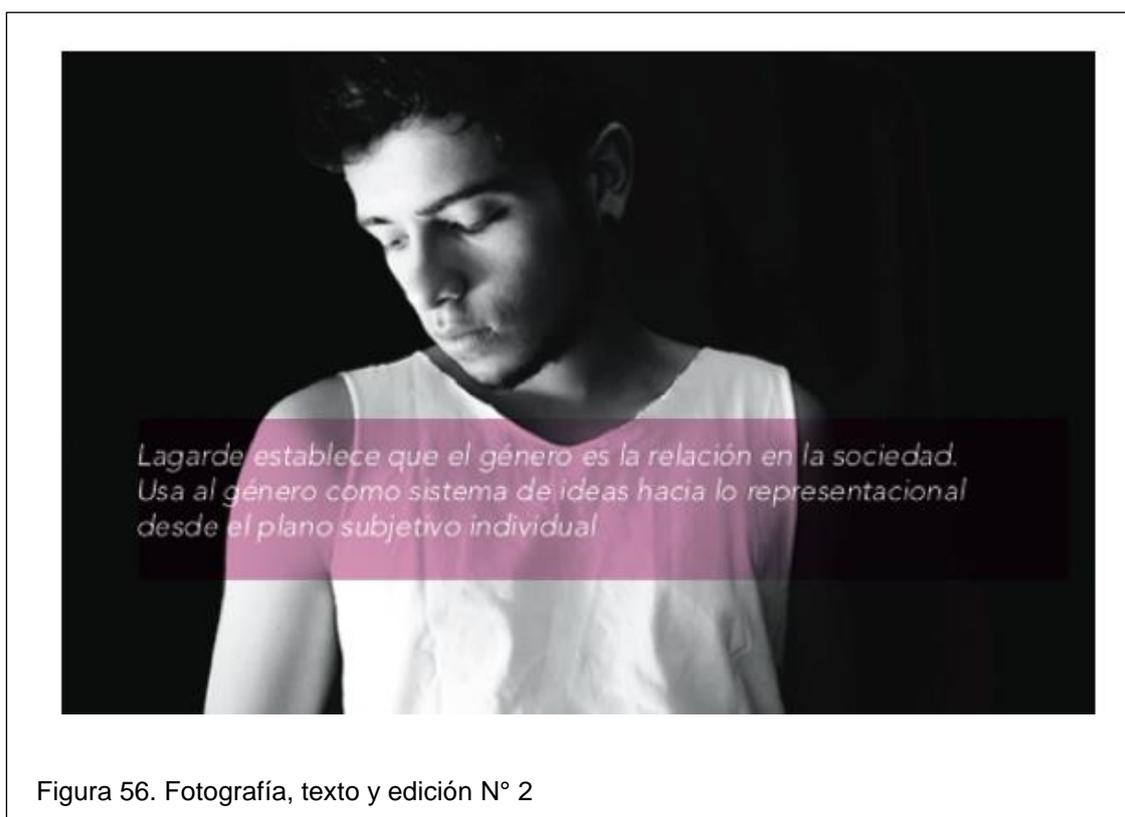


Figura 56. Fotografía, texto y edición N° 2

Ahora, el concepto narrativo de la fotografía pretende entregar al lector nuevos conceptos sobre conocer la identidad de cada persona; reflejados en su vestuario, la localidad y la iluminación.



Figura 57. Fotografía, texto y edición. N° 3



Figura 58. Fotografía, texto y edición N°4

Finalmente, gracias a la edición de canales en la fotografía se logró el efecto monocromático en la imagen, su aplicación y edición será en base a las tonalidades que presente la fotografía original.

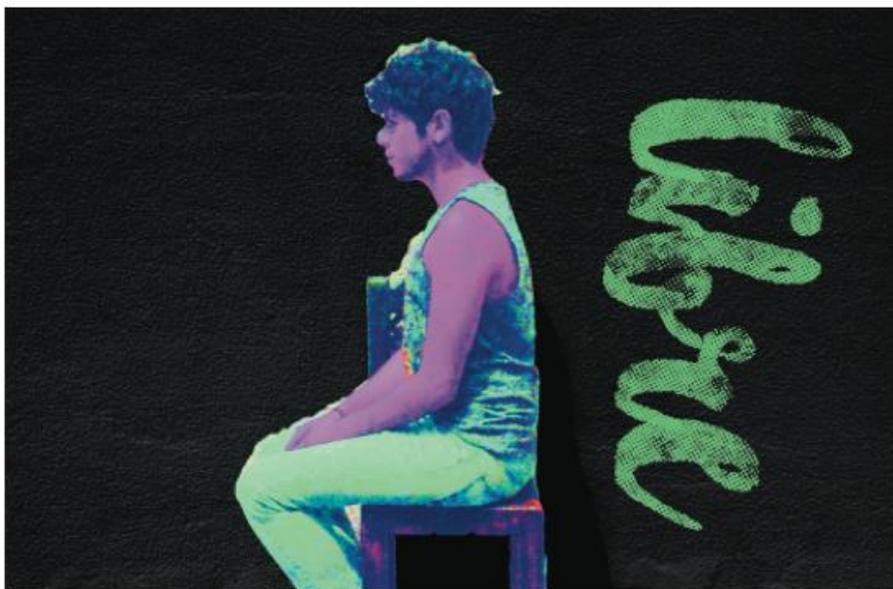


Figura 59. Fotografía y edición. Fanzine: Vivir conectado



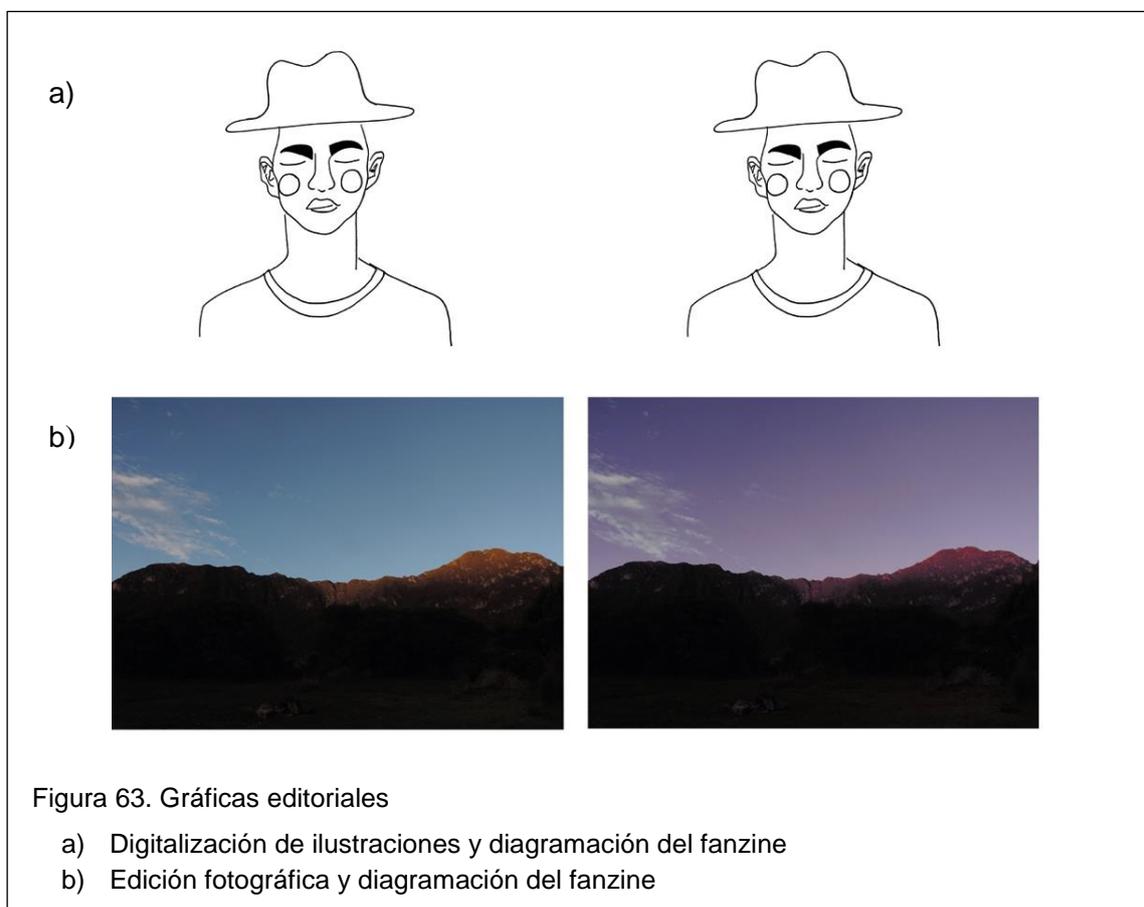
Figura 60. Fotografía y edición. Fanzine: Seres libres

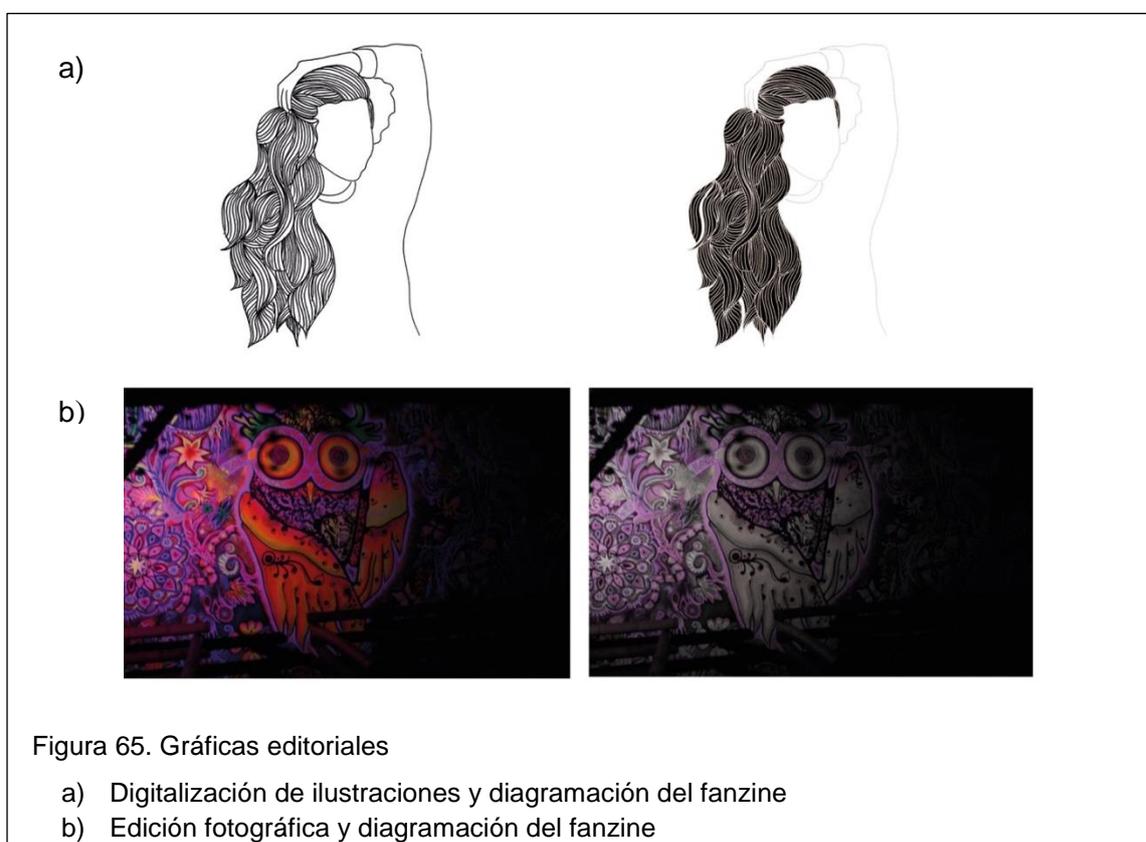
6.3 Etapa de digitalización y edición

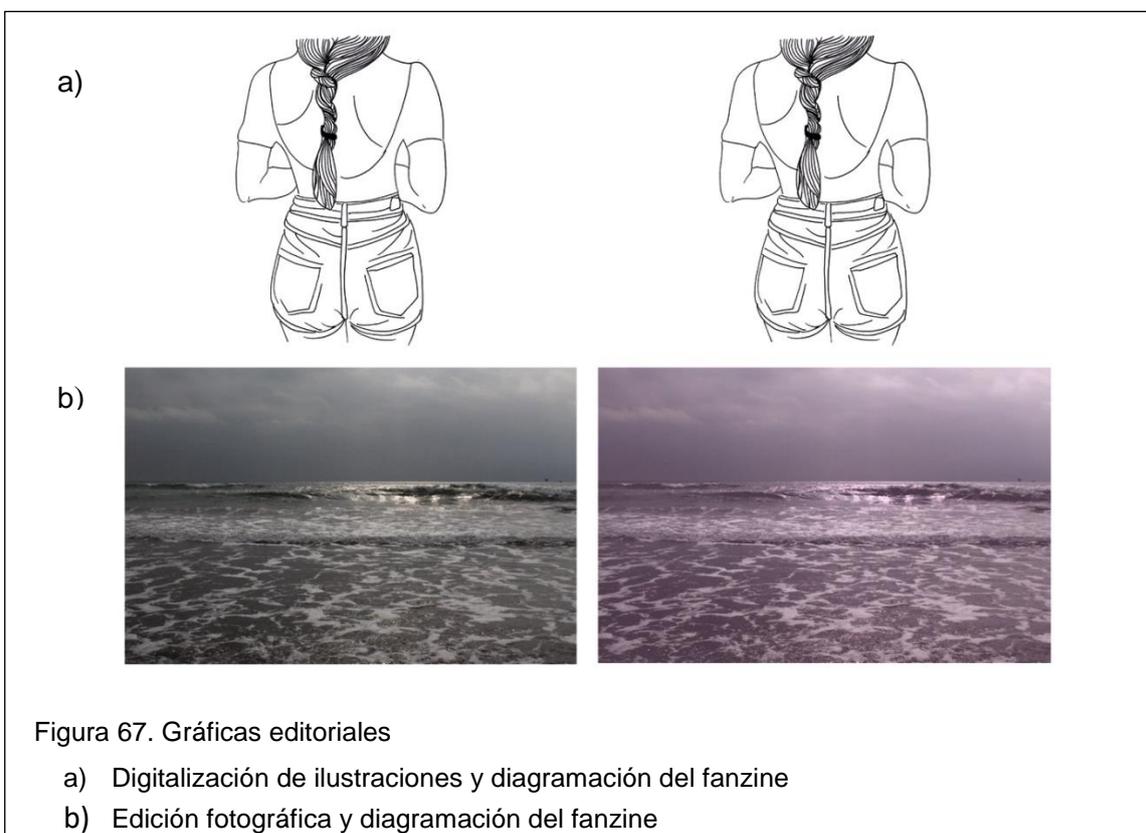
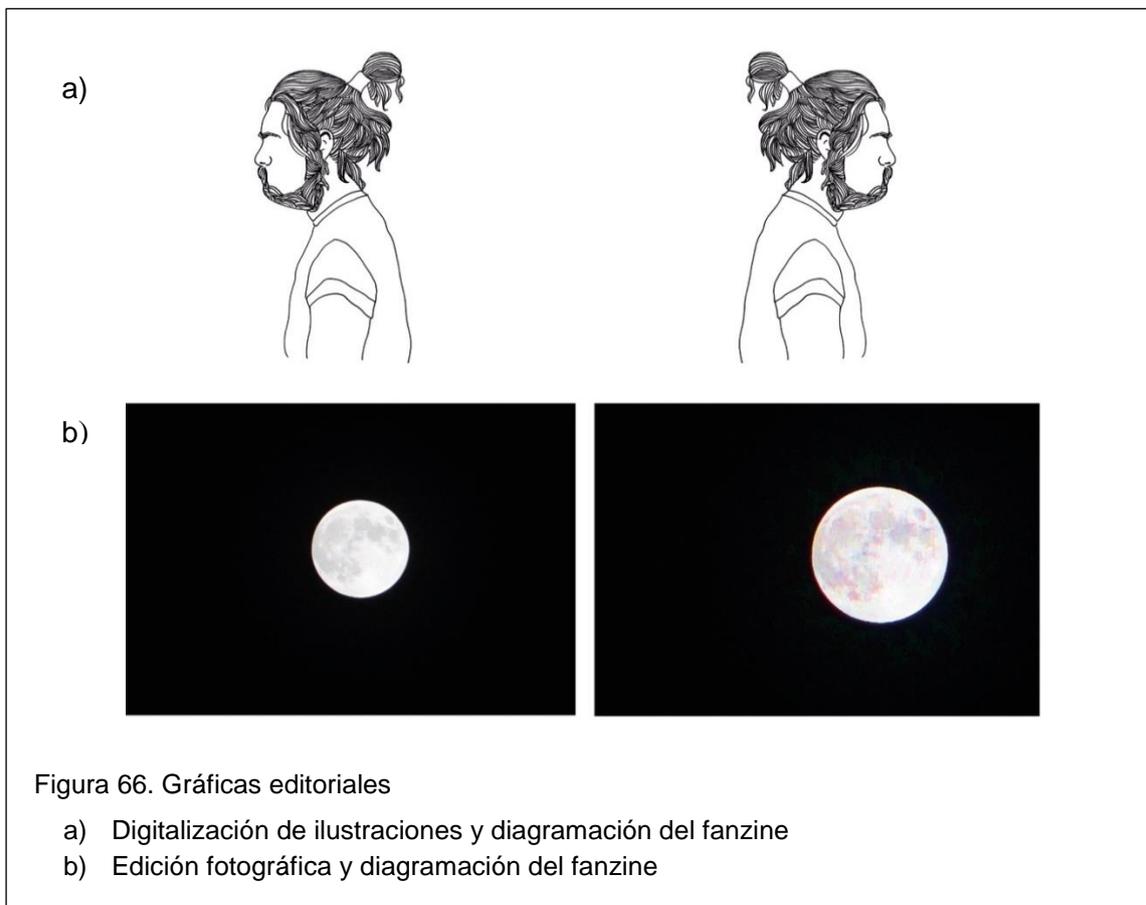
A continuación se presenta toda la edición fotográfica y digitalización del bocetaje de inicial.

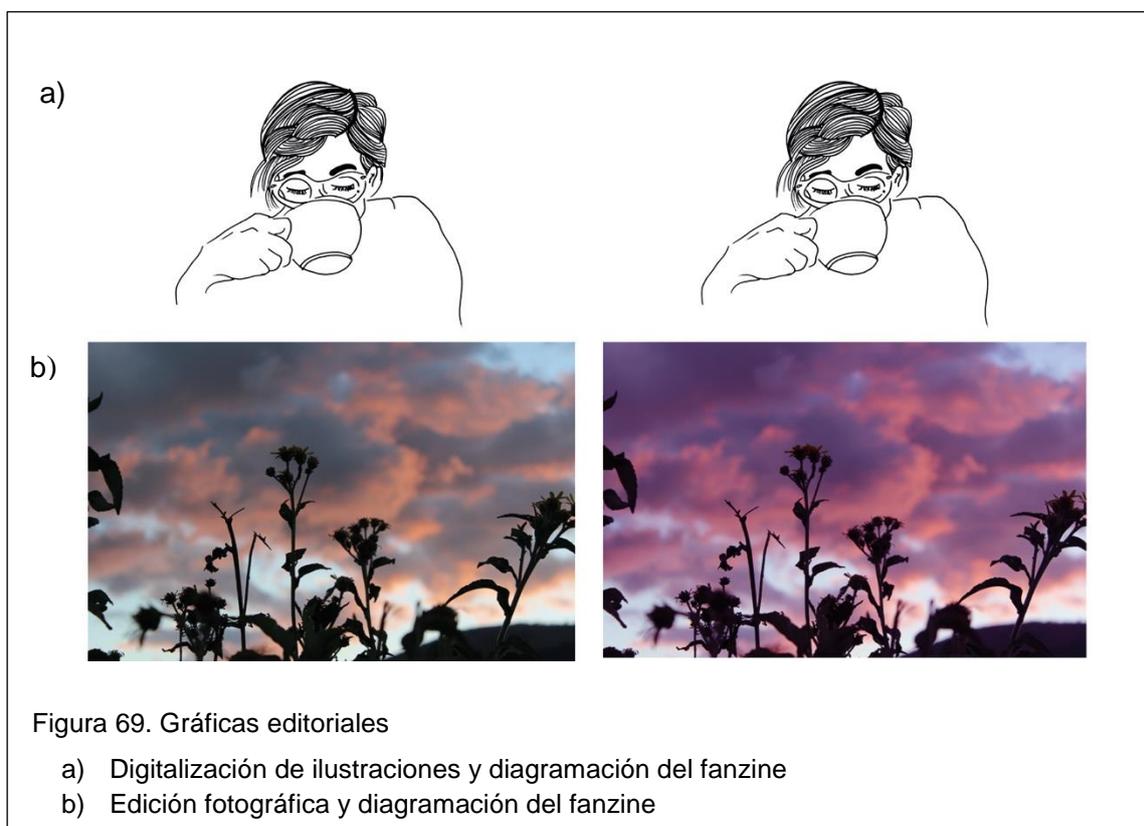
Es importante mencionar que al ser un recurso editorial en el que cada página es diagramada de manera diferente, para el proceso de diseño solo constará la edición de gráficas. Se mantiene el mismo concepto para la edición final y publicación del fanzine, y se generan mensajes comunicacionales sobre la equidad de género y sus diferentes temáticas.

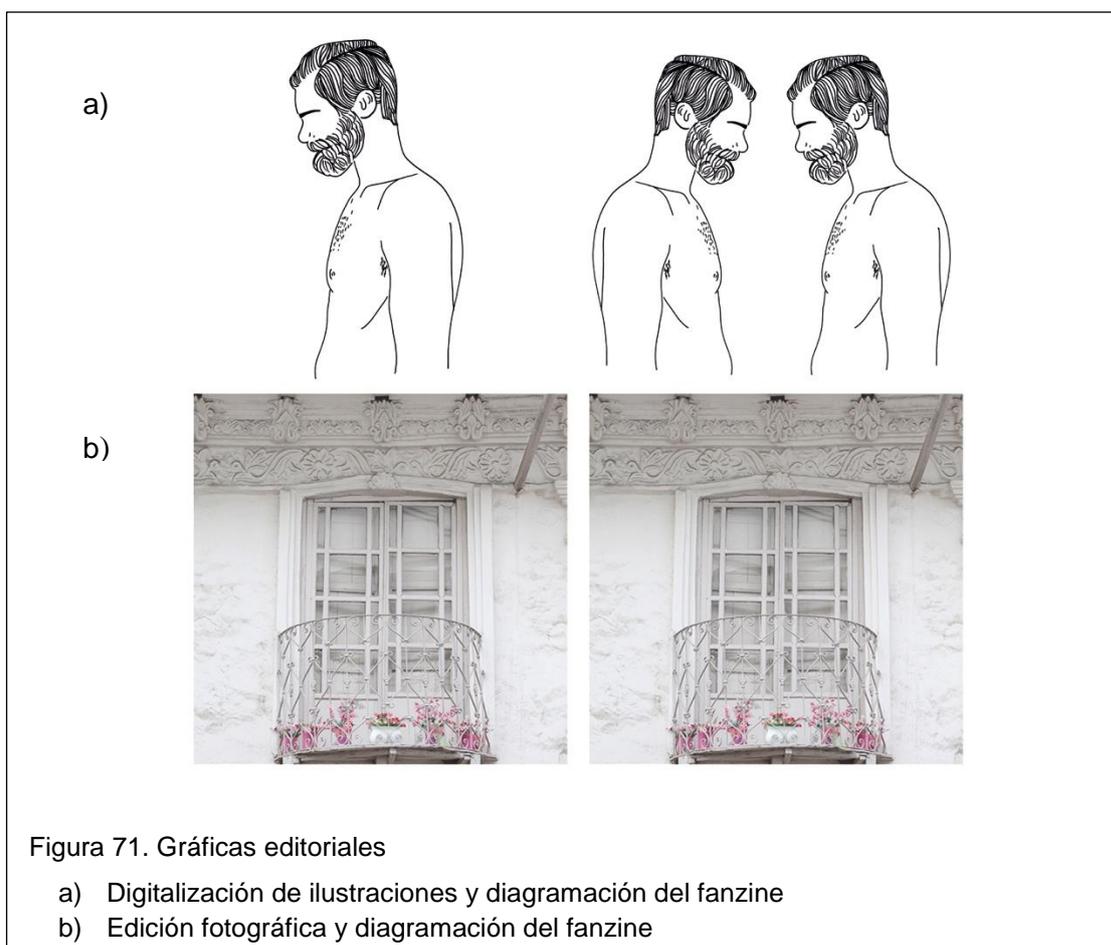
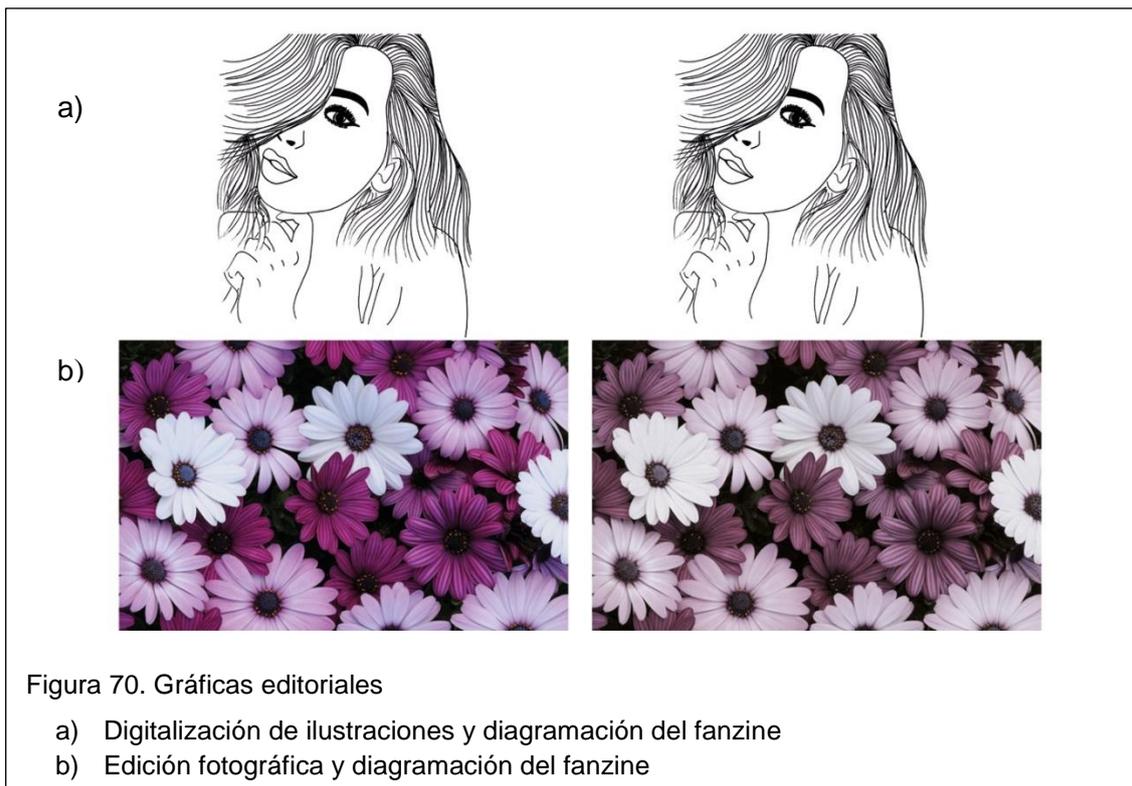


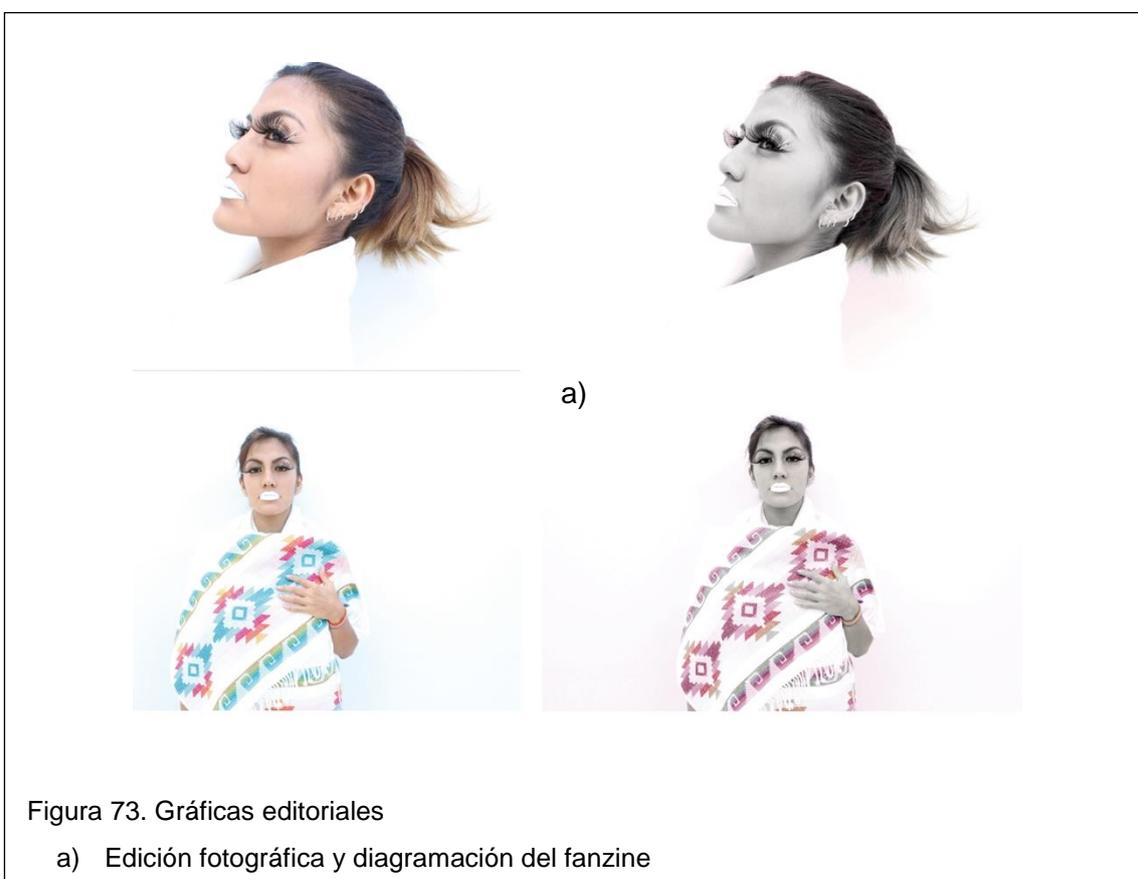
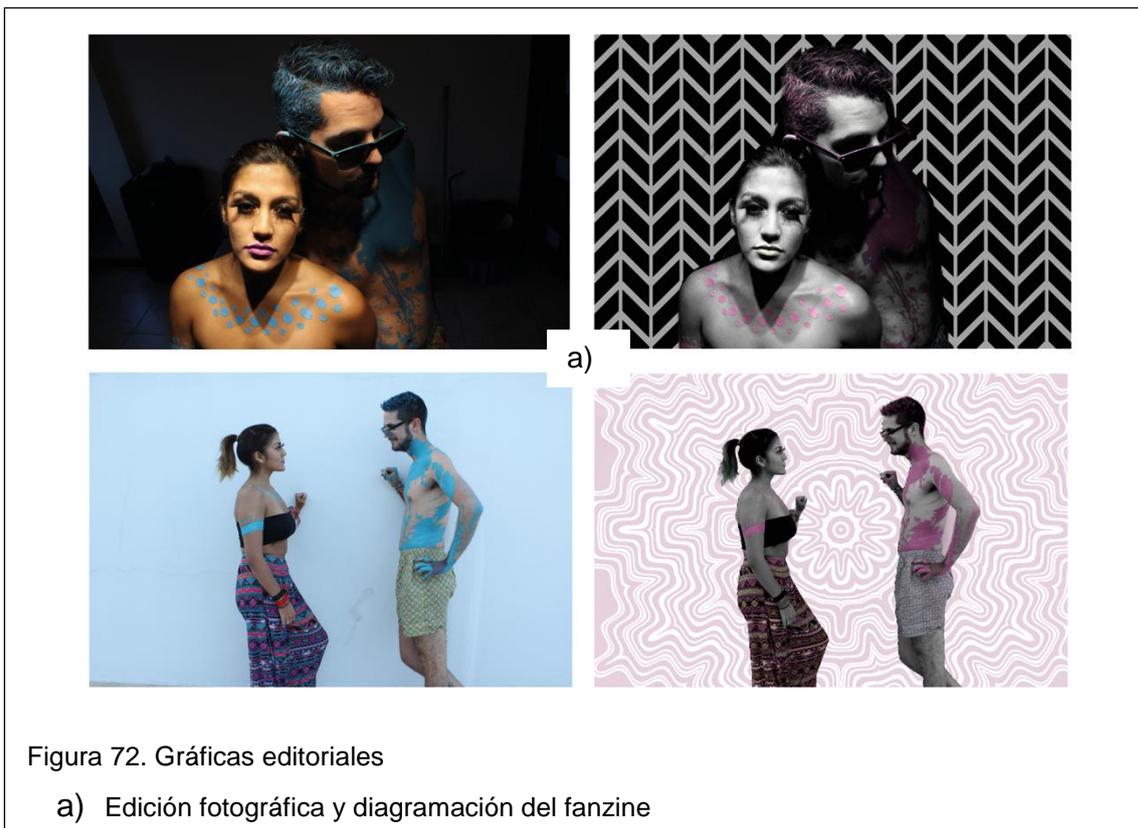












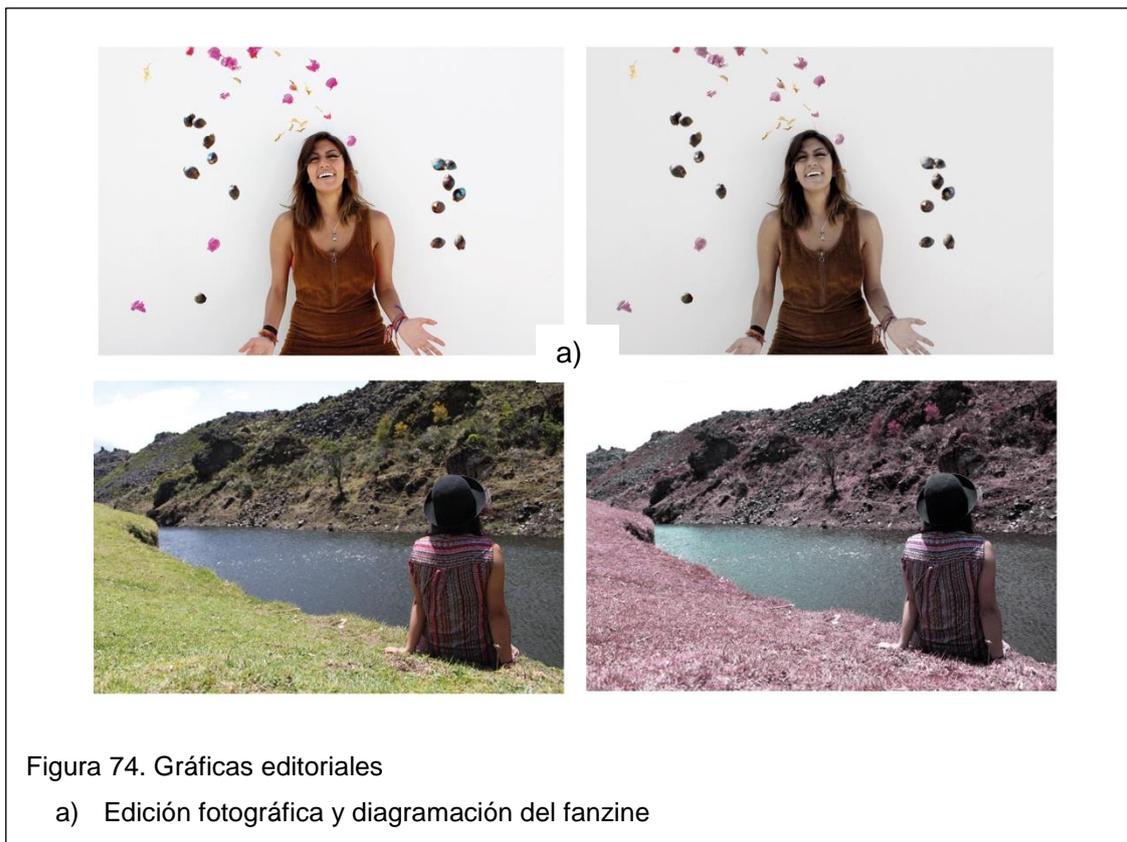




Figura 76. Gráficas editoriales

a) Edición fotográfica y diagramación del fanzine



Figura 77. Gráficas editoriales

a) Edición fotográfica y diagramación del fanzine

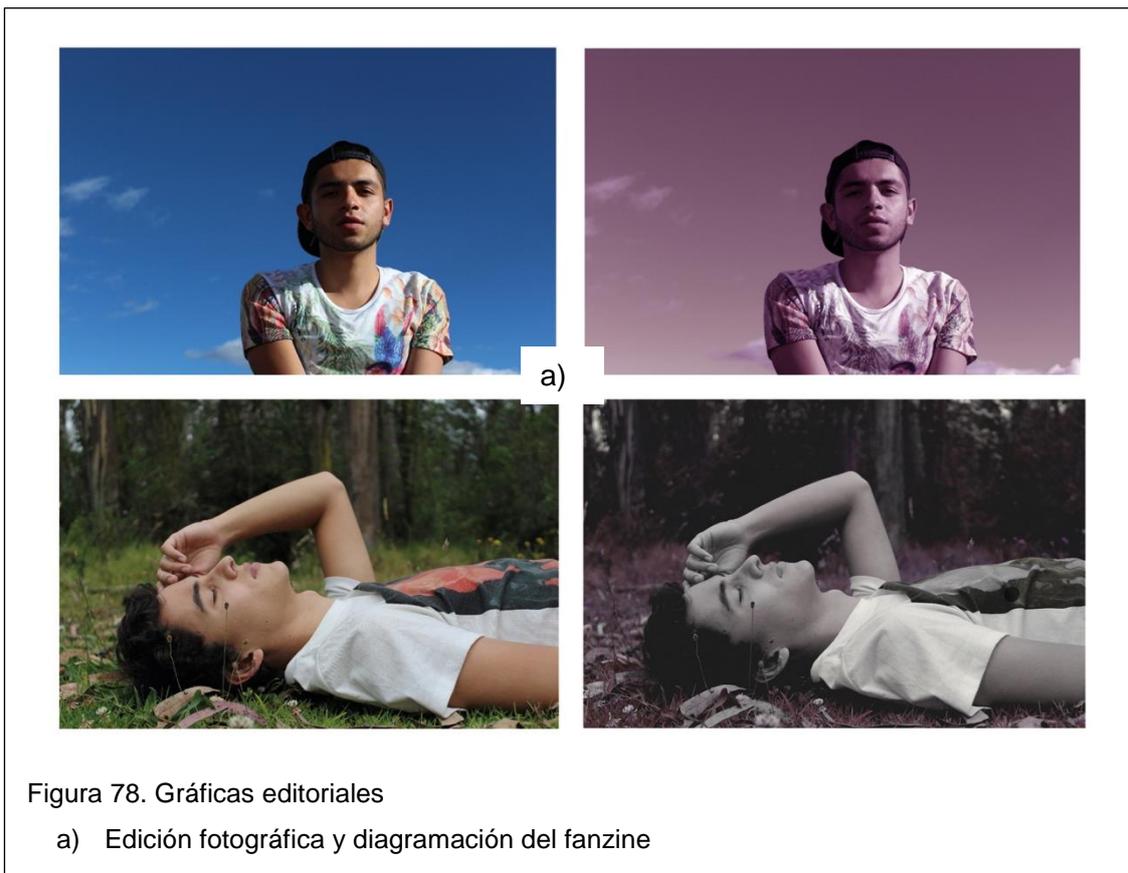






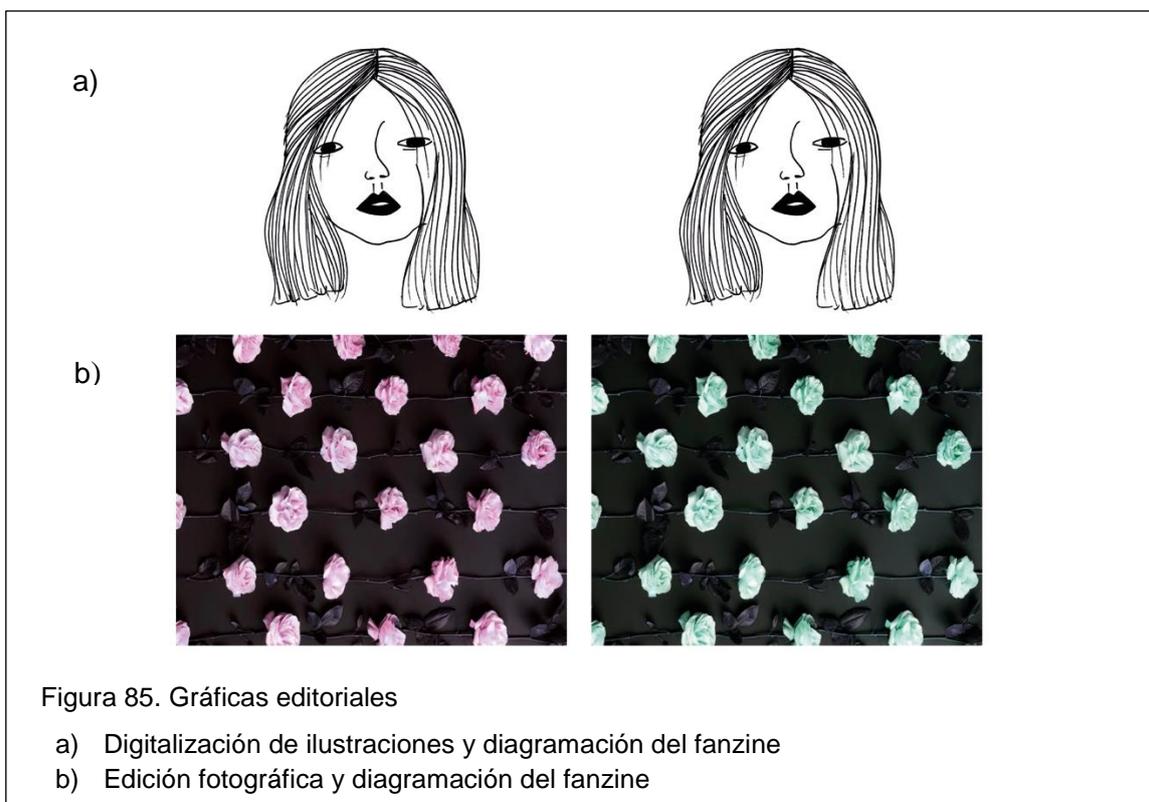
Figura 82. Gráficas editoriales

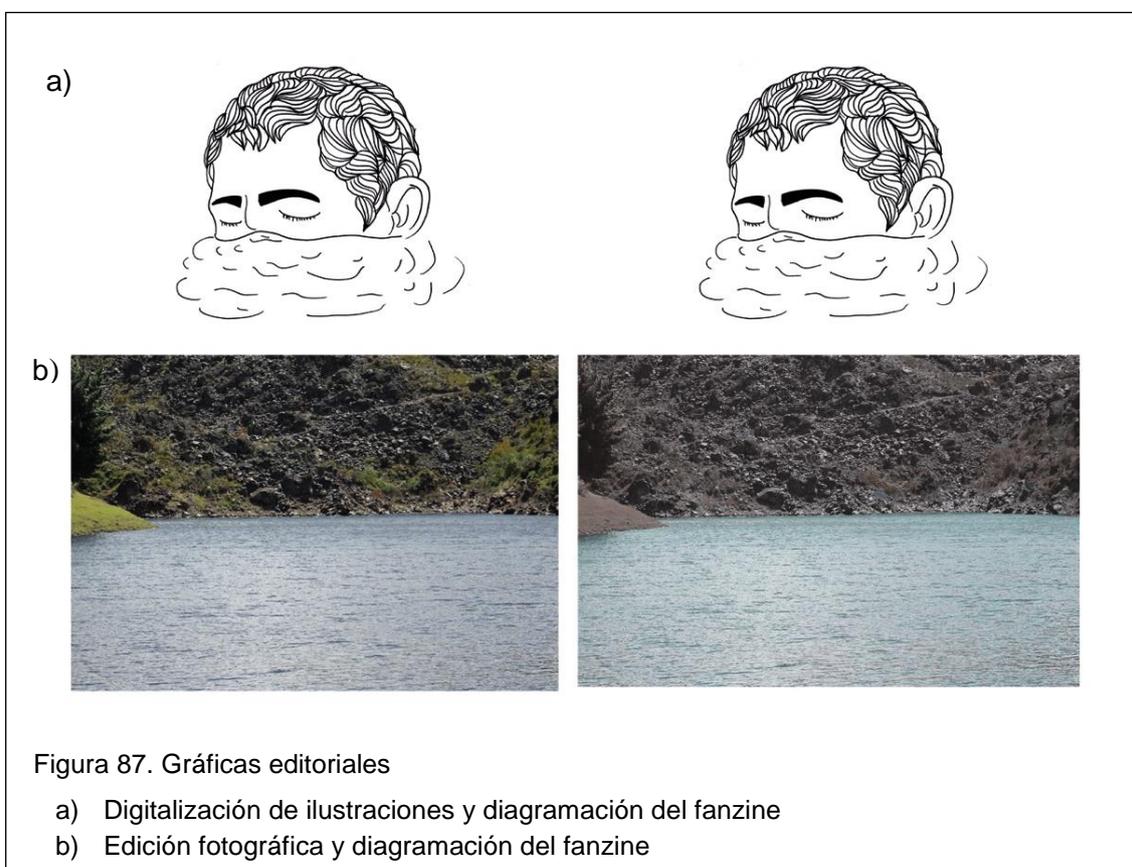
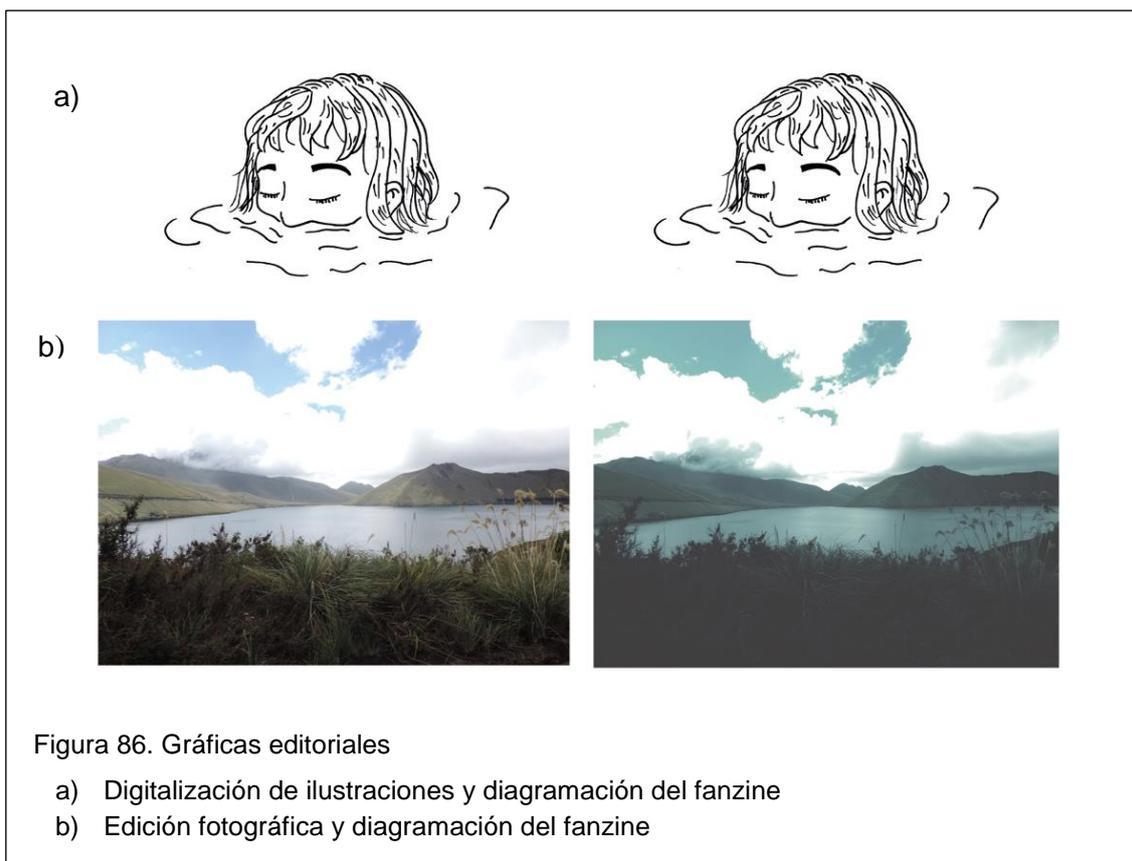
a) Edición fotográfica y diagramación del fanzine

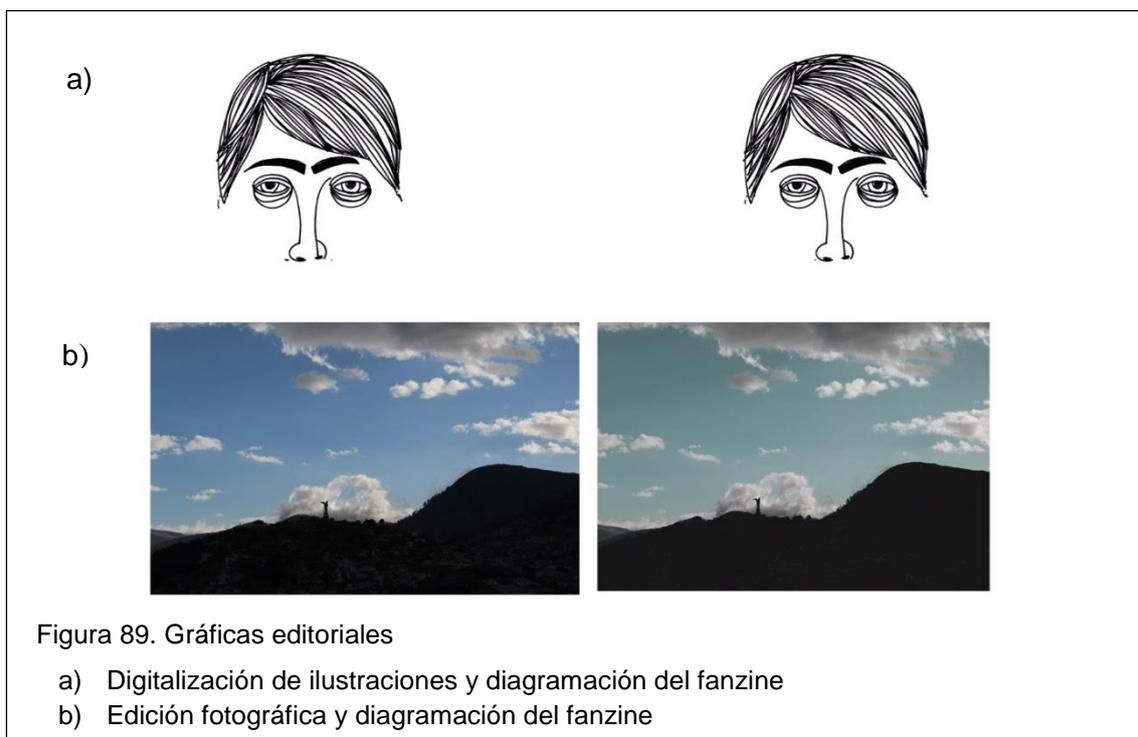
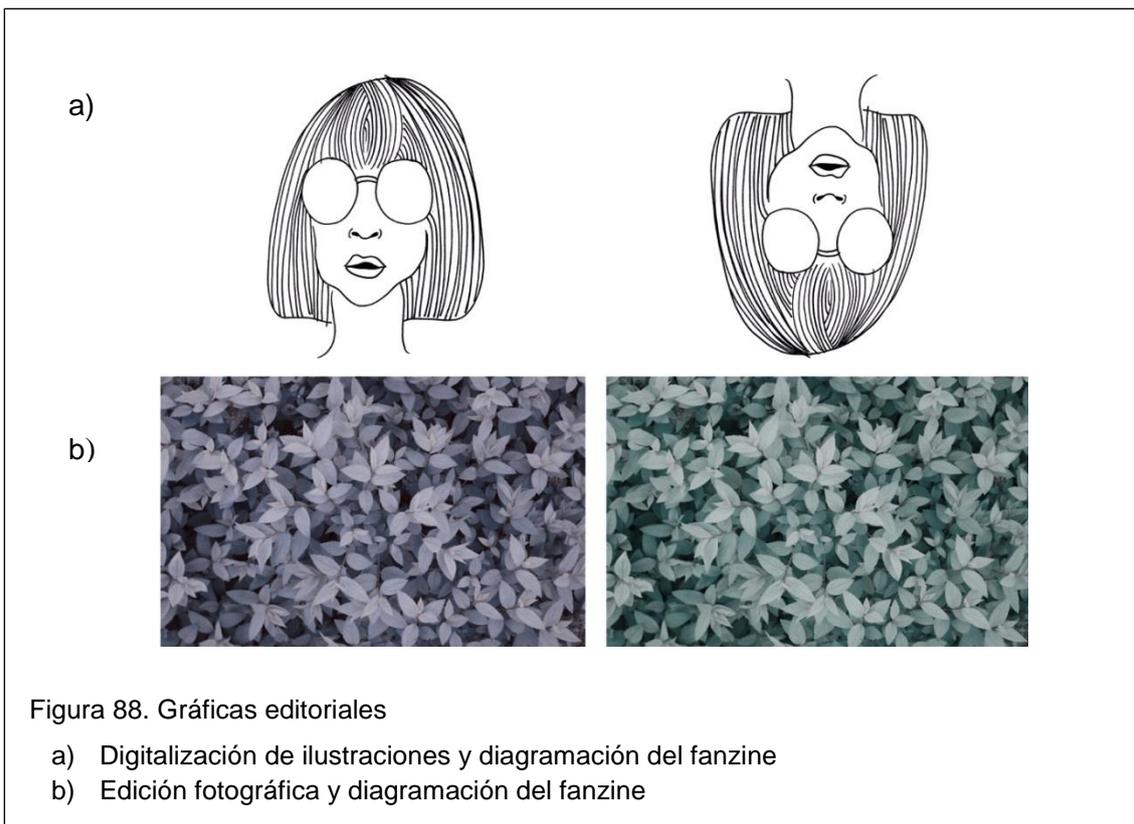


Figura 83. Gráficas editoriales

a) Edición fotográfica y diagramación del fanzine







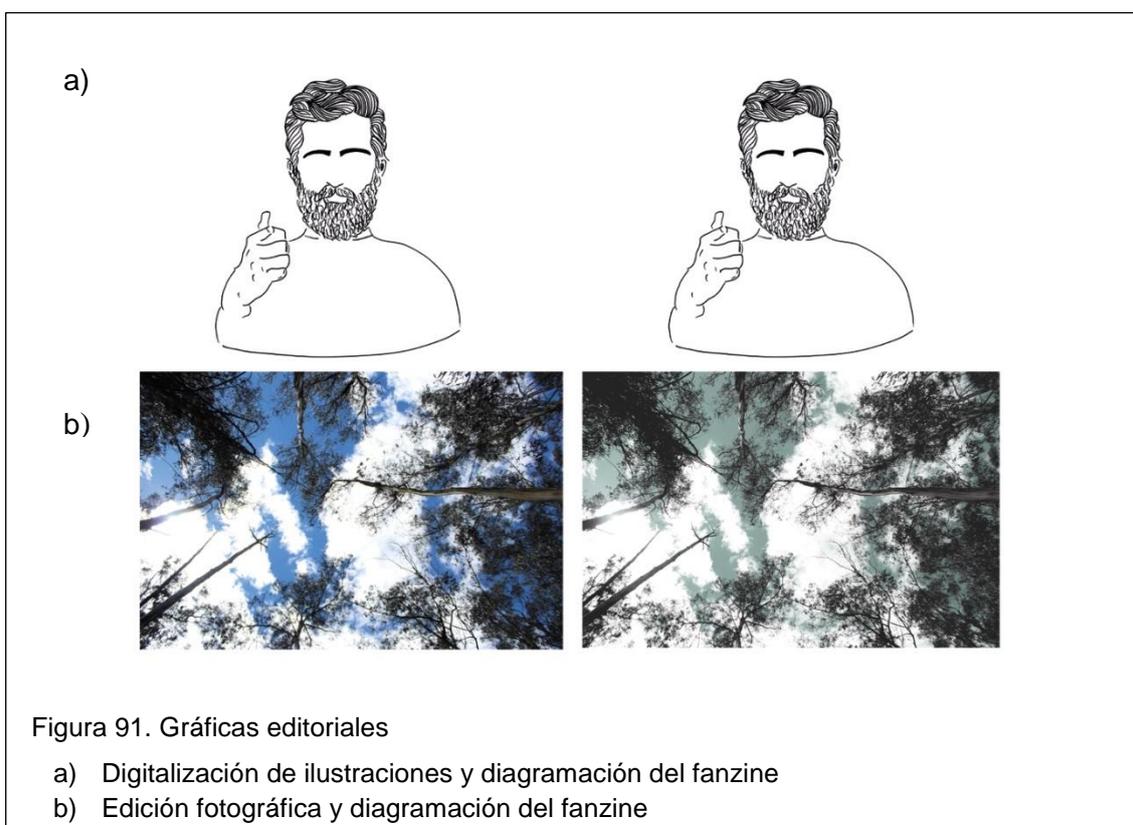






Figura 94. Gráficas editoriales

a) Edición fotográfica y diagramación del fanzine

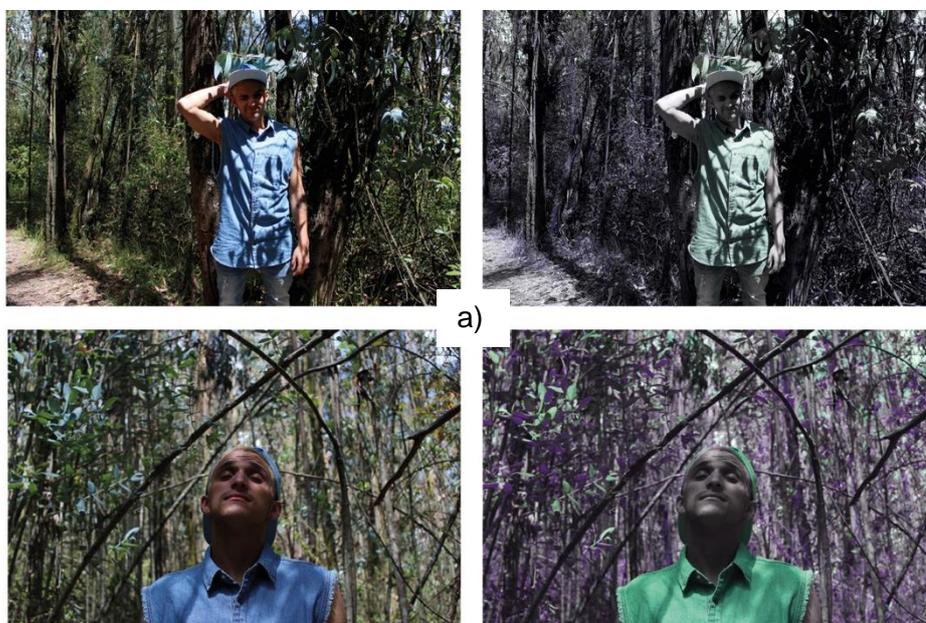


Figura 95. Gráficas editoriales

a) Edición fotográfica y diagramación del fanzine



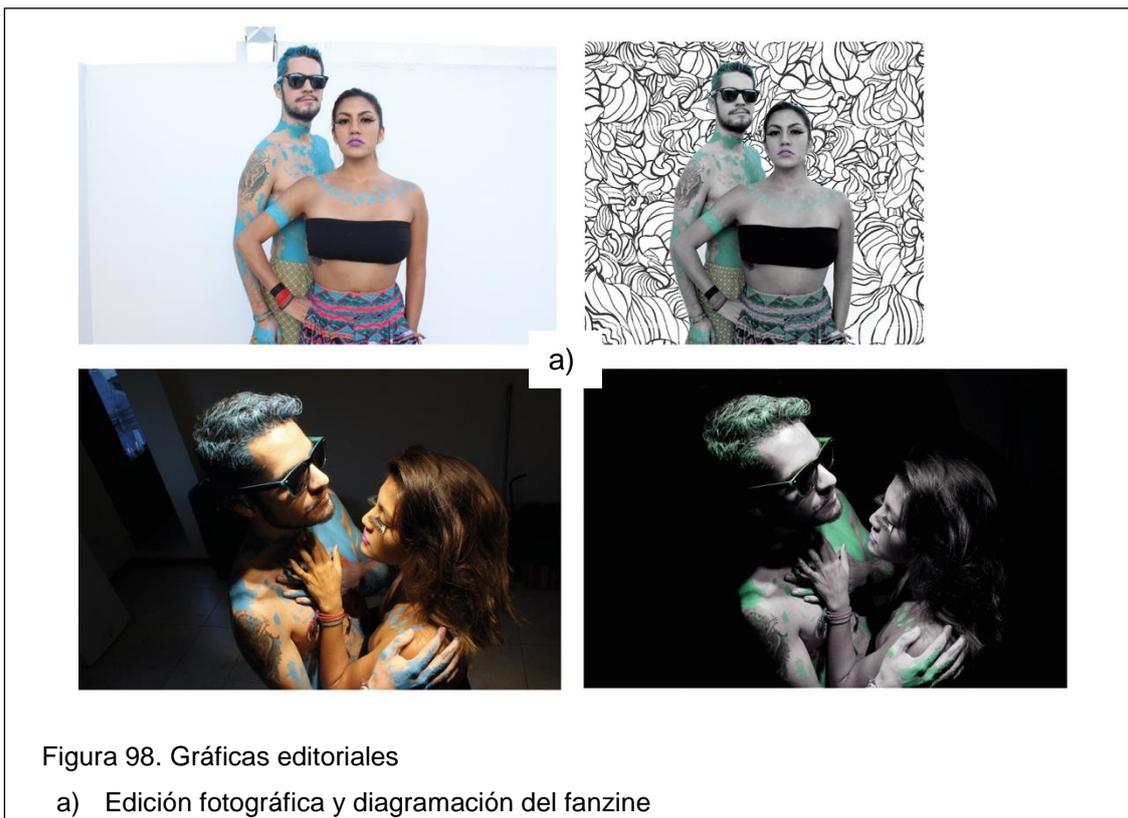




Figura 100. Gráficas editoriales

a) Edición fotográfica y diagramación del fanzine



Figura 101. Gráficas editoriales

a) Edición fotográfica y diagramación del fanzine



Figura 102. Gráficas editoriales

a) Edición fotográfica y diagramación del fanzine



Figura 103. Gráficas editoriales

a) Edición fotográfica y diagramación del fanzine

Por último se define el formato del fanzine y en este caso la retícula a utilizarse durante toda la diagramación.

El diseño editorial del fanzine está hecho en un formato de 12cm x 12cm. Por lo tanto, la retícula es de 12cm x 12cm de, presenta dos columnas con un medianil de 0,5cm y un margen de 1cm a cada lado.

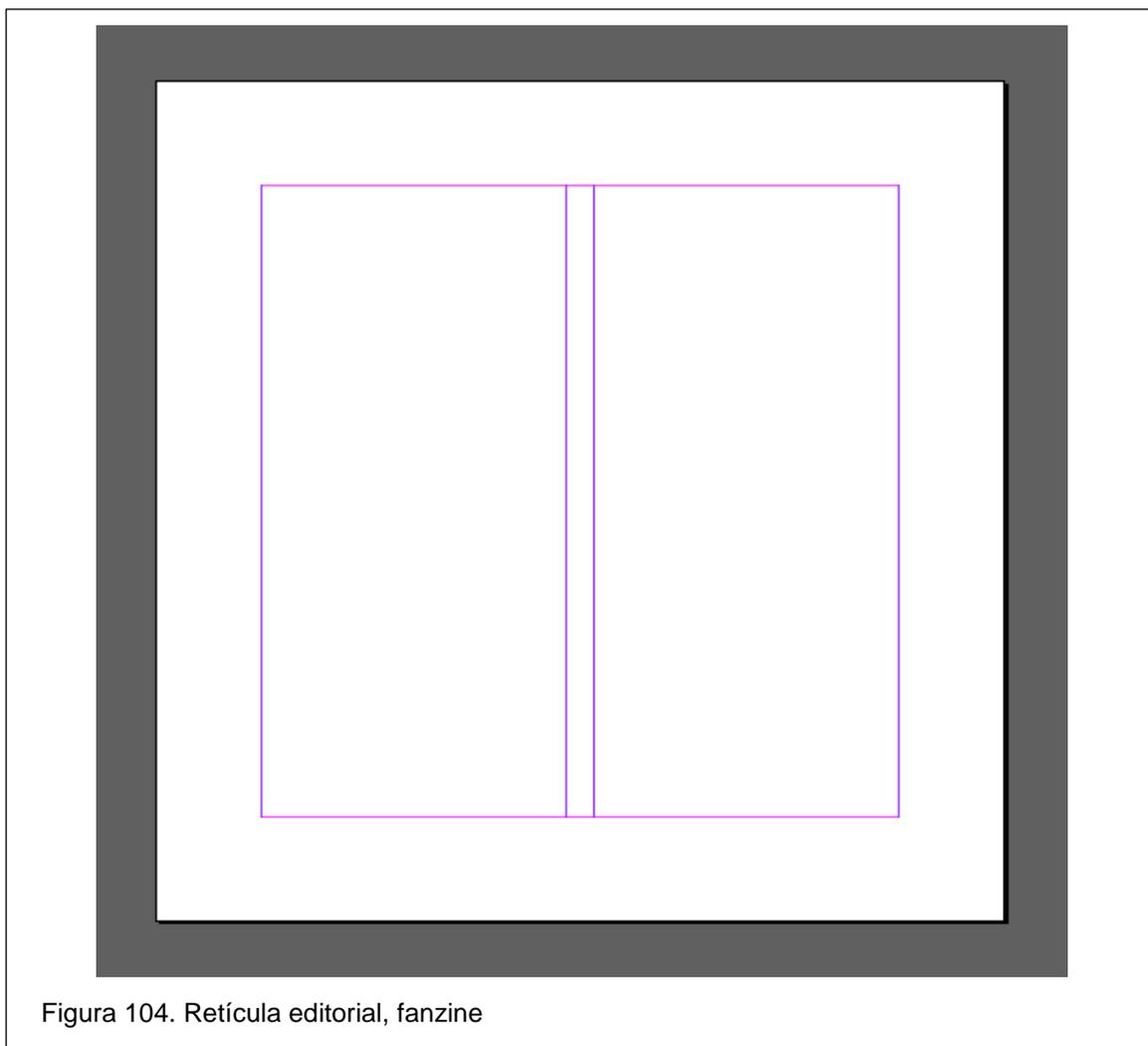


Figura 104. Retícula editorial, fanzine

El material en el cual serán elaborados los fanzines se clasifican en dos:

Hojas internas: Papel de caña 100% reciclable de 95 gramos.

Portada y contraportada: Cartulina de caña 100% reciclable de 120 gramos.

Sistema de impresión será en *Offset* con tintas a base de agua.

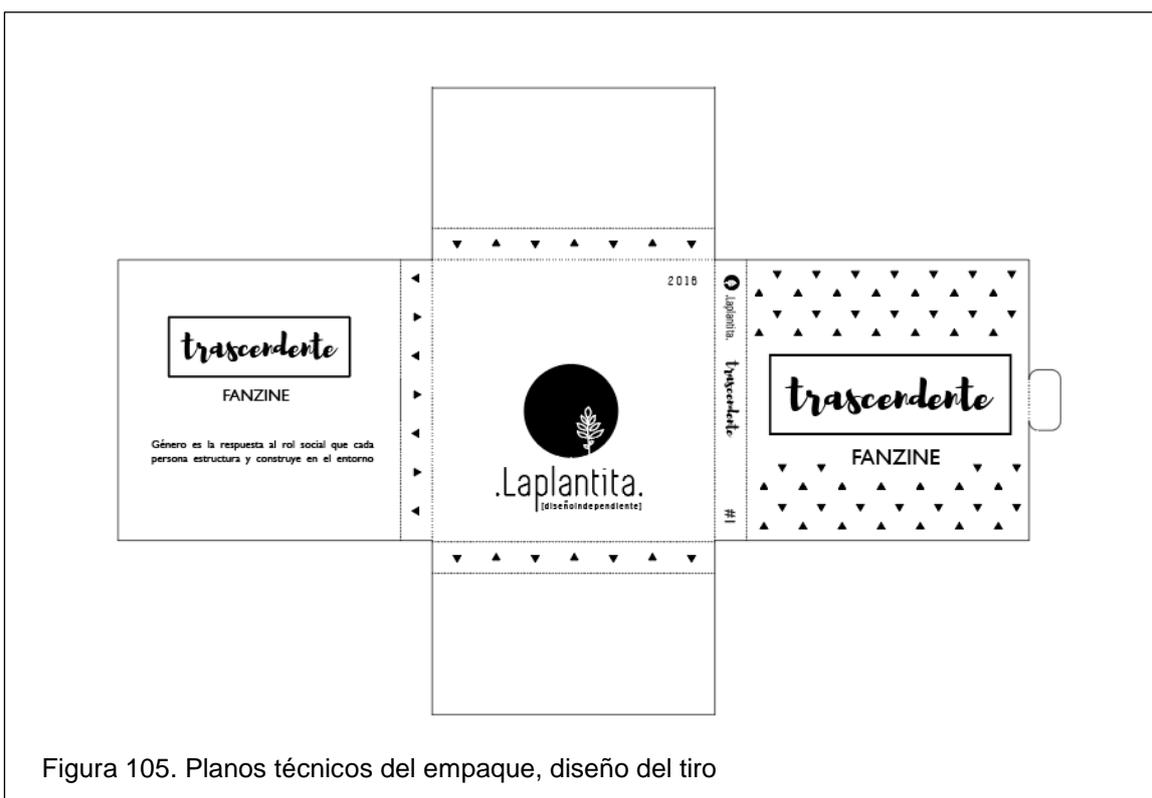
Estos procesos de fabricación del producto contribuyen a la concientización, cuidado y poco impacto ambiental, pues las propiedades de los materiales permiten que el producto permita ser reciclable y biodegradable en un periodo de 5 años.

Diseño de empaque del producto

El empaque está diseñado para proteger al producto y además entregar un valor agregado a la industria editorial.

Para su elaboración se debe diseñar los planos de la caja, realizar el troquel y por último definir el material a utilizarse.

Planos técnicos



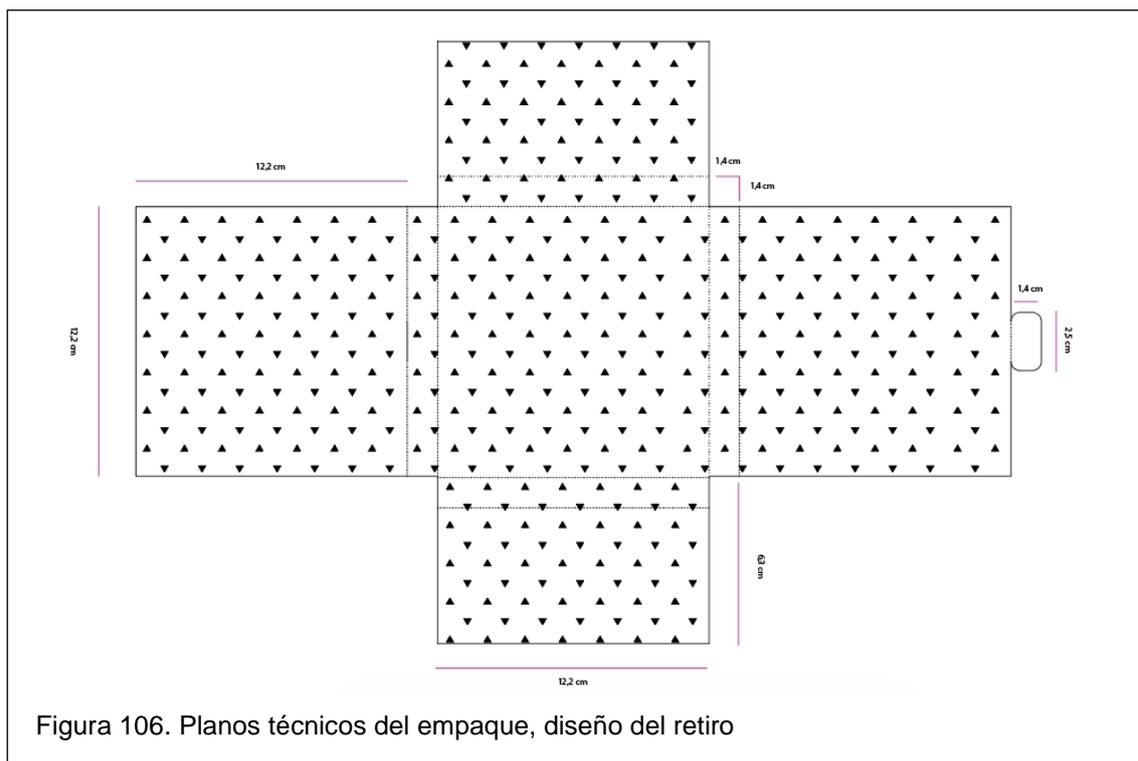


Figura 106. Planos técnicos del empaque, diseño del retiro

Empaque en cartulina de caña 100% reciclable de 120 gramos, sistema de impresión: serigrafía manual, tiro y retiro del troquel.

Serigrafía del empaque



Figura 107. Malla serigráfica, diseño del tiro del empaque

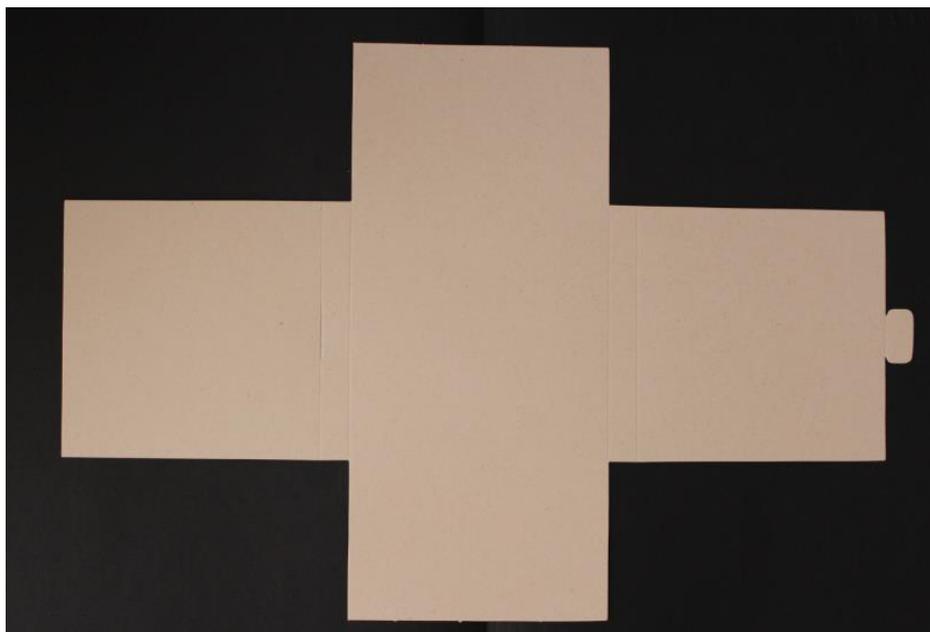


Figura 108. Troquel hecho en cartulina de caña (Prototipo)

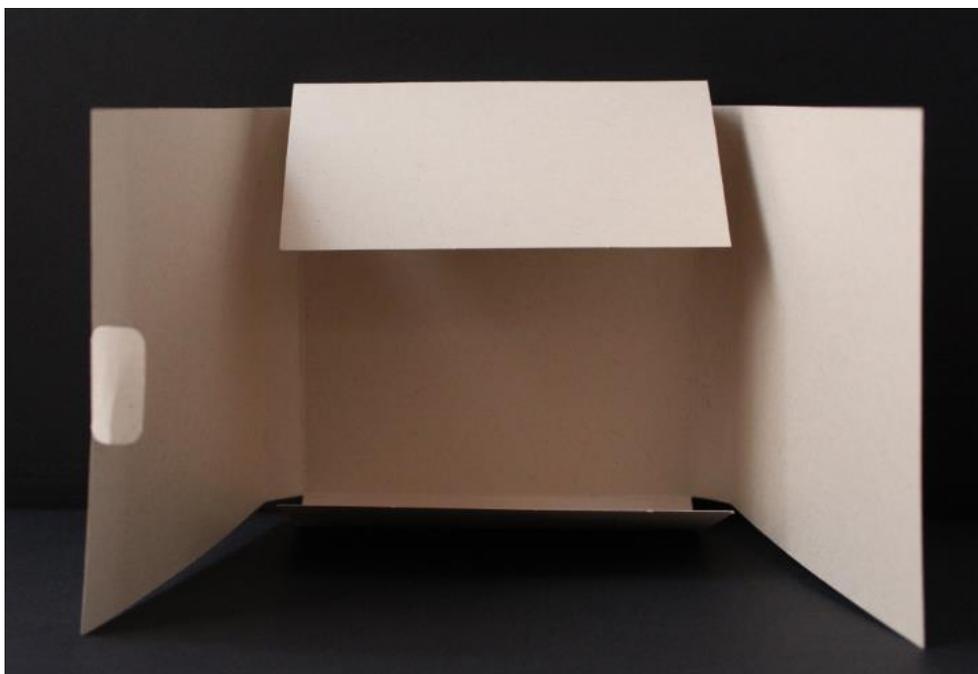


Figura 109. Troquel hecho en cartulina de caña (Prototipo)



Figura 110. Caja hecho en cartulina de caña (Prototipo)

Presupuesto

Las cotizaciones del producto permiten visualizar si el proyecto es rentable o no. Durante la investigación de costos en el mercado se realizaron dos cotizaciones con la finalidad de comprobar si la industria de producción en serie es económicamente viable en este proyecto.

Precios al por menor

Tabla 4. Cotización de costos (Kit editorial de 10 fanzines)

CLIENTE:		PROFORMA:	6252
		ATEN.:	Roxanne Pérez
TELEFONO:	2940325 ext. 2510	FECHA:	16 de agosto de 2016

CANTIDAD	DESCRIPCION	Valor Unitario	Valor Total
20	Folletos , tamaño 12 x 12 cm cerrado, 36 páginas interiores impresas a full color en papel de caña 75 g, la Portada impresa a full color en cartulina de caña 120 g. terminado refilado y grapado.	10,0000	200,00
10	Planchas 14 x 20 cm , impresas a full color tiro en papel adhesivo, terminado plástico mate y línea de troquelado.	0,4800	4,80
10	Planchas 20 x 20 cm , impresas a full color tiro en cartulina de caña 120 g, terminado refilado.	0,5500	5,50
10	Cajas 45 x 30 cm abierta , sin impresión, terminado troquelado en cartulina de caña 120 g.	5,5000	55,00
		subtotal	265,30
		IVA	37,14
		TOTAL	302,44

Nota: El valor total indica \$302,44 por 10 kits de fanzines. Esto quiere decir que cada kit de fanzine está valorado en \$30,24, y esto implica que el precio de venta al público debería ser mayor. Por lo tanto, la producción al por menor no resulta económicamente viable.

Precios al por mayor

Tabla 5. Cotización de costos (Kit editorial de 1000 fanzines)

CANTIDAD	DESCRIPCION	Valor Unitario	Valor Total
2.000	Folletos, tamaño 12 x 12 cm cerrado, 36 páginas interiores impresas a full color en papel de caña 75 g, la Portada impresa a full color en cartulina de caña 120 g. terminado refilado y grapado.	3,7690	753,80
1.000	Folletos, tamaño 12 x 12 cm cerrado, 36 páginas interiores impresas a full color en papel de caña 75 g, la Portada impresa a full color en cartulina de caña 120 g. terminado refilado y grapado.	0,9360	936,00
1.000	Planchas 14 x 20 cm, impresas a full color tiro en papel adhesivo, terminado plástico mate y troquelado.	0,1200	120,00
1.000	Planchas 20 x 20 cm, impresas a full color tiro en cartulina de caña 120 g, terminado refilado.	0,1100	110,00
1.000	Cajas 45 x 30 cm abierta, sin impresión, terminado troquelado en cartulina de caña 120 g.	0,1290	129,00
	subtotal		1.295,00
	IVA		181,30
	TOTAL		1.476,30

Nota: El valor total indica \$1.476.30 por 1000 kits de fanzines. Esto quiere decir que cada kit de fanzine está valorado en \$1,47. Por lo tanto, la producción al por mayor resulta económicamente viable y esto permite que el precio de venta al público llega mucho más que a triplicar su ganancia total.

Público objetivo

Todos los jóvenes de 20 a 30 años habitantes de la ciudad de Quito.

Público potencial

Todas aquellas personas que estén interesadas en participar y difundir la equidad de género a través de proyectos.

Canal de distribución

Primeramente, el canal de distribución con el usuario sería de manera directa, o por medio de alianzas estratégicas ya sean un centro cultural de idioma, grupos activistas, librerías, galerías, ferias independientes, entre otros. Lo que

se busca es lograr que la difusión del proyecto sea de manera colectiva, a través de instituciones ya sean públicas o privadas con la finalidad de fomentar la equidad de género en el país.

6.4 Producto final



Figura 111. Producto final parte frontal del empaque



Figura 112. Producto final portada interna

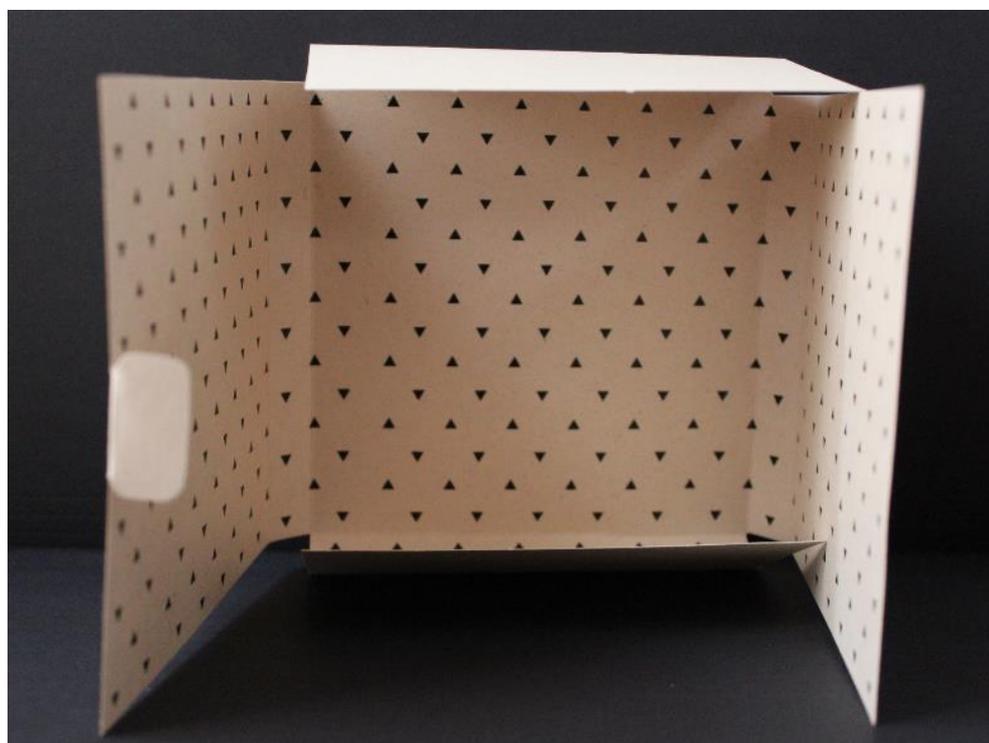


Figura 113. Producto final parte interna del empaque



Figura 114. Producto final colección de fanzines y empaque



Figura 115. Producto final colección de fanzines y empaque

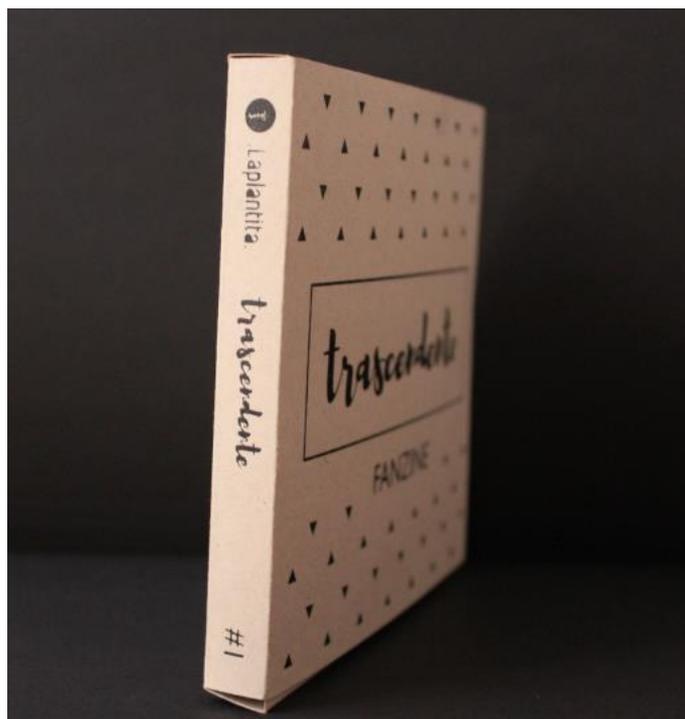


Figura 116. Producto final empaque lateral



Figura 117. Producto final empaque parte posterior y marca



Figura 118.Producto final colección editorial de fanzines - Trascendente

6.5 Validación de la propuesta

Se presentó la propuesta de diseño en el cierre del taller de estudios de género de la escuela de psicología de la Universidad de las Américas el 05 de julio de 2016.



Figura 119. Grupo Estudios de Género de la facultad de psicología de la UDLA Tomado de (UDLA, s.f.)

“La gente no se da cuenta que está siendo violentada porque tiene desconocimiento. Sin embargo cuando ya adquieres ese saber entiendes que hay ciertos rasgos culturales que no están bien y actúas”. Esta es la conclusión a la que llegó Allison Vargas, estudiante de Psicología de la UDLA, luego de haber participado en el **grupo de estudio de género.**

El club no forma parte de ninguna asignatura en particular por lo que las personas que forman parte de él, **se reúnen de manera voluntaria una vez por semana para reflexionar sobre el género.** En el grupo participan **alumnos y docentes, principalmente de Psicología, pero también de otras carreras como Multimedia y Producción Audiovisual o Diseño Gráfico e Industrial.**

“Nos dimos cuenta que en el espacio universitario no se sabía mucho sobre género entonces comenzamos a reunirnos hace un año y medio para estudiar el tema”, detalla Paula Yépez, coordinadora del grupo. El objetivo es **tener charlas con diferentes profesionales y analizar textos relacionados. “Hemos tenido la visita de historiadores, abogados, profesores de las universidades Andina y Central...”**

Para Thais Brandão, Docente de Psicología, **el tema de género es transversal.** “Veníamos trabajando ya con docentes y administrativos que estamos involucrados en investigaciones o estudiamos el tema. Ahora nos emociona mucho poder compartir el conocimiento con los estudiantes”.

Transversalizar el tema de género en la Universidad es también importante para Daniela Espinosa, Coordinadora de Proyectos de acreditación internacional de la UDLA, y quien participa de estos encuentros. Ella inició también con el grupo y brinda charlas a los estudiantes sobre temas como el ecofeminismo.

Figura 120. Noticia - Grupo Estudios de Género de la facultad de psicología de la UDLA
Tomado de (UDLA, s.f.)

Se realizaron las encuestas sobre la temática de género:

CUESTIONARIO
ESTUDIOS DE GÉNERO + EQUIDAD DE GÉNERO

Metodología: Utilizar cuestionarios como instrumento de investigación por medio de una serie de preguntas y otras indicaciones con el fin de obtener información y resultados para realizar un análisis estadístico o cualitativo de la propuesta.

Nombre: _____

Fecha: _____

Edad: _____

Encuesta sobre los estudios de género + equidad de género

1. ¿Considera ud. que los estudios de género son un aspecto importante para promover la igualdad y equidad en la sociedad?

SI NO

2. ¿Hay alguna diferencia entre igualdad y equidad?

SI NO

3. ¿Hay alguna diferencia entre sexo y género?

SI NO

4. ¿Hay alguna diferencia entre el machismo y el feminismo?

SI NO

Figura 121. Formato de encuestas. (Parte 1)

5. ¿El feminismo responde solo al género femenino?

SI NO

6. ¿Cree ud. que rol masculino/femenino debe corresponder siempre a hombre/mujer?

SI NO

7. ¿Cree ud. que el rol de género es más importante que la propia construcción de identidad?

SI NO

8. ¿Cree ud. que dentro de la sociedad existe discriminación y desigualdad por género?

SI NO

9. ¿Está ud. de acuerdo que se debería promover igualdad de derechos para todos los géneros, sean estas condiciones sociales, culturales, políticas, laborales, etc.?

SI NO

10. ¿Conoce ud. alguna entidad que promueva la igualdad y equidad de género? ¿Cuál?

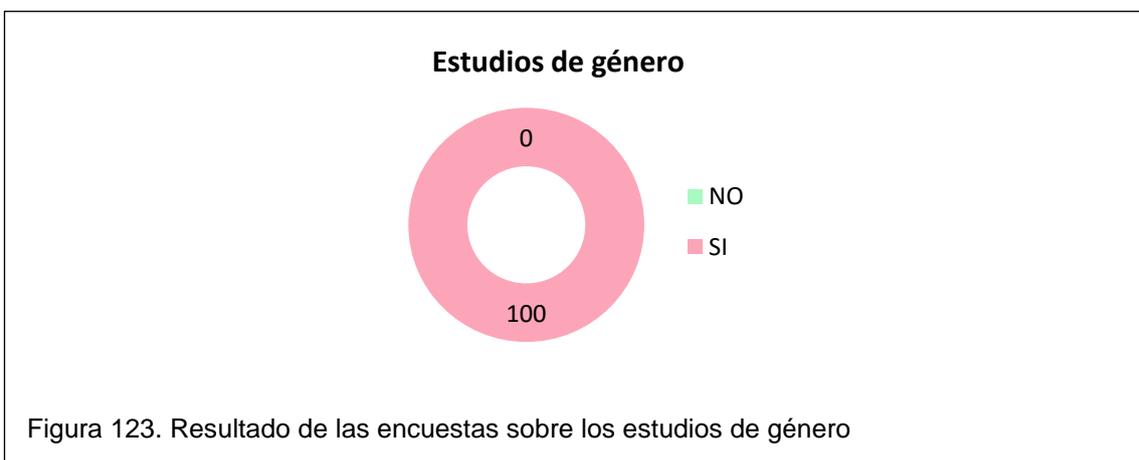
SI NO

Figura 122. Formato de encuestas. (Parte 2)

Una vez realizadas las encuestas se llevó a cabo el proceso de tabulación de encuestas con los siguientes resultados:

Encuestas:

1. ¿Considera Ud. que los estudios de género son un aspecto importante para promover la igualdad y equidad en la sociedad?



Análisis

El 100% de los encuestados responden al SI. Por lo tanto es necesario estudiar la temática y compartir productos relacionados al tema en la sociedad.

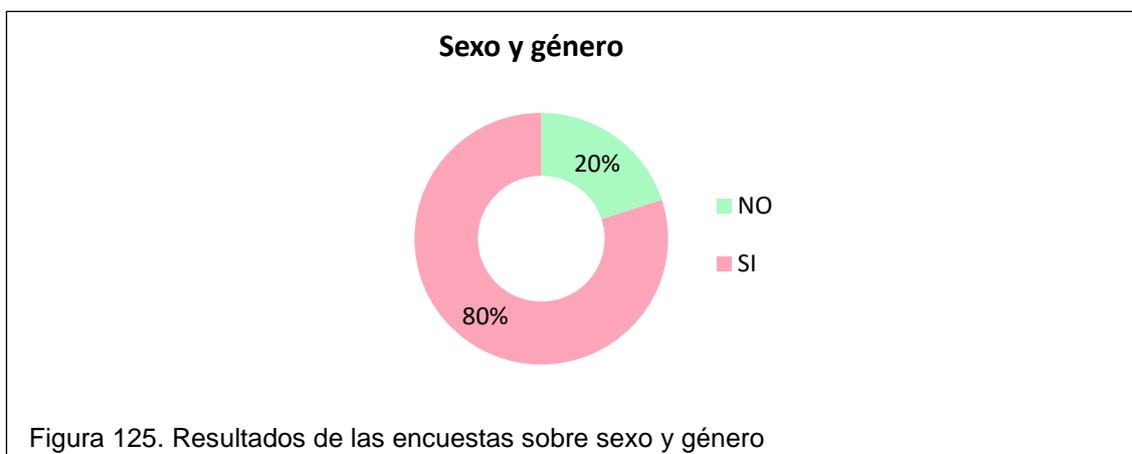
2. ¿Hay alguna diferencia entre igualdad y equidad?



Análisis

El 90% de los encuestados responden al SI y el 10% al NO. Casi todos comprenden que la igualdad es el medio y la equidad es el fin.

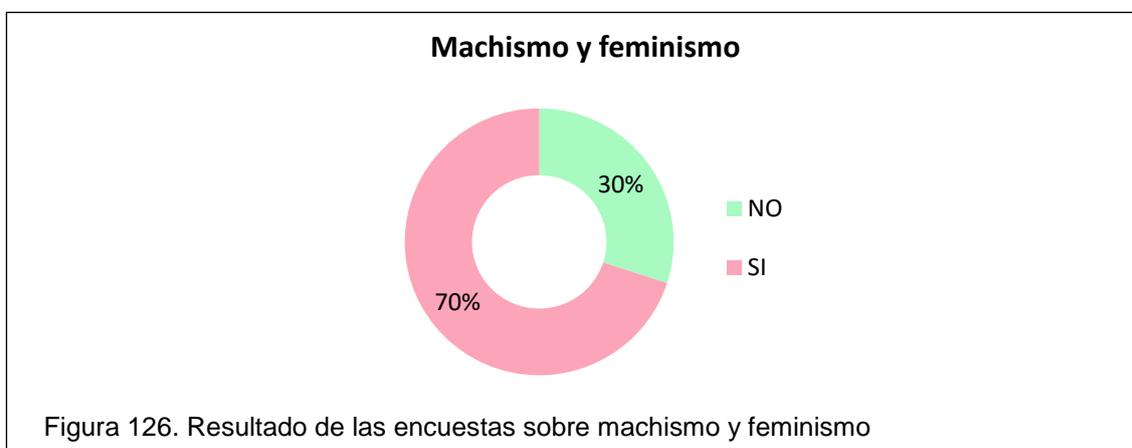
3. ¿Hay alguna diferencia entre sexo y género?



Análisis

El 80% de los encuestados responden al SI y el 20% al NO, no se diferencia con claridad los dos aspectos de la construcción de género.

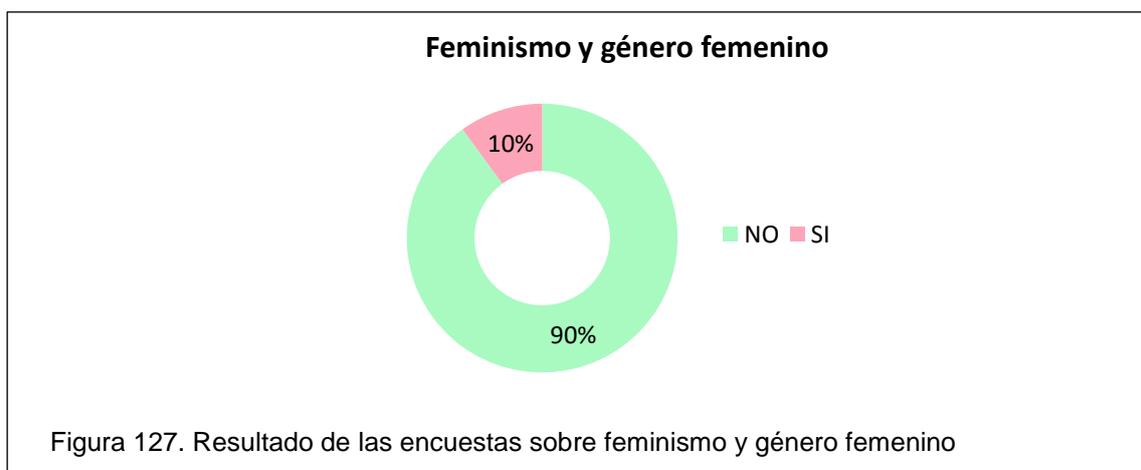
4. ¿Hay alguna diferencia entre machismo y feminismo?



Análisis

El 70% de los encuestados responden al SI y el 30% al NO. Por lo tanto hay un porcentaje que desconoce la teoría del feminismo.

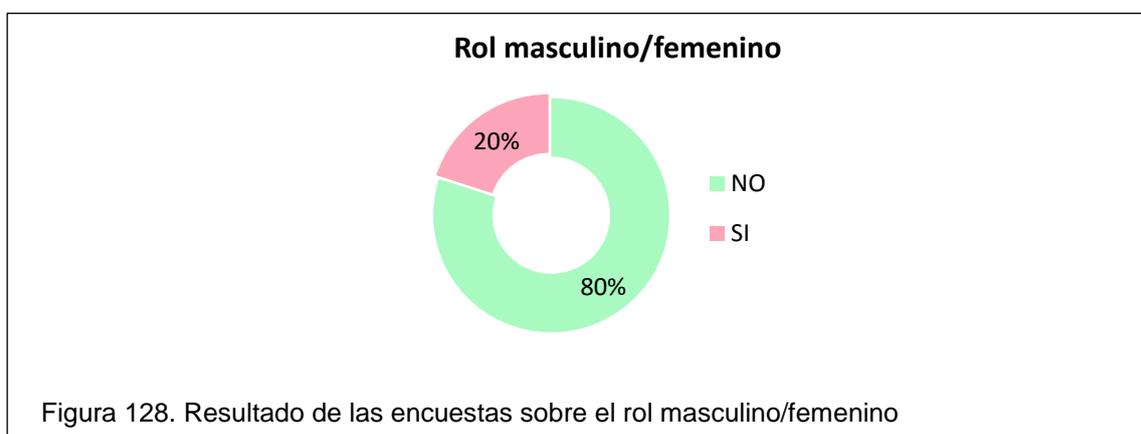
4. ¿El feminismo responde sólo al género femenino?



Análisis

El 10% de los encuestados responden al SI y el 90% al NO. Casi todo el porcentaje de encuestados conoce la teoría de equidad del feminismo.

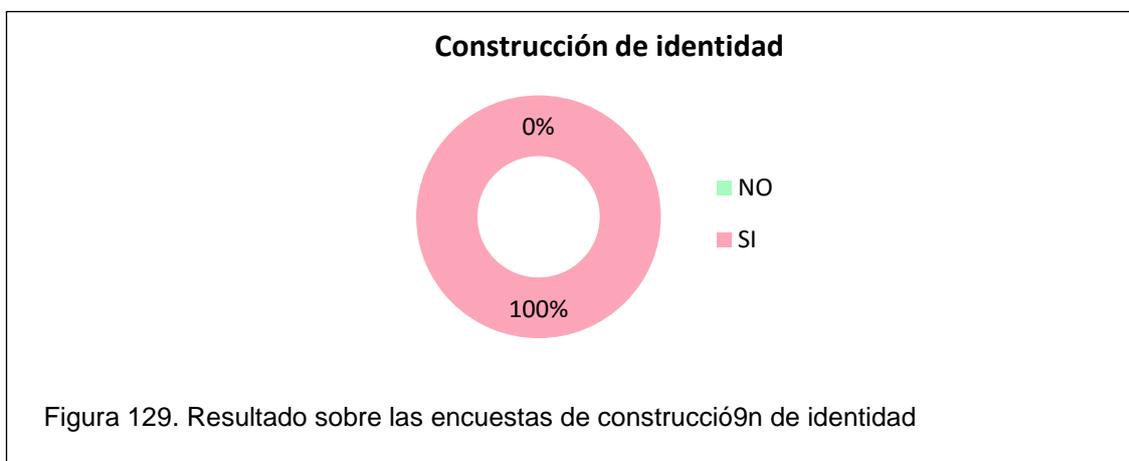
6. ¿Cree Ud. que el rol masculino/femenino debe corresponder siempre a hombre/mujer?



Análisis

El 20% de los encuestados responden al SI y el 80% al NO. Casi todo el porcentaje de encuestados piensa que la asignación de rol es independiente.

7. ¿Cree Ud. que el rol género es más importante que la propia construcción de identidad?



Análisis

El 100% de los encuestados responden al SI y el 0% al NO. Eso quiere decir que no se diferencia el rol de género ante la construcción personal.

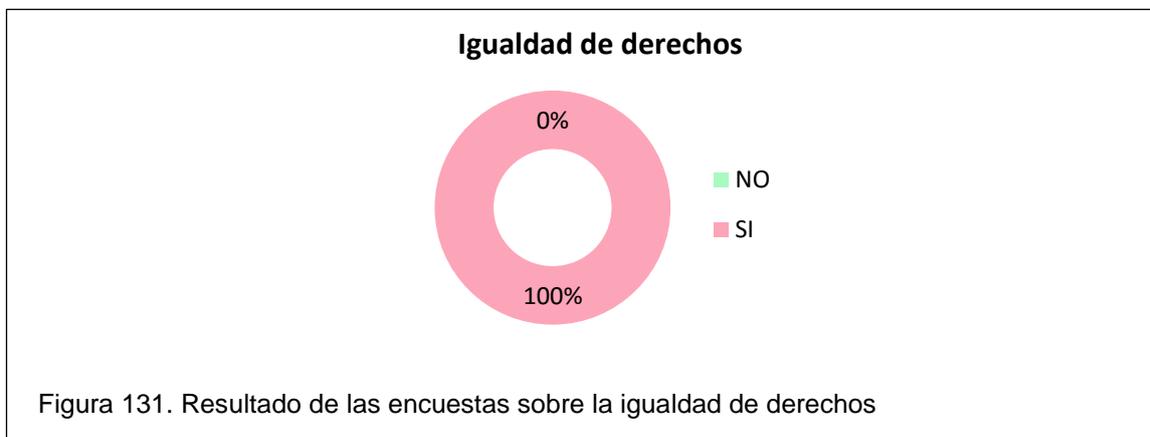
8. ¿Cree Ud. que dentro de la sociedad existe discriminación y desigualdad por género?



Análisis

El 90% de los encuestados responden al SI y el 10% al NO. Eso quiere decir que no se conoce realmente la situación de género en la sociedad.

9. ¿Esta Ud. de acuerdo en que se debería promover la igualdad de derechos para todos los géneros en condiciones sociales, culturales, políticas, laborales, etc.?



Análisis

El 100% de los encuestados responden al SI. Por lo tanto es necesario trabajar en proyectos que fomenten la equidad e igualdad de género.

10. ¿Conoce Ud. alguna entidad que promueva la igualdad y equidad de género?



Análisis

El 10% de los encuestados responden al SI y el 90% al NO.

Parte de la validación de la propuesta y metodología de diseño implementada fue la creación de un *workshop* y *focus group* con la finalidad de obtener información, realizar investigación de campo y observación estructurada a través de colaboración y trabajo con la comunidad a quien va dirigido el proyecto.

El *workshop* tuvo lugar en la Alianza Francesa de Quito el 16 de julio de 2016, al cual asistieron un total de 12 personas.

El *workshop* Equidad de género + Comunicación visual, estuvo direccionado hacia la comprensión y uso de recursos gráficos para la creación de mensajes.

En primer lugar se dio paso a la creación de un modelo teórico de manera rápida sobre el diseño interactivo y las herramientas comunicacionales que se pueden generar a través del uso de gráficas. Luego, se estudió el fin de usar collage como técnica de representación. Después se analizó la publicidad actual en cuanto a la temática de género, y finalmente se realizó un trabajo físico sobre el collage y la publicidad.



Figura 133. Collage, demandas culturales y rol de la sociedad actual. Elaborado por Sheyla Arellano y Bernarda Granja

Mientras que, el *focus group* estuvo enfocado en realizar un análisis sobre la perspectiva de género en la sociedad actual, en el que rápidamente se evaluó cómo la sociedad ha atravesado la temática de género. Se realizó una línea de tiempo analizando las situaciones del pasado, y acontecimientos del presente. Por último los participantes expresaron sus ideas y opiniones sobre qué deberíamos hacer o que cosas se deberían cambiar y mejorar para que en un futuro la comprensión y sobre todo la concientización y sensibilización de género esté presente en la sociedad.

Como cierre del trabajo una de las participantes dio a conocer sus conclusiones en cuanto a la perspectiva de género en la sociedad actual.

“El rol actual que ocupa el hombre en la sociedad es agresivo y opresivo, e incluso genera violencia. Desde una experiencia muy personal he logrado evidenciar que debido al rol que la sociedad exige hacia la postura de ser hombre han registrado episodios de violencia, abuso de poder, y sobre todo de entregar aspectos de inferioridad hacia el otro género. Razón por la que considero es importante que se genere un cambio en el sistema a través de movimientos que impacten y rompan los esquemas ya establecidos.” Shyela Arellano

Semanas después, se realizó otro *focus group* para analizar todo el proceso de diseño editorial y la colección de fanzines.



Los participantes evaluaron la propuesta por medio de un cuadro de pertinencias en dos etapas:

Forma: Todo lo correspondiente a diseño y edición.

Fondo: Todo lo correspondiente al contenido y la relación del concepto.

	++	+	-	--
	MUY PERTINENTE	PERTINENTE	POCO PERTINENTE	NADA PERTINENTE
Diseño	++			
Tamaño	++			
Materia	++	+		
Fotografía	++			
Ilustración	++			
Tipografía	++			
Cromática	++			
Empaque		+		

Figura 135. Calificación de la propuesta en un cuadro de pertinencias del diseño. (Forma)

	++	+	-	--
	MUY PERTINENTE	PERTINENTE	POCO PERTINENTE	NADA PERTINENTE
Contenido	++			
Textos	++			
Fotografía	++			
Ilustración	++			

Observaciones:

Figura 136. Calificación de la propuesta en un cuadro de pertinencias del diseño. (Fondo)

Por último algunos participantes dieron su testimonio contando la experiencia de usuario ante la publicación experimental del fanzine como producto de diseño.



Figura 137. Público objetivo (Daniela Rosero & Santiago Carrión)

“Me encantó ser parte de este proyecto y volvería a hacerlo siempre, el contenido es excelente en general. ¡Me encantó!”

Daniela Rosero

“Como observador me impacta me da la oportunidad de replantearme lo que pienso sobre género, los textos, fotos e ilustraciones te impulsan a pensar en varias cosas, es sumamente atractivo a la vista y al mismo tiempo tiene una carga filosófica de identidad. Como parte del proyecto siento que me diste la oportunidad más hermosa de mi vida al mostrar quién soy y siempre buscar quien ser. Simplemente gracias.”

Santiago Carrión



Figura 138. Público objetivo (Lisset De Mora)

“Participar en este proyecto fue una experiencia diferente que me permitió descubrir qué es el género para mí, descubrir desde otra perspectiva lo que significa ser hombre y ser mujer.”

Lisset de Mora



Figura 139. Público objetivo (Vanessa Villacis)

“Más allá del producto el mensaje es real y sincero... ¡es diferente! A mí en lo personal me motiva a luchar por todas, te detiene a pensar realmente lo que está pasando, la creatividad traspasa los límites en este fanzine, colores textos, fotos, ilustraciones es excelente.”

Vanessa Villacis



Figura 140. Público objetivo (David Ortiz)

“Es un resultado increíble, como usuario la verdad es que me quedé sin palabras, te hace pensar realmente la cuestión de género en la sociedad, el concepto es muy interesante, el uso de colores y contenido hace que se atractivo, me pareció excelente.”

David Ortiz



Figura 141. Público objetivo (Patricia López)

“Como usuario rescato la originalidad y la presentación impecable del producto final, me parece totalmente portable, diferente y sobre todo comunicativo.”

Patricia López

7. Conclusiones y recomendaciones de la propuesta

7.1 Recomendaciones

Dentro de las recomendaciones se habló mucho del material del empaque, a la mayoría de usuarios les parece que el uso de un material reciclable permite ser amigable con el medio ambiente, que el diseño y la forma cumplen con el concepto de diseño, pero en cuanto a la resistencia del material debería ser mayor, ya que es un producto de alta manipulación y podría dañarse con facilidad.

Otra recomendación es buscar otro lugar de impresión, ya que los colores digitales no son iguales a los impresos en el primer folleto, en la impresión actual los colores son una tonalidad más opaca que el original y además dentro de la diagramación que se presenta, en algunos casos se pierden detalles de la imagen, algunos usuarios consideran que el tamaño de las fotografías se pierden por los bordes de las páginas.

En cuanto a las recomendaciones de contenido, no hubo mayor observación, el contenido ha sido coherente, se considera que se maneja y hay un hilo conductor presente dentro de todo el fanzine.

7.2 Conclusiones

Diseño es un medio y una disciplina que ofrece trabajar con una cantidad inmensa de recursos, desarrollar esta propuesta editorial me dio la oportunidad de conocer un campo del diseño gráfico en el que he podido aplicar la teoría hacia la práctica.

El recuso editorial de fanzines, me permitió llegar a mi público objetivo de la mejor manera, el fanzine al ser un recurso experimental entregó factores comunicativos de interés, innovadores, creativos y comunicacionales.

Sobre la temática de género en el Ecuador, ha sido un reto entender todo un proceso de historia social, cultural, política, jurídica, antropológica, sociológica y psicológica por la que los seres humanos hemos atravesado durante todos estos años. La equidad de género es un tema que lastimosamente no lo estudiamos desde primer nivel, las consecuencias sobre las desigualdades y la estigmatización por género, identidad, poder de relación etc., se han representado en el modo de vida que la sociedad impone.

La integración de ambas en un producto comunicacional ha sido un reto que me permitió desarrollar nuevos conceptos, y usar otras disciplinas para trabajar desde el diseño en una sociedad.

Las metodologías de diseño son innumerables y cada una ofrece un método y sistema que contribuye a la producción de mensajes y objetos comunicacionales.

El estudio de la imagen y todos los recursos visuales sean estos color, textura, fondo, figura, tipografías, fotografías, ilustraciones y entre otros, permite y entrega al lector un mundo de significaciones listas para decodificar y entender desde otra perspectiva la lectura de un contenido.

Los materiales y el estudio de la forma, han logrado que pueda crear un producto que se adapte a las condiciones del usuario, que esté pensado ergonómicamente para poder ser transportado, que mantenga características intangibles y tangibles dentro del proceso de comunicación y uso del producto.

Finalmente, puedo concluir que este proyecto entrega más que un mensaje, el objetivo comunicacional busca y logra ser un medio y recurso que entregue factores de análisis personal que ofrezca valores y aspectos de conocimiento cultural, social, histórico y todos los marcos teóricos en los que el proyecto ha sido desarrollado, incluso que entregue un conocimiento personal y permita al lector transportarse al contenido y lograr que este trascienda.

Referencias

- Albán, A., & Moreno, P. (2009). *Propuesta de diseño editorial con ilustraciones de leyendas y tradiciones*. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Álvarez, D. (2002). *Introducción a la tipografía*. Londres: Universidad de Londres.
- Ana de Miguel. (2007). *El feminismo a través de la historia*. Recuperado el 10 de marzo de 2016, de <http://www.nodo50.org/mujeresred/spip.php?article1309>
- Anzil, F. (2000). *Equidad de género*. Recuperado el 21 de julio de 2015, de <http://www.econlink.com.ar/equidad-genero>
- Armstrong, N. (1991). *Deseo y ficción doméstica*. Madrid: Level.
- Bahamonde, M. (2010). *Manual de Fotografía*. Quito: CIAF.
- Barbieri, T. (1991). Los ámbitos de acción de las mujeres. *Revista Mexicana de sociología*, 203 - 224.
- Benlloch, I. (2010). *Actualización de conceptos en perspectiva de género y salud*. España: Universidad de Valencia.
- Benlloch, I. (2010). *Actualización de conceptos en perspectiva de género y salud*. España: Universidad de Valencia.
- Bernard, P. (2006). *Erasmus Prize 2006*. Stedelijk Museum, Francia, Francia.
- Bernard, P. (2006). *Erasmus Prize 2006*. Stedelijk Museum, Francia.
- Bonorino, P. (2010). Feminismo y Postfeminismo. *Universidad de Vigo*, 5-10.
- Brizuela, Y. (2010). *Teoría de Género*. Recuperado el 03 de febrero de 2016, de <http://www.eumed.net/rev/cccss/10/ymb2.htm>
- Brizuela, Y. (2010). *Teoría de Género*. Recuperado el 03 de septiembre de 2016, de Contribuciones a las Ciencias Sociales: <http://www.eumed.net/rev/cccss/10/ymb2.htm>
- Burbano, I. (2014). COCOA. Recuperado el 28 de 03 de 2016, de https://www.usfq.edu.ec/programas_academicos/colegios/cocoa/carreras/Paginas/diseno_comunicacional.aspx
- Butler, J. (1999). *El género en disputa*. Barcelona: Novagràfik.

- Cámara de Diputados de la Nación Argentina. (2012). *Identidad de Género; Ley 26.743* . Buenos Aires.
- Canela, A. (2015). *Introducción al feminismo*. España: Acale.
- CONAMU. (2008). *Consejo Nacional de Mujeres*. Recuperado el 17 de 03 de 2016, de http://www.guiagenero.com/GuiaGeneroCache%5CPagina_DesarrSusten_000175.html
- Constitución de la República del Ecuador - Asamblea Nacional . (2012). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito.
- Contreras, J. (2014). *¿Qué es lettering?* Recuperado el 24 de 07 de 2016, de Scribd: <https://es.scribd.com/doc/31171472/Lettering>
- Fonseca, C., & Quintero, M. (2009). Teoría de Queer: Sexualidades periféricas. *Revista Sociológica*, 44 - 60.
- Foucault, M. (1977). *Historia de la sexualidad*. Paris: Gallimard.
- Galduf, A. (2012). *Arquehistoria*. Recuperado el 16 de marzo de 2016, de <http://arquehistoria.com/las-mujeres-en-la-conquista-de-america-7499>
- Gallardo, F. (2012). *Feminismo latinoamericano*. Caracas: Estudios Venezolanos de la Mujer.
- Gallardo, F. (2012). Feminismo latinoamericano. *Revista Venezolana de los estudios de la mujer*, 5-13.
- Gallardo, F. (2012). *Wordpress*. Recuperado el 12 de marzo de 2016, de <https://francescagargallo.wordpress.com/ensayos/feminismo/no-occidental/fem-latinoam-una-lectura-historia-de-aportes/>
- Gamba, S. (2008). *¿Qué es la perspectiva de género y los estudios de género?* *Diccionario de estudios de Género y Feminismo - Biblos*.
- Gamba, S. (2008). Feminismo: historia y corrientes. *Diccionarios de estudios de Género y Feminismos - Biblos* .
- García, N. (2001). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: DeBolsillo.

- González, G. (2011). *Diseño editorial como expresión y afirmación de la ideología política, social y cultural*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- González, M. (2002). *Teoría conceptual del diseño*. Londres: Universidad de Londres.
- Gouges, O. (1789). *Declaración de los derechos de la mujer y de la ciudadanía*. París.
- Granadis, L. (2006). *Teoría y uso del color*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Gutiérrez, P. (2004). *Identidad de la cultura chilena a través de ilustraciones*. Chile: Universidad de Chile F.U.A.
- Guzman, G., & Medina, I. (2009). *Instituto de Estudios sobre el Desarrollo y Cooperación Internacional*. Recuperado el 13 de marzo de 2016, de <http://www.hegoa.ehu.es/hegoa>
- Haya, L. (2008). *Orígenes del feminismo: Textos de los siglos XVI al XVIII*. Madrid: NARCEA.
- Hernandez, M. (2010). *El rol social del diseñador*. Madrid: Universidad Francisco de Vitoria.
- IDEO. (s.f.). Recuperado el 28 de abril de 2016, de <https://www.ideo.com/>
- Jimeno, E. (2007). *Identidades, género y educación*. Recuperado el 17 de marzo de 2016, de <http://buenamente.blogspot.com/2008/01/el-feminismo-igualitario-lo-representan.html>
- Korol, C. (2007). *Hacia una pedagogía feminista*. Buenos Aires: El colectivo .
- Kosofsky, E. (1990). *Epistemology of the closet*. Los Ángeles : University of California.
- Lauretis, T. (1989). *La tecnología del género*. London: Macmillan Press.
- Lemarchand, M. (1995). *La ciudad de las damas*. España: Siruela.
- Llamas, R. (1998). *Teoría torcida: Prejuicios y dicuros en torno a la "homosexualidad"*. España: LaTorre.
- Longinotti, E. (2012). *UBA*. Recuperado el 28 de 03 de 2016, de <http://www.fadu.uba.ar/post/413-diseo-comunicacional-dicom>

- Macedo, P. (s.f.). *Universidad Nacional Autónoma de México*. Recuperado el 13 de marzo de 2016, de <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/jurid/cont/3/pr/pr16.pdf>
- Martínez, C. (2001). *Fanzines, prensa alternativa y otras publicaciones underground*. EDDCD Editorial.
- Miyares, A. (1999). 1848:"El Manifiesto de Séneca Falls" . *Leviatan*, 135 - 138.
- Money, J. (1990). *Handbook of sexology 2, Genetics, hormones and behavior*. Amsterdam: Elsevier.
- Money, J., & Green, R. (1969). *Transsexualism and sex reassignment*. Oxford: Johns Hopkins University Press.
- Moscoso, M. (2009). *Historia de las mujeres e historia de género en el Ecuador*. Quito: CONAMU.
- Mujica, J. (1981). *Economía política del cuerpo*. Lima: Biblioteca Nacional del Perú.
- Muraro, L. (1995). *La diferencia femenina*. Milán: Duoda.
- ONU-MUJERES. (2015). *Cuso sobre género*. México: Naciones Unidas.
- Pacheco, G. (2000). *Los fanzines como recurso bibliográfico*. México : Universidad Nacional Autónoma de México.
- Pedroza, G. (2014). *Universidad Nacional de Lanús*. Recuperado el 16 de abril de 2016, de <http://www.unla.edu.ar/index.php/licenciatura-en-diseno-y-comunicacion-visual>
- Pepe, E. (2015). Diseño tipográfico e identidad. (U. N. Plata, Ed.) *Bold*, 2(2), 56-66.
- Pérez, N. (2011). *Significación plástica de la tipografía desde la mirada de la semiótica visual*. Boyacá: Universidad de Boyacá.
- Pinto. (2003). Historia del feminismo. *Revista de la Universidad Autónoma de Yucatán*, 30 - 45.
- Plant, S., & Stone, S. (1998). *Mujer y ciberfeminismo: nuevas tecnología de información*. Sevilla: UIMP.
- RAE. (2016). *Real Academia Española*. Recuperado el 08 de marzo de 2016, de <http://dle.rae.es/?id=YBvpVSI>

- Real Academia Española. (2015). *RAE*. Madrid.
- Redondo, R. (2012). Tipografía experimental. *Laboratorio de creación*, 5-7.
- Reflect-Action. (s.f.). *Relaciones de poder*. Recuperado el 20 de julio de 2015, de <http://www.reflect-action.org/es/node/158>
- Rubin, G. (1975). *El tráfico de mujeres: Notas sobre la "economía política del sexo"*. San Francisco: Biblioteca Ciencias Sociales.
- Samara, T. (2006). *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: Gustavo Gili .
- Sanz, C. (2001). *El lenguaje del color* . Barcelona: Uner .
- Solórzano, M. (2014). La Mujer en la Primera Guerra Mundial . *Enfermería Avanza*, 1-18.
- Stoller, R. (1968). *Sexo y género: sobre el desarrollo de la masculinidad y la feminidad* . California.
- Subirats, J., & Badosa, J. (2007). *¿Qué diseño para qué sociedad? Notas sobre la funcionalidad social del diseño*. Recuperado el 19 de abril de 2016, de <http://tdd.elisava.net/coleccion/24/subirats-es>
- Wilding, F. (1997). *¿Dónde está el feminismo en el ciberfeminismo?* Chicago: School of the Art Institute of Chicago.
- Wollstonecraft, M. (1792). *Vindicación de los derechos de la mujer*. Inglaterra: OMEGALFA.